

ตลาดทุน > mai > TACC

22 กรกฎาคม 2025 เวลา 11:51 น.

TACC ลุยพัฒนาสินค้าใหม่ ทั้งกลุ่มธุรกิจ B2B-B2C มั่นใจดันรายได้ปี 68 ทะลุ 2 พันลพ.



The advertisement features a large image of a TACC coffee product box on the left, labeled 'AMERICANO' and 'SELECT'. To the right is a portrait of a man in a suit and glasses. Below these images is a dark blue banner with white and green text. At the bottom of the banner are social media icons and the website URL.

TACC ลุยพัฒนาสินค้าใหม่ ทั้งกลุ่มธุรกิจ B2B-B2C มั่นใจดันรายได้ปี 68 ทะลุ 2 พันลพ.

www.thunhoon.com | ทุกความจริงตลาดทุน

#thunhoon - TACC แยมผลงานครึ่งปีหลังสุดโต่งเนื่องจากครึ่งปีแรก ลุยพัฒนาสินค้าใหม่ในกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) และ B2C (Non 7-Eleven) ออกสู่ตลาดภายในไตรมาส 3-4/2568 พร้อมยึดหลัก ESG เป็นแนวคิดสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน รวมทั้งให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านต้นทุน ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มั่นใจรายได้ปี 2568 ทะลุ 2 พันลพ. เติบโตไม่น้อยกว่า 10% ตามแผนที่วางไว้

นายชัชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า ภาพรวมทิศทางธุรกิจในช่วงครึ่งหลังปี 2568 มีแนวโน้มสดใสเนื่องจากช่วงครึ่งปีแรกทั้งในส่วนของบริษัท B2B (7-Eleven) และ B2C (Non 7-Eleven) โดยมีแผนเปิดตัวสินค้าใหม่ในไตรมาส 3 และ 4 ของปีนี้

ทั้งนี้ ในช่วงครึ่งปีหลัง บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมถึงออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ทั้งเครื่องต้มเย็นในโถกด (7-Select) และ เครื่องต้ม Non-Coffee Menu ใน All Café โดยในเดือนกรกฎาคม 2568 ที่ผ่านมา ได้เปิดตัว “อเมริกาโน่” เครื่องดื่มกาแฟ Micro ground สูตรพิเศษ ที่ผสมความกลมกล่อม

ระหว่างกาแฟ *Arabica* และ *Robusta* เกรดพรีเมียม จำหน่ายในร้าน *7-ELEVEN* ที่มีเครื่องตีเมล็ดในโกกด (*7-Select*) ทั่วประเทศ

“บริษัทฯ เดินหน้าขับเคลื่อนการเติบโตทางธุรกิจในกลุ่ม *B2B* เช่น การพัฒนาเมนูใหม่ในลักษณะร่วมสร้างสรรค์สินค้ากับ *7-Eleven* ส่วนกลุ่มธุรกิจ *B2C* เน้นการเพิ่มกลุ่มลูกค้า *Café Business* และผลักดันแบรนด์ของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นสินค้าสุขภาพ (*Health & Wellness*) และขยายฐานลูกค้ารายใหม่ ส่วนกลุ่ม *Lifestyle & License Business* จะมีการสร้างการรับรู้ของคาแรคเตอร์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมากขึ้น” นายชัชชวี กล่าว

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่มาจากการ *M&A, JV* เพื่อเป็น *New S-Curve* ที่สามารถมาต่อยอดกับธุรกิจเดิม และการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ผลักดันการใช้แนวคิด *ESG* เป็นแนวคิดสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ร่วมกับการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมั่นใจว่าจะสนับสนุนรายได้รวมปี 2568 ทะลุ 2 พันล้านบาท เติบโตไม่น้อยกว่า 10% ตามแผนที่วางไว้

รู้ทันเกม รู้ก่อนใคร ติดตาม "ทันหุ้น" ได้ทุกช่องทางเหล่านี้