MC GROUP

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570 (1 กรกฎาคม – 30 กันยายน 2569)

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ("บริษัท") ขอสรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570 (1 กรกฎาคม – 30 กันยายน 2569) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภาพรวมเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ในไตรมาส 1 ของปีบัญชี 2570 (1 ก.ค. – 30 ก.ย. 2569) ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค อยู่ที่ระดับ 48.9 ในเดือนกันยายน ลดลงจากระดับ 50.2 ในเดือนมิถุนายน เป็นผลมาจาก ความกังวลต่อสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐกับอิหร่าน ที่ยังคงสร้างความเสี่ยงต่อราคาน้ำมันดิบและเส้นทางเดินเรือที่สำคัญ รวมไปถึงความกังวลต่อสถานการณ์น้ำท่วมในหลายพื้นที่ อย่างไรก็ตาม มาตรการของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการไทยช่วยไทยพลัส ซึ่งช่วยลดภาระค่าครองชีพของประชาชน รวมไปถึงช่วยเหลือผู้ค้ารายย่อยให้สามารถประกอบอาชีพได้อย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยบวกที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

ภาพรวมผลดำเนินงานในไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570

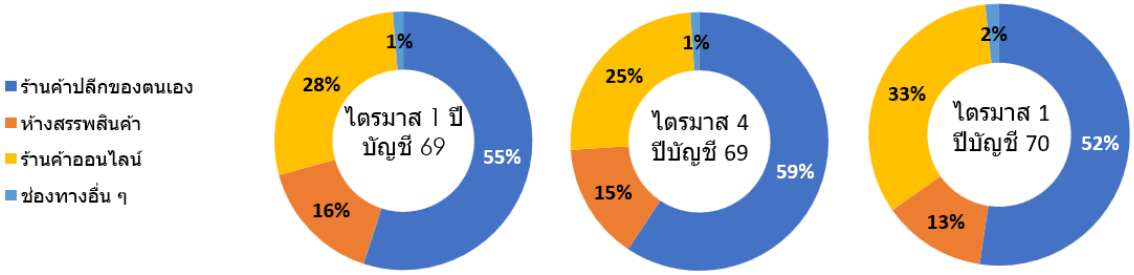
หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาส 1/69 (ก.ค. - ก.ย.68)	ไตรมาส 4/69 (เม.ย. - มิ.ย. 69)	ไตรมาส 1/70 (ก.ค. - ก.ย. 69)	เปลี่ยนแปลง YoY	เปลี่ยนแปลง QoQ
รายได้จากการขาย	901	906	963	6.8%	6.2%
กำไรขั้นต้น	581	594	636	9.6%	7.1%
อัตรากำไรขั้นต้น	64.4%	65.6%	66.1%	1.7%	0.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	431	465	476	10.5%	2.3%
%ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	47.8%	51.4%	49.5%	1.6%	-1.9%
รายได้อื่นๆ	13	14	9	-25.3%	-33.3%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา	265	249	281	6.2%	13.1%
%กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา	29.0%	27.0%	28.9%	-0.1%	1.9%
กำไรสุทธิ	123	106	125	1.9%	18.0%
%กำไรสุทธิ	13.4%	11.5%	12.8%	-0.6%	1.3%

รายได้

สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้ารวม 963 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนเพิ่มขึ้น 62 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.8 เป็นผลจากการเติบโตต่อเนื่องของรายได้จากช่องทางออนไลน์และการรักษาฐานลูกค้าออฟไลน์ในสภาวะที่มีความไม่แน่นอนในสภาพเศรษฐกิจ ภาวะสงคราม การเมือง และสถานการณ์โลก ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ทำให้ผู้บริโภคออกไปใช้สอยนอกบ้านน้อยลง

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า เพิ่มขึ้น 57 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.2 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากการเติบโตต่อเนื่องของรายได้จากช่องทางออนไลน์และการรักษาฐานลูกค้าออฟไลน์ในสภาวะที่มีความไม่แน่นอนในสภาพเศรษฐกิจ ภาวะสงคราม การเมือง และสถานการณ์โลก ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ทำให้ผู้บริโภคออกไปใช้สอยนอกบ้านน้อยลงเช่นกัน

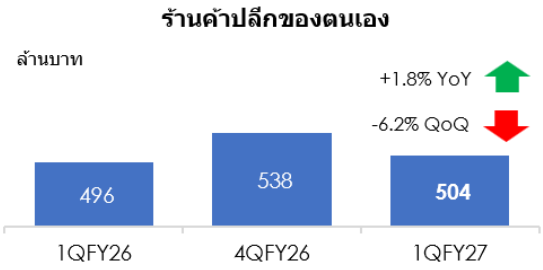
สัดส่วนรายได้ตามช่องทางการจัดจำหน่าย



สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570 สัดส่วนรายได้ช่องทางร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52, ห้างสรรพสินค้า (Department Store) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13, ร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33 และช่องทางอื่น ๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2

