

2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

อธิบายข้อมูลเพิ่มเติม + Update ข้อมูล ไตรมาส 1 ปี 2556

บมจ. แม็คกรุ๊ป ก่อตั้งเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2555 เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องแต่งกายและไลฟ์สไตล์เป็นผู้บริหารการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง และสินค้าอื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ และเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น โดยมุ่งเน้นการเป็นผู้บริหารตราสินค้า บริหารการขายและการตลาด การออกแบบจัดหาผลิตภัณฑ์ บริหารคลังสินค้าและการกระจายสินค้าสำหรับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2556 บริษัทฯ มีช่องทางทางการจัดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 537 แห่ง แบ่งเป็นสาขาในประเทศไทยทั้งสิ้น 530 แห่ง และอีก 7 แห่งในประเทศสหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

กลุ่มบริษัทฯ เริ่มดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่ปี 2518 จากการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทยีนส์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (OEM) ให้กับผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งต่อมา ได้ริเริ่มผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทยีนส์ด้วยแบรนด์ของตนเอง ชื่อ “แม็ค” หรือ “Mc” ภายใต้คอนเซ็ปต์ “If You Come To Jeans, We Are Mc” โดยมีจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป คือคุณภาพวัตถุดิบและการตัดเย็บที่ดี และการออกแบบให้เหมาะกับสรีระของคนไทย ซึ่งบริษัทฯ ยังคงยึดมั่นในหลักการเดิมเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

ภายใต้วิสัยทัศน์และการบริหารจัดการของนายพิชัย ภัฏจนารักษ์ และนางสาวสุณี เสรีภานุ ทำให้แบรนด์ “Mc” เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จนในปี 2523 บจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบมจ. แม็คกรุ๊ป ได้ถูกก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรากฐานการเติบโตในการดำเนินธุรกิจผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทยีนส์ภายใต้แบรนด์ “Mc” และได้มีการพัฒนาสินค้าและนำเสนอแบรนด์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายได้มากขึ้น ได้แก่ แบรนด์ “McLady” “Bison” “Kangaroo” “McPink” และ “McMini” เป็นต้น ในปัจจุบัน บจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) ผลิตสินค้าเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มบมจ. แม็คกรุ๊ป แต่เพียงแห่งเดียว

จากนโยบายการบริหารงานในเชิงรุกของบริษัทฯ ด้วยการมุ่งเน้นการบริหารช่องทางทางการจัดจำหน่ายเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ และมีหน่วยผลิตที่แข็งแกร่งเป็นฐานความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ การเปิดร้านค้าปลีกของตนเอง ซึ่งเป็นการขายตรงให้กับผู้บริโภคเป็นเงินสด ทำให้สามารถบริหารจัดการความสามารถในการทำกำไรได้ดีกว่า และสามารถบริหารจัดการสินค้าได้ด้วยตนเอง ทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีรูปแบบการบริหารงานที่แตกต่างจากผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปอื่นในอุตสาหกรรม ซึ่งสะท้อนจากการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2555 กลุ่มผู้บริหารของบริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และก่อตั้ง บมจ. แม็คกรุ๊ป (“บริษัทฯ”) เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2555 ในรูปของบริษัทจำกัด เพื่อประกอบธุรกิจค้าปลีกเครื่องแต่งกายและไลฟ์สไตล์เป็นผู้บริหารการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ และเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น และเพื่อลงทุนในบริษัทอื่น ซึ่งต่อมาได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2556 มีทุนจดทะเบียนจำนวน 400 ล้านบาท และทุนเรียกชำระแล้วจำนวน 300 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 600 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

บมจ. แม็คกรุ๊ป เริ่มประกอบธุรกิจเป็นค้าปลีกเครื่องแต่งกายและไลฟ์สไตล์เป็นผู้บริหารการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ตั้งแต่เดือนกันยายน 2555 เป็นต้นมา และได้ปรับโครงสร้างการถือหุ้นภายในกลุ่ม ในเดือนกรกฎาคม 2555 ดังนี้

	ที่เทสโก้โลตัส สาขา
สิงหาคม 2553	- เริ่มดำเนินการผลิตโรงงานแห่งที่ 4 คือโรงงาน PK3 ที่ถนนเฉลิมพระเกียรติ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร
มิถุนายน 2554	- บจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ตามนโยบายส่งเสริมการลงทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำหรับโรงงาน PK1
ธันวาคม 2554	- บจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ตามนโยบายส่งเสริมการลงทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำหรับโรงงาน PK บางปะกง
เมษายน 2555	- บมจ. แม็คกรุ๊ป แต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศสหภาพพม่า
พฤษภาคม 2555	- เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มบริษัทในอนาคต กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการปรับโครงสร้างการประกอบธุรกิจ โดยก่อตั้งบมจ. แม็คกรุ๊ป ด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องแต่งกายและโลตัสได้เป็นผู้บริหารการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ และลงทุนในบริษัทอื่น
มิถุนายน 2555	- บจก. วินเนอร์แมน ถูกก่อตั้งขึ้นด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1 ล้านบาท เพื่อให้บริการและบริหารจัดการพนักงานขายของบมจ. แม็คกรุ๊ป
กรกฎาคม 2555	- บมจ. แม็คกรุ๊ป เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วเป็น 300 ล้านบาท และลงทุนซื้อหุ้นสามัญร้อยละ 99.99 ของบจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) และร้อยละ 99.97 ของบจก. วินเนอร์แมน จากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม
สิงหาคม 2555	- บมจ. แม็คกรุ๊ป จัดตั้ง บจก. แม็ค ยีนส์ แมนูแฟคเจอร์ริง ด้วยทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 1 ล้านบาท ถือหุ้นร้อยละ 99.97 เพื่อเป็นรองรับการขยายกำลังการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป
กันยายน 2555	- บมจ. แม็คกรุ๊ป ปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจโดย บจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) โอนธุรกรรมการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องให้แก่บมจ. แม็คกรุ๊ป และโอนสายการผลิตของโรงงาน PK2 และ PK3 ให้แก่ บจก. แม็ค ยีนส์ แมนูแฟคเจอร์ริง และโอนพนักงานขายทั้งหมดให้แก่บจก. วินเนอร์แมน
ตุลาคม 2555	- บมจ. แม็คกรุ๊ป มีร้านค้าปลีกของตนเอง (free standing shop) ครบ 100 แห่งในประเทศไทย
ธันวาคม 2555	- บมจ. แม็คกรุ๊ป แต่งตั้งตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
มกราคม 2556	- บมจ. แม็คกรุ๊ป จัดตั้ง Mc Inter Limited โดยจดทะเบียนในเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจ และการลงทุนในต่างประเทศในอนาคต
กุมภาพันธ์ 2556	- บมจ. แม็คกรุ๊ป จัดตั้งบจก. ว้าว มี ด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต
มีนาคม 2556	- บมจ. แม็คกรุ๊ป แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ใช้ชื่อว่า บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไปและนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
	- บมจ. แม็คกรุ๊ป บริหารช่องทางการขาย 530 แห่งทั่วประเทศไทย และอีก 7 แห่งในต่างประเทศ

