



หน้าแรก (index.php) / คอลัมน์นิสต์ (?mod=talk)

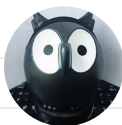
## ๑) คอลัมน์นิสต์

ทั้งหมด (?mod=talk) สแกนหุ้น (?mod=talk&column=7) ใครเจ๋งกว่ากัน (?mod=talk&column=19) คิดอย่างไรกับหุ้น (?mod=talk&column=20)

หุ้นที่น่าซื้อ (?mod=talk&column=21) แบบนี้...ต้องลุย (?mod=talk&column=22) สัมภาษณ์ ขาเม้าส์หุ้น (?mod=talk&column=5)

ส่องหุ้นร้อน (?mod=talk&column=3) Mutual Fund (?mod=talk&column=6) Smart Invest (?mod=talk&column=2)

Business Trends (?mod=talk&column=1) การเงินการลงทุน (?mod=talk&column=4) เจ็มน...สายเถื่อน (?mod=talk&column=17)



### การเงินการลงทุน

📅 2022-02-15 ⌚ 11:20:12 | 💬 188

## รายงานพิเศษ : TACC โตไม่หยุด เจาะ "กลุ่ม Lotus's-รุกกัญชง กัญชา"

TACC ไม่หยุดการเติบโตขยายกลุ่มลูกค้านอก 7-Eleven ล่าสุดเจาะกลุ่ม Lotus's และไม่หยุดกระแสเลี้ยงส่งผลิตภัณฑ์"กัญชง-กัญชา" ดบสนองการบริโภค รับอู่ระหว่างศึกษา  
ทั้งในรูปแบบ M&A และ JV หนุนรายได้ปี 65 โต 10-15%

รายงานพิเศษ

T.A.C.C.

TACC โตไม่หยุด

เจาะ "กลุ่ม Lotus's-รุกกัญชา กัญชา"

www.Share2Trade.com

Share  
2Trade

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านชาและกาแฟ ทำธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มในโถกต (Dispenser Drink) ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่เกิดจากการพัฒนาสินค้าร่วมกันระหว่างบริษัทฯ และบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) สินค้าที่วางจำหน่ายในช่วงแรก ได้แก่ ชาเย็น ชานม กาแฟ และน้ำผลไม้ เช่น น้ำพืชน้ำ น้ำแคนดาบลู เป็นต้น

บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจไปยังตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (Ready to Drink) โดยเริ่มวางจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชาเขียวบรรจุขวดพร้อมดื่มภายใต้ตราสินค้า "เซนย่า" และได้ขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ เช่น กัมพูชา สิงคโปร์ ติมูเว รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

และยังได้ขยายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯเข้าสู่ธุรกิจคาเฟ่ (Café Business) เช่น ร้านกาแฟเวลอน Jungle Café Arabitia Café CP Fresh Mart และ Black Canyon โดยมีสาขากระจายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยปัจจุบันธุรกิจคาเฟ่ที่บริษัทฯได้ทำการส่งเครื่องดื่มมีจำนวนร้านค้ารวมประมาณ 850 สาขา

ส่วนธุรกิจปี 2565 นี้ นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร TACC ใหม่มองว่า บริษัทฯตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 10-15% เทียบกับปีที่ผ่านมา โดยได้รับปัจจัยหนุนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เริ่มคลายกังวลในทิศทางที่ดีขึ้น ทำให้การบริโภคเริ่มกลับมาฟื้นตัว และมาตรการผ่อนคลายเป็นไปตามสถานการณ์โรคโควิด-19 จากรัฐบาล รวมถึงบริษัทฯมีแผนส่งสินค้าเครื่องดื่มใหม่เข้าตลาดใน 7-Eleven และ Non 7-Eleven อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าและผู้บริโภค กระตุ้นยอดขายเพิ่มมากขึ้น

สำหรับภาพรวมกลุ่มธุรกิจ 7-Eleven ในช่วงที่ผ่านมาได้มีการเติบโต ซึ่งบริษัทฯในฐานะ Key Strategic Partner ได้รับโอกาสที่ดีเสมอมาในการพัฒนาสินค้าและทำการตลาดร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าเครื่องดื่มเย็นในโถกต (Jet Spray) หรือสินค้าใน All Café ในการผลักดันสินค้าปัจจุบัน ผ่านการทำโปรโมชันต่อเนื่องทั้งปี และสินค้าใหม่

ส่วนการขยายลูกค้าใหม่ในกลุ่ม Non 7-Eleven ล่าสุดได้ทยอยขยายสินค้าเข้าไปในกลุ่ม Lotus's ทั้งใน Lotus Hypermarket ในรูปแบบของ Food Court ปัจจุบันมีจำนวน 45 สาขา และมีเป้าหมาย 200 สาขา ภายในปี 2565 ส่วนใน Lotus's go fresh ที่ส่งเครื่องดื่มเข้า Jungle Café ปัจจุบันมีจำนวน 1,400 สาขา และมีเป้าหมาย 1,700 สาขา ภายในปี 2565 และเพิ่มโอกาสในการขยายเมนูหลัก (Signature Menu) อื่นเพิ่มเติม จากปัจจุบันขายอยู่ 2 เมนู

สำหรับการขยายตลาดผลิตภัณฑ์กัญชา-กัญชา น่าจะเห็นความชัดเจนทั้งในด้านกฎหมายและการพัฒนา Product ในการส่งสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด รองรับความต้องการของผู้บริโภคในปีนี้

อย่างไรก็ตามบริษัทฯยังคงมองหาโอกาสในการขยายธุรกิจร่วมกับพันธมิตรเพื่อต่อยอดธุรกิจ และผลักดันผลการดำเนินงานเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาได้มีการเจรจาหลากหลายรูปแบบทั้งที่เป็น M&A และ JV ในหลายโปรเจกต์ แต่ยังไม่ได้ข้อสรุป เนื่องจากต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อประโยชน์สูงสุดผู้ถือหุ้น