

การตลาด ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์บุคกหนังสือปี “รายได้-กำไร” พุง

วันที่ 2 ตุลาคม 2565 - 10:39 น.



ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ เปิดเกมบุกต่อเนื่องลุยทั้ง B2B-B2C หลัง 6 เดือนแรก รายได้-กำไร พุง กางแผนต่อยอดธุรกิจ-พัฒนาสินค้าใหม่ป้อนลูกค้าธุรกิจคาเฟ่ พร้อมลุย “ไลเซนส์บิสซิเนส” มั่นใจสิ้นปีโตดับเบิลดิジット

นางจิราพรรณ คชฤทธิ์ ชูแสง รองกรรมการผู้จัดการ สายกลยุทธ์องค์กร ร่วมกับนางปัญจพร ฤกษ์สมบูรณ์ ผู้จัดการนักลงทุนสัมพันธ์ บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) เจ้าของธุรกิจเครื่องดื่มในโถกอด (Dispenser Drink) ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ชาพร้อมดื่มเซนยา และสินค้าไลฟ์สไตล์ เปิดเผยในงาน Opportunity Day (22 ก.ย. 2565) ว่า ผลการดำเนินงานช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา (ม.ค.-มิ.ย.) เป็นไปตามเป้าที่วางไว้ ทั้งในแง่ของรายได้ที่เติบโต 6-7% หรือ 722 ล้านบาท

- ร้านกาแฟ 3 หมื่นล้านร่อนฉ่า ค่ายใหญ่เปิดศึกแย่งทำเลทอง
- เทียวไทยรอร์รับจีน 4 ล้านคน ล้น สีจิ้นผิง เปิดประเทศเพิ่มไฟลด์
- ชวน นัดพิจารณาตลาดบ ศุภชัย รองประธานสภา ครองที่ดินผิดกฎหมาย

ADVERTISEMENT

ขณะที่ตัวเลขกำไร เติบโต 27% หรือประมาณ 129 ล้านบาท ปัจจัยหลักมาจากสถานการณ์โควิด-19 ที่คลี่คลาย และผู้บริโภคกลับมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น สะท้อนจากกราฟฟิคของธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น ที่กลับมาเติบโตค่อนข้างมาก รวมทั้งบริษัทได้เน้นการบริการการจัดการเพื่อลดค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ

ส่วนทิศทางในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ บริษัทยังตั้งเป้าการเติบโตไว้ที่ระดับ 10% โดยหลัก ๆ จะเป็นการเน้นธุรกิจในส่วนที่เป็น B2B (business to business) และ B2C (business to consumer) โดยในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B นั้นหลัก ๆ จะได้แก่ ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่เป็นลูกค้าหลัก

รวมถึงการเข้าร่วมแพลตฟอร์มดีลิเวอรีเพื่อสร้างการเติบโต เช่นเดียวกับการขยายช่องทางจำหน่ายในต่างประเทศ เช่น กัมพูชา ที่ไปการพวงไปกับเซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อสร้างการเติบโตในอนาคต

โดยตอนนี้บริษัทมีโถกตเครื่องดื่มเย็นมากกว่า 10,300 แอต์เลต เครื่องดื่ม non coffee ในนม ออลส์ คาเฟ่ มากกว่า 10,100 แอต์เลต และเครื่องกตเครื่องดื่มร้อนมากกว่า 506 แอต์เลต

สำหรับกลุ่มธุรกิจ B2C บริษัทได้ขยายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเข้าสู่ธุรกิจคาเฟ่ (cafe business) ได้แก่ ร้านกาแฟมวชน, อราบิเทีย คาเฟ่, ซีพี เฟรชมาร์ท แบล็คแคนยอน และกาแฟพันธุ์ไทย อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ปัจจุบันมีการเปิดในฟู้ดคอร์ทของโลตัส มีประมาณ 83 สาขา และโลตัส โก เฟรช (จิ้งเกิ้ลคาเฟ่) 1,780 สาขา รวมถึงการขยายไปกับเซเว่นอีเลฟเว่น ในประเทศกัมพูชา ที่เปิดไปแล้ว 23 สาขา

