

TACC สุดเจ๋ง! Q1/68 กำไรสุทธิ 73.10 ลบ. ปีกธงปี 68 รายได้ทะลุ 2 พันลบ. ตามนัด อานิสงส์ยอดขายกลุ่มธุรกิจ B2B-B2C เติบโตต่อเนื่อง

บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) สุดปัง! 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 ฟากบีกบอส "ชัชวี วัฒนสุข"ระบุนั่นใจรายได้ปีนี้ทะลุ 2 พันล้านบาท ตามนัด พร้อมเดินหน้าขยายไลน์ผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

Tuesday 13 May 2025 10:53



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

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

สำหรับแผนการดำเนินงานในปีนี้ บริษัทฯตั้งเป้าหมายรายได้แตะ 2,000 ล้านบาท และเติบโตไม่น้อยกว่า 10% จากปีก่อน อีกทั้งยังวางแผนระยะยาว 3 ปี (2568-2570) เพื่อขยายไลน์การผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย ตอบสนองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่บริษัทฯคิดค้นขึ้นมา

ขณะที่แผนเข้าร่วมลงทุนในโปรเจกต์ใหม่ บริษัทฯยังคงมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อต่อยอดธุรกิจและเพื่อช่วยสนับสนุนผลการดำเนินงานในช่วง 3 ปีข้างหน้าให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและเป็นไปตามเป้าหมายรวมทั้งเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้น

ทั้งนี้ ในต้นปี 2568 บริษัทฯได้มีการเปิดตัวเครื่องดื่มรสชาติใหม่ๆ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจรูปแบบ B2B หลายราย เช่น กลุ่ม 7-Eleven ได้ส่งเครื่องดื่มรสชาติใหม่ 2 รายการได้แก่ ชาเขียวมะลิ และน้ำผึ้งมะนาว และช่วงต้นเดือน พ.ค. ที่ผ่านมามีได้ส่งเครื่องดื่มใหม่ คือ เครื่องดื่มรสโยเกิร์ต ส่วนเครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ในเมนู All Cafe ได้ร่วมกันเน้นโปรโมชัน และเพิ่มช่องทางการขายผ่านบริการเดลิเวอรี่มากขึ้น

นอกจากนี้ยังได้พัฒนาโปรดัคส์ร่วมกับ ร้าน Cafe Business แปรนดต่างๆ โดยมีการพัฒนาเมนูพิเศษร่วมกัน เช่น Signature Menu และ Seasonal Menu เพื่อกระตุ้นยอดขาย

"เราให้ความสำคัญกับการทำใหธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน ธุรกิจหลักต้องแข็งแกร่งทุกปี แปรนดต้องมีฐานลูกค้าที่มั่นคง สินค้าของเราไม่ใช่แค่ขายสินค้าเฉพาะในประเทศ แต่ยังมีโอกาสขยายตลาดต่างประเทศ ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา เรากับ CPALL ได้มีการพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มร่วมกัน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เติบโตตามเป้าหมาย" นายชัชวีกล่าวในที่สุด

LATEST NEWS

NT พร้อมแจ้งเตือนภัยผ่าน Cell Broadcast หลังการทดสอบประสบผลสำเร็จ ได้รับข้อความแจ้งเตือนภัยรวดเร็ว แม่นยำ 14 May 25

4 ผู้สมัครลุ้นชิง ผอ.ไทยพีบีเอส สัมภาษณ์รอบสุดท้าย 29 พ.ค.นี้ 14 May 25

'คุ้มทุกไฟลท์ บินเวียดนาม' ตัวเริ่มต้น 0 บาท ที่นั่งเทียบ ม.ย. - ก.ย. นี้ 14 May 25

แรบบิท ประกันชีวิต ขวนล้มล้มโลกความมั่งคั่งแบบยืดหยุ่น ผ่าน "Rabbitopia" เมืองในฝันของคนยุคใหม่พร้อมยกขบวนผลิตภัณฑ์-โปรโมชั่นเด็ด ร่วมงานมหกรรมการเงิน ครั้งที่ 25 (Money Expo 2025) 14 May 25

เปิดมุมมองใหม่ของ MPV ที่มากกว่าการเดินทาง ในภาพยนตร์โฆษณา 'Heritage Goes On' 14 May 25

EXIM BANK จัดเต็ม โปรโมชันเพื่อผู้ส่งออก ในงานมหกรรมการเงิน กรุงเทพ ครั้งที่ 25 14 May 25

SNNP สุดปัง! Q1/68 กำไรสุทธิฯ 170.4 ลบ. เพิ่มขึ้น 8.2% ลุยพัฒนาโปรดัคส์ไม่หยุดยั้ง - รุกขยายตลาด GEN ใหม่ ประเมิน Q2/68 แนวโน้มรายได้พุ่งแรง 14 May 25

PROSPECT REIT เผยไตรมาส 1/2568 รักษาอัตราการเข้าสูงถึง 96% จ่ายปันผลต่อเนื่อง ชี้ไทยยังเป็นฐานการผลิตที่น่าสนใจของนักลงทุนต่างชาติ 14 May 25

iQIYI (อ้ายฉีอี้) เปิดตัวโปรเจกต์ "iQIYI Starship" อย่างยิ่งใหญ่ครั้งแรกที่สิงคโปร์ 14 May 25

ท็อปส์ ในเครือเซ็นทรัล รีเทล ประกาศความมุ่งมั่น "หนุนผลไม้ไทย-ช่วยเกษตรกร" รับซื้อมากกว่า 8,000 ตันในปี 2568 14 May 25

