

# ทับทิม

Thun Hoon  
Circulation: 100,000  
Ad Rate: 800

Section: First Section/พื้นที่: mai

วันที่: จันทร์ 5 กรกฎาคม 2564

ปีที่: 18

ฉบับที่: 4264

หน้า: 19(ขวา)

Col.Inch: 38.75 Ad Value: 31,000

PRValue (x3): 93,000

คลิป: สีสี่

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

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

### Company Background

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

**1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัท** ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ (B2B) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโถกตที่เป็นรสชาติหลัก เช่น กาแฟเย็นและชานม จำหน่ายใน 7-Eleven ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซอง จำหน่ายให้ร้าน All Café และผลิตภัณฑ์ที่บริษัท ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล เครื่องกวดเครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ

**2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้สินค้าของบริษัท (B2C)** ได้แก่ ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา "เซนย่า" เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา "ณ อรุณ", เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's, ตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิบัตรการ์ตูนคาแร็กเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licencor), หมากจำ, Art story, Jay The Rabbit และธุรกิจกาแฟ

### Key Development of Company

**ปี 2564** วางจำหน่ายเครื่องดื่มในโถกต ลินจี้ เบอร์รี่ ทวิสท์ และสละเบอร์รี่ ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายเครื่องดื่ม พีชเชอร์รี่ บลอสซัม และเมล่อน มีลกี ในเมนู All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven

ธุรกิจคาเฟ่เร็กเตอร์เปิดตัวคาเฟ่เร็กเตอร์ใหม่จากไทยคือ Jay The Rabbit

**ปี 2563** วางจำหน่ายเครื่องดื่มในโถกต มัทฉะลาเต้ ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายเครื่องดื่ม ชาดำน้ำผึ้ง และโฮจิบะ ในเมนู All Café ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายโอลเวร่า ท็อปปี้ง ทานได้กับเครื่องดื่มทุกเมนู ในเมนู All Café ที่ร้าน 7-Eleven

### Business Plan

- เติบโตควบคู่ไปกับคู่ค้าหลัก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืนและความเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจต่อกัน
- มุ่งมั่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ
- สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
- เพิ่มยอดขายสำหรับตลาดต่างประเทศและในประเทศ โดยการรักษาลูกค้าปัจจุบันและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น

### Investment Highlight

- ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาดเครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัท อย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) กับ CPALL เข้าสู่ปีที่ 19 รวมถึงมีการจัดทำสัญญาซื้อขายเป็นลายลักษณ์อักษร (Exclusive Contract) ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ถึงความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้ามีให้กับบริษัท ทำให้บริษัทได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท
- ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับคู่ค้าในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) อย่างใกล้ชิดและจริงจัง เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเติบโตไปพร้อมๆ กัน
- โอกาสในการเติบโตจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การที่บริษัทถือเป็นธุรกิจ SME ที่มีข้อจำกัดด้านแหล่งเงินทุนทำให้ผู้บริหารของบริษัท ต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันรอบด้านอย่างรอบคอบเพื่อมองหาโอกาสช่องว่างทางธุรกิจ จึงทำให้บริษัทสามารถขยายธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง

\* ข้อมูลจาก Company Snapshot : 3M/2563