

TACCเปิดตัวสินค้าใหม่ น้ำฝรั่งชมพู-3เมนูไข่เค็ม หวังดันรายได้ปีนี้โต15%

TACC เปิดตัวสินค้าใหม่ “น้ำฝรั่งชมพู” ต้อนรับเทศกาลกินเจ พร้อมส่ง “Salted Egg Series” 3 เมนู “ไข่เค็มมัดคิอาโต เย็น-ไข่เค็มนมสดปั่น-ไข่เค็มนมสดเย็น” ลุย All Cafe มั่นใจได้รับความสนใจ คึกคัก หนุนรายได้ปีนี้เข้าเป้าเติบโต 15%

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า ในช่วงปลายเดือนกันยายนที่ผ่านมา บริษัทได้เปิดตัวสินค้าใหม่ในกลุ่มเครื่องดื่มเย็นในโถกอด (Cold Beverage Dispenser) ภายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) ประกอบด้วย น้ำฝรั่งชมพู ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่ออกตามฤดูกาล เพื่อต้อนรับเทศกาลกินเจ โดยเป็นเครื่องดื่มที่มีวิตามินซีสูง

ขณะเดียวกัน ในกลุ่มเครื่องดื่ม Non Coffee ในเมนู All Cafe บริษัทได้คิดค้นและพัฒนาเครื่องดื่มตามฤดูกาล ได้แก่ “Salted Egg Series” ซึ่งเป็นเครื่องดื่มรสชาติหวานมันกลมกล่อม กลิ่นหอมไข่เค็ม มี 3 เมนู ได้แก่ ไข่เค็ม มัดคิอาโตเย็น, ไข่เค็ม นมสดปั่น และไข่เค็ม นมสดเย็น คาดว่ารสชาติถูกใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ TACC ได้เปิดตัวสินค้าใหม่ในปี 2562 ที่ผ่านมา ประกอบด้วย เครื่องดื่มรส สตรอว์เบอร์รี่คูกี้แอนด์ครีม และเครื่องดื่ม

รสเบอร์รี่รส ต่อมาในเดือนมีนาคม-เดือนเมษายน 2562 ได้เปิดตัวสินค้าใหม่ในกลุ่มเครื่องดื่ม โถกอด และกลุ่มเครื่องดื่ม Non Coffee ในเมนู All Cafe ภายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น เพิ่มเติม ประกอบด้วย เครื่องดื่มอัญชันน้ำผึ้ง มะนาว และเครื่องดื่มมะม่วงโยเกิร์ตปั่น โดยมีส่วนผสมเนื้อมะม่วง และข้าวเหนียวมะม่วง ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยม

“บริษัทยังคงเดินหน้าพัฒนาสินค้า เครื่องดื่มร่วมกับร้านเซเว่น อีเลฟเว่น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และบริษัทยังคงมีการคิดค้นสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด ต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ซึ่งหวังว่าจะช่วยผลักดันผลงาน ภายในปี 2562 ให้มีรายได้เติบโตตามเป้า หมาย 15%” นายชัชชวี กล่าว

ส่วนกลุ่มการจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์ในการ ใช้ตัวการ์ตูน (Character) จาก San-X ในปี 2562 ถือเป็นอีกธุรกิจที่จะช่วยผลักดันรายได้และกำไรอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่ผ่านมาได้ทำสินค้าร่วมกับพันธมิตรแบรนด์ชั้นนำอย่างต่อเนื่อง และล่าสุดได้เปิดตัว คาแรกเตอร์ชื่อดังทางออนไลน์ คือ “หมาจ๋า” ซึ่งเป็นแบรนด์ของคนไทย ที่บริษัทเชื่อว่า จะได้รับการตอบรับอย่างคึกคักเมื่อเปิดตัว

นอกจากนี้ ในปี 2562 บริษัทมีแผนที่จะส่งสินค้าคาแรกเตอร์เข้าทำตลาดในต่างประเทศ เช่น ในประเทศมาเลเซีย, ประเทศ สิงคโปร์ และประเทศเวียดนาม ซึ่งแต่ละประเทศถือเป็นประเทศที่มีศักยภาพ ด้านกำลังซื้อเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มยอดขาย ในอนาคตให้กับบริษัท ■