

🏠 / BREAKING NEWS / TACC ร่วงยาว 6 วันพุ่ง 11% โบรกฯชี้กำไรไตรมาส 3 นิวไฮ ชูเป้า 8.30 บ.



TACC ร่วงยาว 6 วันพุ่ง 11% โบรกฯชี้กำไรไตรมาส 3 นิวไฮ ชูเป้า 8.30 บ.

วันที่ 28/10/2020

TACC ร่วงยาว 6 วันพุ่ง 11% โบรกฯชี้กำไรไตรมาส 3 นิวไฮ ชูเป้า 8.30 บ.

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ราคาหุ้น บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC ณ เวลา 10.44 น. อยู่ที่ระดับ 6.70 บาท บวก 0.20 บาท หรือ 3.08% สูงสุดที่ระดับ 6.80 บาท ต่ำสุดที่ระดับ 6.55 บาท ด้วยมูลค่าการซื้อขาย 20.24 ล้านบาท



นายมงคล พ่วงเกตุรา ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายกลยุทธ์การลงทุนหลักทรัพย์ บล.เคทีบี (ประเทศไทย) กล่าวว่า ขณะนี้แนะนำ “ซื้อ” หุ้น TACC ราคาเป้าหมาย 8.30 บาท ประเมินกำไรสุทธิของ TACC ในไตรมาส 3/63 ที่ 53 ล้านบาท เติบโต 29% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และเติบโต 12% จากไตรมาส 2/63 หลังแนวโน้มการบริโภคที่กลับมาฟื้นตัวจากยอดขายเครื่องดื่มภายในร้าน 7-Eleven กลับเข้าสู่ภาวะปกติ และยังมี Project Upsize Strategy (แก้วใหญ่ 22 ออนซ์) ของเครื่องดื่ม All Cafe ซึ่งในเดือน ก.ย.63 มีสาขา รวมจำหน่ายเพิ่มขึ้นถึง 290% จากในช่วงทดลองตลาดในไตรมาส 2/63 ที่ประมาณ 2,000 สาขา

นอกจากนี้ ยังคาดว่าร้าน 7-Eleven จะขยายสาขาเพิ่มขึ้นในไตรมาส 3/63 อีก 200 สาขา ก็ส่งผลให้รายได้ของ TACC จะเติบโตตามการขยายตัวของสาขา 7-Eleven ด้วย

“TACC มีจุดเด่นอยู่ที่การร่วมทำธุรกิจกับร้าน 7-Eleven ที่มีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง และยังมีมีการปรับกลยุทธ์การทำธุรกิจให้เข้ากับสถานการณ์ซึ่งจะเห็นได้ว่าในช่วง 1-2 ไตรมาส ที่ผ่านมาบริษัทยังสามารถทำกำไรได้ค่อนข้างดีแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เราจึงยังชอบอยู่” นายมงคล กล่าว

ด้าน บล.โกลเบล็ก ระบุในบทวิเคราะห์ว่า ผลประกอบการของ TACC ในไตรมาส 2/63 นำจะผ่านจุดต่ำสุดแล้ว และคาดว่ากำไรในช่วงไตรมาส 3/63 จะทำจุดสูงสุดใหม่รายได้ไตรมาสในรอบปีนี้ และเป็นระดับเติบโตกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับปัจจัยหนุนจากการคลายล็อกดาวน์ทำให้กำลังซื้อกลับมาฟื้นตัว ประกอบกับการปรับ Product Mix และการขายที่ออปชั่น โอลเวร่า เป็นเมนูเสริมบนเครื่องดื่ม ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 35% จากเดิมที่ 30-31%

นอกจากนี้ TACC ได้มีการปรับเพิ่มขนาดไซส์แก้วสำหรับเครื่องดื่มในเมนู All Cafe เป็น 22 ออนซ์ จากเดิมที่มีเพียง 16 ออนซ์ โดยได้ทดลองทดสอบตลาดสำหรับการปรับไซส์แก้วไปแล้วราว 2,000 สาขาในไตรมาส 2/63 ซึ่งได้กระแสตอบรับค่อนข้างดี และตั้งแต่เดือน ก.ย.ปรับเพิ่มการขายเป็น 7,800 สาขาทั่วประเทศ

สำหรับภาพรวมกำไรสุทธิในปี 63 คาดว่าจะเติบโตได้ 19% เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน โดยเป็นผลมาจากการที่บริษัทรักษาอัตรากำไรขั้นต้นไว้ที่ 34.5% สูงกว่าปีก่อนที่ 30.7% จากการปรับ Product Mix และการขายสินค้าใหม่ที่มีมาร์จิ้นเพิ่มขึ้น พร้อมกันนี้ยังได้รับงาน OEM ในการขายผงชงเครื่องดื่มให้กับ บมจ.เจ้าแกน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง (TKN) ซึ่งเป็น Upside จากประมาณการ แม้ว่าจะรายได้อาจจะปรับตัวลดลง 10% จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้มีการปิดเมืองในช่วงครึ่งปีแรก แต่อย่างไรก็ตามเริ่มกลับมาฟื้นตัวแล้วในช่วงครึ่งปีหลัง