รวมทั้งมีการต่อยอดธุรกิจและพัฒนาเครื่องดื่มหรือสินค้าใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มลูกค้าธุรกิจคาเฟ่ ซึ่งมีสาขากระจายทั่วประเทศ ช่วยเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้ามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้ขยายการส่งเครื่องดื่มเข้าโลตัส ทั้งในไฮเปอร์มาร์เก็ต และโก เฟรช ซึ่งปีที่ผ่านมามีการปรับเปลี่ยนสาขาและรูปแบบสาขาที่ค่อนข้างรวดเร็ว ถือว่าเป็นกลุ่มธุรกิจที่สำคัญในการเพิ่มรายได้ของบริษัทให้เติบโตได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ ในกลุ่มธุรกิจคาเฟ่ได้มีการพัฒนาต่อยอดสินค้าใหม่ ๆ ไปในหลายกลุ่มสินค้า เช่น ไอศกรีม และขนมหวาน และในส่วนของสินค้าในกลุ่ม B2C อื่น ๆ ที่บริษัทขยายวัตถุดิบเข้าไป เช่น พุดดิ้ง ชานมได้ห้วน topping บนเครื่องดื่ม คัพเค้กบราวน์ซูการ์ ครีมสด และการเป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) ข่าไทย

ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนรายได้จากธุรกิจ B2B ประมาณ 93% และ B2C ประมาณ 7% นอกจากนี้ จะมีโปรโมชันในเซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์โควิด-19 ที่คลี่คลายลงและผู้บริโภคกลับมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ทั้งในแง่ของการให้ส่วนลด การเพิ่มไซส์ และจะมีการเปิดตัวเครื่องดื่มใหม่ ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่อง

ที่ผ่านมาบริษัทได้เปิดตัวโปรดักต์ใหม่ ภายใต้แบรนด์ TRIVA (ทริวา) ไซร์ผลไม้เข้มข้น Thailand Coffee Fest 2022 กลางเดือน ก.ค.ที่ผ่านมา มีแผนจะนำเข้าไปทำตลาดผ่านช่องทางที่เป็น คาเฟ่ บิซซิเนส จะมี own brand มากขึ้น

อีกธุรกิจหนึ่งที่บริษัทจะให้ความสำคัญมากขึ้นก็คือ license business จากที่บริษัทได้เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ ของบริษัท San-X ประเทศญี่ปุ่น โดยได้มีการจัดทำสินค้าพรีเมียม และแคมเปญต่าง ๆ ร่วมกับพันธมิตร เพื่อรองรับการจับจ่ายที่เริ่มกลับมา อาทิ ลีลัคคุมะ (Rilakkuma), หมาจ๋า (Dog Please) แคนแรรีกเตอร์ลายการ์ตูนชื่อดังทางออนไลน์ของไทย ที่มีแผนจะนำไปโปรโมตที่ญี่ปุ่น, เจ้านกจอมกวน Warbie Yama ที่ได้เริ่มทำแคมเปญร่วมกับแฟมิลีมาร์ท

recommended by mgid



RTBS OFFER

หน้าตาเหมือนฟันจริง ราคา

เรียนรู้เพิ่มเติม >

“สำหรับภาพรวมของช่วงไตรมาส 3 ขณะนี้ถือว่ามีทิศทางดีมาก และคาดว่า 3 เดือนสุดท้ายก็จะดีขึ้น จากการที่ประชาชนและผู้บริโภคกลับมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ยอดขายสินค้าของบริษัทตามช่องทางต่าง ๆ ดังกล่าว โดยเฉพาะเซเว่นอีเลฟเว่น รวมถึงรายได้จาก license business จะกลับมาเพิ่มขึ้นจากการทำการตลาดเพิ่มขึ้น”

- 1 ตุลาคมนี้ ร้านกาแฟแบรนดี้ไหน ต่อกิวขึ้นราคาเครื่องดื่ม สู้ต้นทุนแพง
- ธนบัตรพอลิเมอร์ชนิดราคา 20 บาท ผลิตผิดพลาด เร่งนำออกจากระบบ

ไม่พลาดข่าวสำคัญ เจาะลึกทุกประเด็น
เพิ่มเราเป็นเพื่อนทาง @prachachat



คุณอาจสนใจข่าวนี้