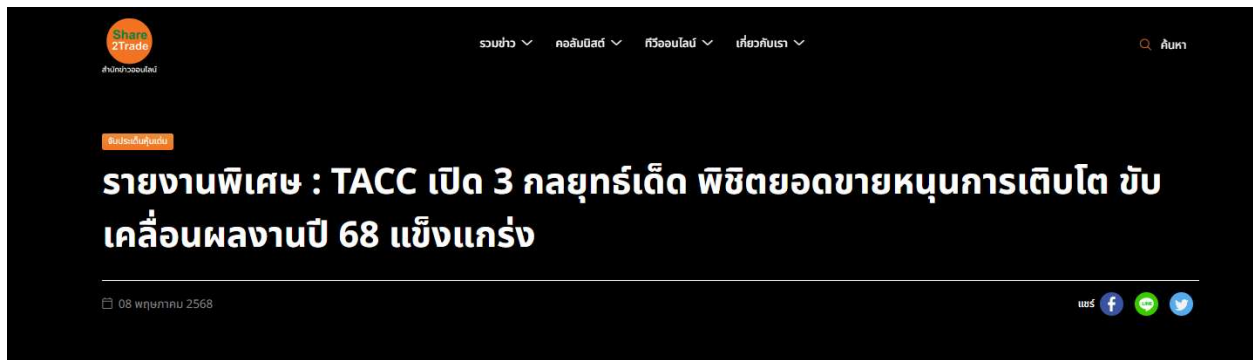




TACC เปิด 3 กลยุทธ์ขับเคลื่อนปี 68 ดันรายได้ทะลุ 2 พันล้านบาท เน้นพัฒนาธุรกิจหลักให้แข็งแกร่ง -พัฒนาแบรนด์สินค้าของบริษัท-ร่วมมือพันธมิตรบริหารจัดการต้นทุน



การเติบโตของเศรษฐกิจไทยในปี2568 มีปัจจัยท้าทายหลายอย่าง ทำให้บริษัทต่างๆจะต้องวางกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจ รวมทั้งการดำเนินธุรกิจของ บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) ซึ่งนายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร ระบุว่า แผนการดำเนินงานในปี 2568 ตั้งเป้ารายได้แตะที่ระดับ 2,000 ล้านบาท หรือเติบโตไม่น้อยกว่า 10% จากปีก่อน ภายใต้ 3 Strategic Growth Pillars ได้แก่

- 1) การพัฒนาธุรกิจหลักให้แข็งแกร่ง (Core Business Regeneration) โดยการมองหาเทรนด์และไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ รวมถึงการตอบสนองต่อความหลากหลายของผู้บริโภค (Consumer Fragmentation)
- 2) เร่งพัฒนาแบรนด์สินค้าของบริษัท (TACC Own Brand Acceleration) ผ่านการขยายตลาดไปยังหมวดหมู่สินค้าใหม่ และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ใหม่

3) ความร่วมมือกับพันธมิตรในการบริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (Partnership Ecosystem Collaboration) โดยการนำนวัตกรรมมาพัฒนาห่วงโซุปทานควบคู่ไปกับความยั่งยืน

ส่วนแผนการดำเนินงานระยะยาว 3 ปี (2568-2570) บริษัทฯพร้อมเดินหน้าขยายไลน์การผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่คิดค้นขึ้นมา โดยยังมองหาโอกาสทางธุรกิจที่มาจากความร่วมมือลงทุนและสามารถมาต่อยอดกับธุรกิจเดิม รวมทั้งการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพื่อการเติบโตที่แข็งแกร่งและยั่งยืนในอนาคต

และในไตรมาสแรกที่ผ่านมาบริษัทฯได้ส่งสินค้าเอาใจสายสุขภาพกับ "เครื่องดื่มรโยเกิร์ต" หลังได้รับผลตอบรับที่ดีในปีก่อน โดยได้ร่วมกันพัฒนากับ CPALL ในฐานะ Key Strategic Partner ลงในกลุ่มเครื่องดื่มเย็นในโถกด์ พร้อมกันทั่วประเทศ ระหว่างวันที่ 1 พ.ค. - 9 ก.ค. 2568 นี้ ที่ร้าน 7-ELEVEN ทั่วประเทศ และอีกช่องทางสะดวก ส่งผ่าน #7DELIVERY ซึ่งมั่นใจว่าจะช่วยกระตุ้นยอดขายในไตรมาส 2 ของปีนี้ เติบโตต่อเนื่อง เพื่อไปสู่เป้าหมายรายได้ในปี 2568 และที่ระดับ 2,000 ล้านบาท

ขณะเดียวกันบริษัทฯยังได้เปิดตัวเครื่องดื่มรสชาติใหม่ 2 รายการ สำหรับเครื่องดื่มเย็น ในโถกด์ที่ร้าน 7-ELEVEN ได้แก่ ชาเขียวมะลิ และน้ำผึ้งมะนาว ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างคึกคัก

“บริษัทฯยังคงมุ่งเน้นการเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจหลัก ผ่านนวัตกรรมที่สร้างประสบการณ์ให้กับกลุ่มลูกค้ายุคใหม่ อีกทั้งยังเน้นการสร้างกลุ่มธุรกิจผ่านผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัท ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน” นายชัชวาลย์ กล่าว

[TACC](#)