ผ่านตัวแทนการจัดจำหน่าย

การดำเนินธุรกิจในอนาคต

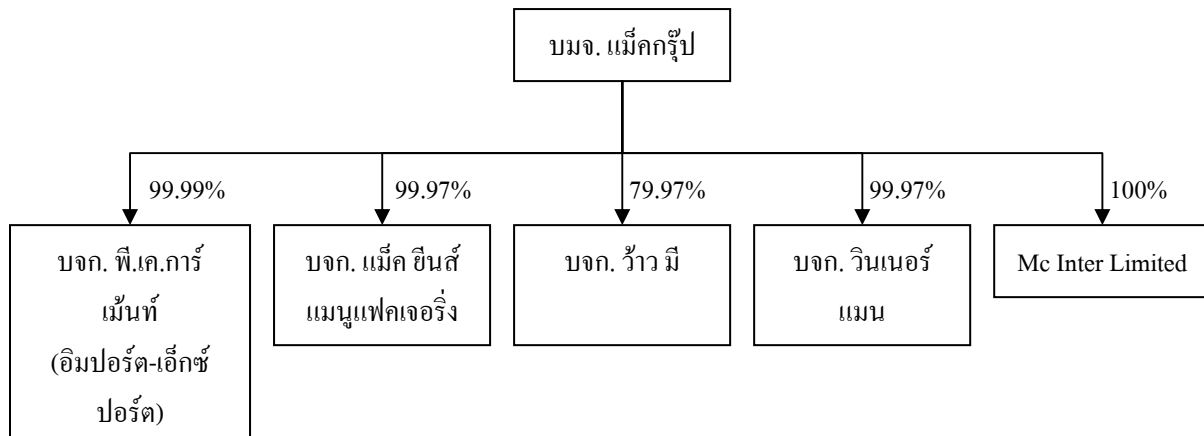
บริษัทมีนโยบายในการจัดหาสินค้าเพื่อขายจากการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Outsource Manufacturers) ไม่ว่าจะเป็นทั้งผู้รับจ้างภายในประเทศและต่างประเทศเป็นหลัก โดยจะทยอยลดกำลังผลิตโรงงานของกลุ่มบริษัทฯลง ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 4 โรงงาน ได้แก่ โรงงาน PK1 โรงงาน PK2 โรงงาน PK3 และ โรงงาน PK บางปะกง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะยังคงมีการผลิตในโรงงานที่บริษัทได้สิทธิประโยชน์ BOI ซึ่งคือ โรงงาน PK1 และ โรงงาน PK บางปะกง โดยในอนาคตจะเน้นผลิตเฉพาะส่วนของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องการความพิถีพิถัน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากศูนย์ออกแบบของบริษัท และเมื่อสามารถพัฒนาต้นแบบได้แล้ว จะจัดหาผู้ผลิตจากภายนอกเพื่อรองรับต่อไป ในส่วนอีก 2 โรงงาน คือ โรงงาน PK 2 และ PK 3 บริษัทฯจะทยอยลดการผลิตลงจนอาจจะปิดสายการผลิตในที่สุด โดยในปี 2556 เริ่มต้นลดการผลิตในโรงงาน PK 2 ซึ่งเป็นโรงงานที่ผลิตเสื้อเชิ้ตและเสื้อยืด ปัจจุบันมีกำลังการผลิตประมาณ 1 ล้านตัวต่อปี และในปี 2557 เริ่มลดการผลิตในโรงงาน PK 3 ซึ่งเป็น โรงงานที่ผลิตกางเกงยีนส์เป็นหลัก ปัจจุบันมีกำลังการผลิตประมาณ 800,000 ตัวต่อปี จากการบริหารจัดการข้างต้น บริษัทฯตั้งเป้าหมายที่จะมีผลทำให้สัดส่วนการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตสินค้าภายนอกในปี 2555 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 31.1 ของรายได้จากการขายรวม เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ ร้อยละ 50 ของรายได้จากการขายรวม ในปี 2557

