

ทินทัศน์

Thun Hoon
Circulation: 100,000
Ad Rate: 550

Section: First Section/ข่าวบริษัทจดทะเบียน

วันที่: พุธ 21 กรกฎาคม 2564

ปีที่: 18

ฉบับที่: 4276

หน้า: 9(ล่าง)

Col.Inch: 41.35 Ad Value: 22,742.50

PRValue (x3): 68,227.50

ศิลปิน: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: TACCปัมสินค้าใหม่ส่งเซเว่นตันเป้ายอดขายครึ่งปีหลังโต

ทันทัศน์ - TACC พร้อมเสิร์ฟ “White Chocolate Mint” ในเซเว่นทั่วประเทศ ด้านผู้บริหาร “ชัชชวี วัฒนสุข” ระบุ แนวโน้มธุรกิจครึ่งปีหลัง 2564 มีทิศทางดีขึ้น ใช้กลยุทธ์เพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเครื่องดื่มใหม่เข้าไปในเซเว่น มั่นใจสนับสนุนผลงานเป็น

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องดื่ม “White Chocolate Mint” เพื่อนำไปวางจำหน่ายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (7-ELEVEN) พร้อมกันทั่วประเทศ ตั้งแต่ 15 กรกฎาคม 2564 เป็นต้นไป ซึ่งเป็นเครื่องดื่มเย็นในโถก (Jet Spray) มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่นอันเป็นเอกลักษณ์ของมินต์ผสมผสานกับรสชาติที่หอมหวานละมุนของไวท์ช็อกโกแลต ทำให้ได้เครื่องดื่มที่มีรสชาติกลมกล่อม อร่อยอย่างลงตัวเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความสดชื่นไม่จำเจ ช่วยจุดประกายความสุขในวันธรรมดาให้มีชีวิตชีวามากขึ้น

“ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การมีเครื่องดื่มที่ช่วยเพิ่มความสดชื่น ให้กับร่างกาย เปรียบเสมือนการชาร์จพลังงาน

TACCปัมสินค้าใหม่ส่งเซเว่นตันเป้ายอดขายครึ่งปีหลังโต



»» ชัชชวี วัฒนสุข

ให้รู้สึกกระปรี้กระเปร่า ซึ่งเครื่องดื่มดังกล่าวจะใช้นมผงจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นแหล่งผลิตนม โดยมีรสชาติสัมผัสของนมเหมือนดื่มนมสด คาดว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกมานี้จะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี”

● ยอดขายครึ่งปีหลังโต

นายชัชชวี กล่าวว่า การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ จะช่วยสนับสนุนยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังให้เติบโตและผลักดันให้ภาพรวมทั้งปีเป็นไป

ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยบริษัทใช้กลยุทธ์ การเพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเครื่องดื่มใหม่เข้าโถกในเซเว่น All Café และการเพิ่มขนาดเป็นแก้ว 22 ออนซ์ ซึ่งในปีนี้จะรับรู้รายได้เต็มปี โดยได้มีการวางแผนการตลาดร่วมกับเซเว่น เพื่อกระตุ้นยอดขาย รวมถึงในช่องทาง Delivery Platform อีกทั้งจะมีการขยายตลาดไปยังกลุ่ม Café Business ยังดำเนินผลงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ในปีนี้

สำหรับธุรกิจ “คาเฟ่เตอร์” ล่าสุดเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้คนไทยจำนวนมากที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวญี่ปุ่น ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปญี่ปุ่นได้ ทำให้ TACC ในฐานะพันธมิตรหลักทางธุรกิจ และทาง เซเว่น อีเลฟเว่น นำ Rilakkuma ออกแคมเปญ I miss Japan

โดยมีโปรดักต์สินค้าคาเฟ่เตอร์ร่วมกับ เครื่องดื่มเย็นในโถก (Jet Spray) และ All Café ในกา

ทำแก้วใส่เครื่องดื่ม Rilakkuma และยังมีสินค้าพรีเมียมต่างๆ เช่น ถูงเบนโตะ ชูตซามะบะหมี่ ขวดใส่ผงโรยข้าวสินค้า Non Food และอื่นๆ รวมทั้งคาเฟ่เตอร์ Rilakkuma ยังได้ขยายเข้าไปอยู่ในบริการ 7 Delivery Platform ซึ่งเป็น Platform ที่เติบโตในการร่วมแคมเปญโปรโมชันการสะสมอีกด้วย

● จับตาผลงานไตรมาส 2

บริษัทหลักทรัพย์ เมย์แบงก์กิมเอ็ง(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) คาดว่าแนวโน้มผลงานไตรมาส 2/2564 ของ TACC จะมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 51 ล้านบาท เติบโต 9% เทียบจากไตรมาสก่อนหน้า และทรงตัวเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ระลอกที่ 3-4 โดยยังคงคุม SG&A อย่างดี อย่างไรก็ตาม ฝ่ายวิจัยยังคงมีมุมมองเชิงบวกต่อแนวโน้มผลประกอบการระยะยาวของ TACC คาดว่ากำไรครึ่งปีหลัง 2564 จะเติบโตจากครึ่งปีแรก 2564 โดยไม่รวมดีล M&A และผลิตภัณฑ์กัญชาที่จะกลับมาเดินทางอีกครั้งหากสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศคลี่คลาย คงคำแนะนำ “ซื้อ” ราคาเป้าหมายอยู่ที่ 8.70 บาทต่อหุ้น