



โฆษณาโดย Google

หยุดแสดงโฆษณา

ทำไมจึงแสดงโฆษณา 

TACC มั่นใจรายได้ปีนี้โต 5-10% ลุยออกผลิตภัณฑ์ใหม่ บุคตลาดตปท.

TACC มั่นใจรายได้ปีนี้เติบโต 5-10% เดินหน้าออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ขยายธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศ ทั้งในประเทศเวียดนาม ลาว กัมพูชา สิงคโปร์ และมาเลเซีย

• 29/09/2021

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร **บริษัท ที.เอ.ซี คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC** เปิดเผยว่า บริษัทมั่นใจว่ารายได้ปีนี้จะเติบโต 5-10% โดยทิศทางรายได้ในประเทศเริ่มกลับมาฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เริ่มคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น ส่งผลให้ประชาชนเริ่มกลับมามีการบริโภคและเดินทางมากขึ้น ในขณะเดียวกันบริษัทยังคงเดินหน้าเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ในช่วงที่ผ่านมาบริษัทได้เตรียมความพร้อมมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่คลี่คลาย และขยายตลาดไปยังต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น ทั้งในประเทศเวียดนาม สปป.ลาว กัมพูชา สิงคโปร์ และมาเลเซีย

สำหรับเป้าหมายการเพิ่มสัดส่วนรายได้ของกลุ่ม B2C หรือกลุ่มที่เป็นสินค้าแบรนด์ของ TACC นั้น บริษัทตั้งเป้าจะเพิ่มสัดส่วนเป็น 20-25% ในอีก 3 ปีข้างหน้า ขณะที่สัดส่วน B2B หรือกลุ่มสินค้าที่ร่วมกับเชเวน นั้น ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มเครื่องดื่มเย็นประเภทกด 4 โถ (Cold Beverage Dispenser) มี 12,000 สาขา กลุ่มเครื่องดื่ม Non Coffee Menu @All Cafe coffee corner เช่น ชาเย็น ชาเขียว ซึ่งปัจจุบันมี 9,500 สาขา กลุ่มเครื่องดื่มกตรอนอัดโนมัตติ รวม 540 สาขา จะมีสัดส่วนรายได้อยู่ที่ 75-80% ในอีก 3 ปีข้างหน้า จากปัจจุบันอยู่ที่ 97%

ส่วนด้านธุรกิจในกลุ่มคาเฟ่เตอร์ คาดว่าจะเติบโตได้ดีในปี 2565 ขณะที่ปีนี้มองว่าจะทรงตัวมากกว่า เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศและต่างประเทศ โดยปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างการหารือกับลูกค้ารายใหญ่หลายราย รวมถึงตลาดในเวียดนาม สิงคโปร์ และมาเลเซียด้วย ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างวางแผนการทำการตลาด หลังจากสถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลาย โดยปัจจุบันมีคาเฟ่เตอร์ ประกอบด้วย Rilakkuma, หมาจ๋า, Jay The Rabbit และ Warbie Yama ส่วนผลกระทบจากภาษีน้ำตาลนั้น ที่ผ่านมามีบริษัทได้ปรับล่วงหน้าไปเรียบร้อยแล้ว ส่งผลให้บริษัทจะไม่ได้รับ

ผลกระทบจากการเรียกเก็บภาษีน้ำตาลตั้งกลาง ในแง่ของสูตร ประกอบกับได้มีการขยาย การเรียกเก็บภาษีออกไปอีก 1 ปีด้วย

“ช่วงโควิด-19 นโยบายของเราไม่ใช่ช่วงของการบุก แต่เป็นการเล่นเกมรับ ปรคองการ ขยาย ระมัดระวังการลงทุน รอสถานการณ์ที่เหมาะสมเมื่อโควิดซาลง เราเตรียมการลงทุน ทั้งในตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศไว้บุกเต็มที่” นายชัชชวี กล่าว



TACC ผัน “BONCAFÉ” รุกตลาดกาแฟ-พัฒนาเครื่องต้มไร้แอลกอฮอล์



TACC ส่งซิกผลงานโต รับแรงหนุน “เซเว่นฯ” ขยายสาขา “กัมพูชา”

- Tags
- TACC
- “ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์”
- ชัชชวี วัฒนสุข
- หมาจ๋า
- Rilakkuma
- หุ่น TACC
- Jay The Rabbit
- Warbie Yama
- All Cafe coffee corner

recommended by mgid

