

TACC ไตรมาส 1/68 กำไรสุทธิเพิ่ม 21% มั่นใจรายได้ปีนี้ทะลุเป้า 2 พันล้านบาท

🕒 13 พ.ค. 2568 00:00



บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) ไตรมาส 1/68 กวาดรายได้จากการขายรวม 529.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.73% กำไรสุทธิ 73.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.08% รับอานิสงส์ยอดขายกลุ่มธุรกิจ B2B Beverage (7-Eleven) และ B2C (Own brands) เติบโตต่อเนื่อง ผู้บริหารมั่นใจรายได้ปีนี้ทะลุเป้า 2 พันล้านบาท

นายชัชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในไตรมาส 1/2568 มีรายได้จากการขายรวม 529.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 72.04 ล้านบาท คิดเป็น 15.73% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้รวม 457.95 ล้านบาท โดยได้รับปัจจัยหนุนจากยอดขายเครื่องดื่มเย็นในโลกดและเครื่องดื่มในมุม All Café ในร้าน 7 - Eleven เพิ่มขึ้นจากการจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีกระแสความนิยมในเครื่องดื่มชาไทยและชาเขียวอีกด้วย ขณะเดียวกันยอดขายของกลุ่มลูกค้าในประเทศเพิ่มขึ้นจากการขยายสาขาของลูกค้าหลัก

โดยในไตรมาส 1/2568 ของบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 73.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.73 ล้านบาท คิดเป็น 21.08% จากงวดเดียวกันของปีก่อนมีกำไรสุทธิ 60.38 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 13.79% โดยมีการบริหารจัดการต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

สำหรับแผนการดำเนินงานในปีนี้ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายรายได้แตะ 2,000 ล้านบาท และเติบโตไม่น้อยกว่า 10% จากปีก่อน อีกทั้งยังวางแผนระยะยาว 3 ปี (2568 - 2570) เพื่อขยายไลน์การผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย ตอบสนองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่บริษัทฯ คิดค้นขึ้นมา

ขณะที่แผนเข้าร่วมลงทุนในโปรเจกต์ใหม่ บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อต่อยอดธุรกิจ และเพื่อช่วยสนับสนุนผลการดำเนินงานในช่วง 3 ปีข้างหน้าให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและเป็นไปตามเป้าหมายรวมทั้งเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้น

ทั้งนี้ ในต้นปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการเปิดตัวเครื่องดื่มรสชาติใหม่ๆ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจรูปแบบ B2B หลายราย เช่น กลุ่ม 7 - Eleven ได้ส่งเครื่องดื่มรสชาติใหม่ 2 รายการได้แก่ ชาเขียวมะลิ และน้ำผึ้งมะนาว และช่วงต้นเดือน พ.ค. ที่ผ่านมาได้ส่งเครื่องดื่มใหม่ คือ เครื่องดื่มสโทยเกิร์ต ส่วนเครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ในมุม All Café ได้ร่วมกันเน้นโปรโมชัน และเพิ่มช่องทางการขายผ่านบริการเดลิเวอรี่มากขึ้น

นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาโปรดัคส์ร่วมกับ ร้าน Café Business แปรนด์ต่างๆ โดยมีการพัฒนาเมนูพิเศษร่วมกัน เช่น Signature Menu และ Seasonal Menu เพื่อกระตุ้นยอดขาย

"เราให้ความสำคัญกับการทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน ธุรกิจหลักต้องแข็งแกร่งทุกปี แปรนด์ต้องมีฐานลูกค้าที่มั่นคง สินค้าของเราไม่ใช่แค่ขายสินค้าเฉพาะในประเทศ แต่ยังมีโอกาสขยายตลาดในต่างประเทศ ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา เรากับ CPALL ได้มีการพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มร่วมกัน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เติบโตตามเป้าหมาย" นายชัชชวี กล่าว

แท็กที่เกี่ยวข้อง

บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ TACC

ข่าวในหมวด
