

ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์บุกหนักสิ้นปี'รายได้-กำไร'พุ่ง

ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ เปิดเกมบุกต่อเนื่อง
ลุยทั้ง B2B-B2C หลัง 6 เดือนแรก รายได้-
กำไร พุ่ง กางแผนต่อยอดธุรกิจ-พัฒนา
สินค้าใหม่ป้อนลูกค้าธุรกิจคาเฟ่ พร้อม
ลุย "ไลเซนส์บิสซิเนส" มั่นใจสิ้นปีโต
ดับเบิลดิทิต

นางจิราพรรณ คชฤทธิ์ ชูแสง รอง
กรรมการผู้จัดการ สายกลยุทธ์องค์กร
ร่วมกับนางปัญญพร ฤกษ์สมบูรณ์ ผู้จัดการ
นักลงทุนสัมพันธ์ บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์
จำกัด (มหาชน) เจ้าของธุรกิจเครื่องดื่ม
ในโถกด (Dispenser Drink) ในร้านเซเว่น
อีเลฟเว่น ซาฟพร้อมดื่มเซนซ่า และสินค้า
ไลฟ์สไตล์ เปิดเผยในงาน Opportunity
Day (22 ก.ย. 2565) ว่า ผลการดำเนินงาน
ช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา (ม.ค.-มิ.ย.)
เป็นไปตามเป้าที่วางไว้ ทั้งในแง่ของรายได้
ที่เติบโต 6-7% หรือ 722 ล้านบาท
ขณะที่ตัวเลขกำไร เติบโต 27% หรือ
ประมาณ 129 ล้านบาท ปัจจัยหลักมา
จากสถานการณ์โควิด-19 ที่คลี่คลาย
และผู้บริโภคกลับมาจับจ่ายใช้สอย
มากขึ้น สะท้อนจากกราฟฟิคของธุรกิจ
ค้าปลีก โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ
เซเว่นอีเลฟเว่น ที่กลับมาเติบโตค่อนข้าง
มาก รวมทั้งบริษัทได้เน้นการบริการการ
จัดการเพื่อลดค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ

ส่วนทิศทางในช่วงเวลาที่เหลืออยู่
บริษัทยังตั้งเป้าการเติบโตไว้ที่ระดับ 10%
โดยหลัก ๆ จะเป็นการเน้นธุรกิจในส่วน
ที่เป็น B2B (business to business)
และ B2C (business to consumer)
โดยในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B นั้นหลัก ๆ
จะได้แก่ ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น
ที่เป็นลูกค้าหลัก รวมถึงการเข้าร่วม
แพลตฟอร์มดีลิเวอรี่เพื่อสร้างการเติบโต
เช่นเดียวกับการขยายช่องทางจำหน่าย
ในต่างประเทศ เช่น กัมพูชา ที่ไปการ
พ่วงไปกับเซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อสร้าง
การเติบโตในอนาคต

โดยตอนนี้บริษัทมีโถกดเครื่องดื่ม

เย็นมากกว่า 10,300 เาต์เลต เครื่องดื่ม
non coffee ในนม ออลส์ คาเฟ่ มากกว่า
10,100 เาต์เลต และเครื่องกดเครื่องดื่ม
ร้อนมากกว่า 506 เาต์เลต

สำหรับกลุ่มธุรกิจ B2C บริษัทได้
ขยายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเข้าสู่ธุรกิจ
คาเฟ่ (cafe business) ได้แก่ ร้านกาแฟ
มวลดน, อราบิเบีย คาเฟ่, ซีพี เฟรชมาร์ท
แบล็คแคนยอน และกาแฟพันธุ์ไทย
อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ปัจจุบันมีการ
เปิดในฟู้ดคอร์ทของโลตัส มีประมาณ
83 สาขา และโลตัส โก เฟรช (จิ้งเกิ้ล
คาเฟ่) 1,780 สาขา รวมถึงการขยายไป



ศิษฐ์กเชส - เครื่องกดเครื่องดื่มเป็นกลยุทธ์
ที่สำคัญในการรุกธุรกิจ B2B และการสร้างการ
เติบโตของของ ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์