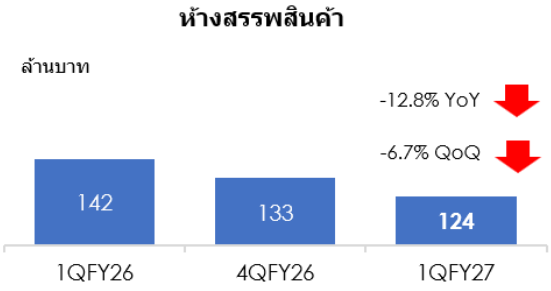
- ร้านค้าปลีกของตนเอง

  รายได้จากการขายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกของตนเอง สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570 มีรายได้ 504 ล้านบาท โดยเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนเพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.8 และหากเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าลดลง 33 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.2



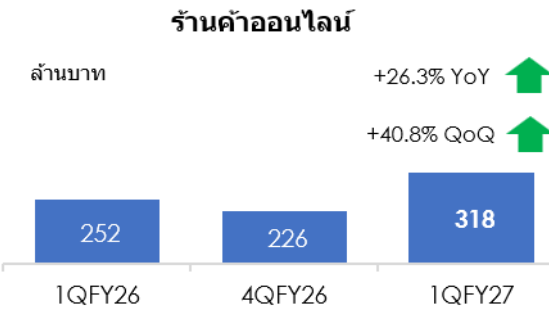
- ห้างสรรพสินค้า

  รายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้า สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570 มีรายได้ 124 ล้านบาท โดยเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนลดลง 18 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.8 และหากเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าลดลง 9 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.7



- ร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce)

  รายได้จากการขายสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570 มีรายได้ 318 ล้านบาท โดยเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนเพิ่มขึ้น 66 ล้านบาท หรือร้อยละ 26.3 และหากเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าเพิ่มขึ้น 92 ล้านบาท หรือร้อยละ 40.9



ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 และ 30 มิถุนายน 2569 บริษัท มีจุดจำหน่ายรวม 572 จุด และ 567 จุดตามลำดับ ตามการบริหารพื้นที่การขายดังนี้

แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	30 กันยายน 2569	30 มิถุนายน 2569	เพิ่มขึ้น (+) /ลดลง (-) จากไตรมาส 4 ปีบัญชี 69
ร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop)	435	433	+2
ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	128	129	-1
รถ Mobile Unit	9	5	+4
รวม	**572**	**567**	**+5**

กำไรขั้นต้น

สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570 บริษัทมีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 636 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 66.1 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 56 ล้านบาท โดยอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับร้อยละ 64.4 ในปีที่ผ่านมา จากการบริหารการส่งเสริมการขาย และการจัดสรรสินค้าตามช่องทางจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 42 ล้านบาท โดยอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับร้อยละ 65.6 ในไตรมาสก่อนหน้า จากการบริหารการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2569 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม 476 ล้านบาท โดยมีอัตราร้อยละต่อยอดขายอยู่ที่ร้อยละ 49.5

เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เพิ่มขึ้น 45 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.5 โดยอัตราร้อยละต่อยอดขายเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 47.8 จากการปรับราคาขึ้นของรายจ่ายช่องทางออนไลน์ โดยบริษัทยังคงควบคุมการใช้จ่ายอย่างมีวินัยและต่อเนื่อง

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เพิ่มขึ้น 11 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 โดยอัตราร้อยละต่อยอดขายลดลงจากร้อยละ 51.4 เป็นผลจากการควบคุมการใช้จ่ายอย่างมีวินัยและต่อเนื่องเช่นกัน

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA)

สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2569 บริษัทมีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) เท่ากับ 281 ล้านบาท โดยมีอัตราร้อยละต่อยอดขายอยู่ที่ร้อยละ 28.9 ของรายได้รวม

เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา เพิ่มขึ้น 16 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.2

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา เพิ่มขึ้น 33 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.1 โดยมีอัตราร้อยละต่อยอดขาย เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.0

กำไรสุทธิ

สำหรับไตรมาส 1 ปีบัญชี 2570 บริษัทมีกำไรสุทธิ 125 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 12.8
เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.9 โดยอัตรากำไรสุทธิลดลงจากร้อยละ 13.4
เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 19 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.0 โดยอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11.5

