

ภาพรวมผลดำเนินงาน

เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มชะลอตัวอย่างมีนัยสำคัญจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ทั้งต่างประเทศและในประเทศ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว การผลิต การส่งออก และการบริโภคภาคเอกชนหดตัว รวมทั้งก่อให้เกิดความผันผวนรุนแรงในตลาดการเงินโลก

สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สร้างความท้าทายอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนในสังคม และสถานการณ์ยังคงปรับเปลี่ยนทุกวัน ดังนั้น ทางบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในช่วงความไม่แน่นอนนี้ คือสุขภาพและความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด – ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า และชุมชน และเพื่อเป็นการปฏิบัติตามคำสั่งของภาครัฐในแต่ละประเทศอย่างเคร่งครัด ทางบริษัทฯ ได้ปิดให้บริการร้านในสวนงานแฟชั่นและฮาร์ดไลน์ (Non-food) ในขณะที่สวนงานฟู้ด (Food) ยังคงเปิดให้บริการตามปกติ เพื่อรองรับความต้องการในสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น นอกจากนี้ ทางบริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการป้องกันเชิงรุกในทุกพื้นที่ธุรกิจของบริษัทฯ ตั้งแต่การแพร่ระบาดในช่วงแรกๆ เช่น มาตรการฆ่าเชื้อและทำความสะอาดในสถานที่ดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และสำนักงานเพื่อลดการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส รวมถึงการให้ความสนับสนุนและความช่วยเหลือพันธมิตรและชุมชนในการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส

บริษัทฯ เข้าใจถึงสถานการณ์และความกังวลของลูกค้าทุกท่านจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) บริษัทฯ พร้อมให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าทุกท่านอย่างสุดความสามารถ และด้วยความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก บริษัทฯ ทำอย่างเต็มที่เพื่อให้มั่นใจว่ามีอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคจำเป็นเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดเตรียมบริการ Omni-channel ครบวงจร เพื่อรองรับทุกความต้องการของลูกค้าเสมือนยกห้างไปไว้ที่บ้าน อาทิ เว็บไซต์ อีคอมเมิร์ซ ธุรกิจโมบายล์แอปพลิเคชัน Mobile Application, Chat & Shop และบริการ Call & Shop พร้อมบริการจัดส่งฟรีถึงบ้านตามเงื่อนไขที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการดำเนินมาตรการในทุกหน่วยธุรกิจ เพื่อที่จะลดผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรและรักษาสภาพคล่องทางการเงิน

สถานการณ์ธุรกิจในปัจจุบัน

1. ประเทศไทย: บริษัทฯ ได้ปิดให้บริการร้านค้าในสวนงานแฟชั่นและฮาร์ดไลน์ (Non-food) ชั่วคราว คิดเป็นประมาณร้อยละ 90 ของจำนวนร้านค้าทั้งหมด ตามประกาศของรัฐบาลตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม ในขณะที่สวนงานฟู้ด (Food) เช่น เซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์, ท็อปส์ มาร์เก็ต, ท็อปส์ เดลี่ และแฟมิลี่มาร์ทยังคงเปิดให้บริการตามปกติทั่วประเทศ
2. ประเทศเวียดนาม: บริษัทฯ ได้ปิดให้บริการบางสาขาในสวนงานที่เป็น Non-food และจำกัดการจัดกิจกรรมต่างๆ ตามมาตรการของรัฐบาลเมื่อช่วงปลายเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าทางรัฐบาลมีมาตรการผ่อนปรน (ปลดล็อกดาว์น) ในช่วงปลายเมษายนที่ผ่านมา ธุรกิจ Non-food ของบริษัทฯ จึงเริ่มเปิดให้บริการมากกว่าร้อยละ 95
3. ประเทศอิตาลี: บริษัทฯ ได้ปิดให้บริการห้างสรรพสินค้าจำนวน 9 สาขาชั่วคราว ตั้งแต่วันที่ 12 มีนาคม เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสที่แพร่กระจายอย่างมาก

ทางบริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์และแผนการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรและรักษาสภาพคล่องทางการเงินในระยะสั้นท่ามกลางภาวะวิกฤตและเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต ดังนี้

