



TACC โค้งแรกกำไรโต 19% ฝ่าโควิด รอไวรัสคลี่คลายลุยออกสินค้าใหม่

Home > Breaking News

🕒 14/05/2020 14:22 📍 Breaking News, บริษัทจดทะเบียน

HoonSmart.com>> “ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์” เปิดงบไตรมาส 1/63 กำไร 43 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19% จากงวดปีก่อน ยอดขายในร้านเซเว่นยังโต บริหารจัดการต้นทุนมีประสิทธิภาพ คงเป้ารายได้ทั้งปีเติบโต 5-10% หวังโควิด-19 คลี่คลาย เศรษฐกิจฟื้นตัวเร็ว ลุยออกสินค้าใหม่กลุ่มธุรกิจเติบโตสูง



ชัชชวี วัฒนสุข

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า ผลการดำเนินงานของบริษัทฯในไตรมาส 1/63 มีกำไรสุทธิ 42.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.80 ล้านบาท หรือ 18.99% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อนมีกำไรสุทธิ 35.83 ล้านบาท ขณะที่รายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 1/63 อยู่ที่ 328.16 ล้านบาท ลดลง 7.04% จากผลกระทบโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมียอดขายเติบโตอย่างแข็งแกร่งใน All Café ที่มากขึ้นตามจำนวนสาขาและเพิ่มเมนูใหม่ตามฤดูกาล และกลุ่มสินค้าที่ร่วมพัฒนา กับ B2B

“กำไรที่เพิ่มขึ้นในไตรมาส 1/63 มาจากอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น โดยมาจากการเพิ่มยอดขายในส่วนสินค้าที่มีกำไรสูงจากการพัฒนาต้นทุนอย่างต่อเนื่องและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ คาดว่ารายได้ทั้งปี 2563 จะเติบโตประมาณร้อยละ 5-10 จากปีก่อน หากสถานการณ์โควิด-19 สามารถควบคุมได้และเศรษฐกิจฟื้นตัวได้เร็วเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยการเน้นกลยุทธ์การออกสินค้าใหม่มากขึ้นในกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง และ ร่วมพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าที่จำหน่าย”นายชัชชวี กล่าว

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังชะลอการขยายธุรกิจคาเฟ่เดอเดอไปในตลาดต่างประเทศจนกว่าสถานการณ์โควิด-19 จะดีขึ้น โดยปัจจุบันบริษัทฯเป็นตัวแทนดูแล Licensee ครอบคลุม 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย, สิงคโปร์, มาเลเซีย, กัมพูชา, เมียนมา, ลาว และเวียดนาม ซึ่งก่อนหน้านี้บริษัทวางแผนรุกตลาดเวียดนามเต็มที่ ขณะเดียวกันในประเทศไทยผู้ที่ได้รับ Licensee ไปจากบริษัทฯ ส่วนหนึ่งจำหน่ายผ่านหน้าร้าน หรือขายในห้างสรรพสินค้าก็ได้รับผลกระทบพอสมควร ซึ่งบริษัทฯได้มีการช่วยเหลือลูกค้าโดยการขยายระยะเวลาสัญญาให้กับรายที่มีผลกระทบ

ประธานกรรมการบริหาร TACC กล่าวอีกว่า บริษัทฯอยู่ระหว่างเตรียมความพร้อมปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะการวางแผนการจับจ่ายใช้สอยก่อนออกจากบ้านมากขึ้น สิ่งที่บริษัทฯจะทำต่อไปคือ ทำอย่างไรให้สินค้าของ TACC ไปอยู่ในแผนการซื้อสินค้าของผู้บริโภค รวมถึงเข้าไปอยู่ในระบบเดลิเวอรี่ เช่น การออกแบบแพ็คเกจที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อเพิ่มยอดขาย ผลักดันผลการดำเนินงานเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนในอนาคต