

สำนักข่าวสืบประรด Published on Jan 31, 2025

TACC วางแผนปี 68 ตั้งเป้ารายได้โตไม่น้อยกว่า **10%** รุกพัฒนาโปรดักส์ใหม่ในกลุ่มธุรกิจ **B2B** และ **B2C**



มจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) วางแผนปี 68 ตั้งเป้ารายได้เติบโตอย่างน้อย **10%** ขึ้นไป มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าด้านความเป็นอยู่ที่ดี มีคุณภาพ เพื่อธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน ลุยพัฒนาสินค้าใหม่ในกลุ่มธุรกิจ **B2B** และ **B2C** พร้อมสร้างสินค้าใน **Brand** ของบริษัทฯ เจาะกลุ่มสินค้า **Health & Wellness** อัพรายได้

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** ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มเย็นในโกกด

(Jet Spray) และ เครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ใน All Café

ขณะที่ 7-Eleven ต่างประเทศ (ประเทศกัมพูชาและลาว) มีการเติบโตตามการขยายสาขา ในส่วนของประเทศกัมพูชา มีการร่วมพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มใหม่ๆ ในกลุ่ม Counter drink เพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภค

ชาวกัมพูชา

“เรายังคงเดินหน้าพัฒนาสินค้ากลุ่มใหม่ๆ เพิ่มเติมร่วมกับ 7-Eleven ที่เป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ

เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าแต่ละ Segmentation และกระตุ้นยอดขาย โดยยังคงรักษาความสัมพันธ์กับพันธมิตรหลักทางธุรกิจให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง”

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

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