

## การระบุประเด็นสำคัญ (Materiality)

บริษัทได้ประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน ผ่านการประเมิน 4 ขั้นตอน ดังนี้

### 1. การวิเคราะห์ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของบริษัท

พิจารณาคัดเลือกประเด็นด้านบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนที่เป็นสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน โดยสอดคล้องกับบริบทของบริษัท และครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

### 2. การประเมินประเด็นสำคัญจากผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย

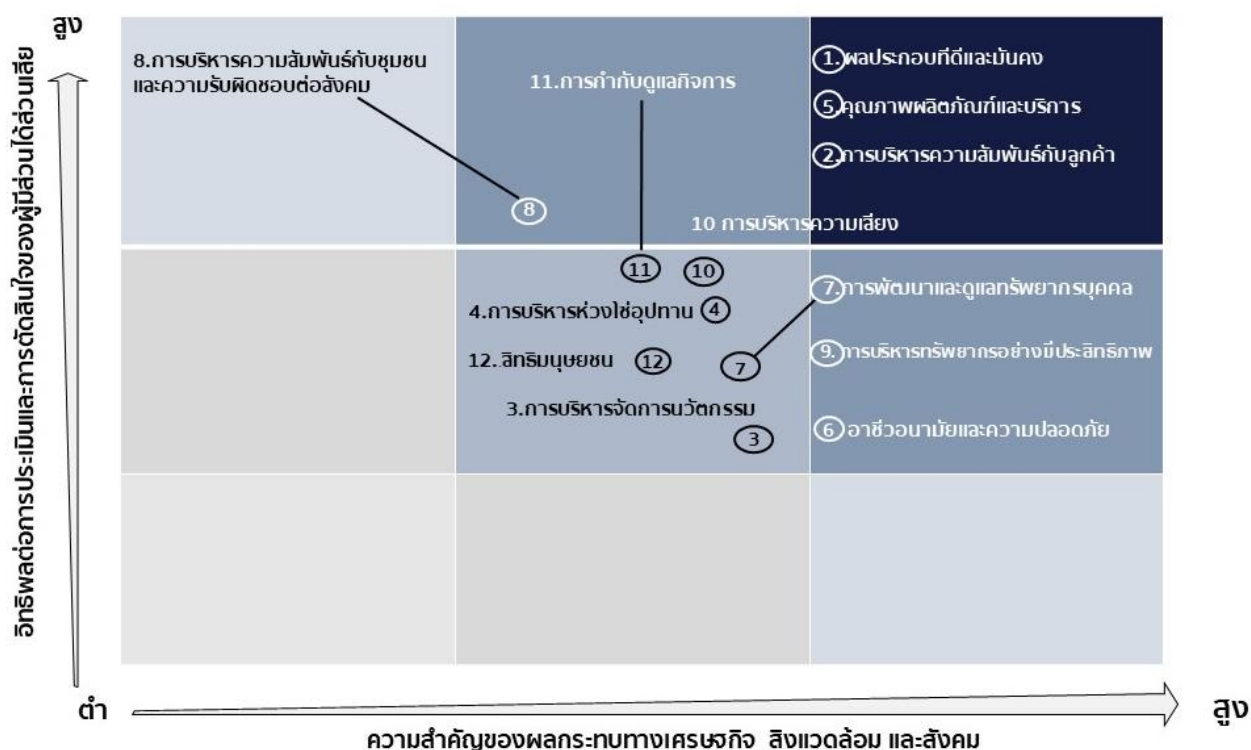
การประเมินและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทให้ความสำคัญ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การสำรวจความพึงพอใจ เป็นต้น

### 3. การประเมินระดับความสำคัญ

จัดเรียงลำดับความสำคัญของประเด็นด้านบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนในแต่ละด้าน โดยคำนึงถึงสองปัจจัย คือ โอกาสและผลกระทบต่อองค์กร และระดับความสนใจและผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### 4. การทบทวนและพัฒนาต่อเนื่อง

บริษัทรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาการจัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืนในปีต่อไป



ประเด็นสำคัญ	ความสำคัญของประเด็น	ผู้มีส่วนได้เสีย						ความสอดคล้อง
		ลูกค้า	พนักงาน	ชุมชน	คู่ค้า	ผู้ถือหุ้น	ภาครัฐ	SDGs
<b>มิติเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ</b>								
ผลประกอบการที่ดีและมั่นคง	ความอยู่รอดของกิจการ ความเติบโต และความยั่งยืนขององค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	  
คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ	ผลโดยตรงกับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียสำคัญและยอดขาย	✓	✓	✓	✓			  
การบริหารความสัมพันธ์ต่อลูกค้า	การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	✓	✓	✓				 
การบริหารจัดการนวัตกรรม	เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการผู้มีส่วนได้เสียได้รวดเร็ว	✓	✓	✓	✓			
การบริหารห่วงโซ่อุปทาน	เพื่อพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืน	✓	✓	✓	✓			
การบริหารความเสี่ยง	สามารถวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
การกำกับดูแลกิจการ	การบริหารธุรกิจที่เป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อการสร้างคุณค่ากิจการอย่างยั่งยืน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	 
<b>มิติสังคม</b>								
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	เพื่อสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยในการทำงาน		✓	✓	✓			 
การพัฒนาบุคคลและการดูแลพนักงาน	พัฒนาและรักษากลุ่มพนักงาน Talent และเตรียมความพร้อม Successor		✓					  
การบริหารความสัมพันธ์กับชุมชน	สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน		✓	✓				 
สิทธิมนุษยชน	บริหารความเสี่ยงสิทธิมนุษยชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	 
<b>มิติสิ่งแวดล้อม</b>								
การบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	ลดความเสี่ยงการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติในอนาคต	✓		✓			✓	 

## การวิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญของบริษัท

### ผลประกอบการที่ดีและมั่นคง

**ผลประกอบการที่ดีและมั่นคง** เป็นประเด็นสาระสำคัญที่บริษัทและผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีผลโดยตรงกับความอยู่รอด ความเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร สามารถดูรายละเอียดได้จากการเปิดเผยหัวข้อ “การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (Management Discussion and Analysis: MD&A) “ ในรายงานประจำปี หรือจากรายงานที่บริษัทรายงานแจ้งตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นประจำทุกไตรมาส

### คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ

**คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ** เป็นประเด็นสาระสำคัญที่บริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญ กับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียสำคัญและส่งผลโดยตรงต่อยอดขาย ซึ่งเป็นรายได้หลักของบริษัท บริษัทจึงมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากสถานการณ์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี โรคระบาด ปัญหาฝุ่นควันจากเผาทำลายในอุตสาหกรรมทางการเกษตร ส่งผลให้เกิดการตระหนักรู้ถึงกระแสการดูแลสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดการผลักดันจากประชาชนไปยังภาครัฐให้ในการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจเศรษฐกิจ คาร์บอนต่ำ (low-carbon economy) หรือแม้กระทั่งปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป เกิดความต้องการสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ไม่ใช่เพียงแค่ความสะดวกสบาย แต่ยังต้องตอบโจทย์ในเรื่องของการรักษ์โลก สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กับการตอบสนองวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของลูกค้า โดยสนับสนุนการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Consumption) ผ่านกลุ่มสินค้า ECO Product รวมถึงพัฒนารูปแบบการบริการและช่องทางที่หลากหลาย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์แบบไร้รอยต่อ (Omni Channel) เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและวิถีการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่

ทั้งนี้ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการสอดคล้องกับ SDGs ที่ 3, 9 และ 12

### เป้าหมาย

1. เพิ่มสัดส่วนสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็น 10% ของรายได้จากการขายภายในปี 2568

### กลยุทธ์

1. พัฒนาสินค้าและบริการที่เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค
2. เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการใหม่ๆ
3. สร้างมาตรฐานสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
4. ยกกระดับคุณภาพวัตถุดิบของสินค้าและมาตรฐานของการบริการให้ดียิ่งขึ้น

**สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Product)** วัตถุประสงค์หลักของการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Product) ถูกค้า โดยบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับบริษัทฯ คู่ค้าในการคัดสรรวัตถุดิบนำมาผลิตเป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ให้มีความปลอดภัย และมีมาตรฐานจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง และสนับสนุนการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Consumption) ให้กับลูกค้า ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Product) 4 กลุ่ม ได้แก่

1. สินค้ากลุ่มเสื้อยืดรักโลก Mc Save the world
2. สินค้ากลุ่มเสื้อย้อมสีธรรมชาติ Dry Dye Mc Earth Friendly
3. สินค้ากลุ่ม Hemp Yarn หรือ เส้นใยกัญชง
4. สินค้ากลุ่มกางเกงยีนส์ที่ใช้วัสดุรักษ์โลก

1. **MC SAVE THE WORLD** คอลเลคชั่นเสื้อยืดที่ช่วยให้ทุกคนได้ตระหนักถึงปัญหาของสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบัน ที่ส่งผลกระทบต่อมนุษย์ สัตว์ และธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านฝุ่นควัน พลาสติกในท้องทะเล ขยะบนชายหาด ป่าไม้ที่ถูกตัดหายไป และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งจะถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านี้ผ่านเสื้อยืดคอลเลคชั่น MC SAVE THE WORLD ที่ยิ่งไปกว่านั้นคือ! เสื้อยืดคอลเลคชั่นนี้ผลิตจากวัสดุเหลือทิ้ง โดยวัสดุเหล่านั้นถูกนำมารีไซเคิลกลับมาเป็นเส้นใยโพลีเอสเตอร์ และถูกกลับมาทำเป็นเสื้อผ้าใหม่อีกครั้ง เสื้อผ้าทั้งหมดในคอลเลคชั่นนี้ถูกจัดทำขึ้นเพื่อรณรงค์ให้ทุกคนเห็นความสำคัญและช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ตามพระราชดำรัสของรัชกาลที่ 9 ที่แต่งตั้งให้วันที่ 4 ธันวาคม เป็นสิ่งแวดล้อมไทย

**เสื้อยืดจากคอลเลคชั่น MC SAVE THE WORLD ได้ผลิตมาจากขวดพลาสติกกรีไซเคิล (PET) กว่า 308,000 ใบ เป็นเสื้อยืดโพลีเอสเตอร์ เนื้อนุ่มทั้งหมด 44,000 ตัว เสื้อ MC SAVE THE WORLD 1 ตัว สามารถช่วยลดจำนวนขยะขวดพลาสติกได้ถึง 7 ใบ**

เสื้อยืด MC SAVE THE WORLD ได้ถูกผลิตออกมาทั้งหมด 7 ลาย โดยเสื้อยืดแต่ละตัวสื่อความหมายถึงปัญหาต่างๆ ของสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั่วโลกและส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิต เพื่อให้ทุกคนเห็นความสำคัญและช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

- **เสื้อยืด POLLUTION SOLUTION**

ซึ่งให้เห็นถึงปัญหาของฝุ่นควัน (POLLUTION) ซึ่งมาจากโรงงานและทางแก้ไขปัญหา (SOLUTION) ที่เปลี่ยนมาใช้พลังงานลมที่เป็นพลังงานสะอาดแทน

- **เสื้อยืด ZERO WASTE-**

เสื้อยืดที่แสดงให้เห็นถึงถิ่นที่อยู่อาศัยที่กำลังจะหมดไปของตัวปูเสฉวน และต้องไปอาศัยอยู่กับขยะ (WASTE) ที่ถูกทิ้งไว้ตามชายหาดแทน

- **เสื้อยืด SAVE THE ODD ONE OUT**

โดยแสดงให้เห็นปัญหาของถุงพลาสติกในท้องทะเลที่มีอยู่จำนวนมาก จนแมงกะพรุนกลายเป็นสิ่งแปลกประหลาดในท้องทะเลไปเสียเอง

- **เสื้อยืด SAVE OUR SKY**

เสื้อยืดตัวนี้เลือกใช้เป็นสีน้ำตาลแทนความหมายของฝุ่นควัน โดยมีคำว่า “รักษาท้องฟ้าของเรา” แทรกไว้เล็กๆ ให้เป็นจุดสังเกตตรงพระอาทิตย์ด้วย

