

ข่าวหุ้น

Khao Hoon
Circulation: 80,000
Ad Rate: 842

Section: First Section/บริษัทจดทะเบียน

วันที่: ศุกร์ 29 กันยายน 2566

ปีที่: 30

ฉบับที่: 7274

หน้า: 1 (บนซ้าย), 7

Col.Inch: 41.43 Ad Value: 34,884.06

PRValue (x3): 104,652.18 คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: TACC ย้ำรายได้ปีนี้เติบโต 10% อานิสงส์กำลังซื้อเพิ่ม รับเศรษฐกิจฟื้น-ท่องเที่ยว...

TACC ย้ำ
รายได้ปีนี้
เติบโต 10%

TACC ย้ำรายได้ปีนี้เติบโต 10%

● อานิสงส์กำลังซื้อเพิ่ม รับเศรษฐกิจฟื้น-ท่องเที่ยวคึก!

TACC คาดรายได้ครึ่งปีหลังแจ่ม! หนุนรายได้ปีนี้เติบโตไม่น้อยกว่า 10% อานิสงส์กำลังซื้อเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจฟื้น จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และการขยายช่องทางจำหน่ายมากขึ้น

นางจิรพรพรณ คชฤทธิ์ ชูแสง รองกรรมการผู้จัดการ สายงานกลยุทธ์องค์กร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า รายได้ในช่วงไตรมาส 3/2566 จะเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากกำลังซื้อและเศรษฐกิจที่ดีขึ้น แต่รายได้ในไตรมาสสี่จะลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน เพราะไตรมาส 2 ของทุกปี เป็นช่วงไฮซีซั่นของธุรกิจ

ขณะที่ทิศทางการดำเนินงานในช่วงไตรมาส 4/2566 น่าจะดีขึ้นต่อเนื่องจากไตรมาส 3/2566 บริษัทจึงมั่นใจภาพรวมผลการดำเนินงานในปี 2566 จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคงเป้าหมายรายได้จะเติบโตไม่น้อยกว่า 10% จากปีก่อนที่มีรายได้รวม 1,533.43 ล้านบาท ซึ่งในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566 บริษัทมีรายได้รวมแล้ว 830.85 ล้านบาท

"เรายังคงเป้ารายได้ปีนี้เติบโตไม่น้อยกว่า 10% ซึ่งในช่วง 9 เดือนแรกที่ผ่านมายังคงเป็นไปตามเป้า โดยมีปัจจัยบวกจากกำลังซื้อที่มีเพิ่มขึ้น หนุนการจับจ่ายของผู้บริโภค Traffic ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่

เข้ามามากขึ้น และการมีช่องทางการจำหน่ายที่มากขึ้นของเราด้วย" นางจิรพรพรณ กล่าว

สำหรับกลยุทธ์หลักในการดำเนินงานของ TACC ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1.ในกลุ่มธุรกิจ B2B เป็นกลุ่มที่ขับเคลื่อนการเติบโตของบริษัท ซึ่ง TACC ในฐานะ Key Strategic Partner กับ 7-Eleven ทั้ง Jet Spray, All Cafe, Delivery Platform รวมถึง 7-Eleven กัมพูชา และ 7-Eleven ลาว บริษัทยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu (เมนูหลัก) และ New Menu (เมนูใหม่) รวมทั้งออกสินค้าใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

2.กลุ่มธุรกิจ B2C ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้ขยายไปในกลุ่ม Lotus's Group, กลุ่ม Licenses Business และกลุ่ม Domestic อื่นๆ ที่นอกเหนือจากร้าน 7-Eleven บริษัทยังคงมุ่งขยายอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของขยายในประเทศ และต่างประเทศ โดยล่าสุดบริษัทได้นำ Brand TRIVA (ทริวา) เป็นไฮบริดผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติไปร่วมออกงานแสดงสินค้าเพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมมากขึ้น

3.กลุ่มงานความร่วมมือ (MOU), การเข้าควบรวม หรือซื้อกิจการ (M&A) และการร่วม

ทุน (JV) ยังคงมีความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของบริษัท BON Cafe, TCI ซึ่งก่อนหน้านี้บริษัทได้ร่วมมือกับบริษัท ไทยคานาเทค อินโนเวชั่น จำกัด (TCI) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วงอก และบริษัท เฮลท์ อินสไปร์ด แพลนเน็ต จำกัด (HIP) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่เข้าลงทุนธุรกิจ Health and Wellness ยังคงเดินหน้าตามแผนอย่างต่อเนื่อง

นางจิรพรพรณ กล่าวอีกว่า การเติบโตในช่วง 5 ปีจากนี้ บริษัทยังคงเป้าหมายการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทย่อยที่อยู่ในเครือ TACC จะเติบโต และสามารถสร้างผลตอบแทนในแง่ของกำไรให้บริษัทแม่ได้ ซึ่งบริษัทเชื่อว่าบริษัทย่อยที่ TACC ได้เข้าไปลงทุนนั้น เป็นบริษัทที่อยู่ในเทรนด์การเติบโต ส่วนบริษัทแม่เองมีกลยุทธ์การดำเนินงานที่ชัดเจน คือ การทำให้ 7-Eleven เข้มแข็ง ขณะเดียวกันกระจายความหลากหลายออกไปทั้งนอกประเทศ และนอกเหนือจากร้าน 7-Eleven ด้วย ซึ่งปัจจุบันบริษัทยังคงมีส่วนรายได้จากกลุ่ม 7-Eleven ที่ 93% ส่วนในกลุ่ม Non 7-Eleven อยู่ที่ 7% คาดว่าในอนาคตจะสัดส่วนกลุ่ม Non 7-Eleven จะเพิ่มมาอยู่ที่ระดับ 2 หลัก ■