

TACC ผูกกำลังกับ “BONCAFÉ” เขียนสัญญา MOU รุกตลาดกาแฟเติมเต็มธุรกิจ

Wealthy Thai
อีพ็อค 2 ชั่วโมงที่ผ่านมา • เผยแพร่ 22 ชั่วโมงที่ผ่านมา ติดตาม



บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) เดินหน้าเพิ่มศักยภาพความเป็น Tea and Coffee Creative Solution ในไทย รุกขยายตลาดกาแฟเติมเต็มธุรกิจ จับมือพันธมิตรคู่ค้าเขียนสัญญา MOU ร่วมกับ “BONCAFÉ” ผู้นำด้านธุรกิจกาแฟครบวงจรมากกว่า 30 ปี เสริมความแข็งแกร่งทางธุรกิจร่วมกัน ฟาก “ชัชชวี วัฒนสุข” ประธานกรรมการบริหารระบุ ความร่วมมือในครั้งนี้ จะช่วยกันพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางนวัตกรรมวิจัยพัฒนา ผลิตรายการแบบครบวงจร เพิ่มความหลากหลายสินค้า ช่วยผลักดันการเติบโต สูเป้าหมายการเป็นผู้นำวิจัยพัฒนาในตลาดเครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ของไทย และต่อยอดธุรกิจไปสู่ภูมิภาคอาเซียนในอนาคต

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จับมือกับ บริษัท บอนคาเฟ่ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ “BONCAFÉ” เพื่อร่วมกันพัฒนาเครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ และอุปกรณ์ผลิต จำหน่ายเครื่องดื่ม ผ่านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในฐานะคู่ค้าพันธมิตรภายใต้จุดประสงค์ การร่วมกันพัฒนาเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมวิจัยพัฒนา ผลิตรายการอย่างครบวงจรให้แก่กันและกัน โดย TACC มีทีมวิจัยพัฒนาสูตรเครื่องดื่มที่มีความเชี่ยวชาญ และความสามารถขึ้นนาระดับประเทศ ผลิตเครื่องดื่มให้เชิเว นอีเลฟเว่น แบล็คแคนยอน กาแฟพันธุ์ไทย และอื่นๆ

รวมทั้งยังมีสูตรเครื่องดื่มในโกดเคเชิเว่นอีเลฟเว่น ที่ได้รับรางวัลระดับโลก Superior Taste Award จาก International Taste Institute เช่น สูตรกาแฟลาเต้ และ สูตรชาไทย รวมถึงสูตรเครื่องดื่ม All Café ที่ได้รับรางวัล คือ สูตรชามะนาว เป็นต้น ขณะเดียวกัน ยังมีคู่ค้าพันธมิตรลูกค้ารายใหญ่ คือ เชิเว่นอีเลฟเว่น และยังมีคู่ค้าซึ่งเป็นคู่ค้าพันธมิตรผู้จัดหา บังคับจำหน่ายที่มีความสามารถ ในการช่วยเหลือสนับสนุนในการวิจัยพัฒนา และผลิตรายการได้เป็นอย่างดี

ขณะที่ บริษัท บอนคาเฟ่ นั้น ถือเป็นผู้เชี่ยวชาญ ที่มีชื่อเสียงในด้านธุรกิจกาแฟ ตลอดจนมีสินค ้าอุปกรณ์ให้แก่ผู้ประกอบการอย่างครบวงจร ตั้งแต่ผลิตรายการกาแฟขึ้นนาระดับโลก รวมไปถึง การบริการกาแฟภายใต้ แบนด์ตัวเองที่ได้ คุณดลลนา ก้องธรนินทร์ หรือ หมอเข็มนมาเป็น พิธีเซ็นเตอร์ การนำเข้าเครื่องทำกาแฟแบรนด์ดังอย่าง La Marzocco, La San Marco และเครื่อง บด Mahlkönig อีกทั้งยังมีศูนย์การเรียนรู้ บอนคาเฟ่ อะคาเดมี ที่เปิดสอนตั้งแต่การทำสูตรเครื่องดื่ม การใช้เครื่องทำกาแฟ และการคำนวณจุดคุ้มทุน โดยวิทยากรมากประสบการณ์กว่า 10 ปี นอกจากนี้ยังมีนำเข้าผลิตภัณฑ์คุณภาพมากมาย เช่น น้ำเชื่อม Torani, ซอสตกแต่ง Lyons และซอส ผลไม้เข้มข้น Andros โดยปัจจุบัน บอนคาเฟ่ มีสาขาและศูนย์บริการ จำนวน 23 แห่งทั้ ประเทศไทย มีฐานลูกค้าในเครือโรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ สำนักงาน ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ รวมทั้งยังมีช่องทางขายออนไลน์ และอีคอมเมิร์ซ ไม่ว่าจะเป็นช่องทางผ่านเว็บไซต์ของ ลาซาด้า ช้อปปี้ และเจดีเซ็นทรัล อีกด้วย

“การจับมือกับบอนคาเฟ่ในครั้งนี้ จะช่วยให้ TACC สามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางสินค้าที่มี คุณภาพแบบครบวงจร มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคในปัจจุบัน และรองรับการ แข่งขันที่เพิ่มขึ้นในตลาดเครื่องดื่ม ซึ่งบอนคาเฟ่จะเข้ามาช่วยต่อยอดการขยายฐานลูกค้าให้เข้าถึง ผู้บริโภคในทุกกลุ่ม ทั้งในส่วนของการจัดตั้งร้านอัตโนมัติ (HOT VENDING MACHINE) ด้วย การนำไปจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนของบอนคาเฟ่ในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศไทย รวมทั้งมีการวิจัย และพัฒนายานค ้าเครื่องดื่มร่วมกัน ซึ่งการจับมือกันในครั้งนี้จะสนับสนุนการก้าวสู่การเป็นผู้นำด้าน การวิจัยพัฒนาเครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ของไทย และเติบโตต่อยอดธุรกิจไปสู่ภูมิภาค อาเซียนได้ในอนาคต” นายชัชชวี กล่าวในที่สุด

“TACC มีความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ Non-Coffee และบอนคาเฟ่เองก็มีความเชี่ยวชาญทางด้าน ผลิตภัณฑ์ Coffee การผนึกกำลังกันในครั้งนี้ถือเป็นการนำเอาความเชี่ยวชาญและ Know-How ใน ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ทั้งคู่เองก็มีประสบการณ์ในธุรกิจมายาวนานมาแลกเปลี่ยน และพัฒนาต่อยอด ร่วมกัน ทำให้เราตีมาแชร์ Trend ซึ่งกันและกัน เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในตลาดใต้เชิงเกรงยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในสถานการณ์ปัจจุบันที่โจทย์ของลูกค้าและ Trend ตลาดเปลี่ยนแปลง ค่อนข้างเร็ว นอกจากนี้ ทั้ง TACC และบอนคาเฟ่เองก็มีฐานลูกค้าที่เหนียวแน่นในแต่ละกลุ่มตลาด เป็นข้อกรันด์ที่ว่าผลิตภัณฑ์ของเราที่จะร่วมมือกันพัฒนาในอนาคต จะสามารถตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางและมีคุณภาพยิ่งขึ้น” นางสาวอุษาพรรณ อินทิวรงค์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร ของบริษัท บอนคาเฟ่ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวในที่สุด