

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงานบัญชี 2569 (1 กรกฎาคม 2568 – 30 มิถุนายน 2569)

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ขอสรุปผลการดำเนินงาน สำหรับปีบัญชี 2569 (1 กรกฎาคม 2568 – 30 มิถุนายน 2569) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภาพรวมเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ในไตรมาส 4 ของปีบัญชี 2569 (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 2569) ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่ที่ระดับ 50.2 ในเดือนมิถุนายน เพิ่มขึ้นจากระดับ 45.5 ในเดือนมีนาคม เป็นผลมาจากมาตรการของภาครัฐที่ช่วยบรรเทาค่าครองชีพ กระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย สถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่เริ่มผ่อนคลาย รวมไปถึงต้นทุนการผลิตและขนส่งที่ปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม ภาระหนี้ครัวเรือนและภาคธุรกิจที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลาง รวมไปถึง มาตรการภาษีของสหรัฐอเมริกา เป็นปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

ภาพรวมผลดำเนินงานปีบัญชี 2569

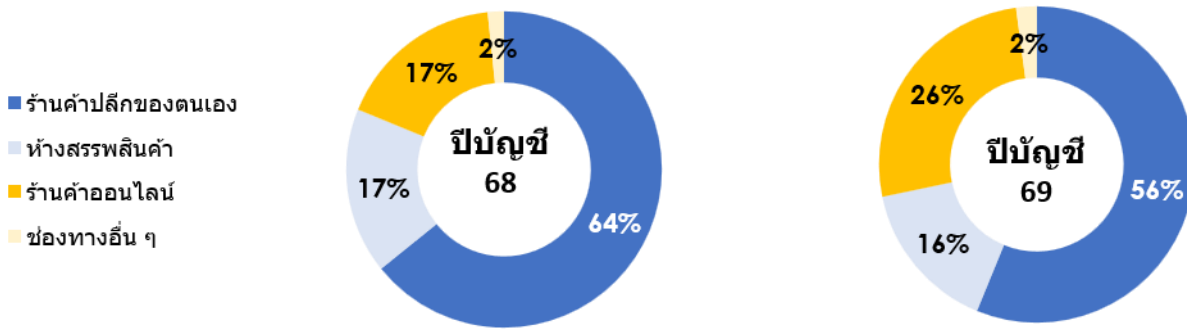
หน่วย : ล้านบาท	ปีบัญชี 69 (ก.ค. 68 - มิ.ย. 69)	ปีบัญชี 68 (ก.ค. 67 - มิ.ย. 68)	เปลี่ยนแปลง
รายได้จากการขาย	4,402	4,152	6.0%
กำไรขั้นต้น	2,810	2,655	5.8%
อัตรากำไรขั้นต้น	63.8%	63.9%	-0.1%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,944	1,760	10.4%
%ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	44.2%	42.4%	1.8%
รายได้อื่นๆ	49	70	-30.3%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา	1,339	1,376	-2.7%
%กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา	30.1%	32.6%	-2.5%
กำไรสุทธิ	701	760	-7.8%
%กำไรสุทธิ	15.7%	18.0%	-2.3%

รายได้

สำหรับปีบัญชี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้ารวม 4,402 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 250 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.0 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากการเติบโตต่อเนื่องของรายได้จากช่องทางออนไลน์และการรักษาสถานลูกค้าออฟไลน์ในสถานะที่มีความไม่แน่นอนในสภาพเศรษฐกิจ ภาวะสงคราม การเมือง และสถานการณ์โลก ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ทำให้ผู้บริโภคออกไปใช้สอยนอกบ้านน้อยลง

MC GROUP

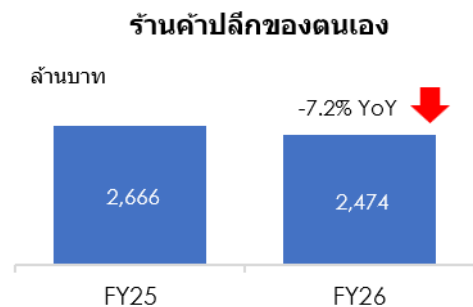
สัดส่วนรายได้ตามช่องทางการจัดจำหน่าย



ปีบัญชี 2569 สัดส่วนรายได้ช่องทางร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56, ห้างสรรพสินค้า (Department Store) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16, ร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26 (จากร้อยละ 17 ในปีก่อนหน้า) และช่องทางอื่น ๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2

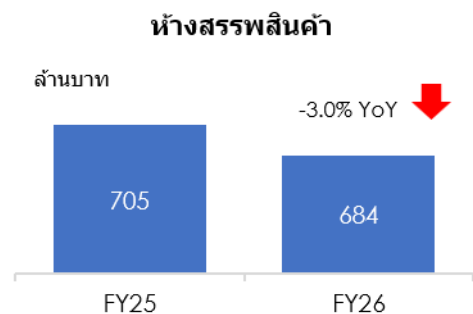
■ ร้านค้าปลีกของตนเอง

รายได้จากการขายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกของตนเอง สำหรับปีบัญชี 2569 มีรายได้ 2,474 ล้านบาท ลดลง 192 ล้านบาทหรือร้อยละ 7.2 จากภาวะเศรษฐกิจ และกำลังซื้อ