สำหรับในส่วนของการขายและการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทฯมีแผนที่จะ 1) ขยายสาขาให้ครอบคลุมยิ่งขึ้นและมุ่งเน้นการเปิดร้านค้าปลีกของตนเองเป็นหลัก โดยได้กำหนดแผนธุรกิจที่จะเปิดร้านค้าปลีกของตนเอง (free standing shop) จากที่มีจำนวน 117 แห่งในปี 2555 เพิ่มขึ้นเป็น 153 แห่งภายในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 188 แห่งภายในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 222 แห่งภายในปี 2558 และเพิ่มขึ้นเป็น 253 แห่งภายในปี 2559 2) ขยายมีเครือข่ายค้าปลีกไปในต่างประเทศ ผ่านคู่ค้าซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ที่มีความเชี่ยวชาญในการทำตลาดในแต่ละประเทศ เช่น พม่า และลาว เป็นต้น และมีแผนที่จะขยายตลาดไปยัง อินโดนีเซีย มาเลเซีย และกัมพูชา ในอนาคตอันใกล้ และ 3) ขยายเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ โดยบจก. ว้าว มี ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบมจ. แม็คกรุ๊ป มีแผนที่จะเปิดตัวช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ภายใต้อีเว็บไซต์ www.wowme.co.th เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ลูกค้ารายย่อยอีกทางหนึ่ง โดยจะเป็นการจัดจำหน่ายแบรนด์และสินค้าอื่นด้วย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับพนักงานขาย ซึ่งมีส่วนสำคัญในการผลักดันยอดขายของบริษัทฯให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยพนักงานของบริษัทฯจะได้รับการฝึกอบรมให้มีความเข้าใจในจุดเด่นของสินค้า และสามารถสื่อหรือแนะนำสินค้าให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกัน พนักงานขายยังเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการหรือข้อเสนอแนะของลูกค้า กลับมายังสายการขาย สายแบรนด์และการตลาด และสายการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาธุรกิจใหม่ เพื่อปรับปรุงสินค้าให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯมีแผนที่จะพัฒนาพนักงานขาย โดยจะจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ให้แก่พนักงานขาย (PC Academy) ขึ้นในอนาคต

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบมจ. แม็คกรุ๊ป

โครงสร้างการถือหุ้นของบมจ. แม็คกรุ๊ป และบริษัทย่อย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 31 มีนาคม 2556 เป็นดังนี้



บมจ. แม็คกรุ๊ป ก่อตั้งเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2555 ในรูปบริษัทจำกัด ต่อมาได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2556 ปัจจุบัน บมจ. แม็คกรุ๊ป มีทุนจดทะเบียนจำนวน 400 ล้านบาท และมีทุนชำระแล้ว 300 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 600 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

บมจ. แม็คกรุ๊ป ดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องแต่งกายและไลฟ์สไตล์เป็นผู้บริหารการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง และสินค้าอื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ และเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555-31 มีนาคม 2556 บริษัทฯ มีช่องทาง การจัดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 544-530 แห่งทั่วประเทศไทย แบ่งเป็นร้านค้าปลีกของตนเอง (free standing shop) 132+17 แห่ง และจุดขายในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) จำนวน 394-398 แห่ง และมีช่องทางจัดจำหน่ายรวม 7 แห่งในต่างประเทศ ผ่านตัวแทนการจัดจำหน่าย รวมทั้งช่องทางการจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ ที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ในเดือนมิถุนายน 2556

บมจ. แม็คกรุ๊ป มุ่งเน้นการเป็นผู้บริหารตราสินค้า บริหารการขายและการตลาด การออกแบบ จัดหาผลิตภัณฑ์ บริหารคลังสินค้าและการกระจายสินค้าสำหรับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ โดยปัจจุบัน บมจ. แม็คกรุ๊ป มุ่งเน้นที่จะจัดหาสินค้าจากผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Outsource Manufacturers) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยพิจารณาถึงคุณภาพราคา และความเชื่อมั่นในการส่งมอบสินค้าให้ทันเวลาเป็นหลัก และบมจ. แม็คกรุ๊ป มีคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 2 แห่ง ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่โรงงาน PK1 และ โรงงาน PK3 ด้วยพื้นที่ใช้สอยรวม 40,826.88.115 ตารางเมตร และมีแผนที่จะย้ายสินค้าทั้งหมดไปยังคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าแห่งใหม่ ภายในปี 2557 เพื่อรองรับการเรือข่ายค้าปลีกของบริษัทฯที่เติบโตขึ้นในอนาคต และกำหนดแผนธุรกิจที่จะเปิดศูนย์การออกแบบผลิตภัณฑ์และโชว์รูม (design center) ในปี 2557

ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 31 มีนาคม 2556 บมจ. แม็คกรุ๊ป เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ถือหุ้นบริษัทย่อยทั้งสิ้น 5 แห่ง ได้แก่ ถือหุ้นร้อยละ 99.99 ในบจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) ถือหุ้นร้อยละ 79.97 ในบจก. ว้าว มี ถือหุ้นร้อยละ 100 ใน Mc Inter Limited และถือหุ้นร้อยละ 99.97 ในบจก. แม็ค ยินส์ แมนูแฟคเจอร์ริง และบจก. วินเนอร์แมน โดยการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อย มีรายละเอียดดังนี้

1. บจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต)

บจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2523 ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 250 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท

ในปัจจุบัน บจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) ดำเนินธุรกิจผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ให้แก่ บมจ. แม็คกรุ๊ป แต่เพียงแห่งเดียว โดยมีโรงงานทั้งสิ้น 2 แห่ง ได้แก่ โรงงาน PK1 และ โรงงาน PK บางปะกง มีกำลังการผลิตในปี 2555 รวม

ทั้งสิ้นประมาณ 2.3 ล้านตัวต่อปี และได้รับการส่งเสริมการลงทุน ตามนโยบายส่งเสริมการลงทุนแก้ไขสาขาขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ทั้ง 2 แห่ง

