

TACC ออก HAY Jelly-ดัชนีรายได้ปีนี้แตะ 2 พันลบ.

เผยแพร่: 21 พ.ค. 2568 11:09 ปรับปรุง: 21 พ.ค. 2568 11:09 โดย: ผู้จัดการออนไลน์

 (https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?app_id=574706704498021&u=https%3A%2F%2Fmgonline.com%2Fstockmarket%2Fdetail%2F9680000047395) (<https://social-plugins.line.me/lineit/share?url=https%3A%2F%2Fmgonline.com%2Fstockmarket%2Fdetail%2F9680000047395>)

Twitter URL: https://twitter.com/intent/tweet?original_referer=https%3A%2F%2Femgrronline.com%2Fstockmarket%2Fdetail%2F9680000047395&text=TACC%20%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81%20HAY%20Jelly.%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%84%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%9B%E0%B8%B5%E0%B8%99%E0%B8%B5%E0%B9%89%E0%B9%81%E0%B8%95%E0%E



ที.เอส.ซี.คอนซูเมอร์ พร็อพเพอร์ตี้ความออร์ยทุนนับได้ประโยชน์เต็มๆ ทุกวัน ด้วย HAY Jelly เจลลี่บุกผสมเมล็ดเจีย ทานเลือกใหม่สายเฮลตี้ ภายใต้แบรนด์ต้องบริษัท มั่นใจช่วยกระตุ้นยอดขาย ทุนรายได้ปี 68 เติบโตไม่น้อยกว่า 10% และระดับ 2 พันล้านบาท ตามเป้าหมายที่วางไว้

นายชัยชัย วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่ม Health & Wellness ภายใต้แบรนด์ของบริษัทเอง ชื่อ “HAY Jelly” (เฮย์เจลลี่) ชนิด Gen ใหม่ที่รวมของดีในน้ำคั้นผิว HAY Jelly ออเต็ม MAX ได้ประโยชน์เต็มๆ ทั้งเจลลี่กวน แต่ไม่มีวิตามิน และน้ำตาลจนชาวเซ็กซี่ กินได้ทุกวัน แบบไม่รู้สึกผิด มีทั้งทรง 2รสชาติ ได้แก่ กลิ่นสตรอว์เบอร์รี่ - วิตามิน A ช่วยบำรุงสายตา และกลิ่นพีช - วิตามิน B6 B7 ช่วยระบบการทำงานของระบบประสาทและกล้ามเนื้อ “เคียว” และแล้วที่ 7-Eleven หุ้ยสะดวก

“การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่นี้แสดงให้เห็นถึงการขยายตลาดของ TACC ไปสู่กลุ่มสินค้า Health & Wellness อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังได้รับความนิยมและมีศักยภาพในการเติบโต ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง ผลักดันแนวโน้มรายได้ในปีโตเกิน 10% และ 2 พันล้านบาท ตามแผนงานที่วางไว้”

โดยตั้งแต่ต้นปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการเปิดตัวเครื่องดื่มรสชาติใหม่ ๆ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจรูปแบบ B2B หลายราย เช่น กลุ่ม 7-Eleven ได้ส่งเครื่องดื่มรสชาติใหม่ 2 รายการได้แก่ ชาเขียวมะลิ และน้ำมะนาว และชาช่วงต้นเดือน พ.ค. ได้ส่งเครื่องดื่มใหม่ คือ เครื่องดื่มรสโยเกิร์ต ส่วนเครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ได้แก่ All Café ได้ร่วมกันปรับโปรโมชัน และเพิ่มช่องทางการขายผ่านบริการเดลิเวอรี่มากขึ้น เพื่อดึงดูดยอดขาย

ad

ขณะที่ผลการดำเนินงานในไตรมาส 1/2568 ของบริษัทมีกำไรสุทธิ 73.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.73

ส่วนผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด 1.2368 ของจังหวัดตามการสุ่มได้ 75.10 ล้านบาท คิดเป็น 12.73 ล้านบาท คิดเป็น 21.08% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 60.38 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการสุ่มได้ 13.79% โดยมีการบริหารจัดการต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

อีกทั้งในส่วนหนึ่งของการวางแผนระยะยาว 3 ปี (2568-2570) มีการขยายไลน์การผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย ตอบสนองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่บริษัทคิดค้นขึ้นมา