

# TACC ก้าวสู่ปีที่ 21 "ปีแห่งการลงทุนสู่ทศวรรษใหม่" เปิดแผนปี 66 รุกธุรกิจกลุ่ม B2B และ B2C อัปรายได้โตต่อเนื่อง 10% พร้อมลุย MA&JV เสริมแกร่ง

จันทร์ ๑๖ มกราคม ๒๕๖๖ ๑๐:๕๘

บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) ก้าวสู่ปีที่ 21 "ปีแห่งการลงทุนสู่ทศวรรษใหม่" (Invest for the next decade) เพื่อเป็นฐานในการเจริญเติบโต เปิดแผนยุทธศาสตร์ปี 66 วางเป้ารายได้เติบโตต่อเนื่อง 10% รุกธุรกิจกลุ่ม B2B (7-Eleven) และ กลุ่ม B2C (Non 7-Eleven) พร้อมเดินหน้าปิดดีล MA&JV ธุรกิจ Health and Wellness เสริมแกร่ง เตรียมลงทุนขยายไลน์การผลิตและคลังสินค้าโรงงานบ้านบึงรองรับดีมานด์กลุ่มธุรกิจ B2B และ B2C และการรุกช่องทางขายผ่าน Online Channel เต็มอัตราศึก



- ๑๗ ม.ค. TACC เปิดเกมรุกรับปีกระต่ายทอง เลิฟเครื่องดื่ม "Pinky Candy" ลงโถก 7-ELEVEN เจาะสายสวยเฮลท์ตี้ ดันยอดขายโตต่อเนื่อง
- ๑๗ ม.ค. TACC ควง หม่าจ่า โทอินเตอร์ โพรโมทคาแรคเตอร์ ร่วมกับ DITP ในงาน Tokyo Gift Show 2022
- ๑๗ ม.ค. TACC นำ Brand นื่องใหม่ "TRIVA" ร่วมออกบูธในงาน FHA 2022 ที่ประเทศสิงคโปร์

นายชัชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า แผนการดำเนินงานและยุทธศาสตร์ในปี 2566 เป็น "ปีแห่งการลงทุนสู่ทศวรรษใหม่" (Invest for the next decade) โดยตั้งเป้ารายได้เติบโตต่อเนื่อง 10% จากปีก่อน ซึ่งในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มเย็นในโถก (Jet Spray) และ เครื่องดื่ม Non Coffee Menu ใน All Cafe ทั้งในประเทศไทย และ 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา ในช่วงที่ผ่านมาได้รับผลตอบแทนเป็นอย่างดี มีการขยายสาขา และเติบโตอย่างก้าวกระโดด

สำหรับกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) บริษัทฯ พร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทริวา) ไชร์ปผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่าง

ต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านค้า คาเฟ่ (Total solution service offering) และสำหรับลูกค้าทั่วไป โดยเป็นสินค้าที่ต่อยอดการเจริญเติบโตของ TACC ในกลุ่ม B2C อีกส่วนคือเติบโตตามการขยายสาขาของ Lotus's ทั้งในส่วนของ Lotus's Hyper และ Lotus's go fresh และการร่วมมือกับ BON Cafe ในการพัฒนาเครื่องดื่ม เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่าง ๆ และรุกตลาดเข้าตลาดเมล็ดกาแฟ นอกจากนี้ ในส่วนของธุรกิจ License Business มีเป้าหมายที่จะเป็น One-Stop-Service และขยายตลาดไปยังประเทศ สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม ในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

"สำหรับปีนี้ถือเป็นปีที่สำคัญของ TACC ซึ่งเป็นปีที่มุ่งสู่ทศวรรษที่ 3 หรือ ก้าวสู่ปีที่ 21 โดยพร้อมขับเคลื่อนธุรกิจสู่อนาคตที่ยั่งยืน เพื่อเป็นการต่อยอดให้เห็นถึงศักยภาพความแข็งแกร่งในการเป็นบริษัทชั้นนำ ที่เชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์เครื่องดื่ม และสินค้าไลฟ์สไตล์ และถือว่าเป็น "ปีแห่งการลงทุนสู่ทศวรรษใหม่" (Invest for the next decade) เริ่มจากในส่วนของแผนการเข้าซื้อกิจการ (M&A) หรือการเป็นพันธมิตรร่วมลงทุน (JV) เรายังคงมองหาบริษัทที่มีศักยภาพ เพื่อเข้าร่วมลงทุน โดยเรา Focus ธุรกิจ Health and Wellness ที่จะสามารถสร้างการเติบโต และต่อยอดให้กับทางบริษัทได้ เพื่อการเติบโตที่แข็งแกร่ง และมั่นคงในอนาคต"

สำหรับโรงงานบ้านบึงของบริษัท จะมีการขยายไลน์การผลิตเพิ่มเติม 20-30% และการสร้าง คลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการรองรับกลุ่มธุรกิจ B2B และ B2C ที่จะเติบโตในอนาคต โดยโรงงานบ้านบึงได้รับการรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยอาหาร (Food Safety System Certification: FSSC 22000) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลระดับโลก และล่าสุดยังได้รับการรับรองการผลิตสินค้าที่มีเครื่องหมายฮาลาล

นายชัชวี ประธานกรรมการบริหาร TACC กล่าวอีกว่า บริษัทฯ เตรียมขยายช่องทาง Online เพื่อขยาย Product Portfolio ตั้งเป้าหมาย 5-10% ทั้งในส่วนของการขายในประเทศ และต่างประเทศ โดยการเพิ่มยอดขายจากลูกค้ารายเดิม การเสนอสินค้าใหม่ๆ และพัฒนาสินค้าร่วมกัน

ที่มา: ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์



## ข่าวประชาสัมพันธ์ล่าสุด

- ๑๑:๔๔ ไทยรุ่งฯ กรุ๊ป ดัน 'BizNex' บริษัทร่วมผู้ผลิตโรงไฟฟ้าสัญญาดีไทยแท้ ส่งมอบโรงไฟฟ้า 450 คับ พร้อม Backorder กว่า 300
- ๑๑:๔๓ แฟน ๆ เจ้านกเหลืองจอมกวน Warbie ห้ามพลาด !! LINE STICKERS คอลเลกชันใหม่ Warbie Yama: The Inside World
- ๑๑:๔๑ รพ.วิมุต เปิดตัว PROBIO-G ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโปรไบโอติกส์
- ๑๑:๓๗ เซนไฮเซอร์เปิดตัวหูฟัง IE 200 ใหม่ มาพร้อมระบบเสียงออดิโอไฟล์ละเอียด คมชัด นุ่มนวลไร้ที่ติ
- ๑๑:๓๔ เงินติดล้อ คว้ารางวัล Thailand Best Employer Brand Awards 2023