

งานพิเศษ

## รายงานพิเศษ : TACC ปี 66 ปี "แห่งการลงทุนสู่ ทศวรรษใหม่" เน้น ธุรกิจ Health and Wellness

06 กุมภาพันธ์ 2566 117

แอส f ๓ ๓

ปี 2566 เป็นปีที่ TACC ทำธุรกิจก้าวเข้าสู่ปีที่ 21 และเป็นปีแห่งการลงทุนสู่ทศวรรษใหม่ ผ่านการเข้าซื้อกิจการ (M&A) หรือการเป็นพันธมิตรร่วมลงทุน (JV) โดยเฉพาะในธุรกิจ Health and Wellness ซึ่งผู้บริหารมั่นใจจะสร้างการเติบโตที่ยั่งยืน ขณะที่ปีนี้ตั้งเป้ารายได้โต

10%



บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) ได้ก้าวเข้าสู่ทศวรรษที่ 3 หรือ ปีที่ 21 ของการดำเนินธุรกิจในปีนี้ ซึ่งประธานกรรมการบริหาร “ซัชช วิ วัฒนสุข” ให้ภาพแผนการดำเนินธุรกิจในปีนี้ โดยประกาศยุทธศาสตร์ให้เป็นปีแห่งการลงทุนสู่ทศวรรษใหม่ (Invest for the next decade) ตั้งเป้ารายได้เติบโตต่อเนื่องจากปีก่อนที่ 10% ตามกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven)

ซึ่งบริษัทยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดัดเส้นในโลกด (Jet Spray) และ เครื่องดื่ม Non Coffee Menu ใน All Cafe ทั้งในประเทศไทย และ 7-Eleven ในกัมพูชา ในช่วงที่ผ่านมาได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี มีการขยายสาขา และเติบโตอย่างก้าวกระโดด

ส่วนกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) บริษัทจะเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทริวา) ไซรป์ผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านค้า คาเฟ่ (Total solution service offering) และสำหรับลูกค้าทั่วไป โดยเป็นสินค้าที่ต่อ ยอดการเจริญเติบโตของ TACC ในกลุ่ม B2C อีกส่วนคือเติบโตตามการขยายสาขาของ Lotuss ทั้งในส่วนของ Lotuss Hyper และ Lotuss go fresh และการร่วมมือกับ BON

**Cafe** ในการพัฒนาเครื่องดื่ม เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกตลาดเขาคาแฟเมล็ดกาแฟ

ส่วนธุรกิจ **License Business** บริษัทได้ต่อสัญญา **Licensing Agreement** กับบริษัท **Ingram** ประเทศญี่ปุ่น ซึ่ง  
เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิของคาแรคเตอร์ของบริษัท **San-X** ประเทศญี่ปุ่น (**Licensor**) ระยะเวลาของสัญญา **5 ปี** ตั้งแต่ปี  
**2566 -2570**

โดยบริษัทจะเป็นตัวแทนที่ดูแล **Licensee** ครอบคลุม **7** ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย กัมพูชา เวียดนาม ลาว และเวียดนาม โดย  
คาแรคเตอร์ของ **San-X** ได้แก่ **Rilakkuma, Sumikkogurashi, Sentimental Circus,**  
**Kamonohashikamo,** และ **Mamegoma,** เป็นต้น

ส่วนแผนการขยายธุรกิจลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์แบรนด์ดังจากญี่ปุ่น **San-X** ในปี **66** บริษัทจะเน้นทั้งกิจกรรมการขายในประเทศเพื่อตอบรับ  
การกลับมาของกรรภิโรคในประเศ และการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม เป็นต้น และเนื่องจากปีนี้  
เป็นปีที่คาแรคเตอร์ **Rilakkuma** ครบรอบ **20** ปี ทางบริษัทจะโปรโมทธีมครบรอบ **20** ปีไปพร้อมกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก เพื่อเป็น  
การเฉลิมฉลองให้กับ **Rilakkuma**

โดยมีเป้าหมายที่จะเป็น **One-Stop-Service** และขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ส่วนคาแรคเตอร์อื่นๆ เช่น คาแรคเตอร์ไทยทั้งหมดที่  
ดูแลไม่ว่าจะเป็น "หมาจ๋า", "**Warbie Yama**" และ "**LINE CREATORS**" เน้นเจาะกลุ่มตลาดในไทยมากขึ้น เพื่อสร้าง  
ความแข็งแกร่งในประเทศไทยเป็นหลัก

อีกทั้งยังมีแผนขยายคาแรคเตอร์ไทยไปต่างประเทศ โดยนำคาแรคเตอร์ไทยไปร่วมงาน **Hong Kong International**  
**Licensing Show 2023** ที่ประเทศฮ่องกงในเดือน เม.ย. **66** เพื่อเป็นการโปรโมทคาแรคเตอร์ไทย และต่อยอดธุรกิจลิขสิทธิ์  
คาแรคเตอร์ไทยในต่างประเทศ ซึ่งมั่นใจว่าจะช่วยสนับสนุนรายได้ในปีให้ได้อีก **10%** ตามแผนงานที่วางไว้

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังมีแผนเตรียมขยายช่องทาง **Online** เพื่อขยาย **Product Portfolio** โดยตั้งเป้าหมาย **5-10%** ทั้งในส่วนของการ  
ขายในประเทศ และต่างประเทศ โดยการเพิ่มยอดขายจากลูกค้ารายเดิม การเสนอสินค้าใหม่ๆ และพัฒนาสินค้าร่วมกัน

"ปีนี้เป็นปีที่สำคัญของ **TACC** ซึ่งเป็นปีที่มุ่งสู่ทศวรรษที่ **3** หรือ ก้าวสู่ปีที่ **21** โดยพร้อมขับเคลื่อนธุรกิจสู่อนาคตที่ยั่งยืน เพื่อเป็น  
การต่อยอดให้ทันถึงศักยภาพความแข็งแกร่งในการเป็นบริษัทชั้นนำ ที่เชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์เครื่องดื่ม และสินค้าไลฟ์สไตล์ และถือว่าเป็น  
ปีแห่งการลงทุนสู่ทศวรรษใหม่ โดยบริษัทยังคงมองหาบริษัทที่มีศักยภาพ เพื่อเข้าร่วมลงทุน เน้น **Focus** ธุรกิจ **Health and**  
**Wellness** ที่จะสามารถสร้างการเติบโต และต่อยอดให้กับทางบริษัทฯได้ เพื่อการเติบโตที่แข็งแกร่ง และมั่นคงในอนาคต" นายชัยวี กล่าว