ปัจจุบัน บจก. พี.เค.การ์เมนต์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าทั้งหมดของกลุ่มบมจ. แม็คกรุ๊ป รายละเอียดปรากฏในส่วนที่ 2.5 เรื่อง ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

2. บจก. แม็ค ยีนส์ แมนูแฟกเจอร์ริง

บจก. แม็ค ยีนส์ แมนูแฟกเจอร์ริง ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2555 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 1 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท บจก. แม็ค ยีนส์ แมนูแฟกเจอร์ริง ดำเนินธุรกิจผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ให้แก่ บมจ. แม็คกรุ๊ป โดยมีโรงงานทั้งสิ้น 2 แห่ง มีกำลังผลิตในปี 2555 รวมทั้งสิ้นประมาณ 1.8 ล้านตัวต่อปี ประกอบด้วยโรงงาน PK3 และโรงงาน PK2

3. บจก. ว้าว มี

บจก. ว้าว มี ก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2556 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 1 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัทฯ กับผู้บริหารของบจก. ว้าว มี ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนทางกลยุทธ์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการดำเนินธุรกิจขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 79.97 และผู้บริหารของบจก. ว้าว มี ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 20

บจก. ว้าว มี ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ ภายใต้เครื่องหมายการค้าทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และสินค้าอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคด้วย เช่น เครื่องสำอางค์ และสินค้าด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร เป็นต้น โดยมีนโยบายในการขายภายในระยะเวลาจำกัด ในราคาที่จูงใจ โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ได้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2556 เป็นต้นไป

บมจ.แม็คกรุ๊ป และนางสาวพรทิพย์ วนิชนพรัตน์ ซึ่งเป็นผู้บริหารและผู้ร่วมทุนใน บจก. ว้าว มี (“ผู้ร่วมทุน”) ได้จัดทำสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น (“สัญญาฯ”) ซึ่งมีสาระสำคัญว่า ตลอดเวลาที่ผู้ร่วมทุนถือหุ้นในบจก. ว้าว มีไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม และ/หรือเป็นพนักงานหรือผู้บริหารของบจก. ว้าว มีและบริษัทในเครือ ผู้ร่วมทุนตกลงที่จะไม่ลงทุนหรือดำเนินธุรกิจอื่นที่เหมือนหรือคล้ายกับธุรกิจของบจก. ว้าว มี และธุรกิจที่บจก. ว้าว มีได้ลงทุน เว้นแต่จะเป็นการลงทุนในหุ้นหรือหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในจำนวนที่ไม่มากกว่าร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นหรือหลักทรัพย์ทั้งหมดที่ออกแล้วของบริษัทนั้น และในกรณีที่ผู้ร่วมทุนพ้นสภาพการเป็นพนักงาน บริษัทฯมีสิทธิซื้อหุ้นของบจก.ว้าว มีคืนโดยแจ้งเป็นหนังสือถึงผู้ร่วมทุน และผู้ร่วมทุนจะต้องทำการขายหุ้นให้แก่บริษัทฯ ในราคาที่ระบุไว้ในสัญญาฯ

4. บจก. วินเนอร์แมน

บจก. วินเนอร์แมน ก่อตั้งเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2555 มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 1 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท บจก. วินเนอร์แมน ดำเนินธุรกิจให้บริการและบริหารจัดการพนักงานขายและพนักงานคลังสินค้าแก่บมจ. แม็คกรุ๊ป

5. Mc Inter Limited

Mc Inter Limited ก่อตั้งเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556 โดยจดทะเบียนในเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน ปัจจุบันมีทุนชำระแล้ว 1 ดอลลาร์ฮ่องกง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการ **ดำเนินธุรกิจ การค้า และการ**

ลงทุนในต่างประเทศโดยตรงในอนาคต โดย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 มีมูลค่า 2556 Mc Inter Limited ยังไม่ได้ประกอบธุรกิจใด

2.3 โครงสร้างรายได้ของบมจ. แม็คกรุ๊ป

โครงสร้างรายได้ของบมจ. แม็คกรุ๊ปและบริษัทย่อย ตามงบการเงินรวมประหนึ่งทำใหม่ในปี 2553 – 2555 และในไตรมาส 1 ปี 2555 และตามงบการเงินรวมในไตรมาส 1 ปี 2556 มีรายละเอียดดังนี้

[แก้ไขข้อมูล](#)

2.3.1 โครงสร้างรายได้แยกตามผลิตภัณฑ์

งบการเงินเสมือนรวม	ปี 2553		ปี 2554		ปี 2555		ไตรมาส 1 ปี 2555		ไตรมาส 1 ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. เครื่องหมายการค้า Mc	1,066.2	82.5	1,432.0	79.4	1,998.6	78.2	415.1	76.3	541.3	80.5
2. เครื่องหมายการค้า McLady	184.3	14.3	323.7	17.9	467.6	18.3	98.8	18.2	117.5	17.5
3. เครื่องหมายการค้า Bison	37.9	2.9	39.8	2.2	86.1	3.4	16.9	3.1	13.2	2.0
43. รายได้อื่น ^{1/}	3.3	0.3	9.0	0.5	3.3	0.1	12.9	2.4	0.7	0.1
รวมรายได้จากการขาย	1,291.6	100.0	1,804.5	100.0	2,555.6	100.0	543.7	100.0	672.6	100.0

หมายเหตุ : 1/ รายได้อื่นส่วนใหญ่ เป็นรายได้จากการขายวัตถุดิบประเภท accessories ให้แก่ผู้รับจ้างผลิต

2.3.2 โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

งบการเงินเสมือนรวม	ปี 2553		ปี 2554		ปี 2555		ไตรมาส 1 ปี 2555		ไตรมาส 1 ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขายผ่านห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade)	1,046.8	81.0	1,389.9	77.0	1,771.1	69.3	392.1	72.1	427.9	63.6
2. รายได้จากการขายผ่านร้านค้าปลีกของตนเอง (free standing shop)	223.7	17.3	395.4	21.9	729.5	28.5	145.1	26.7	242.0	36.0
3. รายได้จากการขายผ่านช่องทางขายอื่น ^{1/}	21.1	1.6	19.2	1.1	55.0	2.2	6.5	1.2	2.7	0.4
รวมรายได้จากการขาย	1,291.6	100.0	1,804.5	100.0	2,555.6	100.0	543.7	100.0	672.6	100.0

หมายเหตุ : 1/ รายได้จากการขายผ่านช่องทางขายอื่น ได้แก่ การขายผ่านตัวแทนการจัดจำหน่าย หรือ การออกบูธแสดงสินค้า เป็นต้น

2.4 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

[กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ](#)

บมจ. แม็คกรุ๊ป มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำด้านธุรกิจ **ค้าปลีก** เครื่องแต่งกายและไลฟ์สไตล์ในภูมิภาคเอเชีย ด้วยการมีแบรนด์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองทุกรูปแบบชีวิตที่ต่างกัน โดยบริษัทฯ มีปณิธานที่จะเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ลงทุน ด้วยการสร้างความสุขแก่ลูกค้า ผ่านการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม เข้าถึงลูกค้าง่าย และให้บริการอย่างเต็มใจ

บมจ. แม็คกรุ๊ป ได้จัดทำแผนธุรกิจ โดยมีเป้าหมายทางการเงิน และเป้าหมายการเติบโตของรายได้ ที่อัตราเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 20 ต่อปี ตั้งแต่ปี 2555 – 2559 และเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรสูงสุด โดยบมจ. แม็คกรุ๊ป มีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวโดยใช้กลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ : เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และพัฒนาแบรนด์สินค้าใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกวัย

บมจ. แม็คกรุ๊ป มุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยการออกแบบและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งที่เป็นสินค้ารูปแบบมาตรฐาน (เบสิก) และสินค้าแฟชั่น ให้มีความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อครอบคลุมความต้องการของลูกค้า เช่น นำเสนอสินค้าแฟชั่นใหม่ๆ ในฤดูกาลต่างๆ โดยพิจารณาถึงกระแสการแต่งกายในแต่ละช่วงเวลานั้น เป็นต้น และมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ บมจ. แม็คกรุ๊ป มีแผนการที่จะพัฒนาและออกแบรนด์สินค้าใหม่ เพื่อขยายไปในตลาดใหม่ที่มีความต้องการเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างกันออกไป โดย บมจ. แม็คกรุ๊ป ได้เปิดตัวแบรนด์ใหม่ชื่อ McPink ซึ่งมุ่งเน้นที่ตลาดเครื่องแต่งกายสำหรับวัยรุ่นเพศหญิงที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตในเมือง โดยมีแนวคิดเป็น “Stylish & Fashionable Everyday Wear” ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 และมี **แผนการเปิดตัว**แบรนด์ McMini ซึ่งมุ่งเน้นที่ตลาดเครื่องแต่งกายสำหรับเด็ก ใน **กลางปีเดือน** **เมษายน** 2556

จัดหมวดหมู่ใหม่

2. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

2.1. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงลูกค้าได้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ

บมจ. แม็คกรุ๊ป ตั้งเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุม ด้วยการเพิ่มร้านค้าปลีกของตนเอง (free standing shop) และจุดขายในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) จากในสิ้นปี 2555 ที่มีจำนวน 511 แห่ง เป็น 584 แห่งในปี 2556 เป็น 646 แห่งในปี 2557 เป็น 705 แห่งในปี 2558 และเป็น 751 แห่งภายในปี 2559 โดยบมจ. แม็คกรุ๊ปจะมุ่งเน้นการเปิดร้านค้าปลีกของตนเอง (free standing shop) เนื่องจากการขายตรงให้กับผู้บริโภคเป็นเงินสด ทำให้ระยะเวลาการเก็บหนี้โดยรวมลดลง สามารถบริหารจัดการความสามารถในการทำกำไรได้ดีกว่า และสามารถบริหารจัดการสินค้าได้ด้วยตนเอง ซึ่งที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้กำหนดแผนธุรกิจที่จะเปิดร้านค้าปลีกของตนเอง (free standing shop) จากที่มีจำนวน 117 แห่งในปี 2555 เพิ่มเป็น 153 แห่งภายในปี 2556 เพิ่มเป็น 188 แห่งภายในปี 2557 เพิ่มเป็น 222 แห่งภายในปี 2558 และเพิ่มเป็น 253 แห่งภายในปี 2559

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีแผนที่จะเปิดร้านค้าปลีกภายใต้ชื่อ “Blue Brothers” ภายในปี 2556 เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทยีนส์ที่เน้นกลุ่มลูกค้าระดับบน (premium) ซึ่งเป็นสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ และแบรนด์นำเข้าอื่นๆ

กลยุทธ์การเปิดร้านค้าแห่งใหม่ของ บมจ. แม็คกรุ๊ป จะทำให้บริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกวัยได้มากขึ้น และเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้าแก่ลูกค้า ทั้งนี้ ในการเปิดร้านค้าใหม่แต่ละแห่ง บมจ. แม็คกรุ๊ป จะพิจารณาความเป็นไปได้อย่างรอบคอบ โดยพิจารณาถึง ทำเล จำนวนประชากร กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกำลังซื้อ เป็นต้น

