

LINE for Business

BREAKING NEWS

## พื้นที่โฆษณานี้ กำลังรอคุณมาโปรโมท

สนใจเป็นเจ้าของพื้นที่โฆษณา

คลิก &gt;

### TACC วางแผนปี 68 รายได้โตไม่ต่ำกว่า 10% ลุยพัฒนาสินค้าใหม่ พร้อมเล็ง JV-M&A ต่อยอดเติบโต



efinanceThai  
เผยแพร่ 1 วันที่แล้ว

ติดตาม

### TACC วางแผนปี 68 รายได้โตไม่ต่ำกว่า 10% ลุยพัฒนาสินค้าใหม่ พร้อมเล็ง JV-M&A ต่อยอดเติบโต



สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย - 29 ม.ค. 68 9:05: น.

โฆษณา - อ่านบทความด้านล่าง

**TACC วางแผนปี 68 ตั้งเป้ารายได้เติบโตไม่ต่ำกว่า 10% พร้อมเดินหน้าพัฒนาสินค้าใหม่ในกลุ่มธุรกิจ B2B และ B2C สอดรับเทรนด์ผู้บริโภค เจาะกลุ่มสินค้า Health & Wellness ควบคู่การบริหารจัดการต้นทุน แยมมองหาโอกาส M&A, JV เพื่อเป็น New S-Curve ต่อยอดการเติบโต**

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัทฯ ตั้งเป้ารายได้ปี 2568 เติบโตไม่ต่ำกว่า 10% 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

โฆษณา - อ่านบทความด้านล่าง



ขณะที่ 7-Eleven ต่างประเทศ (ประเทศกัมพูชาและลาว) มีการเติบโตตามการขยายสาขา ในส่วนของประเทศไทย มีการร่วมพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มใหม่ ๆ ในกลุ่ม Counter drink เพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคชาวกัมพูชา



"เรายังคงเดินหน้าพัฒนาสินค้ากลุ่มใหม่ๆ เพิ่มเติมร่วมกับ 7-Eleven ที่เป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าแต่ละ Segmentation และกระด้นยอดขาย โดยยังคงรักษาความสัมพันธ์กับพันธมิตรหลักทางธุรกิจให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง"

ส่วนภาพรวมกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) ในปี 2568 บริษัทฯพร้อมพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่ม Café Business และการเพิ่มลูกค้ายาวใหม่ให้มากขึ้นทั้งในประเทศ และต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีแผนสร้างสินค้าที่เป็น Brand ของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นกลุ่ม Health & Wellness Products อย่างต่อเนื่อง และมีแผนการขยายช่องทางขายใหม่ ขณะที่ธุรกิจไลฟ์สไตล์ ในส่วนของคาเฟ่เดออร์ มีการสร้างการรับรู้ในตัวคาเฟ่เดออร์ใหม่มากขึ้น

บริษัทฯยังมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่มาจากการ M&A, JV เพื่อเป็น New S-Curve สามารถมาต่อยอดกับธุรกิจเดิม และการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

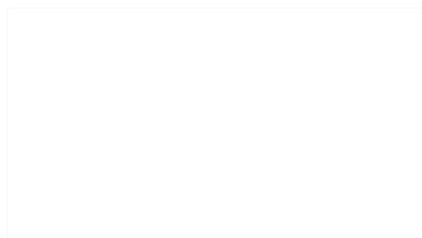
เรียบเรียง โดย จารุวรรณ เอี่ยมยิ่งพานิช

อีเมล: [charuwan@efinancethai.com](mailto:charuwan@efinancethai.com) อนุมติ โดย อนุรักษ์ ลิประเสริฐสุนทร

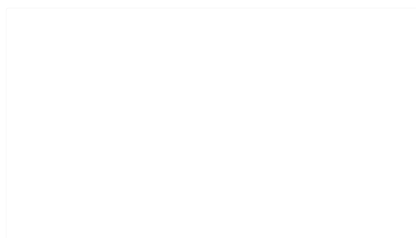
[ดูข่าวต้นฉบับ](#)

#TACC #ปี 68 #B2B #B2C #Health & Wellness #ไอที ธุรกิจ ไอที ธุรกิจ

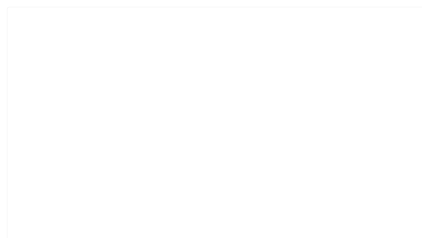
### ข่าวที่เกี่ยวข้อง



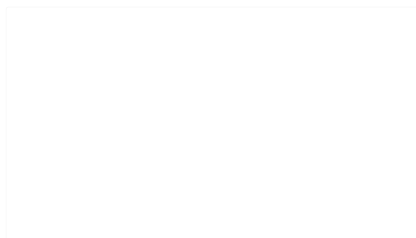
AGE ปีรายได้ปีนี้แตะ 1.7 หมื่นลบ. สุฟลังงานยั่งยืน ดันสัดส่วน EBITDA ธุรกิจกรีน-ค่าหุ้น 50:50 ในปี 73  
efinanceThai



"NPP" ตอบรับเทรนด์ตลาดอสังหาฯหรูของไทยสดใส มอชของ ขวัญตรุษจีนสุดพิเศษสำหรับลูกค้าคนสำคัญ  
สยามรัฐ



OSP ปิดลบ 7% โบกหักเหเป่าเหลือ 16.50 บ. ชักไรป์ 68 หด  
เช่นค่าใช้จ่ายพุ่ง  
ชาวหุ้นธุรกิจ



บลจ.กสิกรัก ปลิ้นส่งกองทุน TUSFINT5M1 ถึงเป้าหมายใน 1  
เดือน 9 วัน เตรียมออกกองทุนกรีกเกอร์ใหม่  
efinanceThai

### 10 บทความที่อยากแนะนำให้คุณ

