



บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) มั่นใจผลงานไตรมาส 2 กลับมาแข็งแกร่ง แรงหนุนจากนักท่องเที่ยวและเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน พร้อมทุ่มงบประมาณสนับสนุนการทำวิจัยและพัฒนาสินค้า สร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค



ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) มองแนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2566 คาดจะขยายตัว 3.6% และปี 2567 ที่ 3.8% โดยเศรษฐกิจไทยมีแรงส่งที่สำคัญจากภาคการท่องเที่ยว และการบริโภคภาคเอกชน ขณะที่ภาคการส่งออกสินค้ามีแนวโน้มการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป

โดยภาคการท่องเที่ยวจะฟื้นตัวอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวไตรมาส 1 ปีนี้ มากกว่าที่คาดไว้ในเกือบทุกสัปดาห์ ธปท.คาดว่าทั้งปี จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะอยู่ที่ระดับ 29 ล้านคน และเพิ่มขึ้นเป็น 35.5 ล้านคนในปี 67

เศรษฐกิจไทยและธุรกิจท่องเที่ยวที่ขยายตัวได้ดี เป็นปัจจัยบวกต่อธุรกิจของ บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) โดย “ชัชช วิวัฒน์สุข” ประธานกรรมการบริหาร มั่นใจแนวโน้มผลงาน Q2/66 จะเติบโตต่อเนื่อง เพราะได้รับอานิสงส์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ผลักดันให้ยอดขายเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ส่งผลให้รายได้ปีนี้เติบโต 10% เมื่อเทียบกับปีก่อนได้ตามเป้าหมาย

ซึ่งการทำยอดขายเติบโตได้ตามเป้าหมายอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาสภาพของทีวีจีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (RD) โดยถือว่า ฝ่าย RD เป็นหัวใจสำคัญขององค์กร มีการลงทุนในทีมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถหลากหลาย ในการพัฒนาสินค้าเครื่องสำอางค์และสร้าง RD Lab ที่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่หลากหลายในมาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับการพัฒนาต้นนวัตกรรม สำหรับเครื่องสำอางค์ในอนาคต

ล่าสุดตัวแทนของ 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 ได้ตอกย้ำความเป็นผู้นำทางด้านเครื่องคั่วกาแฟและชา และสร้างความเชื่อมั่นได้ว่า TACC มีสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองในระดับมาตรฐานสากล

TACC ยังเป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) เพื่อผลิตและวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าสะดวกซื้อชั้นนำของประเทศอย่าง **7-Eleven** เข้าร่วมพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ในโถกคั่วจำหน่าย มาตั้งแต่ปี **2545** ผลิตภัณฑ์แรกๆ คือ เครื่องคั่วแบบไทยๆ เช่น ชาเย็น ชานม และกาแฟเย็น ซึ่งประสบความสำเร็จจนทำให้อยอดขายเติบโตเกินกว่าเท่าตัวในปีแรกๆ จากนั้นจึงพัฒนาตลาดเครื่องดื่ม พร้อมตีตลาดหลากหลายรสชาติ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง

ในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องคั่วเขียนในโถกค (Jet Spray) และ เครื่องคั่ว Non Coffee Menu ใน All Café ทั้งในประเทศไทย และ 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา

ส่วนกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) สำหรับธุรกิจกาแฟ (Cafe Business) เช่น Jungle, Arabitia, และกาแฟพันธุ์ไทย โดยมีการเจริญเติบโตและมีสาขากระจายในประเทศ และต่างประเทศ โดยปัจจุบันธุรกิจกาแฟที่บริษัทฯ ได้ส่งเครื่องคั่วมีจำนวนสาขา รวมประมาณ 5,000 สาขา นอกจากนี้บริษัทฯ พร้อมเดินหน้าขาย Brand TRIVA (ทรีว่า) ไซรป์ผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านกาแฟ (Total solution service offering)

สำหรับการร่วมมือกับ BON Cafe มีการพัฒนาเครื่องคั่ว เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกเข้าตลาดเมล็ดกาแฟ