

Share 2Trade

รวมข่าว คอลัมน์สด วีรจอนไลน์ เกี่ยวกับเรา

ค้นหา

รายงานพิเศษ

## รายงานพิเศษ : TACC รับอานิสงส์กำลังซื้อโต ความเชื่อมั่นผู้บริโภคพุ่งสูงสุดรอบ 3 ปี

20 ตุลาคม 2566 100

แชร์

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค.พ. สูงสุดรอบ 3 ปี ผลจากมาตรการรัฐ-ท่องเที่ยวสนับสนุน กระตุ้นยอดขาย บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) บริษัทตั้งเป้ารายได้เติบโต 10% จากปีก่อน

รายงานพิเศษ

# ดัชนี T.A.C.C.

## TACC รับอานิสงส์กำลังซื้อโต

### ความเชื่อมั่นผู้บริโภคพุ่งสูงสุดรอบ 3 ปี

www.Share2Trade.com

Share 2Trade

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เปิดเผยว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือน ก.พ.66 อยู่ที่ระดับ 52.6 เพิ่มขึ้นจากเดือนม.ค. ซึ่งอยู่ที่ระดับ 51.7 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 3 ปี นับตั้งแต่ที่ประเทศไทยเริ่มประสบกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงต้นปี 63

**"ดัชนีฯ โดยรวมดีขึ้นทุกตัว และสูงสุดในรอบ 36 เดือน นับตั้งแต่มี.ค.63"** นายธนวรรธน์ พลวิชัย ประธานที่ปรึกษาศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ ระบุ

สำหรับปัจจัยบวกสำคัญ เช่น มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในปี 66 ที่ภาครัฐมีให้ประชาชนอย่างต่อเนื่อง เช่น ช้อปดีมีคืน, มาตรการลดภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง, จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น, ราคาพืชผลเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น และทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้น, ราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศเริ่มปรับตัวลดลง, เงินบาทอ่อนค่าเล็กน้อย

"หอการค้าไทย มองเศรษฐกิจไทยโต 3-4% และยังมีโอกาสโตในกรอบ 3.5% บวกกลับ ยังไม่เปลี่ยนมุมมอง แต่สัญญาณที่เศรษฐกิจมีความเสี่ยงมากขึ้น จากโอกาสที่เศรษฐกิจโลกขึ้นดอกเบี้ย และอาจชะลอตัวลงก่อนกว่าเดิม ส่วนเศรษฐกิจไทยก็รอดูว่าการท่องเที่ยวจะฟื้นถึงส่งอวกให้ภาคเศรษฐกิจฟื้นในไตรมาส 2/66 ได้หรือไม่ ซึ่งก็ยังโชคดีที่ราคาพลังงานและค่าไฟฟ้าไม่แพง และรอดูรัฐบาลชุดใหม่ในเดือนส.ค. ซึ่งจะมีผลต่อเศรษฐกิจทั้งหมดด้วย" นายธนวรรธน์ กล่าว

ความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ดีขึ้น จะช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้าของ บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) ที่ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่าย เครื่องดื่มประเภทชาและกาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ โดย“ัชชวี วัฒนสุข” ประธานกรรมการบริหาร TACC เปิดเผยว่า แผนการดำเนินงานปี 66 ถือเป็น "ปีแห่งการลงทุนสู่ศวรรษใหม่" (Invest for the next decade) บริษัทตั้งเป้ารายได้เติบโต 10% จากปีก่อน โดยในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) บริษัทยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องคั้นในหลอด (Jet Spray) และ เครื่องคั้น Non Coffee Menu ใน All Cafe ทั้งในประเทศไทย และ 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา

ส่วนกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) บริษัทฯ พร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทรีว่า) ไซรัปผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านกาแฟ (Total solution service offering) และสำหรับลูกค้าทั่วไป โดยเป็นสินค้าที่ต่อ ยอดการเจริญเติบโตของ TACC ในกลุ่ม B2C

นอกจากนี้ บริษัทยังเติบโตตามการขยายสาขาของ Lotuss ทั้งในส่วนของ Lotuss Hyper และ Lotuss go fresh และการร่วมมือกับ BON Cafe ในการพัฒนาเครื่องดื่ม เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกเข้าตลาดเม็กซิโกและแปซิฟิก ในส่วนของธุรกิจ License Business บริษัทฯมีเป้าหมายที่จะเป็น One-Stop-Service และขยายตลาดไปยังประเทศ สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม ในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อีกทั้ง บริษัทได้เตรียมขยายช่องทาง Online เพื่อขยาย Product Portfolio ตั้งเป้าหมาย 5-10% ทั้งในส่วนของขายในประเทศ และต่างประเทศ โดยการเพิ่มยอดขายจากลูกค้ารายเดิม การเสนอสินค้าใหม่ๆ และพัฒนาสินค้าร่วมกัน