

TACCปรับแผน ลดยอดขาย สินค้ามาร์จิ้นสูง

ทศวรรษ - สู้โควิด - TACC ปรับกลยุทธ์ในช่วงที่เหลือของปี เตรียมเลิฟสินค้าใหม่วางขายใน 7-Eleven ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุค New Normal เผยปลดล็อกเคอร์ฟิวหนุยอดขายเพิ่มขึ้น → **อ่านต่อหน้า 47**



TACC

(ต่อจากหน้า 3)

พุ่งเป้าขายสินค้ามาร์จิ้นสูง พร้อมบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ แยมแผนเตรียมย้ายเข้าเทรด SET

นางจิรพรรณ คชฤทธิ์ชูแสง รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า แผนการดำเนินงานในช่วงที่เหลือของปีนี้ บริษัทยังคงเดินหน้าส่งสินค้าใหม่ วางขายใน ร้าน 7-Eleven เพื่อกระตุ้นยอดขายและรายได้ ขณะเดียวกันอยู่ระหว่างเตรียมปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป รองรับกระแส New Normal หรือ วิถีปกติใหม่ โดยเฉพาะการวางแผนการจับจ่ายใช้สอยก่อนออกจากบ้านมากขึ้น

● ทิศทาง Q2/2563

ขณะที่แนวโน้มผลการดำเนินงานในครึ่งไตรมาสที่ 2/2563 คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากตัวรายได้ ส่วนกำไรของบริษัทยังเชื่อมั่นว่าจะเติบโตได้ดีจากการที่มีการขายสินค้ามาร์จิ้นสูง รวมถึงมีการบริหารจัดการต้นทุนที่ดี

ทั้งนี้หากประเมินผลกระทบจากโควิด-19 จะเป็นอย่างไรบ้างน่าจะยังได้รับผลกระทบอยู่

หากยังไม่มียุทธศาสตร์ที่สามารถรักษาไวรัสโควิด-19 และหยุดการแพร่ระบาดได้ ซึ่งผู้คนอาจจะต้องอยู่ในสภาพนี้ แต่สำหรับบริษัทมีปัจจัยบวกเข้ามาจากการที่รัฐบาลเริ่มปลดล็อกเคอร์ฟิว และ 7-Eleven เริ่มกลับมาขายได้ 24 ชั่วโมง โดยคาดว่าสถานการณ์จะปรับตัวดีขึ้นมากกว่าที่ผ่านมา สำหรับกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในไตรมาส 1/2563 มาจากอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทเพิ่มขึ้น โดยมาจากการเพิ่มยอดขายในส่วนของสินค้าที่มีกำไรสูงจากการพัฒนาต้นทุนอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยเน้นกลยุทธ์การออกสินค้าใหม่มากขึ้นในกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง และร่วมพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าที่จำหน่าย

● เติบโตตามเซเว่น

สำหรับการเซ็นสัญญากับ 7-Eleven บริษัทเพิ่งมีการเซ็นสัญญาเมื่อปี 2562 เป็นระยะเวลา 3 ปี หากหมดสัญญาก็จะมีการต่อสัญญาอย่างต่อเนื่อง ส่วนในอนาคต 7-Eleven จะขยายร้านค้าไปในต่างประเทศมากขึ้น บริษัทถือว่าเป็นสิ่งที่ดี และสร้างการเติบโตให้แก่บริษัทได้ในอนาคต ซึ่งบริษัทได้มีการเตรียมการที่จะไปร่วมขยายการเติบโตควบคู่ไปกับ 7-Eleven ในต่างประเทศอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ตามบริษัทมีเป้าหมายย้ายเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ซึ่งมองว่าเป็นเป้าหมายในการเติบโตของหลายบริษัท แต่ปัจจุบันอยู่ระหว่างเตรียมความพร้อม เพื่อก้าวเข้าสู่ตลาดที่ใหญ่ขึ้นอย่างมั่นคง

ส่วนผลการดำเนินงานของบริษัทในไตรมาส 1/2563 มีกำไรสุทธิ 42.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.80 ล้านบาท หรือ 18.99% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อนมีกำไรสุทธิ 35.83 ล้านบาท ขณะที่รายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 1/2563 อยู่ที่ 328.16 ล้านบาท ลดลง 7.04% จากผลกระทบโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค