

Q&A ส่วนที่เหลืจากกิจกรรม Opportunity Day 2Q2025

เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2568

Q1: ราคากาแฟ ที่เพิ่มขึ้นมาใหม่ จะมีผลกระทบต่อ TACC GPM% เท่าไร

A: ณ Q2/2025 ราคากาแฟที่ปรับขึ้นมีผลกระทบต่อกำไรขั้นต้นเล็กน้อย โดยบริษัทฯยังคงบริหารจัดการวัตถุดิบทั้ง Portfolio ซึ่งครึ่งปีหลังแนวโน้มราคากาแฟคาดว่าจะปรับขึ้นเล็กน้อยเพราะเป็นราคาล็อตใหม่ สำหรับปีหน้าราคากาแฟมีแนวโน้มจะทรงตัว

Q2: บริษัทฯ มีแผนจะดำเนินการอะไรเพิ่มเติม เพื่อลดต้นทุนหรือไม่

A: บริษัทฯ ยังคงดำเนินการ Cost & Operation Efficiency ทั้งต้นทุนทางตรงและทางอ้อม อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

Q3: Brand TRIVA มีจุดเด่นอะไรที่แตกต่างจากคู่แข่ง

A: TRIVA คือ แบนด์วัตถุดิบเครื่องดื่ม ที่มุ่งมั่นส่งมอบคุณภาพระดับพรีเมียมในราคาที่เข้าถึงได้ให้กับผู้ประกอบการ และผู้บริโภค โดยทุกผลิตภัณฑ์ของ TRIVA ถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่าย รสชาติคงที่ในทุกแก้ว และยังมีหลากหลายประเภทสินค้า ไม่ว่าจะเป็น ใบชา ผงชา ผง 3in1 และโซลปเนื้อผลไม้แท้ เพื่อให้ทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการสามารถสร้างเมนูอร่อยได้อย่างมืออาชีพ

สินค้าของ TRIVA ผ่านการพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องดื่มมากกว่า 20 ปี และผลิตจากโรงงานที่ได้รับคุณภาพสูงในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม รวมถึงมีการทดสอบสินค้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเป้าหมาย ก่อนทำการผลิตออกสู่ตลาด

Q&A ส่วนที่เหลือจากกิจกรรม Opportunity Day 2Q2025

เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2568

Q4: กลุ่ม B2C ปีนี้เติบโตจากส่วนไหน

A: ในปีนี้ กลุ่ม B2C ปีนี้เติบโตจาก Cafe Business ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการขยายสาขา และการเพิ่มเมนูใหม่ในร้าน

Q5: สูตรของเครื่องดื่มเป็นของ TACC หรือของคู่ค้าครับ

A: สูตรของเครื่องดื่มสำหรับร้าน 7-Eleven เป็นสูตรที่ร่วมพัฒนากับพันธมิตรหลักทางธุรกิจ คือ CPALL สำหรับสินค้า own brands จะเป็นสูตรเฉพาะของบริษัทฯ