MITIGATION PLAN IMPLEMENTED WITH FULL SET OF INITIATIVES TO SEIZE SHORT-TERM OPPORTUNITIES AMIDST CRISIS



ภาพรวมผลประกอบการในไตรมาส 1 ปี 2563

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) รายงานผลการประกอบการไตรมาส 1 ปี 2563 มีรายได้รวม 54,285 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1 และมีกำไรสำหรับงวด 890 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 63.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายที่ลดลง เนื่องจากมาตรการของรัฐบาลในการป้องกันการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั่วโลก โดยการปิดห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก และศูนย์การค้าเป็นการชั่วคราว ซึ่งบริษัทฯ ได้รับผลกระทบทั้งในประเทศไทย อิตาลี และเวียดนาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนงานแฟชั่น รายได้จากการขายลดลง 3,500 ล้านบาท คิดเป็น 22.1% อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้เพิ่มยอดขายโดยการจำหน่ายผ่านช่องทางอื่น เช่น ออนไลน์ chat & shop, call & shop เป็นต้น นอกจากนี้ กำไรของบริษัทฯ ยังได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า และฉบับที่ 9 เครื่องมือทางการเงิน ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ ปี 2563 โดยมีผลให้ค่าเช่าลดลง 1,959 ล้านบาท ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้น 1,746 ล้านบาท ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น 355 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง 8 ล้านบาท สุทธิรวม 134 ล้านบาท

สรุปงบกำไรขาดทุนสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2563 และวันที่ 31 มีนาคม 2562

	งวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2563		งวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2562		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	48,631	89.6%	47,897	89.2%	734	1.5%
- รายได้จากการขายจากส่วนงานแฟชั่น	12,343	22.7%	15,842	29.5%	(3,500)	(22.1%)
- รายได้จากการขายจากส่วนงานฮาร์ดไลน์	13,853	25.5%	10,533	19.6%	3,320	31.5%
- รายได้จากการขายจากส่วนงานฟู้ด	22,435	41.3%	21,521	40.1%	914	4.2%
รายได้จากการให้บริการเช่า	1,605	3.0%	1,667	3.1%	(62)	(3.7%)
รายได้จากการให้บริการ	340	0.6%	414	0.8%	(73)	(17.7%)
รายได้ดอกเบี้ย	55	0.1%	73	0.1%	(19)	(25.3%)
รายได้อื่น	3,654	6.7%	3,651	6.8%	3	0.1%
รวมรายได้	54,285	100.0%	53,703	100.0%	583	1.1%
ต้นทุนขาย	37,176	68.5%	34,812	64.8%	2,364	6.8%
กำไรขั้นต้นจากการขาย ⁽¹⁾	11,455	23.6%	13,085	27.3%	(1,630)	(12.5%)
ต้นทุนการให้เช่าและการให้บริการ	442	0.8%	517	1.0%	(76)	(14.7%)
กำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการ ⁽²⁾	1,504	77.3%	1,563	75.1%	(60)	(3.8%)
กำไรขั้นต้น	12,959	25.6%	14,649	29.3%	(1,690)	(11.5%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	10,847	20.0%	11,266	21.0%	(419)	(3.7%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	4,080	7.5%	4,025	7.5%	55	1.4%
ส่วนแบ่งกำไรของการร่วมค้าและบริษัทร่วมที่วิธีวิธีส่วนได้เสีย	65	0.1%	115	0.2%	(49)	(43.0%)
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	1,807	3.3%	3,197	6.0%	(1,391)	(43.5%)
ต้นทุนทางการเงิน	615	1.1%	217	0.4%	397	182.8%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	1,192	2.2%	2,980	5.5%	(1,788)	(60.0%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	302	0.6%	545	1.0%	(244)	(44.7%)
กำไรสำหรับงวด	890	1.6%	2,434	4.5%	(1,544)	(63.4%)
กำไรสำหรับงวดส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	743	1.4%	1,925	3.6%	(1,182)	(61.4%)
ข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญ						
EBITDA	5,879	10.8%	5,591	10.4%	288	5.2%
EBITDA หลังรายการปรับปรุงกำไร	4,045	7.5%	5,597	10.4%	(1,552)	(27.7%)
กำไรสุทธิหลังรายการปรับปรุงกำไร	1,104	2.0%	2,439	4.5%	(1,335)	(54.7%)