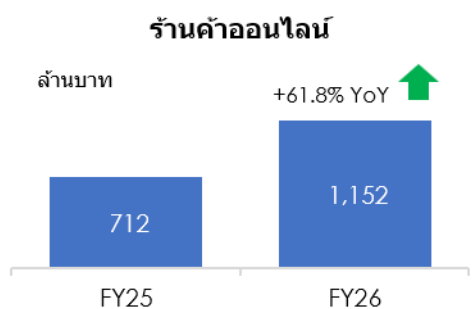
■ ห้างสรรพสินค้า

รายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้า สำหรับปีบัญชี 2569 มีรายได้ 684 ล้านบาท ลดลง 21 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.0 จากภาวะเศรษฐกิจ และกำลังซื้อ



■ ร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce)

รายได้จากการขายสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ สำหรับปีบัญชี 2569 มีรายได้ 1,152 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 440 ล้านบาทหรือร้อยละ 61.8 จากการเปลี่ยนพฤติกรรมของ ลูกค้าและการเติบโตของแพลตฟอร์มออนไลน์



MC GROUP

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ 30 มิถุนายน 2568 กลุ่มบริษัท มีจุดจำหน่ายรวม 567 จุด และ 563 จุดตามลำดับ ตามการบริหารพื้นที่การขายดังนี้

แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	30 มิถุนายน 2569	30 มิถุนายน 2568	เพิ่มขึ้น (+) /ลดลง (-) จากไตรมาส 4 ปีบัญชี 68
ร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop)	433	426	+7
ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	129	131	-2
รถ Mobile Unit	5	6	-1
รวม	567	563	+4

กำไรขั้นต้น

สำหรับปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรขั้นต้น 2,810 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 155 ล้านบาทหรือร้อยละ 5.8 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นที่อยู่ร้อยละ 63.8 ใกล้เคียงกับร้อยละ 63.9 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากการบริหารช่องทางขายสินค้า และส่งเสริมการขายต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขายจากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้า

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

สำหรับปีบัญชี 2569 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม 1,944 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 184 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.4 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยหากเทียบอัตราร้อยละ ต่อยอดขายอยู่ที่ร้อยละ 44.2 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 42.4 ในช่วงเดียวกันปีก่อนหน้า เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายของช่องทางออนไลน์และการปรับขึ้นค่าบริการของแพลตฟอร์มต่างๆ

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA)

สำหรับปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) เท่ากับ 1,339 ล้านบาท ลดลง 37 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.7 โดยมีอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA margin) ร้อยละ 30.1 ของรายได้ ลดลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 32.6 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

กำไรสุทธิ

สำหรับปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรสุทธิ 701 ล้านบาท หากเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จะมีกำไรสุทธิลดลง 59 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.8 โดยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 15.7 ลดลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 18.0 ในปีที่ผ่านมา เป็นผลจากการกระตุ้นยอดขายต่อเนื่องในภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้า และการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนรายได้และรายจ่ายข้างต้น ทั้งนี้บริษัทยังคงนโยบายควบคุมรายจ่าย

MC GROUP

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน

(ล้านบาท)	30 มิถุนายน 2569	30 มิถุนายน 2568	เปลี่ยนแปลง
เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น	1,983	1,984	0%
ลูกหนี้การค้า	179	207	-14%
สินค้าคงคลัง	1,053	1,109	-5%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	1,148	1,105	4%
สินทรัพย์อื่น	1,152	1,095	5%
รวมสินทรัพย์	5,516	5,500	0%
เจ้าหนี้การค้า	211	209	1%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	0	0	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	1,199	1,142	5%
หนี้สินอื่น	410	431	-5%
รวมหนี้สิน	1,820	1,782	2%
ส่วนของบริษัทใหญ่	3,695	3,717	-1%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	1	1	0%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	3,696	3,718	-1%

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 5,516 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2568 ที่มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 5,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจาก

- สินทรัพย์สิทธิการใช้เพิ่มขึ้น 43 ล้านบาท จากเดิม 1,105 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2568 เป็น 1,148 ล้านบาท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569
- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพิ่มขึ้น 36 ล้านบาท จากเดิม 633 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2568 เป็น 669 ล้านบาท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569
- สินค้าคงเหลือลดลง 56 ล้านบาท จากเดิม 1,109 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2568 เป็น 1,053 ล้านบาท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นลดลง 28 ล้านบาท จากเดิม 207 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2568 เป็น 179 ล้านบาท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 1,820 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2568 ที่มีหนี้สินรวม 1,782 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจาก หนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้น 56 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3,696 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2568 ที่มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3,718 ล้านบาท ลดลง 22 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น 701 ล้านบาท หักลบกับเงินปันผลจ่าย 737 ล้านบาท

