

ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีการเงิน กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของบริษัท ในปี 2562 จากสถานะเศรษฐกิจไทยในปี 2562 มีการเติบโตประมาณร้อยละ 2.6% ต่ำสุดในรอบ 5 ปี การส่งออกติดลบประมาณ 1.32% และการท่องเที่ยวทั้งระบบทรุดตัวลงมาก นักลงทุนมีความกังวล เกี่ยวกับสงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่ยังยืดเยื้อไม่เห็นทิศทางที่จะยุติได้ ตลอดจนภาพรวมของเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มไม่ขยับตัว นอกจากนี้การบริโภคในประเทศมีแนวโน้มลดลงจากปีก่อน การปรับมาตรการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารแห่งประเทศไทย ส่งผลต่อธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์เติบโตลดลง อัตราการใช้จ่ายของผู้มีรายได้น้อยลดลง ถึงแม้ภาครัฐจะมีมาตรการชิม ช้อป ใช้ ก็ไม่ส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในภาพรวม ประกอบกับภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้แนวโน้มกำลังซื้อภาคครัวเรือนลดลง ภาคธุรกิจที่ต้องพึ่งพาผู้บริโภคในประเทศเป็นหลักต้องเผชิญกับภาวะกำลังซื้อที่ลดลงมาก

ปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขาย 11,309.21 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 1,040.41 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.42 มีกำไรสุทธิ 719.04 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 214.98 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23.02 มีต้นทุนขาย 7,568.02 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 270.85 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.46 มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 3,959.72 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 จำนวน 570.02 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.59 กำไรสุทธิลดลงจากสถานะเศรษฐกิจที่ถดถอย กำลังการซื้อของผู้บริโภคในประเทศและนักท่องเที่ยวลดลง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการจับจ่ายใช้สอยไป ด้านการกินและท่องเที่ยว ส่งผลให้ยอดขายลดลง รวมถึงต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้นจากการปรับราคาสินค้าเพื่อให้ได้คุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน และบริษัทฯ ยังต้องมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขาย

จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่ปลายเดือน ธันวาคม 2562 ถึงต้นปี 2563 ยังไม่สามารถพบยารักษาได้และยังคงมีการระบอบอย่างต่อเนื่องเกือบทุกทวีปทั่วโลก โดยเฉพาะการออกมาตรการจากรัฐบาลจีนไม่ให้ประชาชนเดินทางออกนอกประเทศ รวมถึงการส่งออกสินค้าต่างๆ ส่งผลให้การค้าแต่ละประเทศที่เกี่ยวข้องรวมถึงประเทศไทยถดถอย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างมากในไทยจนบางธุรกิจต้องปิดตัวลง ในส่วนของบริษัท ก็มีผลกระทบต่อรายได้จากการขายที่ลดลงอย่างมากเช่นกัน

ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องเร่งพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ พร้อมปรับเปลี่ยนวิธีการขายไปสู่ลูกค้าโดยตรง ซึ่งได้พัฒนาระบบสมาชิก His & Her Plus Point ให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าโดยตรงเป็นรายบุคคล 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