⁽¹⁾ มูลค่าร้อยละคำนวณจาก กำไรขั้นต้นจากการขาย หาดด้วยรายได้จากการขาย⁽²⁾ มูลค่าร้อยละคำนวณจาก กำไรขั้นต้นจากการให้เช่าและการให้บริการ หาดด้วยผลรวมของรายได้การให้เช่าและการเช่าและรายได้จากการให้บริการ

ผลประกอบการในไตรมาส 1 ปี 2563 มีดังต่อไปนี้

1. **รายได้จากการขาย** เท่ากับ 48,631 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้จากการขายสามารถจำแนกได้ตามประเภทธุรกิจของบริษัทฯ ดังนี้
 - I. **ส่วนงานแฟชั่น** เท่ากับ 12,343 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 22.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุการจับจ่ายของผู้บริโภคที่ชะลอ และการปิดสาขาตามมาตรการของรัฐบาลเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างไรก็ตามเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในช่วงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงรักษาคุณภาพการให้บริการ บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาการให้บริการ Omni-channel ที่ครบวงจรเพื่อกระตุ้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์ Chat & Shop, Call & Shop และ ช่องทาง e-commerce ในกลุ่มของบริษัทฯ นอกจากนี้ ทางบริษัทฯ ได้ประชาสัมพันธ์ช่องทางขายออนไลน์เชิงรุกมากขึ้น ส่งผลให้ยอดขายทางออนไลน์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 107 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน
 - II. **ส่วนงานฮาร์ดไลน์** เท่ากับ 13,853 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของพื้นที่ขายสุทธิของร้านค้าจากการเปิดสาขาใหม่ภายใต้ส่วนงานฮาร์ดไลน์ในประเทศไทย และการรวมธุรกิจเหยิงคิมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ประชาสัมพันธ์ช่องทางขายออนไลน์เชิงรุกเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายในช่วงเวลาที่มีการปิดสาขา ส่งผลให้ยอดขายทางออนไลน์ได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 64 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน
 - III. **ส่วนงานฟู้ด** เท่ากับ 22,435 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากยอดขายของกลุ่มฟู้ดในประเทศเวียดนามที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดสาขาใหม่และจากสาขาเดิมของบิกซี เวียดนามและการเติบโตของธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศไทย หักลบกับการปิดสาขาของร้านคอนวีเนียนสโตร์ นอกจากนี้ สถานการณ์ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ส่งผลในเชิงบวกต่อยอดขายของธุรกิจ เนื่องจากลูกค้าซื้อสินค้าจำนวนมากขึ้นเพื่อเก็บสำรองไว้
2. **รายได้จากการให้บริการเช่า** 1,605 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการปิดห้างสรรพสินค้าและรีเทล พลาซ่าจากสถานการณ์ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ทำให้ผู้เช่าไม่สามารถประกอบธุรกิจและ ผู้เช่าได้มีการเจรจาต่อรองเพื่อขอลดค่าเช่าเนื่องจากผลกระทบในภาพรวมของไตรมาส
3. **รายได้จากการให้บริการ** เท่ากับ 340 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 17.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการปิดห้างสรรพสินค้าและรีเทล พลาซ่าจากสถานการณ์ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา
4. **กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 12,959 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญมีดังนี้
 - **กำไรขั้นต้นจากการขาย** เท่ากับ 11,455 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.5 หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 23.6 เปรียบเทียบกับร้อยละ 27.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของยอดขายในส่วนงานฮาร์ดไลน์ และฟู้ด ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นน้อย และการเพิ่มขึ้นของรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงที่ผ่านมา
 - **กำไรขั้นต้นจากการให้บริการเช่าและการให้บริการ** เท่ากับ 1,504 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.8 หรือ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 77.3 เปรียบเทียบกับร้อยละ 75.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากรายได้ที่ลดลงเนื่องจากการปิดห้างสรรพสินค้าและรีเทล พลาซ่า และการให้ส่วนลดแก่ผู้เช่า
5. **ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร** เท่ากับ 14,927 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (หากไม่รวมธุรกิจเหยิงคิม ลดลงร้อยละ 5.6) โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของค่าเช่าสุทธิกับการเพิ่มขึ้นของค่าเสื่อมราคา อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า ที่มีผลบังคับใช้ในปี 2563 ซึ่งทำให้มีการบันทึกค่าใช้จ่ายบางส่วนไปเป็นต้นทุนทางการเงิน และค่าเช่าที่ลดลงเนื่องจากการปิดสาขาจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) รวมถึงค่าใช้จ่ายสินค้าสูญหายและล้าสมัยที่ลดลงเนื่องจากการบริหารสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขายลดลง เช่น ค่าขนส่งสินค้า ขณะที่ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขาย ผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึง ค่าใช้จ่ายของสาขาใหม่ในส่วนงานฮาร์ดไลน์และส่วนงานฟู้ด อาทิ ไทวัสดุ 2 สาขา ในประเทศไทย GO! mall 1 สาขา และบิกซีเวียดนาม 1 สาขา เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้มีมาตรการลดค่าใช้จ่ายอย่างเข้มงวดในทุกส่วนงาน

6. **ต้นทุนทางการเงิน** เท่ากับ 615 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 182.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า ที่มีผลบังคับใช้ในปี 2563 และดอกเบี้ยจ่ายในบัญชีมีระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้น
7. **ส่วนแบ่งกำไรของการร่วมค้าและบริษัทร่วมที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย** เท่ากับ 65 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 43.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการรวมธุรกิจเหียงนาคิม เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท และการลดลงของกำไรของกิจการร่วมค้าเนื่องจากผลกระทบจากการปิดห้างสรรพสินค้าและ รีเทล พลาซ่า
8. **ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้** เท่ากับ 302 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 44.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

ฐานะทางการเงิน

1. **สินทรัพย์รวม** เท่ากับ 264,222 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 และเท่ากับ 186,945 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เพิ่มขึ้น 77,277 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการการเปลี่ยนแปลงการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า ทำให้สินทรัพย์สิทธิการใช้เพิ่มขึ้น 70,337 ล้านบาท และสิทธิการเช่าลดลง 21,042 ล้านบาท และเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เพิ่มขึ้น 22,233 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้น
2. **หนี้สินรวม** เท่ากับ 200,587 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 และเท่ากับ 145,986 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เพิ่มขึ้น 54,601 ล้านบาท หรือร้อยละ 37.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า ทำให้หนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้น
3. **ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม** เท่ากับ 63,635 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 และเท่ากับ 40,959 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เพิ่มขึ้น 22,676 ล้านบาทหรือร้อยละ 55.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก หุ้นสามัญที่เพิ่มขึ้นจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไป 1,331 ล้านบาท ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญเพิ่มขึ้น 53,790 ล้านบาท และผลกระทบจากการเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน บมจ.โรบินสัน ทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นลดลง 22,809 ล้านบาท และส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมลดลง 10,779 ล้านบาท

โครงสร้างเงินทุน

โครงสร้างเงินทุนของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 ประกอบด้วยหนี้สินรวมจำนวน 200,587 ล้านบาท ซึ่งเป็นส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจำนวน 81,359 ล้านบาท และมีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 63,635 ล้านบาท บริษัทฯ มีอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3.2 เท่า ในขณะที่มีอัตราหนี้สินสุทธิที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.8 เท่า

แผนธุรกิจ

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ในระยะยาวที่จะเติบโตรายได้และกำไรอย่างยั่งยืน ด้วยแพลตฟอร์ม Customer-Centric Omni-channel ที่มีรูปแบบหลากหลาย ทั้ง Multi-Category, Multi-Format และ Multi-Market เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการขยายธุรกิจโดยการพัฒนาแพลตฟอร์ม Omni-channel เพื่อนำเสนอรูปแบบค้าปลีกที่แปลกใหม่พร้อมมอบประสบการณ์ที่หลากหลายและสะดวกสบายให้รองรับไลฟ์สไตล์ยุค NOW NORMAL ของลูกค้าทุกกลุ่มในประเทศไทยและต่อยอดไปยังธุรกิจต่างประเทศ อาทิ บริการออนไลน์ที่จะเปิดตัวที่รามาเขต ประเทศอิตาลี ในเดือนมิถุนายนนี้ ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพในทุกหน่วยงาน ดำเนินการบริหารจัดการการเงินเพื่อรักษาสภาพคล่อง และเน้นการลงทุนขยายสาขา Strategic Growth Projects ทั้งในและนอกประเทศ เช่น การขยายสาขาไทวัสดุ, โรบินสัน ไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์, ท็อปส์ มาร์เก็ต และ GO! เวียดนามเพื่อเติบโตตามเป้าหมายในอนาคตต่อไป