

TACC ยันเป้ารายได้ปี 66 โต 10% รุกขยายตลาด “ออนไลน์” เพิ่มยอดขาย



ข่าวหุ้นธุรกิจ

เผยแพร่ 1 วันที่แล้ว • ข่าวหุ้นธุรกิจออนไลน์

ติดตาม



นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (RD) อย่างต่อเนื่อง โดยถือว่าฝ่าย RD เป็นหัวใจสำคัญขององค์กร มีการลงทุนในทีมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถหลากหลาย ในการพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มและสร้าง RD Lab ที่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่หลากหลายในมาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับการพัฒนาด้านนวัตกรรม สำหรับเครื่องดื่มในอนาคต

โดยตัวแทนของ TACC ได้เป็น 1 ใน 160 คน ในประเทศไทยที่เป็น Arabica Q grader จาก 7,000 คน ทั่วโลก ที่ผ่านการรับรองจากสถาบันกาแฟระดับโลก Coffee Quality Institute (CQI) โดยต้องผ่านการสอบถึง 19 บททดสอบ เพื่อการันตีความเป็นนักชิมกาแฟมืออาชีพที่สามารถตรวจสอบคุณภาพ ประเมินคุณภาพ และให้คะแนนคุณภาพของเมล็ดกาแฟให้ออกมาตามเกณฑ์มาตรฐานสากล “การผ่านการรับรองในครั้งนี้ ได้ตอกย้ำความเป็นผู้นำทางด้านเครื่องดื่มกาแฟและชา และสร้างความเชื่อมั่นได้ว่า TACC มีสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองในระดับมาตรฐานสากล”

โฆษณา - อ่านบทความด้านล่าง

โฆษณา - อ่านบทความด้านล่าง

ทั้งนี้ TACC ถือเป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) เพื่อผลิตและวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าสะดวกซื้อชั้นนำของประเทศอย่าง 7-Eleven เข้าร่วมพัฒนาธุรกิจผลิตเครื่องดื่มในโถกจำหน่ายมาตั้งแต่ปี 2545 ผลิตภัณฑ์แรกๆ คือเครื่องดื่มแบบไทยๆ เช่น ชาเย็น ชานม และกาแฟเย็น ซึ่งประสบความสำเร็จจนทำให้ยอดขายเติบโตเกินกว่าเท่าตัวในปีแรกๆ จากนั้นจึงพัฒนาตลาดเครื่องดื่ม พร้อมดื่มในโถกหลากหลายรสชาติ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง

ส่วนของกลุ่มธุรกิจ 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

ขณะที่ในส่วนกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) สำหรับธุรกิจคาเฟ่ (Cafe Business) เช่น Jungle, Arabitia, และกาแฟพันธุ์ไทย โดยมีการเจริญเติบโตและมีสาขากระจายในประเทศ และต่างประเทศ โดยปัจจุบันธุรกิจ คาเฟ่ที่บริษัทฯ ได้ส่งเครื่องดื่มมีจำนวนสาขารวมประมาณ 5,000 สาขา นอกจากนี้บริษัทฯ พร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทรีวา) ไชร์ปผลไม้มัชม้วนจากธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านค้าคาเฟ่ (Total solution service offering)

โฆษณา - อ่านบทความด้านล่าง

สำหรับการร่วมมือกับ BON Cafe มีการพัฒนาเครื่องดื่ม เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกเข้าตลาดเมสดีกาแฟ โดยแผนการดำเนินงานในปี 2566 บริษัทฯตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 10% จากปีก่อน รวมทั้งยังเตรียมขยายช่องทาง Online เพื่อขยาย Product Portfolio ทั้งในส่วนของกาขายในประเทศ และต่างประเทศ

#ไอที ธุรกิจ ไอที ธุรกิจ