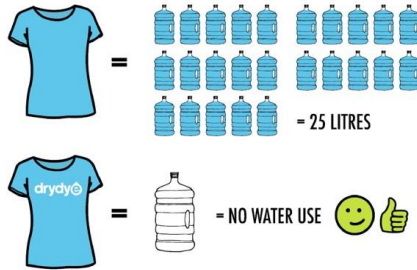
- **เสื้อยืด GLOBAL WARMING**

เสื้อยืดลายนี้แสดงให้เห็นถึงปัญหาภาวะโลกร้อน (GLOBAL WARMING) ที่กำลังเป็นปัญหาอย่างมาก



2. **Mc Earth Friendly** เสื้อยืดคอกลดเลคชั่น Mc Earth Friendly ถูกผลิตจากนวัตกรรม Dry Dye คือ การลดการใช้พลังงาน และลดการใช้น้ำ **โดยนวัตกรรม Dry Dye ไม่ใช้น้ำในการผลิต** โดยเสื้อยืด 1 ตัวสามารถลดการใช้น้ำได้ถึง 25 ลิตร พร้อมทั้งช่วยประหยัดพลังงานในการผลิต 50% ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 50-70% และปราศจากการเติมสารเคมี ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดสารพิษปนเปื้อนในสิ่งแวดล้อม

**แคมเปญ Earth Friendly ชูนวัตกรรม DRY DYE ย้อมผ้าไม่ใช้น้ำรายแรกในไทย !**



3. สินค้ากลุ่ม Hemp Yarn หรือ เส้นใยกัญชง เทรนด์รักษ์โลก 'Sustainable Fashion' แฟชั่นยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมแฟชั่นถือเป็นอีกอุตสาหกรรมที่สร้างปริมาณขยะและมลพิษให้กับโลกจากกระบวนการผลิต และแนวคิดของเสื้อผ้าที่ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็น Fast Fashion ที่มีความทันสมัย เน้นตามเทรนด์ และมีอายุการใช้งานน้อย เกิดเป็นขยะจากเศษผ้าที่เพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี ดังนั้น 'Sustainable Fashion' หรือ 'แฟชั่นยั่งยืน' จึงถือเป็นอีกทางเลือกสำหรับผู้คนที่นอกจากจะยังคงความเป็นแฟชั่นด้วยดีไซน์แล้ว ยังเป็นเลือกรักษ์โลกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอีกด้วย โดยคำนึงกระบวนการผลิต และให้ความสำคัญกับอายุการใช้งานซึ่งต้องเป็นเสื้อผ้าที่มีคุณภาพสูง คงทน สามารถใช้งานได้ยาวนาน เพื่อช่วยลดปริมาณขยะจากสิ่งทอ รวมไปถึงวัสดุที่เน้นเป็นเส้นใยธรรมชาติ ช่วยลดการสร้างมลพิษในกระบวนการผลิต ให้แฟชั่นสามารถอยู่คู่กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

Hemp Yarn หรือ เส้นใยกัญชง นับเป็นอีกทางเลือกจากธรรมชาติที่ถูกนำมาผลิตเป็นแฟชั่นยั่งยืน ต้นกัญชง (Hemp) ยังเป็นพืชที่มีความยั่งยืนในการปลูกได้ดีกว่าฝ้าย เพราะเป็นพืชระยะสั้น สามารถปลูกซ้ำในพื้นที่เดิมได้โดยไม่ส่งผลเสียต่อหน้าดิน อีกทั้งยังไม่ต้องใช้ยากำจัดศัตรูพืช และใช้น้ำในการปลูกน้อยกว่าฝ้ายถึง 30% นอกจากนี้จะเป็นเส้นใยที่มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ผ้าที่ได้จากเส้นใยกัญชงจะมีลักษณะ นิ่มปม (Nappy Fabric) ที่มีคุณสมบัติดูดซับความชื้นได้ดี ระบายอากาศร้อนได้ดี ช่วยลดอุณหภูมิให้กับผู้สวมใส่ได้ประมาณ 5 องศาเซลเซียส สวมใส่สบาย อีกทั้งยังคงมีความเหนียวและทนทานเมื่อเทียบกับเส้นใยธรรมชาติชนิดอื่น ๆ ที่ช่วยยืดอายุการใช้งาน รวมไปถึงโครงสร้างของเส้นใยที่มีออกซิเจนแทรกทำให้แบคทีเรียประเภทไม่อาศัยออกซิเจน (Anaerobic Bacteria) ไม่สามารถเจริญเติบโตได้ ดูแลรักษาได้ง่าย เป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทออินทรีย์ที่ลดการก่อมลพิษ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง



4. **สินค้ากลุ่มกางเกงยีนส์ที่ใช้วัสดุรีไซเคิล** บริษัทได้มีความร่วมมือกับบริษัท YKK ซึ่งเป็นหนึ่งในคู่ค้าสำคัญในการพัฒนาและใช้งานวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบกางเกงยีนส์ไม่ว่าจะเป็น ชิพ กระดุม ริเวท สำหรับใช้ในกางเกงยีนส์รุ่นใหม่ของบริษัท โดยบริษัทได้เริ่มนำมาใช้กับกางเกงยีนส์ในตระกูล “3109 Series” ซึ่งเป็นกางเกงยีนส์กลุ่มที่มียอดขายสูงที่สุดของบริษัท โดยเริ่มต้นผลิตในเดือนเมษายน 2566 ที่ผ่านมาเป็นจำนวน 120,000 ตัว และจะทยอยใช้เพิ่มเติมสำหรับการผลิตซ้ำและกางเกงยีนส์รุ่นอื่นๆ ที่มีการผลิตเพิ่มเติมในอนาคต

คุณสมบัติพิเศษของชิพ กระดุมและริเวทที่ใช้ในสินค้ากางเกงยีนส์รุ่นใหม่ จะผ่านกระบวนการทำสี “AcroPlating” ซึ่งเป็นเทคโนโลยีของ YKK ที่สามารถลดการปล่อยของเสียออกสู่ธรรมชาติ โดยภายใต้กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนี้จะสามารถลดการใช้สารเคมีลงได้ถึง 59% ลดการใช้น้ำ 66% ลดการใช้ไฟฟ้า 69% ลดการปล่อยสารอันตรายออกสู่ธรรมชาติ 92% และสามารถลดการปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงได้ถึง 96% เมื่อเทียบกับกระบวนการผลิตแบบเดิม

นอกจากนี้ ในส่วนของผ้าเทพด้านข้างชิพ ยังมีการนำ “Natulon Zipper” ซึ่งนำหลักการ “Recycle” มาใช้ โดยผ้าเทพชิพ Natulon จะทำมาจากวัสดุเหลือใช้ 100% เช่น ขวดพลาสติกหรือผ้าจากเสื้อผ้าที่ใช้แล้ว นำมาผ่านกระบวนการบดและทอขึ้นเป็นผ้าชิพใหม่ ซึ่งจะแตกต่างจากการผลิตเดิมที่ใช้ Virtual Material ซึ่งเป็น Polyester ใหม่ในการผลิตเป็นผ้าเทพชิพ



## การบริหารความสัมพันธ์ต่อลูกค้า

**การบริหารความสัมพันธ์ต่อลูกค้า** เป็นประเด็นสาระสำคัญที่บริษัทต้องการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว หรือผูกพันความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีและสนับสนุนในตราสินค้าของบริษัท ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นความสำคัญอันดับแรก รวมทั้งความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการเพื่อความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานของบริษัท

### เป้าหมาย

1. เพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customer Satisfaction เป็น 90% ภายในปี 2568

### กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

1. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยเริ่มจากการสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัท และพัฒนาพนักงานขายให้สามารถให้คำแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับสรีระและความต้องการใช้สอยของแต่ละบุคคลในแต่ละโอกาส โดยทางบริษัทได้กำหนดหลักสูตรเพื่อพัฒนาพนักงานขาย ทำให้พนักงานมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และสามารถให้คำแนะนำได้ดีขึ้น
2. จัดให้มีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) เพื่อสื่อสารและสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาว รวมทั้งรับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และปัญหาของสินค้า/บริการ เพื่อดำเนินการแก้ไข และแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ทั้งนี้บริษัทดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระยะ
3. จัดให้มีช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นและส่งคำแนะนำต่อบริษัท ผ่านทีมลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service) เพื่อเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็น ข้อเสนอแนะตลอดจนปัญหาที่ลูกค้าได้รับทั้งเรื่อง ของสินค้าและบริการ เพื่อดำเนินการแก้ไข ประสานงานส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

