



## News Feed

### TACC ตั้งเป้าปีนี้ รายได้โตอย่างน้อย 10% ขึ้นไป รุกพัฒนาโปร ดักส์ใหม่ในกลุ่มธุรกิจ B2B และ B2C

📅 29 ม.ค. 2568 ⌚ 08:56:54 👁 105



สำนักข่าวหุ้นอินไซด์(29 มกราคม 2568)-----บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) วางแผนปี 68 ตั้งเป้ารายได้เติบโตอย่างน้อย 10% ขึ้นไป มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าด้านความเป็นอยู่ที่ดี มีคุณภาพ เพื่อธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน (Compounding Quality Value) ลุยพัฒนาสินค้าใหม่ในกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) และ B2C (Non 7-Eleven) สอดรับเทรนด์ผู้บริโภค พร้อมสร้างสินค้าใน Brand ของบริษัทฯ เจาะกลุ่มสินค้า Health & Wellness อัจฉริยะได้ และผลักดันการใช้แนวคิด ESG เป็นแนวคิดสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง

นายชัชชวี 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)

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

ขณะที่ 7-Eleven ต่างประเทศ (ประเทศกัมพูชาและลาว) มีการเติบโตตามการขยายสาขา ในส่วนของประเทศกัมพูชา มีการร่วมพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มใหม่ ๆ ในกลุ่ม Counter drink เพื่อตอบโจทยกลุ่มผู้บริโภคชาวกัมพูชา

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

ส่วนภาพรวมกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) ในปี 2568 บริษัทฯพร้อมพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทยลูกค้ากลุ่ม Café Business และการเพิ่มลูกค้ารายใหม่ให้มากขึ้นทั้งในประเทศ และต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีแผนสร้างสินค้าที่เป็น Brand ของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นกลุ่ม Health & Wellness Products อย่างต่อเนื่อง และมีแผนการขยายช่องทางการขายใหม่ ขณะที่ธุรกิจไลฟ์สไตล์ ในส่วนของคาแรคเตอร์ มีการสร้างการรับรู้ในตัวคาแรคเตอร์ใหม่มากขึ้น

---

### อณุกา ศิริรวง

: รายงาน/เรียบเรียง โทร 02-276-5976 อีเมล: reporter@hooninside.com ที่มา: สำนักข่าว  
หุ้นอินไซด์

---

## เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

- ➔ TACC ลุยเสิร์ฟ “ชาเขียวมะลิ” กลุ่มเครื่องดื่มเย็นในโถกต ในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ วางจำหน่าย 9 ม.ค. – 5 มี.ค.68 หนุนรายได้ปีนี้เติบโตระดับ Double-Digit
- ➔ TACC จับมือ NFI ยกกระดับอุตสาหกรรมอาหารครบวงจร 2 ปีต่อเนื่อง
- ➔ TACC เผย Q3/67 รายได้โต 13.01% โค้งสุดท้ายรุกเต็มพิกัด-ต้นผลงานเติบโตเข้าเป้า Double-Digit บริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด หนุนเติบโตยั่งยืน
- ➔ TACC พร้อมเสิร์ฟ “Blue Fantasy Series” เครื่องดื่มเย็นรสชาติใหม่สีสันสดใส จำหน่ายในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ วันที่ 7 พ.ย.67 - 15 ม.ค.68 หนุนรายได้ปี 67 เติบโตเข้าเป้า Double-Digit
- ➔ TACC แสดงเจตจำนงร่วมมือขับเคลื่อน EPR ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย