

## TACC สร้างนิเวศ รุกสินค้าด้านสุขภาพ



กันหุ้

อัปเดต 1 วันที่แล้ว • เผยแพร่ 1 วันที่แล้ว

ติดตาม



#TACC #กันหุ้ - TACC เปิดแผนปี 2567สร้าง New Growth จากนวัตกรรมสินค้า Health and Wellness ลุยขยายฐานลูกค้า เน้นออกผลิตภัณฑ์ใหม่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใส่ใจสุขภาพ ต่อยอดธุรกิจเดิม วางเป้ารายได้เติบโตระดับ 10% พร้อมเดินหน้าแนวคิด ESG สร้างโอกาสการเติบโตอย่างยั่งยืน

โฆษณา - อ่านบทความด้านล่าง

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC ผู้จัดหา ผลิต และจัดจำหน่ายเครื่องประเภทกาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เปิดเผยว่า แผนการดำเนินงานในปี 2567 ถือเป็นปีแห่งการสร้างฐานของ New Growth จากนวัตกรรมสินค้า Health and Wellness ต่อยอดธุรกิจเดิมที่มีความแข็งแกร่ง ผ่านความร่วมมือพันธมิตร ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ESG)

โดยตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 10% จากปีก่อน และในปีนี้มีแผนออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีนวัตกรรมด้านสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี (Health and Wellness) สอดรับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ

**\*\* เร่งพัฒนาสินค้า**

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

โฆษณา - อ่านบทความด้านล่าง

สำหรับ License Business ในปี 2567 บริษัทเตรียมเปิดตัวคาแรกเตอร์ตัวใหม่ ซึ่งในครั้งนี้จะมาเป็นแก๊ง มั่นใจว่าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีเยี่ยม หลังจากในช่วงปลายปี 2566 ได้รับลิขสิทธิ์เป็น ตัวแทนดูแลลิขสิทธิ์ และทำการตลาดในประเทศไทย สำหรับ “Bellygom” หมีสีชมพูสุดคิวท์ตัวแรกจาก ประเทศเกาหลี เป็นระยะเวลา 4 ปี

โดยปัจจุบัน License Business ของบริษัท มีทั้งคาแรกเตอร์ต่างประเทศ และคาแรกเตอร์ของไทย เช่น หมามาจา , Warbie Yama , Line Creators เป็นต้น คาดว่าจะมีส่วนสำคัญในการผลักดันรายได้ในกลุ่มของ ธุรกิจ B2C ให้เติบโตได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของบริษัท เฮอร์ อินสปิรด์ แพลนเน็ต จำกัด (HIP) ที่เป็นบริษัทย่อยนั้น ซึ่งมีแบรนด์ Bloss Natura ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ความงาม และอาหารเสริมชั้นนำที่ผลิตจากประเทศเกาหลี โดยคาดว่า แนวโน้มผลการดำเนินงานในปี 2567 เริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้นจากปีก่อน

## \*\* รุกขายออนไลน์

โฆษณา - อำนวยความสะดวกด้านล่าง

“ในปีที่ผ่านมาเราได้เข้าไปปรับโครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างของต้นทุน การเสริมทัพทีมการตลาด และในปีนี้มีแผนจะเปิดตัวสินค้าใหม่ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และความงาม เพื่อกระตุ้นยอดขาย โดยตั้งเป้าหมายรายได้ให้เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ทั้งในส่วนช่องทางทางการจำหน่ายออนไลน์ และออฟไลน์” ทั้งนี้ บริษัทยังคงมองหา โอกาสในการร่วมทุน หรือ M&A เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตให้กับธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การดำเนินงาน ต่างๆ ต้องพิจารณาอย่างรอบด้านในทุกมิติ เพื่อประโยชน์สูงสุดกับบริษัทและผู้ถือหุ้น

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

ขณะเดียวกัน บริษัทเดินหน้าและผลักดันการพัฒนาคอร์ปอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึง 3 ปัจจัยหลักคือ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) มีโปรเจกต์เกี่ยวกับ ESG ที่บริษัทให้ความสำคัญ และอยู่ ระหว่างการดำเนินการ เช่น บริษัทได้มีแผนดำเนินการติดตั้งโซลาร์เซลล์ที่โรงงานของบริษัท ซึ่งถือเป็น พลังงานสะอาด และในอนาคตจะมีการขยายพื้นที่ในการติดตั้งให้เพิ่มขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้พันธมิตรของ บริษัทได้มีการดำเนินการติดตั้งโซลาร์เซลล์เช่นกัน