

TACC ปี 67 ตั้งเป้ารายได้โต Double Digit

เผยแพร่: 12 ก.พ. 2567 10:41 | ปรับปรุง: 12 ก.พ. 2567 10:45 | โดย: ผู้จัดการออนไลน์



"ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์" เปิดแผนปี 67 รุกสร้าง **New Growth** จากนวัตกรรมสินค้า **Health and Wellness** ขยายฐานลูกค้า เน้นออกผลิตภัณฑ์ใหม่ตอบโจทย์ผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพ ต่อยอดธุรกิจเดิมที่มีความแข็งแกร่งร่วมกับพันธมิตร วางเป้ารายได้เติบโตระดับ **10%** พร้อมเดินหน้าแนวคิด **ESG** สร้างโอกาสการเติบโตอย่างยั่งยืนเคียงคู่สังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล

นายชัชวาท วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) ผู้จัดหา ผลิต และจัดจำหน่ายเครื่องประเภทกาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เปิดเผยว่า แผนการดำเนินงานใน ปี 2567 ถือเป็นปีแห่งการสร้างฐานของ **New Growth** จากนวัตกรรมสินค้า **Health and Wellness** ต่อยอดธุรกิจเดิมที่มีความแข็งแกร่ง ผ่านความร่วมมือพันธมิตร ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ESG) โดยตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 10% จากปีก่อน และในปีนี้มีแผนออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีนวัตกรรมด้านสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี (Health and Wellness) สอดรับพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ

"เรายังคงมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าเครื่องดื่ม **Core Menu** และ **New Menu** รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ **Key Strategic Partner** ว่าเป็นเครื่องดื่มเย็นในหลอด (Jet Spray) และเครื่องดื่ม **Non Coffee Menu** ใน **All Cafe** ทั้งร้าน 7-Eleven ในประเทศไทย ร้าน 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา และในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ซึ่งคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของ 7-Eleven"

สำหรับ License Business ในปี 2567 บริษัทเตรียมเปิดตัวคาแรกเตอร์ตัวใหม่ ซึ่งในครั้งนี้น่าจะเป็นแก๊ง มั่นใจว่าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยม หลังจากในช่วงปลายปี 2566 ได้รับลิขสิทธิ์เป็นตัวแทนดูแลลิขสิทธิ์ และทำการตลาดในประเทศไทย สำหรับ “Bellygom” หมีสีชมพูสุดคิวท์ตัวแรกจากประเทศเกาหลี เป็นระยะเวลา 4 ปี

โดยปัจจุบัน License Business ของบริษัทมีทั้งคาแรกเตอร์ต่างประเทศ และคาแรกเตอร์ของไทย เช่น หม่าจ๋า Warbie Yama Line Creators เป็นต้น คาดว่าจะมีส่วนสำคัญในการผลักดันรายได้ในกลุ่มของธุรกิจ B2C ให้เติบโตได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของบริษัท เฮลท์ อินสไปร์ด แพลนเน็ต จำกัด (HIP) ที่เป็นบริษัทย่อยนั้น ซึ่งมีแบรนด์ Bloss Natura ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ความงาม และอาหารเสริมชั้นนำที่ผลิตจากประเทศเกาหลี โดยคาดว่าจะแนวโน้มผลการดำเนินงานในปี 2567 เริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้นจากปีก่อน

“ในปีที่ผ่านมาเราได้เข้าไปปรับโครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็น โครงสร้างของต้นทุน การเสริมทัพทีมการตลาด และในปีนี้มีแผนจะเปิดตัวสินค้าใหม่ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และความงาม เพื่อกระตุ้นยอดขาย โดยตั้งเป้าหมายรายได้ให้เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ทั้งในส่วนของช่องทางจำหน่ายออนไลน์ และออฟไลน์” ทั้งนี้ บริษัทยังคงมองหาโอกาสในการร่วมทุน หรือ M&A เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตให้กับธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานต่างๆ ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบในทุกลมิติ เพื่อประโยชน์สูงสุดกับบริษัท และผู้ถือหุ้น

ในส่วนของการลงทุนในปี 2567 ทางบริษัททำการลงทุนอย่างต่อเนื่องในโรงงานของบริษัทที่ อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โรงงานของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร (FSSC 22000) อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 อยู่ภายใต้การยอมรับจาก (GFSI) โดยเป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากผู้ค้าปลีกในระดับนานาชาติ

ขณะเดียวกัน บริษัทเดินหน้าและผลักดันการพัฒนาก่อร่างอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึง 3 ปัจจัยหลักคือ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) มีโปรเจกต์เกี่ยวกับ ESG ที่บริษัทให้ความสำคัญ และอยู่ระหว่างการดำเนินการ เช่น บริษัทได้มีแผนดำเนินการติดตั้งโซลาร์เซลล์ที่โรงงานของบริษัท ซึ่งถือเป็นพลังงานสะอาด และในอนาคตจะมีการขยายพื้นที่ในการติดตั้งให้เพิ่มขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ พันธมิตรของบริษัทได้มีการดำเนินการติดตั้งโซลาร์เซลล์เช่นกัน