

ข่าวอัพเดท ข่าวธุรกิจจดทะเบียน

## TACC กางแผนปี 66 เดินหน้าขยายไลน์ผลิต เจาะกลุ่ม B2B และ B2C หนุนรายได้ปีนี้โต 10%

By Ben.benjawan January 16, 2023 0 8

www.moneyclub.asia  
f t y d FM.102MHz

**T.A.C. Consumer PCL.**  
บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)

**Tea and Coffee Creative Solution**

**money club**

**TACC กางแผนปี 66 เดินหน้าขยายไลน์ผลิต**  
เจาะกลุ่ม B2B และ B2C หนุนรายได้ปีนี้โต 10%

นายชัชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) เปิดเผยว่า แผนการดำเนินงานและยุทธศาสตร์ในปี 66 เป็นปีแห่งการลงทุนสู่ศวรรษใหม่ ตั้งเป้ารายได้เติบโตต่อเนื่อง 10% ตามกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) ซึ่งบริษัทยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มเย็นในโถกด (Jet Spray) และ เครื่องดื่ม Non Coffee Menu ใน All Cafe ทั้งในประเทศไทย และ 7-Eleven ในกัมพูชา ในช่วงที่ผ่านมาได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี มีการขยายสาขา และเติบโตอย่างก้าวกระโดด

สำหรับกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) บริษัทพร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทรีว่า) ไซร์ผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ 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 เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกตลาดเขตลาดเมลิคกาแฟ

นอกจากนี้ในส่วนของธุรกิจ License Business มีเป้าหมายที่จะเป็น One-Stop-Service และขยายตลาดไปยังประเทศ สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม ในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

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

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

นายชัชวี กล่าวว่า บริษัทฯ เตรียมขยายช่องทาง Online เพื่อขยาย Product Portfolio ตั้งเป้าหมาย 5-10% ทั้งในส่วนของกระจายในประเทศ และต่างประเทศ โดยการเพิ่มยอดขายจากลูกค้ารายเดิม การเสนอสินค้าใหม่ๆ และพัฒนาสินค้าร่วมกัน

ข่าวอื่นที่เกี่ยวข้อง : บมจ.ไทยออปติคอลล กรุ๊ป , TACC รุกตลาด Health & Wellness เปิดตัว Fruit Punch Hi-C ดันรายได้ปีนี้โต 10%