ทันหุ้น
Thun Hoon
Circulation: 100,000
Ad Rate: 1,128

Section: First Section/ข่าวบริษัทจดทะเบียน
วันที่: ศุกร์ 28 สิงหาคม 2569
ปีที่: 23 **ฉบับที่:** 5512 **หน้า:** 1(เต็มหน้า), 5
Col.Inch: 114.44 **Ad Value:** 129,088.32 **PRValue (x3):** 387,264.96 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: APCOบุกแอฟริกาเต็มสูบ ลุ้นยอดขายต่างแดนโต7เท่า

APCOบุกแอฟริกาเต็มสูบ ลุ้นยอดขายต่างแดนโต7เท่า

ทันหุ้น
Thun Hoon
Circulation: 100,000
Ad Rate: 1,128

Section: First Section/ข่าวบริษัทจดทะเบียน
วันที่: ศุกร์ 28 สิงหาคม 2569
ปีที่: 23 **ฉบับที่:** 5512 **หน้า:** 1(เต็มหน้า), 5
Col.Inch: 114.44 **Ad Value:** 129,088.32 **PRValue (x3):** 387,264.96 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: APCOบุกแอฟริกาเต็มสูบ ลุ้นยอดขายต่างแดนโต7เท่า

#APCO #ทันหุ้น - APCO เล็งเจรจาพันธมิตรแอฟริกา เคาะแผนส่งมอบ mylife100 ล็อตแรก หลังคว้าข้อตกลงออเดอร์ก้อนโต 1.5 ล้านขวดต่อปี ลุ้นเริ่มส่งสินค้าปลายปี หนุนผลงาน Q4/2569 โตโดดเด่น พร้อมปักหมุดปี 2570 เร่งเครื่องบุก UAE-แอฟริกาเต็มสูบ คาดยอดขายต่างประเทศ ทะยาน 7 เท่าตัว

ศ.ดร.พิเชษฐ์ วิริยะจิตรา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เอเซี่ยน ไฟย์โตซูติคัลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ APCO เปิดเผยว่า บริษัทเตรียมเข้าเจรจากับพันธมิตรในทวีปแอฟริกาเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำสั่งซื้อและแผนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ล็อตแรก หลังจากก่อนหน้านี้ APCO ได้แต่งตั้งพันธมิตรดังกล่าวเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) และทวีปแอฟริกา เพื่อนำผลิตภัณฑ์ "mylife100" เข้าทำตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการชะลอวัย รวมถึงกลุ่มผู้ติดเชื้อ HIV/AIDS และกลุ่มผู้ป่วยมะเร็ง

ทั้งนี้ บริษัทได้ลงนามในสัญญาการจัดจำหน่ายสินค้า โดยมีข้อตกลงคำสั่งซื้อประมาณ 1.5 ล้านขวดต่อปี ซึ่งคาดว่าจะเห็นความชัดเจนเกี่ยวกับรายละเอียดการส่งมอบล็อตแรกในช่วงต้นเดือนกันยายน 2569

ลุ้นส่งล็อตแรก

หากการเจรจากับพันธมิตรเป็นไปตามแผน บริษัทคาดว่าจะสามารถเริ่มส่งมอบผลิตภัณฑ์ล็อตแรกได้ในช่วงปลายปี 2569 ซึ่งจะเป็นอีกปัจจัยสนับสนุนผลการดำเนินงาน ประกอบกับยอดขายในประเทศผ่านช่องทางต่างๆ ที่ยังอยู่ในทิศทางที่ดี ทำให้บริษัทประเมินว่าแนวโน้มธุรกิจในไตรมาส 4/2569 มีโอกาสเติบโตโดดเด่นเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2569

สำหรับภาพรวมผลประกอบการปี 2569 บริษัทยังคงประมาณการรายได้ให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับปี 2568 ที่มีรายได้ประมาณ 216 ล้านบาท หลังจากช่วงครึ่งปีแรก 2569 บริษัทมีรายได้แล้วประมาณ 93.81 ล้านบาท

บริษัทประเมินว่ายอดขายในช่วงที่เหลือของปีมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะจากคำสั่งซื้อในตลาดต่างประเทศที่คาดว่าจะเข้ามาเพิ่มเติมในช่วงปลายปี ควบคู่กับการทำตลาดในประเทศเพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้กว้างขึ้น รวมถึงการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

ต่างประเทศโตโดด

สำหรับกลยุทธ์ระยะถัดไป APCO จะเพิ่มน้ำหนักการทำตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะตลาด UAE และแอฟริกา ผ่านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรมของบริษัท ซึ่งคาดว่าจะเริ่มสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นตั้งแต่ปี 2570 และเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับฐานรายได้ของบริษัทในระยะยาว

เบื้องต้น APCO ประเมินว่า หากในปี 2570 บริษัทสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายใน UAE และแอฟริกาได้ตามข้อตกลงที่ประมาณ 1.5 ล้านขวดต่อปี จะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้ยอดขายจากตลาดต่างประเทศเติบโตได้สูงถึงประมาณ 7 เท่าตัว จากปัจจุบันที่รายได้ต่างประเทศมีสัดส่วนประมาณ 5% ของยอดขายรวม

การขยายตลาดดังกล่าวจึงถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของ APCO ในการกระจายฐานรายได้จากตลาดในประเทศ และสร้างโอกาสการเติบโตระลอกใหม่จากต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดที่บริษัทมองเห็นศักยภาพของผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและการดูแลผู้บริโภค

รุกตลาดในประเทศ

ขณะเดียวกัน ตลาดในประเทศยังคงเป็นฐานรายได้สำคัญ โดย APCO จะเดินหน้าขยายฐานลูกค้าผ่าน BIM Advisor ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางหลักในการสร้างการรับรู้และเข้าถึงผู้บริโภคเป้าหมาย ผ่านการให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน

บริษัทเชื่อว่าการเดินหน้าทำตลาดผ่าน BIM Advisor ควบคู่กับการขยายตลาดต่างประเทศ จะเป็นแรงสนับสนุนยอดขายในช่วงครึ่งหลังปี 2569 และช่วยผลักดันภาพรวมผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย ก่อนที่ตลาดต่างประเทศจะเข้ามามีบทบาทต่อการเติบโตอย่างชัดเจนมากขึ้นในปี 2570