ทันหุ้น

Thun Hoon

Circulation: 100,000

Ad Rate: 1,000

Section: First Section/ทันหุ้น: mai

วันที่: จันทร์ 2 มีนาคม 2563

ปีที่: 17 ฉบับที่: 3942 หน้า: 19(ซ้าย)

Col.Inch: 40.18 Ad Value: 40,180 PRValue (x3): 120,540 คลิป: สี่สี

หัวข้อข่าว: TACC บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)

T.A.C.C.

TACC บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)

Company Background

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ (B2B) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโถกดที่เป็นรสชาติหลัก เช่น กาแฟเย็นและชานม จำหน่ายใน 7-Eleven ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชง จำหน่ายให้ร้าน All Café และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล เครื่องกดเครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้สินค้าของบริษัท (B2C) ได้แก่ ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา "เชนย่า" เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา "ณ อรุณ", ตรา "สวัสดี" และเป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแร็กเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licencor)

Key Development of Company

ปี 2562 วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโถกด คือ เครื่องดื่มน้ำฝรั่งชมพู ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายเครื่องดื่ม "ชานมบุก" และ "ไข่เค็มซีรีส์" ในมุม All Café ที่ร้าน 7-Eleven

บริษัทได้ร่วมกับพันธมิตรจัดงาน Siam Paragon Present Rilakkuma World Happiness Town

เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's วางขายตลอดทั้งปี เฉพาะสาขาที่ร้าน 7-Eleven

เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแร็กเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licensor) เช่น Rilakkuma, Sumikko Gurashi, Mamegoma เป็นต้น ลูกค้าที่ใช้คาแร็กเตอร์ ได้แก่ MAJOR, 7-Eleven, Tesco Lotus Express และ NIVEA เป็นต้น

Business Plan

1. เติบโตควบคู่ไปกับคู่ค้าหลัก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืนและความเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจต่อกัน

2. มุ่งมั่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ

3. สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

4. เพิ่มยอดขายสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยการรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น

5. รักษาฐานผู้บริโภคในตลาดเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มในประเทศกัมพูชา

Investment Highlight

1. ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาดเครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทอย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) กับ CPALL เข้าสู่ปีที่ 16 รวมถึงมีการจัดทำสัญญาซื้อขายเป็นลายลักษณ์อักษร (Exclusive Contract) ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ถึงความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้ามีให้กับบริษัทฯ ทำให้บริษัทได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท

3. ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับคู่ค้าในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) อย่างใกล้ชิดและจริงใจ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเติบโตไปพร้อมๆ กัน

4. โอกาสในการเติบโตจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การที่บริษัทถือเป็นธุรกิจ SME ที่มีข้อจำกัดด้านแหล่งเงินทุนทำให้ผู้บริหารของบริษัทต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันรอบด้านอย่างรอบคอบเพื่อมองหาโอกาสช่องว่างทางธุรกิจ จึงทำให้บริษัทสามารถขยายธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง

** ข้อมูลจาก Company Snapshot : 9M/2562*

iQNewsClip www.iqnewsclip.com

InfoQuest Limited | 888/178 Ploenchit Rd., 17 th FL. Mahatun Plaza Bldg., Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330

02-253-5000, 02-651-4700 02-253-5001, 02-651-4701 help@iqnewsclip.com