

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 (1 มกราคม 2569 – 31 มีนาคม 2569)

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ขอสรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 (1 มกราคม 2569 – 31 มีนาคม 2569) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภาพรวมเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ในไตรมาส 3 ของปีบัญชี 2569 (1 ม.ค. – 31 มี.ค. 2569) ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่ที่ระดับ 45.5 ในเดือนมีนาคม ลดลงจากเดือนธันวาคมที่ระดับ 51.8 เป็นผลมาจาก ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลางที่ยังคงมีความไม่แน่นอนสูง ซึ่งส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อ ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าขนส่ง อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อให้ค่าครองชีพของประชาชนปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ความมีเสถียรภาพทางการเมืองที่ช่วยสนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐให้มีความต่อเนื่อง และหากสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลางคลี่คลายลง จะช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ดีขึ้น

ภาพรวมผลดำเนินงานในไตรมาส 3 และงวด 9 เดือน ปีบัญชี 2569

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาส 3/69			ไตรมาส 3/68		
	(ม.ค. - มี.ค. 69)	(ม.ค. - มี.ค. 68)	เปลี่ยนแปลง	เก้าเดือน (ก.ค. 68 - มี.ค. 69)	เก้าเดือน (ก.ค. 67 - มี.ค. 68)	เปลี่ยนแปลง
รายได้จากการขาย	1,102	1,067	3.3%	3,496	3,245	7.7%
กำไรขั้นต้น	706	670	5.4%	2,216	2,088	6.1%
อัตรากำไรขั้นต้น	64.1%	62.8%	1.3%	63.4%	64.3%	-1.0%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	488	445	9.7%	1,478	1,350	9.5%
%ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	44.3%	41.7%	2.6%	42.3%	41.6%	0.7%
รายได้อื่นๆ	12	20	-40.5%	35	50	-30.0%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา	342	349	-1.9%	1,090	1,096	-0.5%
%กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา	30.7%	32.1%	-1.4%	30.9%	33.3%	-2.4%
กำไรสุทธิ	176	188	-6.5%	595	626	-4.9%
%กำไรสุทธิ	15.8%	17.3%	-1.5%	16.9%	19.0%	-2.1%

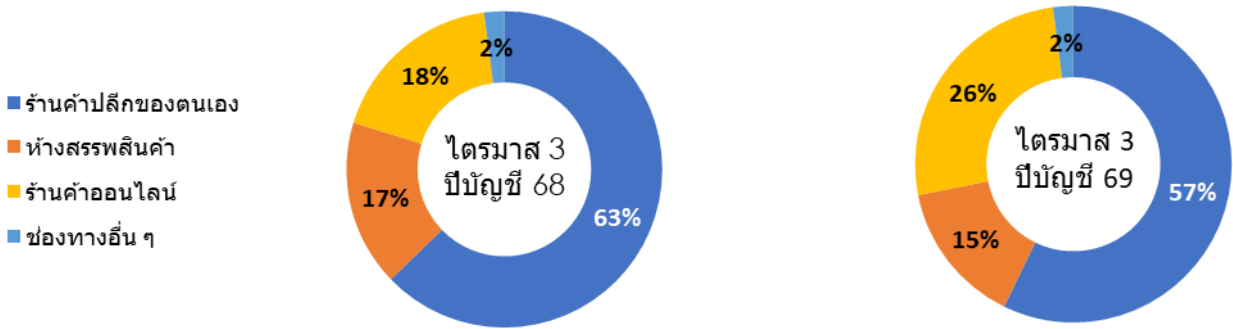
รายได้

สำหรับไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้ารวม 1,102 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 35 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.3 เป็นผลจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของรายได้จากช่องทางออนไลน์โดยมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ในขณะที่ช่องทางออฟไลน์ยอดขายลดลงจากภาวะเศรษฐกิจ การเมือง ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ทำให้ผู้บริโภคออกไปใช้สอยนอกบ้านน้อยลง

สำหรับงวด 9 เดือน ปีบัญชี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้ารวม 3,496 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 251 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากการเติบโตต่อเนื่องของรายได้จากช่องทางออนไลน์และการรักษาฐานลูกค้าออฟไลน์ในสภาวะที่มีความไม่แน่นอนในสภาพเศรษฐกิจ ภาวะสงคราม การเมือง และสถานการณ์โลก

MC GROUP

สัดส่วนรายได้ตามช่องทางการจัดจำหน่าย



ในไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 สัดส่วนรายได้ช่องทางร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57, ห้างสรรพสินค้า (Department Store) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15, ร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26 (จากร้อยละ 18 ในปีก่อนหน้า) และช่องทางอื่น ๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2

