

🏠 Home > TACC ไขว้งบปี 65 รายได้โต 13.56% กำไรสุทธิ 236.52 ลบ.ยอดขยายทั้งใน-ตปท.เติบโตต่อเนื่องหลังโควิดคลัสเตอร์เคาะจ่ายปันผลเป็นเงินสด 0.19 บาท/หุ้น



26/02/2023 JUGJANDUM / 4

TACC ไขว้งบปี 65 รายได้โต 13.56% กำไรสุทธิ 236.52 ลบ.ยอดขยายทั้งใน-ตปท.เติบโตต่อเนื่อง หลังโควิดคลัสเตอร์เคาะจ่ายปันผลเป็นเงินสด 0.19 บาท/หุ้น

มมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) ไขว้งผลงานปี 65 รายได้โต 13.56% กำไรสุทธิ 236.52 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 9.69% รับโอนสงสยอดขยายทั้งในประเทศ และต่างประเทศต่อเนื่อง ธุรกิจ License Business ขยายตลาดไปยังต่างประเทศ หลังโควิด-19 คลัสเตอร์ หนุนการบริโภคกลับมาคึกคัก บอร์ดอนุมัติจ่ายปันผลเป็นเงินสด 0.19 บาท/หุ้น กำหนดขึ้นเครื่องหมาย XD วันที่ 8 พฤษภาคม 2566 ปักหมุดปี 66 รายได้โต 10% ลุยเสริมสินค้าใหม่ทุก 7-Eleven ทั้งในไทยและกัมพูชา เปิดเกมรุกขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยวางเป้าเติบโตในส่วนนี้อีก 5-10% ของยอดขายรวม

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า ในปี 2565 บริษัทฯมีรายได้รวม 1,536.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.56% จากปีก่อนที่มีรายได้รวม 1,352.91 ล้านบาท โดยได้รับปัจจัยหนุนจากการขยายฐานลูกค้าและสินค้าใหม่ หลังสถานการณ์แพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 คลัสเตอร์ และเศรษฐกิจฟื้นตัว ส่งผลให้การบริโภคกลับมาคึกคัก สนับสนุนยอดขายสินค้า 7-Eleven ทั้งในประเทศไทย และในประเทศกัมพูชา รวมทั้งธุรกิจ License Business มีการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ อีกทั้งการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ในปี 2565 มีกำไรสุทธิ 236.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.69% จากปีก่อนมีกำไรสุทธิ 215.62 ล้านบาท

โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ มีมติอนุมัติจ่ายปันผลสำหรับงวดผลการดำเนินงานในปี 2565 ในอัตรา 0.19 บาท/หุ้น กำหนดขึ้นเครื่องหมาย XD ในวันที่ 8 พฤษภาคม 2566 และจ่ายเงินปันผลในวันที่ 23 พฤษภาคม 2566

สำหรับแผนการดำเนินงานในปี 2566 ถือเป็น “ปีแห่งการลงทุนสู่ทศวรรษใหม่” (Invest for the next decade) โดยบริษัทฯ ตั้งเป้ารายได้เติบโต 10% จากปีก่อน โดยในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) บริษัทฯยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องตีหมั่นในโกดัง (Jet Spray) และ เครื่องตีหมั่น Non Coffee Menu ใน All Café ทั้งในประเทศไทย และ 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา

ส่วนกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) บริษัทฯ พร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทริวา) ไขว้ผลไม่เข้มข้นจากธรรมชาติ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านค้า คาเฟ่ (Total solution service offering) และสำหรับลูกค้าทั่วไป โดยเป็นสินค้าที่ต่อยอดการเจริญเติบโตของ TACC ในกลุ่ม B2C

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังติดตามการขยายสาขาของ Lotus’s ทั้งในส่วนของ Lotus’s Hyper และ Lotus’s go fresh และการร่วมมือกับ BON Café ในการพัฒนาเครื่องตีหมั่น เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกเขตลาดตลาดเมล็ดกาแฟ ในส่วนของธุรกิจ License Business บริษัทฯมีเป้าหมายที่จะเป็น One-Stop-Service และขยายตลาดไปยังประเทศ สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม ในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อีกทั้ง บริษัทฯได้เตรียมขยายช่องทาง Online เพื่อขยาย Product Portfolio ตั้งเป้าหมาย 5-10% ทั้งในส่วนของขยายในประเทศ และต่างประเทศ โดยการเพิ่มยอดขายจากลูกค้ารายเดิม การเสนอสินค้าใหม่ๆ และพัฒนาสินค้าร่วมกัน

ประธานกรรมการบริหาร TACC กล่าวอีกว่า ปี 2566 ถือเป็นปีที่สำคัญของบริษัทฯ ซึ่งเป็นปีที่มุ่งสู่ทศวรรษที่ 3 หรือ ก้าวสู่ปีที่ 21 โดยพร้อมขับเคลื่อนธุรกิจสู่อนาคตที่ยั่งยืน จะมีในส่วนของแผนการเข้าซื้อกิจการ (M&A) หรือการเป็นพันธมิตรร่วมลงทุน (JV) ซึ่ง TACC ยังคงมองหาบริษัทที่มีศักยภาพ เพื่อเข้าร่วมลงทุน เพิ่มศักยภาพการเติบโตในอนาคต เพื่อการเติบโตที่แข็งแกร่งและยั่งยืน สร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้น

f Share on Facebook

🐦 Share on Twitter

🟢 Share on Line