

# ข่าวหุ้น

Khao Hoon  
Circulation: 90,000  
Ad Rate: 850

Section: First Section/บริษัทจดทะเบียน

วันที่: จันทร์ 22 กุมภาพันธ์ 2564

ปีที่: 27

ฉบับที่: 6644

หน้า: 10(บนขวา)

Col.Inch: 37.89

Ad Value: 32,206.50

PRValue (x3): 96,619.50

คลิป: ขาว-ดำ

หัวข้อข่าว: TACCทำนิวไฮกำไรปี63โต20% ปักหมุดรายได้ปีนี้พุ่ง 15% จ่ายปันผล 17 สต.

## TACCทำนิวไฮกำไรปี63โต20%

- ปักหมุดรายได้ปีนี้พุ่ง 15% จ่ายปันผล 17 สต.

“TACC” ปลื้มงบปี 63 นิวไฮ! โบนัสกำไรสุทธิ 188.38 ล้านบาท เติบโต 20.61% หลังบริหารจัดการต้นทุนได้ดี บอร์ดใจป้ำ โฟกัสจ่ายปันผลหุ้นละ 0.17 บาท ขึ้น XD วันที่ 28 เม.ย.นี้ “ซัชชวี” ปักหมุดปี 64 ปีมีรายได้เติบโต 10-15%

นายซัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท (บอร์ด) ครั้งที่ 2/2564 เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2564 มีมติจ่ายเงินปันผลประจำปี 2563 เป็นเงินสดในอัตราหุ้นละ 0.17 บาท โดยกำหนดวันที่ไม่ได้รับสิทธิปันผล (XD) ในวันที่ 28 เมษายน 2564 และกำหนดรายชื่อผู้มีสิทธิได้รับปันผล (Record date) ในวันที่ 29 เมษายน 2564 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 13 พฤษภาคม 2564

สำหรับผลการดำเนินงานในปี 2563 บริษัทมีกำไรสุทธิ 188.38 ล้านบาท เติบโต 20.61% จากปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 156.18 ล้านบาท ซึ่งเป็นกำไรสุทธิที่เติบโตสร้างสถิติสูงสุดใหม่เป็นประวัติการณ์ (นิวไฮ) โดยมีสาเหตุหลักมาจากอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น มาจากการเพิ่มยอดขายในส่วนสินค้าที่มีกำไรสูง จากการพัฒนาต้นทุนอย่างต่อเนื่องและควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ขณะที่รายได้จากการขายในปี 2563 อยู่ที่ 1,314.74 ล้านบาท ลดลง 13.52 % จาก



ซัชชวี วัฒนสุข

ปีก่อนที่มีรายได้จากการขาย 1,520.28 ล้านบาท มีสาเหตุหลักจากผลกระทบโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ จากการประกาศการใช้ “New Normal” ในธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงสถานการณ์ศึกษา

การระงับเที่ยวบิน ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวน้อยลงและทำให้ยอดขายลดลง

สำหรับแผนการดำเนินงานของบริษัทในปี 2564 บริษัทคาดว่าจะมีรายได้ทั้งปีเติบโตประมาณ 10-15% จากปีก่อน จากการเน้นกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเดิมและออกสินค้าใหม่ตามเทรนด์ผู้บริโภค และร่วมพัฒนาสินค้าให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

โดยบริษัทยังคงใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโตของยอดขาย ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และออกเครื่องดื่มใหม่ ๆ ในกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มเย็นในโถกต และเครื่องดื่มในนม All Cafe' ที่ร้าน 7-Eleven และวางแผนการตลาดร่วมกันเพื่อกระตุ้นยอดขาย รวมถึงการขยายตลาดไปยังกลุ่ม CAFE' Business ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเจริญเติบโตของบริษัท 2564

ส่วนของธุรกิจ “คาแรคเตอร์” ในปี 2564 บริษัทได้มีสินค้าคาแรคเตอร์ใหม่ “Jay The Rabbit” จับกลุ่มสาวโสด และกลุ่มออฟฟิศ ที่มีกำลังซื้อเป็นจำนวนมาก อีกทั้ง มีความแตกต่างจากคาแรคเตอร์ที่บริษัทมีอยู่ ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าและต่อยอดธุรกิจ ให้เติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง ซึ่งมั่นใจว่าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดียิ่ง เช่นเดียวกับคาแรคเตอร์ “Rilakkuma” และ “หมาจ๋า” ■