

ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีการเงิน กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของบริษัท ในปี 2563 จากสถานะเศรษฐกิจไทย ในปี 2563 ไม่เติบโตและหดตัวลงร้อยละ 6-7 จากผลกระทบอย่างรุนแรงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และจากมาตรการควบคุมการระบาคที่เข้มงวดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในช่วงเดือนมีนาคม ถึง พฤษภาคม 2563 รัฐบาลต้องประกาศ Lock Down ปิดห้างร้านต่างๆ ทั่วประเทศ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่หยุดชะงัก ถึงแม้จะเริ่มผ่อนปรนมาตรการควบคุมในปลายเดือนพฤษภาคม 2563 แต่ยังมีแนวโน้มยึดเชื้อ โดยเฉพาะต่างประเทศที่ยังมีการแพร่ระบาดอยู่มาก ขณะที่ยังไม่มียักชินป้องกัน ถึงแม้ภาครัฐมีมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย โครงการคนละครึ่ง ชิม ซ้อป ใช้จ่าย และเราเที่ยวด้วยกัน ก็ไม่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภาพรวม ภาวะหนี้สินครัวเรือนยังคงสูงอยู่ ขณะที่รายได้ครัวเรือนลดลง และการใช้จ่ายภาครัฐที่เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญยังน้อยอยู่ ทำให้เกิดภาวะกำลังซื้อลดลงมาก อีกทั้งกำลังซื้อภายในประเทศไม่สามารถทำให้เศรษฐกิจภาพรวมเติบโตได้

ปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้จากการขาย 7,809.02 ล้านบาท ลดลงจากปี 2562 3,500.19 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.95 มีขาดทุนสุทธิ 59.32 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน กำไรสุทธิลดลง 778.36 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 108.25 ต้นทุนขาย 5,489.38 ล้านบาท ลดลงจากปี 2562 จำนวน 2,078.64 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.47 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 2,726.37 ล้านบาท ลดลงจากปี 2562 จำนวน 1,231.03 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 31.11 สาเหตุที่บริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลง เกิดจากการระบาคของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ห้างร้านต่างๆ ทั่วประเทศต้องปิด ในช่วงเดือนมีนาคม ถึง พฤษภาคม 2563 อีกทั้งสถานะเศรษฐกิจที่ถดถอย กำลังซื้อผู้บริโภคในประเทศลดลง และไม่มียักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามา ทำให้บริษัทฯ ต้องมีมาตรการในการปรับลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ไม่จำเป็นและไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายที่ไม่ส่งผลต่อการเติบโตของยอดขายและค่าใช้จ่ายบุคลากร

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตั้งแต่ปลายเดือนธันวาคม 2562 ถึงต้นปี 2564 ซึ่งยังคงมีการระบาคอย่างต่อเนื่องในแต่ละประเทศ ถึงแม้จะเริ่มมีการฉีดวัคซีนแล้วในบางประเทศ แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อประชากรโลกทุกคน นักท่องเที่ยวยังไม่สามารถเดินทางออกยังประเทศต่างๆ ได้ ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในประเทศถูกผลกระทบอย่างรุนแรง สถานะถดถอยทางเศรษฐกิจส่งผลต่อกำลังซื้อที่ลดลงอย่างมาก ซึ่งมีผลกระทบต่อรายได้จากการขายของบริษัทที่ลดลงอย่างมากเช่นกัน

ดังนั้น บริษัทฯ จึงเร่งสร้างพันธมิตรการค้า ทั้งคู่ค้าใน Digital Market Place ขนาดใหญ่ ผู้ให้บริการ Platform Ecommerce การเชื่อมโยงระบบ Electronic Payment กับผู้ให้บริการต่างๆ ทางด้านการเงิน การขนส่ง และคลังสินค้า เพื่อสร้างระบบอัตโนมัติ พัฒนาคัด Data Scientist เพื่อเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา สร้างความรวดเร็ว แม่นยำ ในการบริหารสินค้า สื่อสาร ตอบสนองลูกค้า และคู่ค้าทั้ง Supply Chain ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย พันธมิตรการค้าทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ รวมถึงการสร้างกระบวนการระบบงานใหม่ๆ ที่สร้างความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม คุณค่า และประสบการณ์ใหม่ๆ เชื่อมโยงร่วมกันทั้ง supply chain ตั้งแต่ผู้ออกแบบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย พันธมิตร คู่ค้า เครือข่าย และส่วนงานบริการต่างๆ

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการสร้างประสิทธิภาพ ในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าเชิงลึก ปรับโครงสร้างด้าน supply chain เพื่อให้บริษัทฯ ได้ต้นทุนที่ต่ำได้เปรียบในเชิงแข่งขัน พร้อมปรับโครงสร้างองค์กรให้กระชับ มีประสิทธิภาพ และมีความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการแข่งขันในเชิงรุกอย่างยั่งยืน