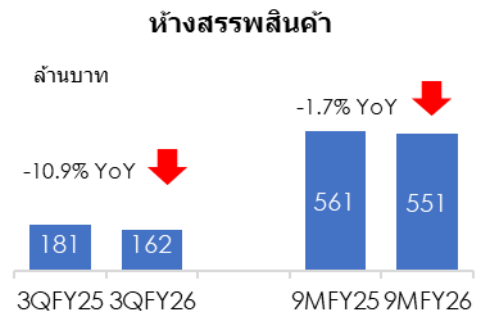
■ ร้านค้าปลีกของตนเอง

รายได้จากการขายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกของตนเอง สำหรับไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 มีรายได้ 631 ล้านบาท ลดลง 39 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.9 ดีขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าที่ ลดลงร้อยละ 7.2 งวด 9 เดือน มีรายได้ 1,936 ล้านบาท ลดลง 160 ล้านบาทหรือร้อยละ 7.6



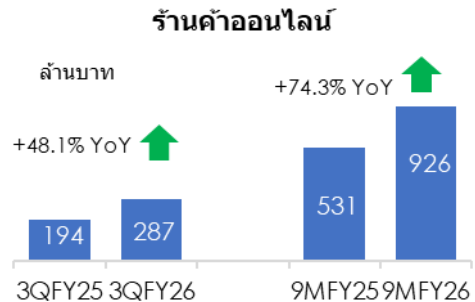
■ ห้างสรรพสินค้า

รายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้า สำหรับไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 มีรายได้ 162 ล้านบาท ลดลง 20 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.9 จากภาวะเศรษฐกิจ และกำลังซื้อ เป็นผลให้ งวด 9 เดือน มีรายได้ 551 ล้านบาท ลดลง 9 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.7



■ ร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce)

รายได้จากการขายสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ สำหรับไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 มีรายได้ 287 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 93 ล้านบาทหรือร้อยละ 48.1 ยังคงเติบโตต่อเนื่อง งวด 9 เดือน มีรายได้ 926 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 395 ล้านบาทหรือร้อยละ 74.3



MC GROUP

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 และ 30 มิถุนายน 2568 กลุ่มบริษัท มีจุดจำหน่ายรวม 568 จุด และ 563 จุดตามลำดับ ตามการบริหารพื้นที่ การขายดังนี้

แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	31 มีนาคม 2569	30 มิถุนายน 2568	เพิ่มขึ้น (+) /ลดลง (-) จากไตรมาส 4 ปีบัญชี 68
ร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop)	432	426	+6
ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	130	131	-1
รถ Mobile Unit	6	6	-
รวม	568	563	+5

กำไรขั้นต้น

สำหรับไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรขั้นต้นเป็นจำนวน 706 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36 ล้านบาทหรือร้อยละ 5.4 เมื่อเทียบกับ ช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนจากการขายออนไลน์ สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นที่อยู่ที่ร้อยละ 64.1 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับร้อยละ 62.8 ในช่วง เวลาเดียวกันของปีก่อน จากการบริหารการส่งเสริมการขายต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขายจากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้า

สำหรับงวด 9 เดือน ปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรขั้นต้นเป็นจำนวน 2,216 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 128 ล้านบาทหรือร้อยละ 6.1 เมื่อ เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นที่อยู่ที่ร้อยละ 63.4 ลดลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 64.3 ในช่วงเวลาเดียวกัน ของปีก่อน จากการบริหารช่องทางขาย สินค้า และส่งเสริมการขายต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขายจากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้า

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

สำหรับไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม 488 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนเป็นผลมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น โดยอัตราร้อยละต่อยอดขายอยู่ที่ร้อยละ 44.3 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 41.7 ในช่วงเดียวกันปีก่อน เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนค่าใช้จ่ายในส่วนออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น

สำหรับงวด 9 เดือน ปีบัญชี 2569 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม 1,478 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 128 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.5 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยหากเทียบอัตราร้อยละ ต่อยอดขายอยู่ที่ร้อยละ 42.3 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 41.6 ในช่วงเดียวกัน ปีก่อนหน้าเป็นผลจากสัดส่วนยอดขายออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้น

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA)

สำหรับไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) เท่ากับ 342 ล้านบาท ลดลง 7 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.9 โดยมีอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA margin) ร้อยละ 30.7 ของรายได้ ลดลง เมื่อเทียบกับร้อยละ 32.1 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

สำหรับงวด 9 เดือน ปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) เท่ากับ 1,090 ล้านบาท ลดลง 6 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.5 โดยมีอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA margin) ร้อยละ 30.9 ของรายได้ ลดลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 33.3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

MC GROUP

กำไรสุทธิ

สำหรับไตรมาส 3 ปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรสุทธิ 176 ล้านบาท หากเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จะมีกำไรสุทธิลดลง 12 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.5 โดยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 15.8 ลดลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 17.3 ในปีที่ผ่านมา เป็นผลจากสัดส่วนยอดขายออนไลน์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วทำให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายผันแปรเพิ่มสูงขึ้นเมื่อมารวมกับค่าใช้จ่ายออฟไลน์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ทำให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทมีการบริหาร อัตรากำไรขั้นต้นให้เหมาะสมตามช่องทาง และยังคงนโยบายควบคุมค่าใช้จ่ายส่วนอื่นๆ

สำหรับงวด 9 เดือน ปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรสุทธิ 595 ล้านบาท หากเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จะมีกำไรสุทธิลดลง 30 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.9 โดยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 16.9 ลดลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 19.0 ในปีที่ผ่านมา เป็นผลจากการกระตุ้นยอดขายต่อเนื่องในภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวช้า และการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนรายจ่ายข้างต้น ทั้งนี้บริษัทยังคงนโยบายควบคุมรายจ่าย

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน

(ล้านบาท)	31 มีนาคม 2569	30 มิถุนายน 2568	เปลี่ยนแปลง
เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น	1,903	1,984	-4%
ลูกหนี้การค้า	204	207	-1%
สินค้าคงคลัง	1,087	1,109	-2%
สินทรัพย์สิทธิการเช่า	1,157	1,105	5%
สินทรัพย์อื่น	1,121	1,095	2%
รวมสินทรัพย์	5,472	5,500	-1%
เจ้าหนี้การค้า	260	209	25%
หนี้สินที่มีภาวะดอกเบี้ย	0	0	0%
หนี้สินตามสัญญาเช่า	1,205	1,142	6%
หนี้สินอื่น	432	431	0%
รวมหนี้สิน	1,897	1,782	6%
ส่วนของบริษัทใหญ่	3,574	3,717	-4%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	1	1	0%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	3,575	3,718	-4%

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 5,472 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2568 ที่มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 5,500 ล้านบาท ลดลง 28 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจาก

- เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้นลดลง 81 ล้านบาท จากเดิม 1,984 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2568 เป็น 1,903 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 โดยมาจากการลดลงของ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 195 ล้านบาท หักลบกับการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น 114 ล้านบาท
- สินทรัพย์สิทธิการเช่าเพิ่มขึ้น 52 ล้านบาท จากเดิม 1,105 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2568 เป็น 1,157 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569

MC GROUP

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 1,897 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2568 ที่มีหนี้สินรวม 1,782 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 115 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 90 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3,575 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2568 ที่มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3,718 ล้านบาท ลดลง 142 ล้านบาท จากผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น 595 ล้านบาท หักลบกับเงินปันผลจ่าย 737 ล้านบาท

สภาพคล่อง

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราวรวม 1,903 ล้านบาท ลดลง 81 ล้านบาท จากวันที่ 30 มิถุนายน 2568 โดยมีสาเหตุมาจาก

- เงินสดได้มาจากการกิจกรรมดำเนินงาน 881 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากกำไรก่อนภาษีเงินได้ 740 ล้านบาท
- กระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปจากกิจกรรมลงทุน 80 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากเงินสดจ่ายซื้ออาคารที่ดินและอุปกรณ์ 76 ล้านบาท
- กระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน 883 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจาก เงินสดจ่ายเงินปันผล 737 ล้านบาทและเงินสดจ่ายชำระหนี้ตามสัญญาเช่าการเงิน 114 ล้านบาท

ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

		สำหรับงวดสิ้นสุด	
		31 มีนาคม 2569	30 มิถุนายน 2568
อัตราส่วนสภาพคล่อง			
อัตราส่วนสภาพคล่อง*	เท่า	3.6	3.9
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	19	18
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	256	289
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	54	47
Cash cycle	วัน	221	260
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Annualized)	%	17.4	17.4
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Annualized)	%	20.3	20.4
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.5	0.5

* หากไม่รวมส่วนหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี อัตราส่วนสภาพคล่องจะเป็น 5.5 และ 6.2 เท่า สำหรับ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 และ 30 มิถุนายน 2568 ตามลำดับ

