

TACC ผลงาน Q3/66 รายได้รวมแตะ 424.58 ล้าน เพิ่ม 9.88% โค้งสุดท้ายรับเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่หนุนผลงานโตเข้าเป้า 10%



สยามรัฐ

อัปเดต 2 วันที่แล้ว • เผยแพร่ 2 วันที่แล้ว

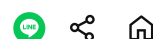
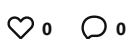
ติดตาม



TACC โชว์ผลงาน Q3/66 รายได้รวม 424.58 ล้านบาท เติบโต 9.88% รับภาพรวมเศรษฐกิจฟื้นตัวหนุนกำลังซื้อผู้บริโภคเพิ่มขึ้น รวมทั้งเปิดตัวสินค้าใหม่ต่อเนื่อง ฟากซีอีโอ “ชัชชวี วัฒนสุข” ระบุ พันธมิตรแข็งแกร่งดันยอดขายสินค้าเติบโตทั้งในประเทศและต่างประเทศ คาดโค้งสุดท้ายส่อแววสดใสรับเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ หนุนรายได้รวมปีนี้เติบโต 10% ตามเป้า

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า ภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 3/2566 (สิ้นสุด 30 กันยายน 2566) บริษัทฯ มีรายได้รวม 424.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.88% จากช่วงเดียวกันปีก่อนที่มีรายได้รวม 386.42 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 59.89 ล้านบาท ขณะที่งวด 9 เดือนปีนี้มีรายได้รวม 1,251.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.22% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนที่มีรายได้รวม 1,114.87 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 168.73 ล้านบาท

โฆษณา - อ่านบทความต่อด้านล่าง



โดยปัจจัยที่สนับสนุนให้บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้นเนื่องจากภาพรวมเศรษฐกิจไทยและทั่วโลกที่ฟื้นตัว และการเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้เปิดตัวสินค้าใหม่ “ชาพีช ไรตามินซีสูง” (Peach Tea Hi-C) ออกสู่ตลาด พร้อมวางจำหน่ายในร้านเซเว่น - อีเลฟเว่น(7-Eleven) ทั่วประเทศ

“TACC มีพันธมิตรที่แข็งแกร่งอย่างร้าน 7-Eleven ในฐานะ Key Strategic Partner และได้ส่งเครื่องดื่มเข้าไปขายเพื่อสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลบริษัทฯ ให้มีโอกาสเติบโตตามการขยายสาขาของ 7-Eleven ทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย โดยเมื่อเดือนกันยายน 2566 ได้มีการเปิด 7-Eleven สาขาแรกใน สปป.ลาว คาดว่าจะได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า หลังจากก่อนหน้านี้ประสบความสำเร็จในการขยายสาขาในประเทศกัมพูชา” นายชัชชวริกล่าว

สำหรับแนวโน้มผลการดำเนินงานโดยรวมในปี 2566 ของ TACC ยังอยู่ในทิศทางที่ดี โดยเฉพาะในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี ซึ่งเป็นช่วงเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ จะช่วยกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และจะสนับสนุนให้รายได้รวมปีนี้เติบโตเข้าเป้า 10% จากปีก่อน ซึ่งเป็นผลมาจากการเดินตามกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์เดิม และพัฒนาคุณภาพสินค้าตอบโจทย์ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับเดินเกมรุกขยายลงทุนธุรกิจ Health and Wellness เต็มรูปแบบ

โฆษณา - อ่านบทความต่อด้านล่าง



♡ 0 0

