

## Earning Release FY 2015

ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีการเงิน กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของบริษัท ในปี 2558 จากภาวะเศรษฐกิจในช่วงปี 2558 โดยรวม อยู่ในภาวะทรงตัวต่อเนื่องจากปี 2557 การบริโภคในภาคเอกชน ยังมีสัญญาณการฟื้นตัวที่ไม่ชัดเจนนัก โดยมีปัจจัยถ่วงจากการลดลงของรายได้ครัวเรือน โดยเฉพาะรายได้เกษตรกรจากภาวะภัยแล้ง ภาวะหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ผู้บริโภคระดับกลางถึงระดับบนที่แม้ยังมีกำลังซื้อ แต่ก็ยังระมัดระวังการใช้จ่ายเนื่องจากยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ การส่งออกสินค้ายังชะงักเนื่องจากการชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและเศรษฐกิจโลก แม้ว่าเงินบาทจะมีค่าอ่อนตัวลง แต่ไม่ได้ส่งผลในการเพิ่มปริมาณคำสั่งซื้ออย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามในช่วงไตรมาสที่สี่ ภาวะธุรกิจเริ่มมีแนวโน้มปรับดีขึ้นบ้าง จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่เห็นผลมากขึ้น ทำให้การบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนกระเตื้องขึ้น และมีแนวโน้มจะขยายตัวเพื่อรองรับความต้องการสินค้าเพิ่มจากกลุ่มประเทศ CLMV และการขยายตัวของเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ยูโร โซน และญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มฟื้นตัว ซึ่งจะส่งผลต่อภาคการส่งออกของไทย ต้นทุนการผลิตโดยรวมยังคงทรงตัว ยกเว้นต้นทุนวัตถุดิบจากราคาน้ำมันที่ปรับราคาลงตามตลาดโลก ปัจจัยที่ยังต้องจับตามองคือ ผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน และการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของ Fed ของสหรัฐอเมริกา

จากภาวะการณ์ที่การบริโภคของภาคเอกชนยังไม่ฟื้นตัวชัดเจน ทำให้บริษัทต้องปรับตัวด้วยการจัดโปรโมชันเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง มีการจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและการส่งเสริมการขายเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ ตลอดจนการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่าย และการลดภาระสินค้าคงคลัง

ในปี 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขาย 12,342.82 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 เท่ากับ 309.82 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.57 เมื่อเทียบกับรายได้จากการขาย 12,033.00 ล้านบาทในปี 2557 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 703.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.98 เมื่อเทียบกับปี 2557 โดยที่ต้นทุนขายของบริษัทเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ปรมาณร้อยละ 2.76 สาเหตุที่บริษัทมีกำไรสุทธิสูงเป็นผลจากเงินปันผลรับที่เพิ่มขึ้นและส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการสร้างช่องทางการขายใหม่ในยุคดิจิทัล โดยพัฒนาทีมงานบริหารสินค้าเฉพาะเสริมทักษะความรู้ความสามารถบริการลูกค้าในธุรกิจออนไลน์ Digital Marketing พัฒนาคู่ค้าทางการตลาดที่สำคัญ อาทิ LINE Social Media, คู่ค้าในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ อาทิ ตลาดดอทคอม, Ensogo, Lazada, Zarola และ TV home shopping อาทิ Shop Channel, O Shopping, TV Direct และ Shop On Air เพื่อเพิ่มช่องทางการขายใหม่ที่สร้างความรวดเร็วและคุณค่าในการจับจ่ายในเว็บไซต์ [www.shopicc.com](http://www.shopicc.com) ที่เชื่อมโยงการค้าอย่างหลากหลายและครอบคลุมในธุรกิจออนไลน์ พร้อมพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การบริหารสินค้าคงคลัง และบริการ Call Center อย่างครบวงจร

บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ภายใต้ชื่อ Let's Shop ICC เป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายในระดับบริษัท เพื่อให้มีการสื่อสารผลิตภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์ ไปยังผู้บริโภคให้ได้รับรู้ ทำให้เพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น