MC GROUP

พัฒนาการและแนวโน้มการเติบโตในอนาคต

สำหรับปีบัญชี 2569 บริษัท มีเป้าหมายเติบโตโดยยอดขาย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ส่วนช่องทางออฟไลน์ เน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ โดยใช้ประสบการณ์และทรัพยากรที่เพียบพร้อมจากรากฐานอันยาวนานกว่า 50 ปี อันประกอบด้วย จุดขายที่ครอบคลุมทั้ง ออนไลน์ และ ออฟไลน์, มีโรงงานผลิตสินค้าที่มีความชำนาญการ และมีศูนย์กระจายสินค้าของตัวเอง ทั้งนี้ บริษัท มีการศึกษา พัฒนาแผนงาน สำหรับช่องทางอื่นอย่างต่อเนื่องเช่น การขยายช่องทางไปต่างประเทศ และการซื้อขาย ควบรวมกิจการ รวมถึงการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีความพร้อมและความคล่องตัวและสามารถทำทันทีเมื่อมีความมั่นใจ

ในส่วนแผนงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย บริษัทมีแผนเติบโตในช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงแผนการลงทุนขยายร้านค้าปลีกของตัวเอง ปรับปรุงจุดขายเดิมอย่างต่อเนื่องและปิดจุดขายที่ทำกำไรต่ำ

ภาพรวมพัฒนาการด้านความยั่งยืน

บริษัท มุ่งมั่นในการบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินงานหลัก ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลและการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เช่น ISO9001 สำหรับการจัดการคุณภาพ และ ISO/IEC 27001:2022 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล เป็นรายแรกของธุรกิจรีเทลสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ในประเทศไทย รวมถึงการได้รับผลการประเมิน SET ESG Ratings ปี 2568 ในระดับสูงสุด “AAA” เป็นปีที่ 2 ต่อเนื่อง จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้รับรางวัล Commended Sustainability Awards ในกลุ่มรางวัล Sustainability Excellence จากงาน SET Awards 2025 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับการประเมินคุณภาพการจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น “AGM Checklist 2568” ด้วยคะแนนสูงสุด 100 คะแนนเต็ม ที่ระดับ “ดีเยี่ยมสมควรเป็นตัวอย่าง” โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย และบริษัทฯ ยังได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ (CGR) ปี 2568 ในระดับ “ดีเลิศ” เป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะลดการปล่อยคาร์บอนผ่านการลงทุนในโครงการประหยัดพลังงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทได้เริ่มดำเนินโครงการ Solar Rooftop ที่อาคารสำนักงานใหญ่ ที่คลังสินค้าใหม่ (Mc Fulfillment Center) รวมทั้งที่ร้านสาขา Mc Outlet อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดและเป็นการประหยัดค่าไฟฟ้า ซึ่งให้ผลลัพธ์ในการลดค่าใช้จ่ายได้เป็นที่น่าพอใจ

นอกจากนี้ บริษัทยังใส่ใจในการเลือกใช้วัสดุที่ยั่งยืนเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ปลูกฝังจิตสำนึกด้าน ESG โดยทำโครงการแยกขยะในสำนักงาน รณรงค์การประหยัดน้ำ ไฟ กระดาษ รวมถึงจัดทำโครงการ “No Bag Campaign” ยกเลิกการให้บริการถุงพลาสติก และเปลี่ยนเป็นถุงกระดาษเพื่อใส่สินค้าแทน นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้อุปกรณ์และวัสดุรักษ์โลกในสินค้าบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และร่วมมือกับ SC Grand คู่ค้าในการพัฒนาเสื้อยืดจากเศษผ้าที่เหลือจากการผลิต นำกลับมารีไซเคิลสร้างคุณค่าใหม่ สามารถสวมใส่ได้สบาย มีคุณภาพดี ราคาเป็นมิตร พร้อมจำหน่ายใน Mc Outlet รวมทั้งบริษัทได้เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์สินค้าจากพลาสติกแบบเดิมไปเป็นพลาสติกรีไซเคิล ที่สามารถย่อยสลายได้ง่ายและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญด้านสิทธิมนุษยชนและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเน้นที่สวัสดิการของพนักงาน โครงการพัฒนาชุมชนและสร้างการมีส่วนร่วมและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าและผลตอบแทนอย่างยั่งยืน

ขอแสดงความนับถือ



นายวิรัช เสรีภาณุ
กรรมการ