

TACC โฉวว์ 3 เดือนแรกของปี 65 รายได้รวมเพิ่ม 3.10% กำไรสุทธิ 60.15 ลบ. ลุยเสิร์ฟสินค้าใหม่ ร่วมกับพันธมิตรกลุ่ม B2B และ B2C มั่นใจรายได้ปี 65 โต 10% ตามแผน

ศุกร์ ๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๕ ๐๙:๕๕

TACC โฉวว์ผลงาน 3 เดือนแรกของปี 65 รายได้รวมเพิ่ม 3.10% ขณะที่กำไรสุทธิอยู่ที่ 60.15 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 28.82% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน รับอานิสงส์สถานการณ์โควิดคลายกังวล โดยผู้บริหารมีการใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง และรวมถึงมีการส่งสินค้าใหม่ร่วมกับพันธมิตร-กลุ่มลูกค้า B2B และ B2C มั่นใจปี 65 รายได้โต 10% ตามแผน



- ๑๒:๒๖ PIMO-ไฟโม่ โขว์งบโตรมาส 1/65 กำไรพุ่ง-ตุนออเดอร์เพียบ
- ๑๒:๒๖ สีเดลต้า "DPAINT" รายได้สวย ไตรมาส 1/65 เติบโต 15% ตะะ 218 ล้านบาท โขว์กำไรสุทธิ 11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5% จากไตรมาสก่อน
- ๑๒:๒๖ GLOCON ผลงาน Q1/65 ฟอรั่มแกร่ง! กำไรสุทธิ-รายได้ ทำนิวไฮ!

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า ผลการดำเนินงานของบริษัทฯใน 3 เดือนแรกของปีนี้ มีรายได้รวม 337.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.54 ล้านบาท หรือ 3.10% จากงวดเดียวกันของปีก่อนมีรายได้รวม 328.58 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 60.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.46 ล้านบาท หรือ 28.82% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 46.69 ล้านบาท โดยได้รับปัจจัยหนุนจากยอดขายที่ฟื้นตัว หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 คลายกังวล และมีการออกสินค้าใหม่ต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของ 7-Eleven และพันธมิตรอื่น ๆ ในฐานะ Key Strategic Partner

นอกจากนี้ บริษัทยังเริ่มรับรู้รายได้และเจริญเติบโตจากกลุ่มลูกค้า B2C หลังจากได้ทยอยขยายสินค้าเข้าไปในกลุ่ม Lotus's ทั้งใน Lotus Hypermarket ในรูปแบบของ Food Court ปัจจุบันมีจำนวน 83 สาขา และมีเป้าหมาย 200++ สาขา ภายในปี 2565 ส่วนใน Lotus' go fresh ที่ส่งเครื่องดื่มเข้า Jungle Cafe ปัจจุบันมีจำนวน 1,780 สาขา และมีเป้าหมาย 1,700++ สาขา ภายในปี 2565 และเพิ่มโอกาสในการขยายเมนูหลัก (Signature Menu) อื่นเพิ่มเติม จากปัจจุบันขายอยู่ 2 เมนู

สำหรับ License Business ในช่วง 3 เดือนแรกของปียังทรงตัว โดยบริษัทฯยังมองเห็นโอกาสในการเติบโตในช่วง 9 เดือนหลังของปี จากสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการใช้จ่ายของผู้บริโภค

ประธานกรรมการบริหาร TACC กล่าวอีกว่า มั่นใจว่าแนวโน้มรายได้ในช่วง 9 เดือนหลังของปีนี้จะยังคงเติบโต จากในส่วนของกลุ่มสินค้าในปัจจุบัน (Existing Portfolio) และการออกสินค้าใหม่ (New Products) เข้าสู่ตลาด ในการกระตุ้นยอดขายร่วมกับพันธมิตรหลักทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงส่งผลทำให้ยอดขายของบริษัทฯสามารถเติบโตตามพันธมิตรทางการค้า ในฐานะ Key Strategic Partner ซึ่งคาดว่าจะสนับสนุนรายได้ในปีนี้อัตโนมัติเป็นไปตามเป้า รวมถึงยังได้แรงหนุนจากยอดขายของกลุ่ม B2C และ License Business เข้ามาเสริม ช่วยผลักดันธุรกิจเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนในอนาคต

ที่มา: ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์