สภาพคล่อง

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราวรวม 1,983 ล้านบาท ลดลง 1 ล้านบาท จากวันที่ 30 มิถุนายน 2568 โดยมีสาเหตุมาจาก

- เงินสดได้มาจากการกิจกรรมดำเนินงาน 1,065 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากกำไรก่อนภาษีเงินได้ 871 ล้านบาท
- กระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปจากกิจกรรมลงทุน 123 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากเงินสดจ่ายซื้ออาคารที่ดินและอุปกรณ์ 124 ล้านบาท
- กระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน 943 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจาก เงินสดจ่ายเงินปันผล 737 ล้านบาทและ เงินสดจ่ายชำระหนี้ตามสัญญาเช่าการเงิน 162 ล้านบาท

ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

		สำหรับงวดสิ้นสุด	
		30 มิถุนายน 2569	30 มิถุนายน 2568
อัตราส่วนสภาพคล่อง			
อัตราส่วนสภาพคล่อง*	เท่า	3.9	3.9
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	16	18
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	248	289
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	48	47
Cash cycle	วัน	216	260
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Annualized)	%	16.6	17.4
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Annualized)	%	18.9	20.4
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.5	0.5

* หากไม่รวมส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี อัตราส่วนสภาพคล่องจะเป็น 6.3 และ 6.2 เท่า สำหรับ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 และ 30 มิถุนายน 2568 ตามลำดับ

พัฒนาการและแนวโน้มการเติบโตในอนาคต

สำหรับปีบัญชี 2570 บริษัท มีเป้าหมายเติบโตโดยยอดขาย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ส่วนช่องทางออฟไลน์ เน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ โดยใช้ประสบการณ์และ ทรัพยากรที่เพียบพร้อมจากรากฐานอันยาวนานกว่า 50 ปี อันประกอบด้วย จุดขายที่ครอบคลุมทั้ง ออนไลน์ และ ออฟไลน์, มีโรงงานผลิตสินค้าที่มีความชำนาญการ และมีศูนย์กระจายสินค้าของตัวเอง และมีแผนการขยายเพิ่มในอนาคต ทั้งนี้ บริษัท มีการศึกษา พัฒนาแผนงาน สำหรับช่องทางอื่นอย่างต่อเนื่องเช่น การขยายช่องทางไปต่างประเทศ และการซื้อขาย ควรรวมกิจการ รวมถึงการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีความพร้อมและความคล่องตัวและสามารถทำทันทีเมื่อมีความมั่นใจ

ในส่วนแผนงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย บริษัทมีแผนเติบโตในช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงแผนการลงทุนขยายร้านค้าปลีกของตัวเอง ปรับปรุงจุดขายเดิมอย่างต่อเนื่องและปิดจุดขายที่ทำกำไรต่ำ

ภาพรวมพัฒนาการด้านความยั่งยืน

บริษัท มุ่งมั่นในการบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินงานหลัก ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลและการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เช่น ISO 9001 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

ในด้านการกำกับดูแลกิจการ บริษัทได้รับผลการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) ประจำปี 2568 ด้วยคะแนนเต็ม 100 คะแนน ในระดับ “ดีเยี่ยมสมควรเป็นตัวอย่าง” จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย และได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (CGR) ประจำปี 2568 ในระดับ “ดีเลิศ” เป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

ในด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้พลังงานและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยมีการติดตามประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ และความคืบหน้าของการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเดินหน้านำลงทุนในโครงการ Solar Rooftop ณ อาคารสำนักงานใหญ่ Mc Fulfillment Center และร้าน Mc Outlet เพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาด ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดค่าใช้จ่ายด้านไฟฟ้าของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยเพิ่มการใช้อุปกรณ์และวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาเสื้อยืดที่นำเศษผ้าจากกระบวนการผลิตกลับมารีไซเคิลเป็นวัตถุดิบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและลดของเสียจากกระบวนการผลิต นอกจากนี้ บริษัทได้ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์สินค้าเป็นพลาสติกรีไซเคิล และนำระบบกล่องกระดาษหมุนเวียน (Returnable Carton) มาใช้ในการขนส่งสินค้าระหว่างคลังสินค้าและร้านสาขา เพื่อลดการใช้บรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียวและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร

นอกจากนี้ บริษัทยังคงส่งเสริมจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ผ่านการคัดแยกขยะ การรณรงค์ลดการใช้น้ำ ไฟฟ้า และกระดาษ ตลอดจนโครงการ “No Bag Campaign” เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก สำหรับมิติด้านสังคม บริษัทให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชน การดูแลและพัฒนาพนักงาน การมีส่วนร่วมกับชุมชน ตลอดจนการรับฟังและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจและสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ขอแสดงความนับถือ



นายวิรัช เสรีภาณุ
กรรมการ