สำหรับรายละเอียดโครงการที่บริษัทได้ดำเนินการเพื่อการบริหารความสัมพันธ์ต่อลูกค้า มีดังนี้

#### 1. ระบบ Customer Relationship Management (CRM)

เพื่อรับสมัครสมาชิกสำหรับลูกค้า ภายใต้ชื่อ "MC CLUB" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อสร้างประสบการณ์และความสนุกสนานแบบใหม่ในการซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า
2. เพื่อรู้จักลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้บริษัทสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาสินค้าหรือทำกิจกรรม Direct Marketing ต่างๆ
3. มอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้แก่ลูกค้า เช่น ระบบสะสมคะแนน MC Point, ซื้อสินค้าในราคาพิเศษ

ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถสมัครเป็นสมาชิก MC CLUB ได้ฟรี โดยสามารถสมัครผ่าน 2 ช่องทาง ได้แก่ ร้านแม็คยีนส์ทุกสาขา และเว็บไซต์ <http://mcclub.mcshop.com>



## HOW TO GET POINT?

**สะสมคะแนน** ง่ายมาก แค่ **3** ขั้นตอน

- 1. ซื้อสินค้า**  
ที่ร่วมรายการ  
ประเภทใดก็ได้  
ที่ Mc Store และ  
mcshop.com
- 2. รับพอยท์**  
ทุกๆ 25 บาท รับ  
ทันที 1 Mc Point  
(รับเมื่อชำระค่ารวม  
คะแนนโดยอัตโนมัติจากการ  
สั่งซื้อสำเร็จภายใน 1-2 วัน)
- 3. ใช้แทนเงินสด**  
สามารถใช้ Mc Point  
เป็นส่วนลด  
ในการสั่งซื้อ  
ครั้งถัดไป ได้ทันที

**BIRTHDAY PRIVILEGE**

**ส่งมอบความสุข**  
ให้สมาชิกในเดือนเกิดเปลี่ยน **Mc Point**  
เป็น **ส่วนลด** ได้สูงสุด ถึง

**3 เท่า**

เมื่อซื้อสินค้า ที่ร่วมรายการ ประเภทใดก็ได้ ที่ Mc Store และ mcshop.com

### การสะสมคะแนนสำหรับลูกค้า Mc Club

ลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านหน้าร้าน Mc Jeans ที่เครื่อง POS และ mcshop.com คะแนนสะสมจะคำนวณรวมกันโดยที่หน้าร้าน Mc Jeans ลูกค้าต้องซื้อในนามสมาชิก และ mcshop.com ต้องเข้าสู่ระบบที่หน้าเว็บด้วยบัญชีเดียวกับตอนซื้อหน้าร้าน

### สะสมคะแนนง่ายมาก แค่ 3

#### HOW TO GET MC POINT



#### การสะสมคะแนน

ซื้อสินค้าทุกๆ 25 บาท รับคะแนนสะสม 1 คะแนน



#### การแลกคะแนน

คะแนนสะสมทุกๆ 100 คะแนน รับส่วนลด 50 บาท

#### BIRTHDAY PRIVILEGE

สิทธิพิเศษ ส่งมอบความสุขให้สมาชิกในเดือนเกิด

เปลี่ยน MC POINT ให้เป็นส่วนลด ได้ถึง 3 เท่า



#### การแลกคะแนนในเดือนเกิด

คะแนนสะสมทุกๆ 100 คะแนน รับส่วนลด 150 บาท

(ปกติรับส่วนลดได้ 50 บาท)

## 2. บริการ Ship to Shop รับสินค้าได้ที่ร้านแม็คคีนส์สาขาใกล้บ้าน

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีซึ่งส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเฉพาะในเรื่องของการปรับเปลี่ยนช่องทางการซื้อสินค้าผ่านตลาดสินค้าออนไลน์ (Online Shopping) มากขึ้น บริษัทฯ จึงได้ปรับตัวและปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์ให้ทันต่อสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาระบบสั่งซื้อสินค้าและบริการแบบไร้รอยต่อ (Omni Channel) ซึ่งเป็นการผสานช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า พร้อมทั้งมีบริการจัดส่งถึงบ้าน หรือสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์และไปรับสินค้าที่สาขา

SHIP TO SHOP คือการที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ mcshop แต่แทนที่เราจะส่งของมาที่บ้านของลูกค้าแต่บริษัทจะให้ไปส่งของที่ shop ของ Mc ตามสาขาต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ [mcshop.com](http://mcshop.com) สามารถเลือกรับสินค้าได้ที่ร้านแม็คคีนส์สาขาใกล้บ้าน โดยลูกค้าสามารถตรวจสอบสินค้าได้ทันทีที่รับสินค้า และสามารถเลือกรับบริการหลังการขาย เช่น เปลี่ยนไซส์สินค้าหรือตัดความยาวของขากางเกงได้ทันทีที่ร้านค้าแม็คคีนส์ระบบซื้อขายออนไลน์แบบไร้รอยต่อ (Omni Channel)



ข้อดีของบริการ Ship to Shop แตกต่างจากไปการซื้อเองอย่างไร?

- สำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกเวลารับสินค้า เนื่องจากไม่ค่อยว่าง ก็สามารถจะไปรับสินค้าตอนไหนก็ได้เมื่อมีเวลา
- สะดวกสำหรับลูกค้าที่ซื้อเกี่ยวกับรายละเอียดที่อยู่เวลาส่งสินค้า
- ไม่ต้องกังวลเวลาสั่งซื้อสินค้าออนไลน์แล้วไม่แน่ใจไซส์ ก็สามารถเปลี่ยนได้ที่ shop

## 3. บริการ Customer Service

บริษัทฯ พัฒนาระบบบริการ Customer Service เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์ โดยลูกค้าแอดไลน์ เพิ่มเพื่อน ทักข้อความส่งรูปภาพ สอบถามรายละเอียดสินค้าและสั่งซื้อสินค้าจากพนักงานได้โดยตรง หรือส่งทาง Facebook Mc Jeans และ Call Center จากนั้นเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินที่สะดวกและหลากหลายช่องทางทั้งชำระออนไลน์ด้วยบัตรเครดิต หรือการชำระผ่านการโอนเงิน

บริษัท ลูค บาลานซ์ จำกัด  
(โดย บมจ. แม็คกรุ๊ป)

2 ถ.สุขาภิบาล 2 ซอย 5, ประเวศ,  
กรุงเทพฯ 10250

ติดต่อฝ่ายบริการลูกค้า

อีเมล: [CS@MCSHOP.COM](mailto:CS@MCSHOP.COM)

โทร: [020-666-999](tel:020-666-999)

วันจันทร์ - วันศุกร์ 08.30 - 18.00.

วันเสาร์ - วันอาทิตย์ 09.00 - 18.00.

ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์

FACEBOOK: [HTTPS://FB.ME/MCJEANS](https://fb.me/mcjeans)

LINE

OFFICIAL: [@MCJEANS\\_OFFICIAL](https://line.me/tv/@mcjeans_official)

INSTAGRAM: [@MCJEANS\\_OFFICIAL](https://www.instagram.com/mcjeans_official)

TWITTER: [@MCJEANSOFFICIAL](https://twitter.com/mcjeansofficial)

YOUTUBE: [MC JEANS CHANNEL](https://www.youtube.com/channel/UC...)

#### 4. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ มีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท โดยมีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า เก็บข้อมูล และนำผลการประเมิน ไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ ตลอดจนพัฒนาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องทั้งนี้ในปี 2565 ทางบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายความพึงพอใจของลูกค้าเป็น 85% และบริษัทได้คะแนนจากการสำรวจของลูกค้าถึง 95%

### 100% Customer satisfaction Jul'22 - Mar'23

