

กรรมการผู้อำนวยการและประธานกรรมการบริหาร กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของบริษัท ในปี 2566 จากภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2566 ขยายตัวร้อยละ 1.90 ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 2.50 จากการลดลงอย่างต่อเนื่องของภาคการส่งออกสินค้า รวมทั้งการใช้จ่าย และการลงทุนของภาครัฐที่ลดลง ขณะที่การอุปโภคบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชน รวมทั้งการส่งออกบริการยังคงขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี

ปี 2566 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้จากการขาย 8,842.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 = 363.56 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.29 ตามการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การบริโภคภายในประเทศ และการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มอาเซียน กลุ่มเอเชียใต้ และกลุ่มยุโรป กอปรกับการบริโภคภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้นในกลุ่มการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น แต่มีผลกระทบจากกลุ่ม Department Store ที่ยอดขายลดลงจากพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มีกำไรขั้นต้น 2,545.44 ล้านบาท ลดลงจากปี 2565 = 7.03 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.28 จากการปรับโครงสร้างการขายสินค้าบางกลุ่มตาม New Model ของบริษัท ทำให้มีรายได้อื่น จำนวน 1,189.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 = 212.33 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.73 จากเงินปันผลรับเพิ่มขึ้น และการบริหารทรัพย์สินที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้รายได้ดอกเบี้ยรับและค่าเช่ารับ เพิ่มขึ้น รวมทั้งดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารในประเทศ ดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม ดอกเบี้ยหุ้นกู้ รายได้ค่าเช่าโกดังสินค้าและรายได้ค่าเช่าพื้นที่อื่นๆ เพิ่มขึ้นด้วย ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 2,783.04 ล้านบาท ลดลงจากปี 2565 จำนวน 96.78 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.36 จากการบริหารแบบ New Model ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง 7.86 % ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น 5.08 % จากปัจจัยข้างต้น ทำให้บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 899.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 จำนวน 287.35 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 46.95

จากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ในฐานะผู้ส่งออก / นำเข้า ทำให้กระแสรายได้หรือรายจ่ายในรูปเงินบาทของบริษัทฯ มีความไม่แน่นอน อาจทำให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้น หรือขาดทุน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนยากต่อการคาดเดา เนื่องจากมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออัตราเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจในประเทศ นโยบายการเงินและการคลัง ภาวะเศรษฐกิจโลก การคาดการณ์และการเก็งกำไร เสถียรภาพการเมืองในประเทศและต่างประเทศ จิตวิทยาตลาด และข่าวลือต่างๆ ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะไม่สามารถควบคุมความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ แต่บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ในการป้องกันความเสี่ยงล่วงหน้า เช่น การทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อให้สามารถบริหารจัดการรายได้และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ดังนั้น บริษัทฯ จึงเร่งพัฒนาโครงสร้างการดำเนินธุรกิจในทุกมิติ (New Model) ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง (Changes) ของตลาดและผู้บริโภค พร้อมสร้างพันธมิตรการค้า ทั้งคู่ค้าใน Digital Market Place ขนาดใหญ่ ผู้ให้บริการ Platform Ecommerce การเชื่อมโยงระบบ Electronic Payment กับผู้ให้บริการต่างๆ ทางด้านการเงิน การขนส่ง และคลังสินค้า เพื่อสร้างระบบอัตโนมัติ พัฒนานิเทศ Data Scientist เพื่อเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา สร้างความรวดเร็ว แม่นยำ ในการบริหารสินค้า สื่อสาร ตอบสนองลูกค้า ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย พันธมิตรการค้า ทั้งออนไลน์ 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 พร้อมมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรอย่างมีธรรมาภิบาล เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน มอบผลตอบแทนที่ดีและยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสีย เสริมสร้างความสมดุลทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการขยายธุรกิจใหม่ๆ และมุ่งมั่นในการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ภายใต้อัตลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้น