

TACC รุก B2B-B2C-ออนไลน์ ัพรายได้ 10%

16/01/2023 11:28 Exclusive News, TACC

HoonSmart.com>>”ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์-TACC” ก้าวสู่ปีที่ 21 “ปีแห่งการลงทุนสู่ศวรรษใหม่” สร้างฐานเติบโต เปิดแผนยุทธศาสตร์ปี 66 วางเป้ารายได้เติบโตต่อเนื่อง 10% รุกธุรกิจกลุ่ม B2B (7-Eleven) และ กลุ่ม B2C (Non 7-Eleven) เดินหน้าปิดดีล MA&JV ธุรกิจ Health and Wellness เตรียมขยายไลน์การผลิตและคลังสินค้าโรงงานบ้านมิ่ง รองรับดีมานด์กลุ่มธุรกิจ B2B และ B2C และการรุกช่องทาง การขายผ่าน Online Channel เดิมอัตราศึก

นายชัชวรี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) เปิดเผยว่า แผนการดำเนินงานและยุทธศาสตร์ในปี 2566 เป็น “ปีแห่งการลงทุนสู่ศวรรษใหม่” (Invest for the next decade) โดยตั้งเป้ารายได้เติบโตต่อเนื่อง 10% จากปีก่อน ในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มเย็นใน โถกอด (Jet Spray) และ เครื่องดื่ม Non Coffee Menu ใน All Café ทั้งในประเทศไทย และ 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา ในช่วงที่ผ่านมาได้รับผลตอบแทนเป็นอย่างดี มีการขยายสาขา และเติบโตอย่างก้าวกระโดด

สำหรับกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) บริษัทฯ พร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทริวา) “ไซร์ผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านค้า คาเฟ่ (Total solution service offering) และสำหรับลูกค้าทั่วไป โดยเป็นสินค้าที่ต่อยอดการเจริญเติบโตในกลุ่ม B2C อีกส่วนคือเติบโตตามการขยายสาขาของ Lotus's ทั้งในส่วนของ Lotus's Hyper และ Lotus's go fresh และการร่วมมือกับ BON Café ในการพัฒนาเครื่องดื่ม เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่าง ๆ และรุกตลาดเข้าตลาดเมล์ดกาแฟ นอกจากนี้ ในส่วนของธุรกิจ License Business มีเป้าหมายที่จะเป็น One-Stop-Service และขยายตลาดไปยังประเทศ สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม ในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

“ปีนี้ถือเป็นปีที่สำคัญของ TACC ซึ่งเป็นปีที่มุ่งสู่ศวรรษที่ 3 หรือ ก้าวสู่ปีที่ 21 พร้อมขับเคลื่อนธุรกิจสู่อนาคตที่ยั่งยืน เพื่อเป็นการต่อยอดให้เห็นถึงศักยภาพความแข็งแกร่งในการเป็นบริษัทฯ ชำนาญ ที่เชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์เครื่องดื่ม และสินค้าไลฟ์สไตล์ และถือว่าเป็น “ปีแห่งการลงทุนสู่ศวรรษใหม่” (Invest for the next decade) เริ่มจากในส่วนของแผนการเข้าซื้อกิจการ (M&A) หรือการเป็นพันธมิตรร่วมลงทุน (JV) เรายังคงมองหาบริษัทที่มีศักยภาพ เพื่อเข้าร่วมลงทุน โดยเรา Focus ธุรกิจ Health and Wellness ที่จะสามารถสร้างการเติบโต และต่อยอด เพื่อการเติบโตที่แข็งแกร่ง และมั่นคงในอนาคต”

สำหรับโรงงานบ้านมิ่งของบริษัทฯ จะมีการขยายไลน์การผลิตเพิ่มเติม 20-30% และการสร้างคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการรองรับกลุ่มธุรกิจ B2B และ B2C ที่จะเติบโตในอนาคต โดยโรงงานบ้านมิ่งได้รับการรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยอาหาร (Food Safety System Certification: FSSC 22000) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลระดับโลก และล่าสุดยังได้รับการรับรองการผลิตสินค้าที่มีเครื่องหมายฮาลาล

นายชัชวรี กล่าวอีกว่า บริษัทฯ เตรียมขยายช่องทาง Online เพื่อขยาย Product Portfolio ตั้งเป้าหมาย 5-10% ทั้งในส่วนของขายในประเทศ และต่างประเทศ โดยเพิ่มยอดขายจากลูกค้ารายเดิม การเสนอสินค้าใหม่ๆ และพัฒนาสินค้าร่วมกัน

Facebook

Twitter

Line

“คิงส์ฟอร์ด” และ KTC-VRANDA

17/01/2023 10:34

