

APCO เผยทิศทางการครึ่งปีหลังสดใส แนวโน้มผู้บริโภคน่าจับจ่ายเพิ่มขึ้น



APCO เผยทิศทางการครึ่งปีหลังสดใส แนวโน้มผู้บริโภคน่าจับจ่ายเพิ่มขึ้น รุกออนไลน์หนักดั้นยอดขายผ่าน Call Center 1154 และ Direct Service ด้าน BIM Health Center กระแสการตอบรับดี ล่าสุดจับมือคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล วิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ Premium มุ่งเป้าจำหน่ายในตลาดโลก

ศ.ดร. พิเชษฐ วิริยะจิตรา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เอเชียน ไฟย์โตซูติคอลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ APCO เจ้าของธุรกิจนวัตกรรมธรรมชาติเพื่อสุขภาพและความงามด้วยการวิจัย พัฒนา ผลิต และจำหน่ายครบวงจร เปิดเผยว่า ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและความงามเริ่มส่งสัญญาณปรับตัวดีขึ้น คาดว่าในช่วงปลายไตรมาส 3/60 ต่อเนื่องจนถึงปลายปีซึ่งเป็นช่วงไฮซีซั่น ผู้บริโภคจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์กลุ่มดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

“จากการที่บริษัทปรับกลยุทธ์การตลาดในช่วงครึ่งปีแรก เน้นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์จัดโปรโมชันกระตุ้นการขายผ่านทาง Social Media และ Direct Service ส่งผลให้มียอดสั่งซื้อผ่าน Call Center 1154 และ Direct Service มากขึ้น ซึ่งการปรับกลยุทธ์ดังกล่าว สามารถให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และยังเป็นการลดต้นทุนในส่วนของการตลาดอีกด้วย ด้าน BIM Health Center ศูนย์ให้คำแนะนำผู้บริโภคสำหรับการใช้ผลิตภัณฑ์ OPERATION BIM กระแสการตอบรับดี ผู้บริโภคให้ความสนใจเข้าปรึกษากับแพทย์ประจำสาขาเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน” ศ.ดร. พิเชษฐ กล่าว

สำหรับผลประกอบการในงวด 6 เดือน บริษัทมีรายได้รวมอยู่ที่ 199.67 ล้านบาท ลดลง 8.17 ล้านบาท หรือลดลง 3.93% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีรายได้รวมที่ 207.84 ล้านบาท และบริษัทมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 45.15 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้าที่มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 53.69 ล้านบาท

ขณะที่ผลประกอบการไตรมาส 2 ปี 2560 บริษัทมีรายได้รวม 103.90 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้รวม 107.17 ล้านบาท จำนวน 3.27 ล้านบาท หรือลดลง 3.05% ขณะที่กำไรสุทธิของบริษัทอยู่ที่ 21.03 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 28.82 ล้านบาท จำนวน 7.79 ล้านบาท

ทั้งนี้ สาเหตุที่อัตรากำไรสุทธิลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วนั้น เนื่องจากบริษัทมีการลงนามในการวิจัยพัฒนาร่วมกับคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เพื่อให้ได้ข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ Premium สำหรับกำจัดมะเร็ง, ไวรัสตับอักเสบบี, เชื้อ HIV. และ เชื้อดื้อยา ที่มุ่งเป้าจำหน่ายในตลาดโลก โดยใช้งบประมาณในการวิจัยรวม 7 ล้านบาท ซึ่งคาดว่าจะการวิจัยจะเสร็จสิ้นสมบูรณ์ในช่วงไตรมาส 4/ 2560 นี้