

Stock Focus

คู่มือ คู่คิด พิชิตหุ้น

(https://www.stockfocusnews.com)

Home

News ▾

E-Magazine

VDO ▾

About ▾



TACC พร้อมเสิร์ฟ! HAY Jelly เจลลี่บุกผสมเมล็ดเจีย ทางเลือกใหม่สายเฮลตี้ มั่นใจช่วยอัปเกรดขาย

21 พฤษภาคม 2025 • 10:24 น.



TACC พร้อมเสิร์ฟ! HAY Jelly เจลลี่บุกผสมเมล็ดเจีย ทางเลือกใหม่สายเฮลตี้ ภายใต้แบรนด์บริษัท มั่นใจช่วยอัปเกรดขาย ดันรายได้ปีนี้แตะ 2 พันลบ.ตามนัด

บนจ.ก.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) พร้อมเสิร์ฟความอร่อยหนุบหนับได้ประโยชน์เต็มๆ ทุกวัน! HAY Jelly เจลลี่บุกผสมเมล็ดเจีย ทางเลือกใหม่สายเฮลตี้ ภายใต้แบรนด์ของบริษัท มั่นใจช่วยกระตุ้นยอดขาย หนุนรายได้ปี 68 เติบโตไม่น้อยกว่า 10% และระดับ 2 พันล้านบาท ตามเป้าหมายที่วางไว้

นายชิษฐ์ วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่ม Health & Wellness ภายใต้แบรนด์ของบริษัทเอง ชื่อ “HAY Jelly” (เฮียเจลลี่) ขบม Gen ใหม่ที่รวมของดีไว้ในคำเดียว HAY Jelly อร่อยเต็ม MAX ได้ประโยชน์เต็มๆ ทั้งเจลลี่บุก เมล็ดเจีย วิตามิน และน้ำตาลจากข้าวเข้ขึ้น กับได้ทุกวันแบบไม่รู้สึกผิด มีทั้งหมด 2 สรสชาติ ได้แก่ กลิ่นสตรอว์เบอร์รี่ – วิตามิน A ช่วยบำรุงสายตา และกลิ่นพีช – วิตามิน B6 B7 ช่วยระบบการทำงานของระบบประสาทและเผาผลาญ พร้อมให้ “เคี้ยวเอ” ได้แล้วที่ 7-Eleven ทุกสาขา

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

โดยตั้งแต่ต้นปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการเปิดตัวเครื่องต้นแบบรสชาติใหม่ๆ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจรูปแบบ B2B หลายราย เช่น กลุ่ม 7-Eleven ได้ส่งเครื่องต้นแบบรสชาติใหม่ 2 รายการ ได้แก่ ชาเขียวมะลิ และน้ำผึ้งมะนาว และช่วงต้นเดือน พ.ค. ได้ส่งเครื่องต้นแบบใหม่ คือ เครื่องดื่มรสโยเกิร์ต ส่วนเครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ในเมนู All Café ได้ร่วมกันเน้นโปรโมชันและเพิ่มช่องทางการขายผ่านบริการเดลิเวอรี่มากขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขาย

ขณะที่ผลการดำเนินงานไตรมาส 1/2568 ของบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 73.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.73 ล้านบาท คิดเป็น 21.08% จากงวดเดียวกันของปีก่อนมีกำไรสุทธิ 60.38 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 13.79% โดยมีการบริหารจัดการต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

อีกทั้งในส่วนหนึ่งของการวางแผนระยะยาว 3 ปี (2568-2570) มีการขยายไลน์การผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย ตอบสนองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่บริษัทฯ คิดค้นขึ้นมา

Share: