

 (<https://www.facebook.com/efinanceThaiTV/>) 
 (<https://twitter.com/efinancethai>) 
<http://line.me/ti/p/%40qqh1534o> 
https://www.instagram.com/efinancethai_official/

efin Member Register (/) | Sign In (/)



ข่าวเด็ด บจ.

29 มกราคม 2568 | 14:21

TACC กางพิมพ์เขียวปี 68 ตั้งเป้ารายได้โตอย่างน้อย 10% ขึ้นไป รุกพัฒนาโปรดักส์ใหม่ในกลุ่มธุรกิจ B2B และ B2C มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าด้านความเป็นอยู่ที่ดี มีคุณภาพ เพื่อธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน



e



สำนักข่าวไฟแนนซ์ไทย - 29 ม.ค. 68 14:21 น.

บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) กางแผนปี 68 ตั้งเป้ารายได้โตอย่างน้อย 10% ขึ้นไป มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าด้านความเป็นอยู่ที่ดี มีคุณภาพ เพื่อธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน (Compounding Quality Value) โดยพัฒนาสินค้าใหม่ในกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) และ B2C (Non 7-Eleven) สอดรับเทรนด์ผู้บริโภค พร้อมสร้างสินค้าใน Brand ของบริษัท เจาะกลุ่มสินค้า Health & Wellness อัจฉริยะได้ และผลักดันการใช้แนวคิด ESG เป็นแนวคิดสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง

นายชัชวรี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯ ตั้งเป้ารายได้ปี 2568 เติบโตอย่างน้อย 10% ขึ้นไป จากปีก่อน โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าด้านความเป็นอยู่ที่ดี มีคุณภาพ เพื่อธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน (Compounding Quality Value) และการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเตรียมออกสินค้าใหม่ให้สอดคล้องกับเทรนด์ของผู้บริโภคยุคใหม่ ทั้งในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) และกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven)

Facebook สำหรับภาพรวมกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) ในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มเย็นในโกกิต (Jet Spray) และ เครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ใน All Café

Twitter ขงอะที่ 7-Eleven ต่างประเทศ (ประเทศกัมพูชาและลาว) มีการเติบโตตามการขยายสาขา ในส่วนของประเทศกัมพูชา มีการร่วมพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มใหม่ ๆ ในกลุ่ม Counter drink
LINE อดตบใจทักกลุ่มผู้บริโภคชาวกัมพูชา

“เรายังคงเดินหน้าพัฒนาสินค้ากลุ่มใหม่ๆ เพิ่มเติมร่วมกับ 7-Eleven ที่เป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าแต่ละ Segmentation และกระตุ้นยอดขาย โดยยังคงรักษาความสัมพันธ์กับพันธมิตรหลักทางธุรกิจให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง”

ส่วนภาพรวมกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) ในปี 2568 บริษัทฯ ร่วมพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่ม Café Business และการเพิ่มลูกค้ารายใหม่ให้มากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีแผนสร้างสินค้าที่เป็น Brand ของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นกลุ่ม Health & Wellness Products อย่างต่อเนื่อง และมีแผนการขยายช่องทางขายใหม่ ขณะที่ธุรกิจไลฟ์สไตล์ ในส่วนของคาเฟ่เรเตอร์ มีการสร้างการรับรู้ในตัวคาเฟ่เรเตอร์ใหม่มากขึ้น

ประธานกรรมการบริหาร TACC กล่าวอีกว่า บริษัทฯ ยังมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่มาจากการ M&A, JV เพื่อเป็น New S-Curve สามารถมาต่อยอดกับธุรกิจเดิม และการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

เรียบเรียง ชุติมา มุสิก-เจริญ
อีเมล: reporter@efinancethai.com

แบบสอบถามความพึงพอใจ