<u>การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน</u>

งบแสดงฐานะการเงิน

(ล้านบาท)	30 กันยายน 2569	30 มิถุนายน 2569	เปลี่ยนแปลง
เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น	2,086	1,983	5%
ลูกหนี้การค้า	190	179	6%
สินค้าคงคลัง	1,246	1,053	18%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	1,142	1,148	0%
สินทรัพย์อื่น	1,153	1,152	0%
รวมสินทรัพย์	**5,817**	**5,516**	**5%**
เจ้าหนี้การค้า	420	211	99%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	0	0	0%
หนี้สินตามสัญญาเช่า	1,199	1,199	0%
หนี้สินอื่น	379	410	-8%
รวมหนี้สิน	**1,997**	**1,820**	**10%**
ส่วนของบริษัทใหญ่	3,819	3,695	3%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	1	1	0%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	**3,819**	**3,696**	**3%**

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 5,817 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 หรือ 301 ล้านบาท จาก 30 มิถุนายน 2569 มีสาเหตุหลักมาจาก

- สินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น 193 ล้านบาท จากเดิม 1,053 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2569 เป็น 1,246 ล้านบาท ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เพื่อเตรียมการขายสำหรับฤดูกาลขายที่จะมาถึง
- เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้นเพิ่มขึ้น 103 ล้านบาท จากเดิม 1,983 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2569 เป็น 2,086 ล้านบาท ณ วันที่ 30 กันยายน 2569

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 1,997 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ที่มีหนี้สินรวม 1,820 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 178 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น 209 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3,819 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ที่มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3,696 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 123 ล้านบาท โดยหลักจากผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น 125 ล้านบาท

สภาพคล่อง

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราวรวม 2,086 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 103 ล้านบาท จากวันที่ 30 มิถุนายน 2569 โดยมีสาเหตุมาจาก

- เงินสดได้มาจากการกิจกรรมดำเนินงาน 193 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากกำไรก่อนภาษีเงินได้ 125 ล้านบาท
- กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมลงทุน 34 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากเงินสดจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ 27 ล้านบาท
- กระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน 56 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจาก เงินสดจ่ายชำระหนี้ตามสัญญาเช่าการเงิน 43 ล้านบาท

ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

		สำหรับงวดสิ้นสุด	
		30 กันยายน 2569	30 มิถุนายน 2569
<u>อัตราส่วนสภาพคล่อง</u>			
อัตราส่วนสภาพคล่อง*	เท่า	3.5	3.9
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	17	16
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	285	248
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	86	48
Cash cycle	วัน	216	216
<u>อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน</u>			
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Annualized)	%	16.0	16.6
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Annualized)	%	18.4	18.9
<u>อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน</u>			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.5	0.5

* หากไม่รวมส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี อัตราส่วนสภาพคล่องจะเป็น 5.1 และ 6.3 เท่า สำหรับ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 และ 30 มิถุนายน 2569 ตามลำดับ

<u>พัฒนาการและแนวโน้มการเติบโตในอนาคต</u>

สำหรับปีบัญชี 2570 บริษัท มีเป้าหมายเติบโตทั้งยอดขายและกำไรในทุกช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยใช้ประสบการณ์และ ทรัพยากรที่เพียบพร้อมจากรากฐานอันยาวนานกว่า 50 ปี อันประกอบด้วย จุดขายที่ครอบคลุมทั้งออนไลน์และออฟไลน์, มีโรงงานผลิตสินค้าที่มีความชำนาญการ และ มีศูนย์กระจายสินค้าของตัวเองเพื่อกระจายสินค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยบริษัทยังมีแผนการขยายศูนย์กระจายสินค้าเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต ทั้งนี้ บริษัทมีการศึกษา พัฒนาแผนงาน สำหรับช่องทางอื่นอย่างต่อเนื่อง เช่น การขยายช่องทางไปต่างประเทศ และการซื้อขาย ควบรวมกิจการ รวมถึงการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน โดยมีความพร้อมและความคล่องตัวและสามารถทำทันทีเมื่อมีความมั่นใจ

ในส่วนแผนงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย บริษัทมีแผนเติบโตในช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงแผนการลงทุนขยายร้านค้าปลีกของตัวเอง ปรับปรุงจุดขายเดิมอย่างต่อเนื่องและปิดจุดขายที่ทำกำไรต่ำ

ภาพรวมพัฒนาการด้านความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นในการบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินงานหลัก 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

ในด้านการกำกับดูแลกิจการ บริษัทได้รับผลการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) ประจำปี 2568 ด้วยคะแนนเต็ม 100 คะแนน ในระดับ “ดีเยี่ยมสมควรเป็นตัวอย่าง” จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย และได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (CGR) ประจำปี 2569 ในระดับ “ดีเลิศ” เป็นปีที่ 8 ติดต่อกัน จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

ในด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้พลังงานและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยมีการติดตามประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ และความคืบหน้าของการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเดินหน้าลงทุนในโครงการ Solar Rooftop ณ อาคารสำนักงานใหญ่ Mc Fulfilment 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 ตลอดจนการรับฟังและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจและสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ขอแสดงความนับถือ



นายวิรัช เสรีภาณุ
กรรมการ