

ข่าวประชาสัมพันธ์

TACC โตเด่นสวนโควิด! Q1/64 กำไรเพิ่ม 9.50% ยื่น เป้ารายได้ปีนี้โต 10% ตามแผน ลุยเสิร์ฟสินค้าใหม่เข้า เซเว่นฯ-ขยายตลาด Café Business

พฤษภาคม 14, 2021 vakyries

TACC เปิดงบไตรมาส 1/64 กำไรเพิ่ม 9.50% สวนกระแสโควิด กำไรขั้นต้นขยับเป็น 35.90% ผากผู้บริหาร “ชัชชวี วัฒนสุข” มั่นใจรายได้ปีนี้โต 10%ตามแผน ชุกกลยุทธ์เพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลุยเสิร์ฟสินค้าใหม่เข้าเซเว่นฯ-ขยายตลาด Café Business หนุนธุรกิจโตแกร่ง แยมอยู่ระหว่างศึกษาและพัฒนาสินค้ากัญชง เพื่อเตรียมส่งสินค้าบุกตลาดในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปีนี้ ซึ่งยังคงต้องรอประกาศข้อกำหนดจากกองอาหารและยา (อย.)



นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC)

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า ผลการดำเนินงานของบริษัทฯในไตรมาส 1/64 มีรายได้จากการขาย 325.25 ล้านบาท ลดลง 2.91 ล้านบาท คิดเป็น 0.89% จากงวดเดียวกันของปีก่อนมีรายได้จากการขาย 328.16 ล้านบาท

โดยมีสาเหตุหลักจากผลกระทบโควิด-19 ที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมียอดขายเติบโตจากกลุ่มเครื่องดื่ม non coffee ในมุม All Café ที่มากขึ้นตามจำนวนสาขาและการจำหน่ายสินค้าขนาด 22 ออนซ์ และกลุ่มสินค้าที่ร่วมพัฒนากับ B2B (7-11 และ Non 7-11)

ขณะที่กำไรในไตรมาส 1/64 อยู่ที่ 46.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.05 ล้านบาท คิดเป็น 9.50% เทียบงวดเดียวกันของปีก่อนมีกำไรสุทธิ 42.64 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทเพิ่มขึ้น โดยมาจากการบริหารจัดการควบคุมพัฒนาค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

และขายสินค้าที่มีกำไรสูงในสัดส่วนเพิ่มขึ้น “แม้จะเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ระลอกใหม่ แต่บริษัทยังคงเดินหน้าขยายธุรกิจตามแผนงานที่วางไว้ โดยตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 10% เทียบปีที่ผ่านมา ภายใต้กลยุทธ์การเพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเครื่องดื่มใหม่เข้าโถกในเซเว่นฯ , All Café

และเพิ่มขนาดเป็น 22 ออนซ์ ซึ่งในปีนี้จะรับรู้รายได้เต็มปี โดยได้มีการวางแผนการตลาดร่วมกันกับเซเว่นฯ เพื่อกระตุ้นยอดขาย รวมถึงในช่องทาง Delivery Platform อีกทั้งจะมีการขยายตลาดไปยังกลุ่ม Café Business ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเจริญเติบโตของปีนี้”

ในส่วนของบริษัท “คาแรคเตอร์” ในปีนี้ บริษัทฯ ได้มีคาแรคเตอร์ใหม่ “Jay The Rabbit” จับกลุ่มคนโสด และกลุ่มออฟฟิศที่มีกำลังซื้อเป็นจำนวนมาก ซึ่งมั่นใจว่าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยม เช่นเดียวกับคาแรคเตอร์ “Rilakkuma” และ “หมาจ๋า” และในเร็วๆ นี้ เตรียมเปิดตัวคาแรคเตอร์ตัวใหม่ เพื่อกระตุ้นยอดขาย

แนวโน้มผลการดำเนินงานในครึ่งหลังของปีนี้ คาดว่าจะเติบโตอย่างแข็งแกร่ง หากสถานการณ์โควิดคลี่คลาย ซึ่งจะทำให้กิจกรรมเศรษฐกิจต่างๆ เริ่มกลับมาคึกคัก กระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยในส่วนของความร่วมมือลงทุนกับบริษัท ไทยคานาเทค อินโนเวชัน จำกัด (TCI)

ในการทำสัญญาทางการแพทย์และกัญชงทั้งต้นน้ำถึงปลายน้ำ ขณะนี้ TACC อยู่ระหว่างศึกษาตลาดและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเตรียมส่งสินค้าบุกตลาดในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปีนี้ ซึ่งยังคงต้องรอประกาศข้อกำหนดจากกองอาหารและยา (อย.)

ดูเรื่องทั้งหมดโดย vakyries



Published by vakyries

บล็อกที่ WORDPRESS.COM.