3.2.2. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย : เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์

บจก. ว้าว มี ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบมจ. แม็คกรุ๊ป มีแผนที่จะเปิดตัวช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ขึ้น ภายใต้ชื่อเว็บไซต์ www.wowme.co.th เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ลูกค้ารายย่อยอีกทางหนึ่ง โดยเน้นสินค้าที่เป็นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายทั้งที่เป็นแบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ และแบรนด์อื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้เป็นเจ้าของทั้งแบรนด์ในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังมีสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคด้วย เช่น เครื่องสำอางค์ และสินค้าด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร เป็นต้น โดยมีนโยบายในการขยายภายในระยะเวลาจำกัด ในราคาที่จูงใจ โดยบจก. ว้าว มี มีแผนที่จะเปิดตัวตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2556 เป็นต้นไป [โดยแบรนด์สินค้าที่นำมาจำหน่ายจะมีความหลากหลาย](#)

กลยุทธ์การเปิดตัวช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ของบจก. ว้าว มี ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบมจ. แม็คกรุ๊ป นั้น จะทำให้บริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น และเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้าแก่ลูกค้า ทั้งนี้ในการคัดเลือกสินค้าที่จะจัดจำหน่ายผ่านช่องทางดังกล่าว บจก. ว้าว มี จะพิจารณาความเป็นไปได้อย่างรอบคอบ โดยพิจารณาถึง ประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยมทางอินเทอร์เน็ต ราคา และความสามารถในการจัดส่ง เป็นต้น

5.2.3. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economic Community: AEC)

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีเป้าหมายที่จะขยายฐานลูกค้าใหม่ไปยังต่างประเทศ จากปัจจุบันที่มีการแต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายในสหภาพพม่า และลาวแล้ว ให้ครอบคลุมกลุ่มประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม ลาว และมาเลเซีย และกัมพูชา เป็นต้น โดยจะพิจารณาถึงรูปแบบการเข้าถึงที่เหมาะสม ทั้งการเข้าไปดำเนินการโดยตรงด้วยกลุ่มบริษัทฯ เอง หรือในรูปแบบของการร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจ หรือการแต่งตั้งผู้จัดจำหน่าย เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจและความเสี่ยงในการลงทุนในประเทศนั้นๆ

4.3. แสวงหาโอกาสในการเข้าซื้อกิจการ หรือเข้าร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มเติม

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีนโยบายในการแสวงหาโอกาสในการเข้าซื้อกิจการ หรือเข้าร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เพิ่มเติม โดยมีเป้าหมายการลงทุนในธุรกิจที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (synergy) กับบมจ. แม็คกรุ๊ป ทั้งภายในประเทศ และขยายไปสู่กลุ่มประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ภายใต้เงื่อนไขลงทุนและผลตอบแทนที่เหมาะสม

6.4. มุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (supply chain management) เพื่อให้เกิดความสามารถในการทำกำไรสูงสุด

บมจ. แม็คกรุ๊ป จะให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในทุกภาคส่วนของการประกอบธุรกิจตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การบริหารสายการผลิต การบริหารสินค้าสำเร็จรูป และการจัดส่งสินค้าสู่ร้านค้าทั่วประเทศ โดยนำเทคโนโลยีการจัดการห่วงโซ่อุปทาน หรือ supply chain management มาบริหารจัดการเพื่อเพิ่มผลผลิต และพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต และลดระยะเวลาในการส่งสินค้าออกสู่ตลาด

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีเป้าหมายในการสร้างความได้เปรียบด้านต้นทุน โดยการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การให้ผลตอบแทนพนักงานด้วยการกำหนดเป็นเป้าหมายจำนวนการผลิตของกลุ่มพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย และพนักงานได้ผลตอบแทนตามจำนวนที่ตนเองผลิต นอกจากนี้ บมจ. แม็คกรุ๊ป ดำเนินการลดขั้นตอนที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าหรือรวมขั้นตอนการผลิตบางขั้นตอน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตมากขึ้น

ในขณะที่เดียวกันยังมีการพัฒนาแรงงานให้มีความสามารถในการทำงานได้หลากหลายมากขึ้น เพื่อสามารถผลิตสินค้าที่มีความซับซ้อนและมีมูลค่าสูงขึ้นได้

ย้ายไปอยู่ในภาวะอุตสาหกรรม ในส่วน 2 ข้อ 3
- การประกอบธุรกิจของแต่ละผลิตภัณฑ์

2.5 ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

———— บมจ. แม็คกรุ๊ป เชื่อว่า บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญ ดังนี้

———— **บมจ. แม็คกรุ๊ป เป็นบริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชั้นนำในประเทศไทย ภายใต้แบรนด์แม็คยีนส์ที่แข็งแกร่ง**

———— บมจ. แม็คกรุ๊ป เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายประเภทกางเกงยีนส์รายใหญ่ในประเทศไทย โดยแบรนด์แม็คยีนส์ของกลุ่มบริษัทฯ มีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 ในประเทศไทย หรือคิดเป็นร้อยละ 37.9 มูลค่าตลาดธุรกิจยีนส์ที่มีแบรนด์ในประเทศไทย (อ้างอิงจากรายงานการวิจัยศักยภาพทางการตลาด ผู้จัดจำหน่ายธุรกิจยีนส์ในประเทศไทย โดย สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2556) และเป็นแบรนด์ยีนส์ของไทยเพียงรายเดียวที่สามารถแข่งขันได้กับแบรนด์ยีนส์จากต่างประเทศได้ ด้วยคุณภาพที่ดี และราคาที่เหมาะสม รวมทั้งมีการออกแบบที่เหมาะสมกับสรีระของคนไทยได้เป็นอย่างดี บริษัทฯสามารถครองตลาดส่วนใหญ่ในต่างจังหวัด โดยร้อยละ 75.1 ของยอดขายในปี 2555 มาจากการขายในต่างจังหวัด (ไม่รวมกรุงเทพและปริมณฑล)

———— **บมจ. แม็คกรุ๊ป ประสบความสำเร็จในการขยายและบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย**

———— ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บมจ. แม็คกรุ๊ป มีช่องทางการจัดจำหน่ายรวมทั้งสิ้นจำนวน 511 แห่งทั่วประเทศไทย แบ่งเป็นร้านค้าปลีกของตนเอง (free-standing shop) จำนวน 117 แห่ง และจุดขายในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) จำนวน 394 แห่ง โดยร้อยละ 70.8 ของจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหมด ตั้งอยู่ในเขตต่างจังหวัด และอีกร้อยละ 29.2 ของจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหมด ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

———— บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการขยายจำนวนช่องทางการจัดจำหน่าย ระหว่างปี 2553 ถึงปี 2555 โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายเป็น 511 แห่งในปี 2555 เพิ่มขึ้นจาก 405 แห่งในปี 2553 ทำให้บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้า 2,555.6 ล้านบาทในปี 2555 ซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 40.7 ตั้งแต่ปี 2553 ถึงปี 2555 และมีกำไรสุทธิจำนวน 599.3 ล้านบาทในปี 2555 ซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 139.0 ตั้งแต่ปี 2553 ถึงปี 2555

———— บริษัทฯ เชื่อว่า การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากขึ้น และบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพ เช่น การเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าของบริษัทฯ ได้สะดวกมากขึ้น ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเติบโตของรายได้ของบริษัทฯ

———— **บมจ. แม็คกรุ๊ป ดำเนินธุรกิจหลักในตลาดผลิตภัณฑ์ยีนส์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นตลาดที่เติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง**

———— บมจ. แม็คกรุ๊ป ดำเนินธุรกิจตลาดผลิตภัณฑ์ยีนส์ในประเทศไทย ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง อ้างอิงจากรายงานการวิจัยเรื่อง ศักยภาพทางการตลาด ผู้จัดจำหน่ายธุรกิจยีนส์ในประเทศไทย โดย สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2556 ระบุว่า ตลาดยีนส์ในประเทศไทย มีแนวโน้มเติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15-20 ต่อปี ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ยีนส์เติบโตอย่างต่อเนื่อง คือ ความนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ยีนส์อย่างต่อเนื่อง จากการเป็นเครื่องแต่งกายซึ่งเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย — ทุกบุคลิกภาพและสามารถสวมใส่ได้ในหลากหลายโอกาส — และด้วยคุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์ยีนส์ที่มีความทนทาน ใส่สบาย เสริมสร้างบุคลิกภาพให้กับผู้สวมใส่ รวมทั้งมีความหลากหลายและการพัฒนาในด้านการออกแบบ รูปทรง คุณภาพวัตถุดิบและระดับราคา

บริษัทฯ เชื่อว่า ตลาดผลิตภัณฑ์ชิ้นสแตนในประเทศไทย ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตในระดับสูงอย่างต่อเนื่องในอนาคต จากกำลังซื้อของประชากรที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้น จากรายได้ต่อครัวเรือนที่สูงขึ้น

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีโอกาสสูงในการขยายช่องทางกระจายไปสู่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ชิ้นสแตนในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (ไม่รวมประเทศไทย) ซึ่งเป็นตลาดที่มีการเติบโตสูง

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีเป้าหมายที่จะขยายไปยังกลุ่มประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (ไม่รวมประเทศไทย) เฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี ตั้งแต่ปี 2542 ถึงปี 2554 (อ้างอิงข้อมูลจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF)

บริษัทฯ เชื่อว่า ตลาดผลิตภัณฑ์ชิ้นสแตนในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (ไม่รวมประเทศไทย) ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตในระดับสูงอย่างต่อเนื่องในอนาคต จากกำลังซื้อของประชากรที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้น จากรายได้ต่อครัวเรือนที่สูงขึ้น

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีการบริหารและควบคุมต้นทุนขายได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้

บมจ. แม็คกรุ๊ป สามารถบริหารและควบคุมต้นทุนขายได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ โดย บริษัทฯ มีโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ชิ้นสแตนของตนเองจำนวน 4 โรงงาน ภายใต้ PKG และ MJM โดยเป็นการผลิตเพื่อรองรับการขายของบริษัทฯ ทั้งหมด และมีการว่าจ้างผู้ผลิตภายนอก (outsouree) ภายใต้การควบคุมต้นทุนและคุณภาพของกลุ่มบริษัทฯ

บริษัทฯ เชื่อว่าโรงงานของบริษัทฯ มีประสิทธิภาพในการผลิตที่ดี ด้วยอัตราการใช้กำลังการผลิตในอัตราที่สูง โดยมีอัตราการใช้กำลังการผลิตรวมของโรงงานทั้งหมด ร้อยละ 95.7 ในปี 2555 บริษัทฯ มีการสรรหากระบวนการจัดการด้านการผลิตใหม่ๆ มาใช้อย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทฯ ได้มีการนำระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing System) มาใช้ เพื่อปรับปรุงระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น บริษัทฯ มีการเปิดศูนย์พัฒนาแรงงานให้มีความสามารถในการทำงานได้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าที่มีความซับซ้อนและมีมูลค่าสูงขึ้นได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีความได้เปรียบของต้นทุนวัตถุดิบ จากการตั้งซื้อในปริมาณมาก และความสัมพันธ์อันยาวนานกับผู้ขายค้ารายสำคัญ โดยบริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากการมีอำนาจต่อรองในการซื้อผ่านมากขึ้นตามการเติบโตของการขายของบริษัทฯ บริษัทฯ ยังมีการประเมินประสิทธิภาพในการผลิตของโรงงานทั้งหมดของบริษัทฯ โดยการเปรียบเทียบซึ่งกันและกัน เพื่อให้การบริหารงานและควบคุมต้นทุนการผลิตได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ จากประสบการณ์การผลิตสินค้าของบริษัทฯ ภายใต้การบริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้นำหลักการเดียวกันในการร่วมบริหารจัดการต้นทุนสินค้าที่สั่งผลิตจากผู้รับจ้างผลิตสินค้า (Outsouree) ให้กับกลุ่มบริษัทฯ ทำให้ บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการบริหารและควบคุมต้นทุนขายได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ ระหว่างปี 2553 ถึงปี 2555 โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 55.9 ในปี 2555 จากร้อยละ 39.9 ในปี 2553

บจก. ที.เค.คาร์มันท์ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บมจ. แม็คกรุ๊ป ได้รับสิทธิประโยชน์จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

บจก. ที.เค.คาร์มันท์ (อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบมจ. แม็คกรุ๊ป ได้รับสิทธิประโยชน์จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนสำหรับกิจการผลิตเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 2 ฉบับ โดยสิทธิประโยชน์ที่มีสาระสำคัญ คือ การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมกำหนดเวลา 8 ปี นับจากวันที่คณะกรรมการอนุมัติให้การส่งเสริม ซึ่งโรงงาน PK1 ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมจากคณะกรรมการตั้งแต่วันที่ 27 มิถุนายน 2554 และโรงงาน PK บางปะกง ได้รับอนุมัติให้การส่งเสริมจากคณะกรรมการตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2554 โดยโรงงาน

PK1 มีปริมาณการผลิตจริงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.0 ของปริมาณการผลิตจริงรวมทุกโรงงานภายใต้กลุ่มบริษัทฯ ในปี 2555 และโรงงาน PK บางปะกง มีปริมาณการผลิตจริงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.3 ของปริมาณการผลิตจริงรวมทุกโรงงานภายใต้กลุ่มบริษัทฯ ในปี 2555

บริษัทฯ เชื่อว่าการได้รับสิทธิประโยชน์จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของบริษัทย่อยของบริษัทฯ จะทำให้บริษัทฯ มีโอกาสในการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีผลประกอบการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีฐานะการเงินที่แข็งแกร่ง

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีผลประกอบการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีรายได้จากการขายสินค้าในปี 2553 ถึงปี 2555 เท่ากับ 1,291.6 ล้านบาท 1,804.5 ล้านบาท และ 2,555.6 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตในปี 2554 และปี 2555 เท่ากับร้อยละ 39.7 และร้อยละ 41.6 ตามลำดับ และมีกำไรสุทธิในปี 2553 ถึงปี 2555 เท่ากับ 104.9 ล้านบาท 298.8 ล้านบาท และ 599.3 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตในปี 2554 และปี 2555 เท่ากับร้อยละ 184.9 และร้อยละ 100.5 ตามลำดับ

บริษัทฯ มีโครงสร้างเงินทุนและฐานะการเงินที่แข็งแกร่ง โดยพิจารณาจากงบการเงินรวมของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทฯ มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยรวม 550.0 ล้านบาท ซึ่งเป็นเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และมีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.67 เท่า

บริษัทฯ มีแผนในการนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชน (IPO) ในครั้งนี้ ส่วนหนึ่งไปชำระหนี้จากสถาบันการเงินทั้งจำนวน ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ ไม่มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย

บริษัทฯ เชื่อว่าโครงสร้างโครงสร้างเงินทุนและฐานะการเงินที่แข็งแกร่งของบริษัทฯ จะทำให้บริษัทฯ มีโอกาสในการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถให้ความคุ้มครองทางการเงินได้ในระดับหนึ่งจากผลกระทบในทางลบที่เกิดขึ้นชั่วคราวกับธุรกิจของบริษัทฯ ได้

บมจ. แม็คกรุ๊ป มีคณะผู้บริหารที่มีประสบการณ์สูงในธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยีนส์

คณะผู้บริหารหลักของบมจ. แม็คกรุ๊ป ภายใต้การนำของนายพิชัย ภัฏจนารักษ์ และนางสาวสุณี เสรีภาณุ มีประสบการณ์ในการบริหารงานและความรู้ในด้านการขายและการผลิตเป็นอย่างดี ในตลาดผลิตภัณฑ์ยีนส์ และผู้บริหารท่านทุกท่านมีประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมเสื้อผ้ามายาวนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนายพิชัย ภัฏจนารักษ์ ซึ่งมีประสบการณ์การทำงานมาเป็นระยะเวลาประมาณ 38 ปี ตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจในปี 2518 และนางสาวสุณี เสรีภาณุ ได้มีส่วนในการบริหารงานด้านการตลาดให้กลุ่มบริษัทฯ เติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ เชื่อว่า คณะผู้บริหารของบริษัทฯ นั้นมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัทฯ ในอดีตที่ผ่านมา โดยพิจารณาจากการสร้างแบรนด์แม็คยีนส์ให้เป็นที่ยอมรับ การขยายช่องทางกระจายจำหน่าย การรักษากลุ่มลูกค้า และการจัดการบริหารต้นทุนผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบริษัทฯ เชื่อว่า คณะผู้บริหารของบริษัทฯ จะยังสามารถนำพาให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จและเติบโตต่อไปในอนาคต