

ข่าว / บริษัทจดทะเบียน / TACC เป้ารายได้ปีนี้โต 10-15% เปิดตัวเครื่องต้ม-คาแฟเตอร์ใหม่ กระตุ้นยอดขายเพิ่ม



TACC เป้ารายได้ปีนี้โต 10-15% เปิดตัวเครื่องต้ม-คาแฟเตอร์ใหม่ กระตุ้นยอดขายเพิ่ม

วันที่ 26/03/2021

TACC เป้ารายได้ปีนี้โต 10-15% เปิดตัวเครื่องต้ม-คาแฟเตอร์ใหม่ กระตุ้นยอดขายเพิ่ม

นางจิรพรรณ คชฤทธิ์ ชูแสง รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ **TACC** นำเสนอข้อมูลผลประกอบการงวดปี 2563 และแนวโน้มผลประกอบการปี 2564 ในงานบริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน (Opportunity Day) กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ว่า ในช่วงปี 2563 ยังคงดำเนินธุรกิจ 2 ธุรกิจหลัก ประกอบด้วย ธุรกิจ B2B สัดส่วน 95% และธุรกิจ B2C สัดส่วน 5%

โดยหลักในส่วนของธุรกิจ B2B ยังคงเป็นการค้าขายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น เช่นเดิม ประกอบด้วย 1. เครื่องต้มเย็นในโถกด ประมาณกว่า 12,000 สาขา 2. เครื่องต้มในนม All Café กระจายอยู่ในร้านเซเว่นฯ ประมาณกว่า 8,300 สาขา และ 3. เครื่องกดเครื่องต้มร้อนแบบอัตโนมัติ (Hot Beverage Dispenser) ซึ่งส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในปั้มน้ำมันจะมีอยู่ราว 540 เครื่อง

แม้ในช่วงปี 2563 บริษัทจะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมถึงการล็อกดาวน์หรือเคอร์ฟิวช่วงคราว ส่งผลให้การบริโภคของลูกค้าลดลง รวมถึงยอดขายของร้านเซเว่นฯ ก็ลดลงเช่นเดียวกัน แต่บริษัทยังคงออกสินค้าใหม่ๆ สุดลาดอย่างสม่ำเสมอ

สำหรับภาพรวมในปี 2563 บริษัทรายได้รวมอยู่ที่ 1,314 ล้านบาท ลดลง 13.52% เมื่อเทียบกับ 2562 ที่มีรายได้รวมอยู่ที่ 1,520 ล้านบาท แต่มีกำไรสุทธิ 188.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.34% สร้างสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ เมื่อเทียบกับปี 2562 มีกำไรสุทธิ 159.18 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากบริษัทมีกำไรขั้นต้น (Gross Profit) อยู่ที่ประมาณ 33.87% ซึ่งเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน

ขณะที่ในปี 2564 บริษัทตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 10-15% เมื่อเทียบกับปี 2563 โดยยังคงเดินหน้าใน 2 ธุรกิจเช่นเดิม ซึ่งในส่วนเครื่องดื่มโลกด ร้านเซเว่นฯ ในช่วงต้นปีที่ผ่านมาบริษัทได้ออกเครื่องดื่ม 2 สินค้าใหม่ คือ “ลีนี่ เบอริ ทวิส” และ “สละเบอริ” ส่วนเครื่องดื่มในมุม All Café มีการปรับเพิ่มขนาดแก้วจาก 16 oz. เป็น 22 oz. ซึ่งช่วยกระตุ้นยอดขายได้เป็นอย่างดี ในวันที่ 25 มี.ค. เตรียมเปิดตัวสินค้าใหม่ใน All Cafe' ประกอบด้วย Melon Bingsu Smoothie, Melon Milky (Ice) และ Melon Yogurt Smoothie

นอกจากนั้นแล้วบริษัทยังจับมือกับ “โลตัส” โดยตั้งเครื่องดื่มโลกดในบริเวณ Food Court และมีเมนูเครื่องดื่มอยู่ในร้าน Arabitia นอกจากนี้ยังคงเตรียมตัวขยายธุรกิจเข้าสู่ประเทศลาวและกัมพูชา ซึ่งเป็นไปตามร้านเซเว่นฯ ขยายสาขาในลาวและกัมพูชา คาดเริ่มเห็นความชัดเจนมากยิ่งขึ้นหลังโควิด-19 คลี่คลาย

ในส่วนของธุรกิจ “คาแรคเตอร์” ในปีนี้ บริษัทฯ ได้มีการคาแรคเตอร์ใหม่ “Jay The Rabbit” จับกลุ่มสาวโสด และกลุ่มออฟฟิศ ที่มีกำลังซื้อเป็นจำนวนมาก อีกทั้งมีความแตกต่างจากคาแรคเตอร์ที่บริษัทฯ มีอยู่ ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าและต่อยอดธุรกิจ ให้เติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง ซึ่งมั่นใจว่าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยม เช่นเดียวกับคาแรคเตอร์ “Rilakkuma” และ “หมาจ๋า” โดยเร็วๆ นี้ บริษัทฯ เตรียมเปิดตัวคาแรคเตอร์ตัวใหม่ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เติบโตอย่างแข็งแกร่ง

ในขณะเดียวกันบริษัทการร่วมลงทุนกับบริษัท ไทยคานาเทค อินโนเวชั่น จำกัด (TCI) ในสัดส่วน 30% ซึ่ง TCI มี MOA กับ มทร. พระนครในการทำกัญชาทางการแพทย์และกัญชง ทั้งต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดย TACC อยู่ระหว่างศึกษาตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ในการที่จะผลิตสินค้ากัญชงในครึ่งหลังของปีนี้ เพื่อขยายธุรกิจไปสู่ตลาดสินค้า Health and wellness ที่ใช้สาร CBD เป็นส่วนประกอบ ซึ่งบริษัทฯ มีความพร้อมทั้งในแง่ของทีมงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทีมงานการตลาด ทำให้มั่นใจว่าสินค้าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยม