

# MC GROUP

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3 (เดือนมกราคม - มีนาคม 2562) และงวด 9 เดือนสำหรับรอบปีบัญชี 2562 (เดือนกรกฎาคม 2561 - มีนาคม 2562)

## ภาพรวมเศรษฐกิจและธุรกิจการค้าปลีก

การเติบโตเศรษฐกิจคาดว่าจะขยายตัวต่ำกว่า 3.8% จากที่ประมาณการไว้ 4.0% จากสัญญาณภาคการส่งออก ลดลงต่อเนื่องและค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อคนที่ปรับลดลง รวมทั้งสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ที่อยู่ในระดับสูง 78.6% เมื่อสิ้นปีก่อนหน้าและมีโอกาสปรับสูงขึ้นไปสู่ระดับ 79.5% ในปี 2562 ยังคงเป็นปัจจัยจุดรั้งการบริโภคในประเทศ นอกจากนี้ดัชนีเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนเมษายนมีการปรับตัวลดลงต่อเนื่องและต่ำสุดในรอบ 16 เดือน จากความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองหลังเลือกตั้ง ภาพเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวช้า ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ราคาสินค้าเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ปาล์ม น้ำมัน ยางพาราและข้าวโพด ที่ราคาขายต่ำกว่าต้นทุนการผลิตมาอย่างยาวนานและต่อเนื่อง

(ข้อมูลจากรายงานนโยบายการเงินไตรมาสที่ 1/2562 ธนาคารแห่งประเทศไทย, ผลสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์)

ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าและสินค้าไลฟ์สไตล์แข่งขันในด้านราคามากขึ้นกว่าช่วงเวลาที่ผ่านมา ทำให้เกิดผลกระทบต่อผลประกอบการของผู้เล่นหลายรายในอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามหากสภาวะการณ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจฟื้นตัวตามนโยบายของรัฐบาล บรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยและกำลังซื้อจะทยอยปรับตัวดีขึ้นในครึ่งปีหลัง

## ภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัท

### งบกำไรขาดทุน :

(ล้านบาท)	ไตรมาส 3			ประจำงวด 9 เดือน		
	ปี 2562	ปี 2561	เปลี่ยนแปลง	ปี 2562	ปี 2561	เปลี่ยนแปลง
	(ม.ค-มี.ค. 62)	(ม.ค-มี.ค. 61)		(ก.ค.61-มี.ค.62)	(ก.ค.60-มี.ค.61)	
รายได้จากการขาย	980	1,178	(16.8%)	2,894	3,262	(11.3%)
<b>รวมรายได้</b>	<b>995</b>	<b>1,185</b>	<b>(16.0%)</b>	<b>2,931</b>	<b>3,298</b>	<b>(11.1%)</b>
ต้นทุนขาย	412	479	(13.8%)	1,219	1,441	(15.4%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	319	348	(8.4%)	891	948	(6.0%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	124	117	5.7%	351	358	(1.9%)
กำไรก่อนส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	139	241	(42.1%)	470	551	(14.8%)
ส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	6	4	40.8%	(4)	18	(123.1%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	145	245	(40.7%)	466	569	(18.2%)
ต้นทุนทางการเงิน	(0)	(0)	(99.7%)	0	1	(95.0%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	145	245	(40.7%)	465	568	(18.0%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	7	17	(61.1%)	34	46	(26.6%)
กำไรสำหรับงวด	139	228	(39.2%)	432	522	(17.2%)
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	(0)	(6)	(99.8%)	(9)	(17)	(43.9%)
<b>กำไรของบริษัท</b>	<b>139</b>	<b>222</b>	<b>(37.6%)</b>	<b>422</b>	<b>505</b>	<b>(16.4%)</b>
อัตรากำไรขั้นต้น	57.90%	59.36%		57.87%	55.82%	
อัตรากำไรสุทธิ	14.30%	19.30%		14.40%	15.30%	

# MC GROUP

## ไตรมาส 3 ปีบัญชี 2562 (เดือนมกราคม – มีนาคม 2562)

ท่ามกลางการแข่งขันค้าปลีกเครื่องแต่งกายในด้านราคาและโปรโมชั่นอย่างรุนแรง โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เพื่อชิงกำลังซื้อที่ยังชะลอตัวจากหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงทำให้บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าในไตรมาส 3 ปีบัญชี 2562 รวม 980 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 16.8 หรือ 198 ล้านบาท จากช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม 2561 ทั้งนี้ยอดขายต่อร้านเดิม (Same Store Sales) ลดลงร้อยละ 14.3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตามหากเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ยอดขายรวมลดลงร้อยละ 10.8 หรือ 119 ล้านบาท เนื่องจากช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม เป็นไตรมาสที่ยอดขายปรับตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดของปี

การรับมือกับสภาวะตลาดที่แข่งขันในด้านราคาส่งผลให้กำไรขั้นต้นมียอดรวม 567 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.9 หรือ 132 ล้านบาท ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลงมาที่ร้อยละ 57.9 จากร้อยละ 59.4 โดยธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 57.2 ลดลงจากร้อยละ 58.7 ขณะที่ธุรกิจนาฬิกามีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 48.1 ลดลงจากร้อยละ 51.8 จากช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม 2561

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร มียอดรวม 443 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.8 หรือ 23 ล้านบาทจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของค่าสนับสนุนการตลาด โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 45.2 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 39.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม 2561 จากยอดขายรวมที่ลดลง

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) ของบริษัทฯ รวม 176 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 42.5 หรือ 130 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรกำไร EBITDA อยู่ที่ร้อยละ 17.7 ลดลงจากร้อยละ 25.9 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิรวม 139 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 37.6 หรือ 84 ล้านบาท ทำให้อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 13.9 ลดลงจากร้อยละ 18.7 จากช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม 2561 จากยอดขายและอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง

## งวด 9 เดือนปีบัญชี 2562 (เดือนกรกฎาคม 2561 – มีนาคม 2562)

ด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจและภาพรวมธุรกิจค้าปลีกภายในประเทศที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่องจากปีที่แล้ว รายได้จากการขายสินค้าในงวด 9 เดือนแรกของปีบัญชี 2562 มียอดรวม 2,894 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.3 หรือ 368 ล้านบาทจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งส่งผลให้ยอดขายต่อร้านเดิม (Same Store Sales) ลดลงร้อยละ 9.6 จากช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 ถึงมีนาคม 2561

อย่างไรก็ตาม กำไรขั้นต้นมียอดรวม 1,675 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.0 หรือ 146 ล้านบาท โดยอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 57.9 จากร้อยละ 55.8 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนเนื่องจากมาตรการบริหารต้นทุนในช่วงที่ยอดขายได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจชั่วคราว โดยธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 58.8 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 56.3 ขณะที่ธุรกิจนาฬิกามีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 49.4 ลดลงจากร้อยละ 52.2 จากช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 ถึงมีนาคม 2561

# MC GROUP

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร มียอดรวม 1,243 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.8 หรือ 63 ล้านบาทจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากการบริหารค่าใช้จ่ายในการบริหารที่มีประสิทธิภาพ โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 42.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 40.0 เทียบกับช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 ถึงมีนาคม 2561

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) ของบริษัทฯ รวม 558 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 21.1 หรือ 149 ล้านบาท ทำให้อัตราการทำกำไร EBITDA ลดลงอยู่ที่ร้อยละ 19.0 จากร้อยละ 21.4 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

อัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (Effective Tax Rate) สำหรับงวด 9 เดือนปีบัญชี 2562 คิดเป็นร้อยละ 7.2 เนื่องจากบริษัทฯ ย่อยแห่งหนึ่งยังคงได้รับสิทธิประโยชน์จากภาษีเงินได้ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจะทยอยสิ้นสุดลงภายในสิ้นปี 2562 และปี 2564

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิรวม 422 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 16.4 หรือ 83 ล้านบาทจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 14.4 จากร้อยละ 15.3 จากยอดขายรวมที่ลดลง

## หมายเหตุ การเปลี่ยนรอบระยะเวลาบัญชีและการใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับใหม่

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ("MC" หรือ "บริษัทฯ") ได้เปลี่ยนรอบบัญชีจากเดิม วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม เป็นวันที่ 1 กรกฎาคม – 30 มิถุนายน เริ่มตั้งแต่รอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 เป็นต้นไป ในระหว่างงวด สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่องรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้ตัดสินใจนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้ามาถือปฏิบัติก่อนวันที่มีผลบังคับ เป็นผลให้บริษัทฯ และบริษัทย่อยจำเป็นต้องปรับงบการเงินงวดก่อนที่แสดงเปรียบเทียบเพื่อสะท้อนผลของการนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัติ

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 บริษัทฯ มีจุดจำหน่ายรวม 932 แห่ง ตามการบริหารพื้นที่การขายดังนี้

แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ภายใต้กลุ่ม "แม็ค"*		ประเภทนาฬิกา ภายใต้กลุ่ม "ไทม์ เดดโค"	
	แห่ง	เพิ่มขึ้น (+) / ลดลง (-)	แห่ง	เพิ่มขึ้น (+) / ลดลง (-)
ร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop)	309	+10	18	-1
ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	509	-5	76	+1
รถ Mobile Unit	6	-	-	-
<b>รวมร้านค้าในประเทศ</b>	<b>824</b>	<b>+5</b>	<b>94</b>	<b>-</b>
ร้านค้าต่างประเทศ	14	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>838</b>	<b>+5</b>	<b>94</b>	<b>-</b>

ในเดือนมกราคมถึงมีนาคม 2562 จำนวนจุดจำหน่ายของกลุ่ม "แม็ค" มีการเปิดเพิ่ม รวม 10 แห่ง

# MC GROUP

## การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

### งบแสดงฐานะการเงิน :

(ล้านบาท)	31-มี.ค.-62	30-มิ.ย.-61	เปลี่ยนแปลง
เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น	1,218	1,011	20.5%
ลูกหนี้การค้า	398	414	(3.9%)
สินค้าคงคลัง	1,786	2,179	(18.1%)
สินทรัพย์อื่น	1,198	1,266	(5.4%)
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>4,600</b>	<b>4,870</b>	<b>(5.5%)</b>
เจ้าหนี้การค้า	203	210	(3.2%)
หนี้สินที่มีภาวะดอกเบี้ย	0	16	(100.0%)
หนี้สินอื่น	453	446	1.6%
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>656</b>	<b>671</b>	<b>(2.3%)</b>
ส่วนของบริษัทใหญ่	3,792	4,053	(6.5%)
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	153	146	4.7%
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>3,944</b>	<b>4,199</b>	<b>(6.1%)</b>

#### สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 บริษัทฯมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 4,600 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ที่มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 4,870 ล้านบาท ลดลง 270 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจาก

- 1) การลดลงของสินค้าคงคลัง จำนวน 393 ล้านบาท จากการปรับการบริหารสินค้าให้เข้ากับแผนการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 2) การเพิ่มขึ้นของเงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น รวมจำนวน 207 ล้านบาท
- 3) การลดลงของสินทรัพย์อื่น จำนวน 68 ล้านบาท

#### หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 บริษัทฯมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 656 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ที่มีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 671 ล้านบาท ลดลง 15 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลดลงของหนี้สินที่มีภาวะดอกเบี้ยของบริษัทย่อย จำนวน 16 ล้านบาท

#### ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 บริษัทฯมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3,944 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ที่มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 4,199 ล้านบาท ลดลง 255 ล้านบาท ปัจจัยหลักมาจากการจ่ายเงินปันผลจำนวน 600 ล้านบาท และจากการตั้งสำรองหุ้นซื้อคืน 87 ล้านบาท ในขณะที่กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด 9 เดือนปีบัญชี 2562 อยู่ที่จำนวน 422 ล้านบาท

# MC GROUP

## สภาพคล่อง

### กระแสเงินสด

สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปีบัญชี 2562 ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 บริษัท มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวม 551 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิ 200 ล้านบาท จากวันที่ 30 มิถุนายน 2561 เป็นผลจาก

- 1) กระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงานเพิ่ม 944 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากกำไรที่เป็นเงินสดจำนวน 546 ล้านบาท และการลดลงของสินค้าคงเหลือจำนวน 403 ล้านบาท
- 2) กระแสเงินสดที่ได้รับจากกิจกรรมลงทุนลดลง 41 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากขายคืนเงินลงทุนระยะสั้นจำนวน 19 ล้านบาท จ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพื่อใช้ในการขยายธุรกิจสุทธิจำนวน 50 ล้านบาท และจ่ายซื้อสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน 13 ล้านบาท
- 3) กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมจัดหาเงินลดลง 703 ล้านบาท จากการจ่ายเงินปันผลจำนวน 600 ล้านบาท การซื้อหุ้นคืน 87 ล้านบาท และชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งจำนวน 16 ล้านบาท

ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ :

อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตราส่วนสภาพคล่อง		31-มี.ค.-62	30-มี.ย.-61
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	5.9	6.1
		9 เดือน ปี 2562 (ก.ค.61-มี.ค.62)	9 เดือน ปี 2561 (ก.ค.60-มี.ค.61)
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	38	47
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	425	384
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	46	76
Cash cycle	วัน	417	355
ความสามารถในการทำกำไร			
		9 เดือน ปี 2562 (ก.ค.61-มี.ค.62)	9 เดือน ปี 2561 (ก.ค.60-มี.ค.61)
อัตรากำไรขั้นต้น	%	57.9	55.8
- ธุรกิจจัดจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	%	58.8	56.3
- ไทรม์ เดคโค	%	49.4	52.2
อัตรากำไรสุทธิ	%	14.4	15.3
- ธุรกิจจัดจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	%	15.5	16.8
- ไทรม์ เดคโค	%	3.2	8.6
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	%	19.0	21.4
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Annualized)	%	14.4	16.1
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			
		9 เดือน ปี 2562 (ก.ค.61-มี.ค.62)	9 เดือน ปี 2561 (ก.ค.60-มี.ค.61)
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Annualized)	%	11.9	13.1
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน			
		31-มี.ค.-62	30-มี.ย.-61
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	-	0
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.17	0.16

# MC GROUP

## แนวโน้มในอนาคต

ในช่วงรอการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศที่น่าจะปรับตัวดีขึ้นในครึ่งหลังของปีปฏิทิน 2562 บริษัทฯยังคงดำเนินการผ่านแผนการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์การเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างรากฐานทางธุรกิจที่สำคัญต่อการแข่งขัน ซึ่งรวมถึงการเพิ่มมูลค่าให้กับตราสินค้า และการปรับช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในสินค้ากลุ่มยีนส์ (Denim) ภายใต้แบรนด์ 'Mc Jeans' ผ่านคอลเลคชั่นเซลเวจ (Selvedge) หรือกางเกงยีนส์ริมแดงที่ทยอยออกมา 5 รุ่นตั้งแต่ต้นปีและยังมีรุ่นใหม่ต่อเนื่องตลอดปี เพื่อเพิ่มยอดขายในกลุ่มพรีเมียมและสนับสนุนการขายในสินค้านวัตกรรมอื่น สินค้ากลุ่ม Non-denim หรือ Casual wear นำโดยแบรนด์ 'U-P'(ยู-พี) แนว Sport Fashion ด้วยคอลเลคชั่นใหม่ Livelihood ต่อเนื่องจากสองคอลเลคชั่นภายใต้การเปิดตัวแบรนด์เมื่อปลายปีที่แล้ว และการเพิ่มไลน์สินค้าแนว Modern Workwear เพื่อขยายและครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่ทำงานในสำนักงานและในตัวเมืองมากขึ้น ในขณะที่บริษัทฯยังคงจำหน่ายสินค้าในกลุ่ม Lifestyle เพื่อเพิ่มความสุขในการแต่งตัว เช่น รองเท้า Mc Sneaker และ Slip-on เป็นต้น

บริษัทฯคงมุ่งสร้างการรับรู้และมูลค่าเพิ่มของตราสินค้าต่างๆผ่าน Influencer ในหลายกลุ่มไลฟ์สไตล์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวการใช้ชีวิตและการแต่งตัวผ่านสื่อออนไลน์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกระแสสังคมและผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น โปรเจกต์ 'Mc X' ที่มีตลอดทั้งปีโดยล่าสุดเป็นคอลเลคชั่น 'Everyday Peak' ร่วมกับนักแสดงสาว พีค (ภัทศยา เครือสุวรรณศิริ) ด้วยกางเกงยีนส์ขาสั้นหลากหลายสไตล์ด้วยดีไซน์ทรงที่สวยงาม เข้ารูป พร้อมกิจกรรมร่วมสนุกผ่าน Social Media และหน้าร้านกับฐานสมาชิก MC Club ที่มีมากกว่า 800,000 คน (ข้อมูล ณ สิ้นเดือนเมษายน 2562) โดยล่าสุดการขายจุดขายเพิ่มผ่านร้านค้า 'Mc' และ 'mcmc Outlet Store' ที่อยู่ภายในและภายนอกปั๊มน้ำมันปตท.ได้เดินหน้าตามแผนงานโดยที่เป้าหมายการขายตามแผน ในขณะที่บริษัทได้เปิดจุดจำหน่าย Online เพิ่มจากปัจจุบันที่มีการจำหน่ายผ่าน mcshop.com, Lazada, Shopee, JD, Looksy, Buzzbees ไปยัง Zilingo, Shop@24 รวมทั้ง K+ Market เพื่อการเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา