

ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีการเงิน กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของบริษัท ในปี 2561 จากสถานะเศรษฐกิจไทยในปี 2561 เติบโตประมาณร้อยละ 4.30 จากการท่องเที่ยวและการส่งออกเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ นักลงทุนมีความกังวลเกี่ยวกับความตึงเครียดของสหรัฐฯ กับรัสเซีย ในกรณีของซีเรีย และสงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ตลอดจนการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ต่ออิหร่าน ซึ่งส่งผลให้ราคาน้ำมันโลกเริ่มปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ทั้งโลกมีความกังวลว่าปัจจัยลบต่างๆ จะเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจโลกขยายตัวได้ช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ แม้ว่าการบริโภคในประเทศมีแนวโน้มขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องจากปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการใช้จ่ายของกลุ่มผู้มีรายได้สูงเป็นสำคัญ สะท้อนจากยอดขายสินค้าคงทนโดยเฉพาะรถยนต์นั่งที่เติบโตมากในช่วงต้นปี แต่การใช้จ่ายของผู้มีรายได้น้อยยังคงไม่เพิ่มขึ้น จะเห็นได้จากอัตราว่างงานเพิ่มขึ้น การทำงานล่วงเวลาน้อยลง ราคาสินค้าเกษตรที่ยังคงหดตัวลง กอปรกับภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้แนวโน้มกำลังซื้อภาคครัวเรือนลดลง ภาคธุรกิจต้องพึ่งพาผู้บริโภคในประเทศเป็นหลัก และเผชิญกับภาวะกำลังซื้อที่ไม่ได้เติบโตสูงมากนัก แต่ไปกระจุกตัวในกลุ่มสินค้าที่พึ่งพาผู้มีรายได้สูง

ปี 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขาย 12,349.63 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 จำนวน 97.35 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.78 มีกำไรสุทธิ 934.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 จำนวน 87.03 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.28 ต้นทุนขาย 7,838.88 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 จำนวน 24.05 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.31 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 4,527.42 ล้านบาท ลดลงจากปี 2560 จำนวน 160.88 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.43 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเป็นผลจากในปีก่อน บริษัทฯ เพิ่มงบค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ของลูกค้าใหม่ ซึ่งส่งผลต่อเนื่องถึงในปีนี้ ทำให้การใช้งบค่าใช้จ่ายการตลาดของบริษัทลดลง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายได้ต้นทุนต่ำ และค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรลดลงจากจำนวนบุคลากรที่น้อยลง อีกทั้งบริษัทฯ ได้พัฒนาเสริมสร้างให้บุคลากรเดิมมีประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น พร้อมเพิ่มจำนวนบุคลากรเท่าที่จำเป็น ส่งผลให้บริษัทฯ มีกำไรสุทธิเพิ่มมากขึ้น

จากการแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีคูณมากขึ้น ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ไม่เพียงแต่สร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ แต่ยังเป็นการสร้างความแตกต่าง และความเข้าใจในการสร้างประสบการณ์ของลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อคุณค่าของตราสินค้า และพลังการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ หรือเว็บไซต์ต่างๆ

ดังนั้นในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้เร่งพัฒนาระบบเชื่อมโยง API (Application Programming Interface) ไปยังระบบต่างๆ การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า e-Commerce และ TV Shopping อาทิ Lazada, Shopee และอื่นๆ รวมถึงการเชื่อมโยงกับหน่วยงานราชการต่างๆ อาทิ กรมศุลกากร การชำระค่าภาษีนำเข้าจากต่างประเทศต่างๆ เกิดความรวดเร็วในการนำสินค้าออกมาระบายต่อไปยังร้านค้าต่างๆ พร้อมเชื่อมโยงระบบ e-Payment ลดการจ่ายเงินสดให้กับทั้งพนักงาน และลูกค้าต่างๆ พัฒนาระบบการชำระเงินกับลูกค้าสถาบันการเงิน รองรับวิธีการชำระเงินรูปแบบใหม่ๆ ผ่าน payment gateway อาทิ Alipay, Samsung Pay และพัฒนากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ e-Wallet และการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ CRM ร่วมกับพันธมิตร อาทิ Rabbit Reward/Line Pay เพื่อเพิ่มการจับจ่ายที่สะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้า

เพื่อสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบสมาชิก His & Her Plus Point ให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าเป็นรายบุคคล One to One Marketing ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีในการเชื่อมโยงสินค้า บริการ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้กับลูกค้าโดยตรงผ่านระบบ line business connect ที่ลูกค้าสามารถรับข่าวสาร สินค้า บริการ ทั้งของบริษัทและบริษัทในเครือ ใน line ของลูกค้าเอง เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ให้กับลูกค้าในการรับข่าวสารต่างๆ สิทธิพิเศษ และการเข้าร่วมกิจกรรม รวมถึงส่วนลดจากผลิตภัณฑ์ต่างๆ

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการสร้างประสิทธิภาพ ตอบสนองและสื่อสารลูกค้าอย่างรวดเร็วแม่นยำ พร้อมลดค่าใช้จ่าย ต้นทุนในการทำงาน และการตลาดโดยรวม เพื่อองค์กรสามารถปรับตัวอย่างรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค และการแข่งขันในเชิงรุกอย่างยั่งยืน