กับเซเว่นอีเลฟเว่น ในประเทศกัมพูชา
ที่เปิดไปแล้ว 23 สาขา

รวมทั้งมีการต่อยอดธุรกิจและพัฒนา
เครื่องดื่มหรือสินค้าใหม่ ๆ ให้กับกลุ่ม
ลูกค้าธุรกิจคาเฟ่ ซึ่งมีสาขากระจายทั่ว
ประเทศ ช่วยเพิ่มช่องทางในการจำหน่าย

สินค้ามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้
ขยายการส่งเครื่องดื่มเข้าโลตัส ทั้งใน
ไฮเปอร์มาร์เก็ต และโก เฟรช ซึ่งปีที่
ผ่านมามีการปรับเปลี่ยนสาขาและรูปแบบ
สาขาที่ค่อนข้างรวดเร็ว ถือว่าเป็น
กลุ่มธุรกิจที่สำคัญในการเพิ่มรายได้ของ
บริษัทให้เติบโตได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ ในกลุ่มธุรกิจคาเฟ่ได้มี
การพัฒนาต่อยอดสินค้าใหม่ ๆ ไปใน
หลายกลุ่มสินค้า เช่น ไอศกรีม และ
ขนมหวาน และในส่วนของสินค้าในกลุ่ม
B2C อื่น ๆ ที่บริษัทขยายวัตถุดิบเข้าไป
เช่น พุดดิ้ง ชานมได้หัววัน topping บน
เครื่องดื่ม คัพเค้กบราวนี่ซูการ์ ครีมสด
และการเป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) ชาทไทย

ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนรายได้จาก
ธุรกิจ B2B ประมาณ 93% และ B2C
ประมาณ 7% นอกจากนี้ จะมีโปรโมชัน
ในเซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อให้สอดคล้องกับ
สถานการณ์โควิด-19 ที่คลี่คลายลงและ
ผู้บริโภคกลับมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น
ทั้งในแง่ของการให้ส่วนลด การเพิ่มไซส์
และจะมีการเปิดตัวเครื่องดื่มใหม่ ๆ เข้า
มาอย่างต่อเนื่อง ที่ผ่านมามีบริษัท
ได้เปิดตัวโปรดักต์ใหม่ ภายใต้
แบรนด์ TRIVA (ทริวา) ไซริป

ที.เอ.ซี.

ผลไม้เข้มข้น Thailand Coffee Fest
2022 กลางเดือน ก.ค.ที่ผ่านมา มีแผน
จะนำเข้าไปทำตลาดผ่านช่องทางที่เป็น
คาเฟ่ บิสซิเนส จะมี own brand มากขึ้น

อีกธุรกิจหนึ่งที่บริษัทจะให้ความสำคัญ
มากขึ้นก็คือ license business จากที่บริษัท
ได้เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ ของ
บริษัท San-X ประเทศญี่ปุ่น โดยได้มีการ
จัดทำสินค้าพรีเมียม และแคมเปญต่าง ๆ
ร่วมกับพันธมิตร เพื่อรองรับการจำหน่ายที่
เริ่มกลับมา อาทิ ลีลัคคุมะ (Rilakkuma),
หมาจ๋า (Dog Please) แดร์เร็กเตอร์

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachat Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,350

Section: การตลาด/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 3 - พุธ 5 ตุลาคม 2565

ปีที่: 45

ฉบับที่: 5502

หน้า: 13(ล่าง), 14

Col.Inch: 55.64

Ad Value: 75,114

PRValue (x3): 225,342

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์บุกหนักสิ้นปี'รายได้-กำไร'พุ่ง

ลายการ์ตูนชื่อดังทางออนไลน์ของไทย
ที่มีแผนจะนำไปโปรโมตที่ญี่ปุ่น, เจ้านก
จอมกวน Warbie Yama ที่ได้เริ่มทำ
แคมเปญร่วมกับแฟมิลีมาร์ท

“สำหรับภาพรวมของช่วงไตรมาส 3
ขณะนี้ถือว่ามียอดทางดีมาก และคาดว่า
3 เดือนสุดท้ายก็จะดีขึ้น จากการที่
ประชาชนและผู้บริโภคกลับมาจับจ่าย
ใช้สอยมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ยอดขายสินค้า
ของบริษัทตามช่องทางต่าง ๆ ดังกล่าว
โดยเฉพาะเซเว่นอีเลฟเว่น รวมถึงรายได้
จาก license business จะกลับมามาก
ขึ้นจากการทำการตลาดเพิ่มขึ้น”