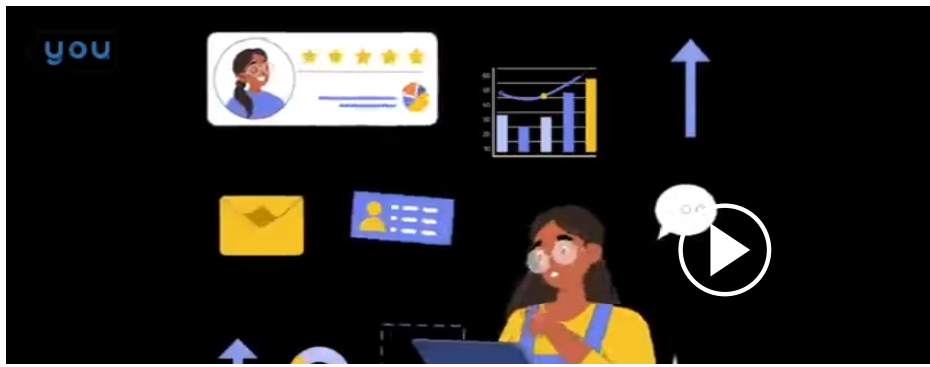


TACC ผลักดันพัฒนาศักยภาพทีม RD ให้มีคุณภาพในมาตรฐาน ระดับสากล ย้ำความเป็นผู้นำด้านกาแพ-ชาด้วย License CQI Arabica Grader(Q Grader)

© 7 มิถุนายน 2566 17:12 น. 👤 สยามรัฐออนไลน์ 📍 เทคโนโลยี-ไอที





ถือเป็นการผลักดันการพัฒนาศักยภาพของทีมีวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (RD) ของบริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) อย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง RD Lab ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานในระดับสากล พร้อมต่อยอดความเป็นผู้นำทางด้านกาแฟและชาอีกชั้นหนึ่ง หลังตัวแทนของบริษัทคว้า License CQI Arabica Grader (Q Grader) สร้างความเชื่อมั่นสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองในระดับมาตรฐานสากล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่าบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของทีมีวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (RD) อย่างต่อเนื่อง โดยถือว่าฝ่าย RD เป็นหัวใจสำคัญขององค์กร มีการลงทุนในทีมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถหลากหลาย ในการพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มและสร้าง RD Lab ที่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่หลากหลายในมาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับการพัฒนาด้านนวัตกรรม สำหรับเครื่องดื่มในอนาคต

- TACC ล้นปี 66 เข้าสู่ Next S Curve หลังปิดดีล M&A รุกธุรกิจ Health and Wellness เต็มรูปแบบ
- TACC พุ่ม 40 ล้านปิดดีล M&A ต่อยอด Vision รุกธุรกิจ Health and Wellness ต่อเนื่อง
- TACC จ่อปิดดีลรับก้าวสู่ทศวรรษที่ 3 หนุนผลงานปี 66 โต 10% มั่นใจเป็น Next S Curve ผลักดันธุรกิจติดปีก

โดยตัวแทนของ TACC ได้เป็น 1 ใน 160 คนในประเทศไทยที่เป็น Arabica Q grader จาก 7,000 คนทั่วโลกที่ผ่านการรับรองจากสถาบันกาแฟระดับโลก Coffee Quality Institute (CQI) โดยต้องผ่านการสอบถึง 19 บททดสอบ เพื่อการันตีความเป็นนักชิมกาแฟมืออาชีพที่สามารถตรวจสอบคุณภาพ ประเมินคุณภาพ และให้คะแนนคุณภาพของเมล็ดกาแฟให้ออกมาตามเกณฑ์มาตรฐานสากล การผ่านการรับรองในครั้งนี้ต่อยอดความเป็นผู้นำทางด้านเครื่องดื่มกาแฟและชา และสร้างความเชื่อมั่นได้ว่า TACC มีสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองในระดับมาตรฐานสากล

สำหรับ TACC ถือเป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ(Key Strategic Partner) เพื่อผลิตและวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าสะดวกชั้นนำของประเทศอย่าง 7-Eleven เข้าร่วมพัฒนารูปร่างผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโถกจดจำหน่ายมาตั้งแต่ปี 2545 ผลิตภัณฑ์แรกๆ คือเครื่องดื่มแบบไทยๆ เช่น ชาเย็น ชานม และกาแฟเย็น ซึ่งประสบความสำเร็จจนทำให้ยอดขายเติบโตเกินกว่าเท่าตัวในปีแรกๆ จากนั้นจึงพัฒนาตลาดเครื่องดื่ม พร้อมดื่มในโถกจดหลากหลายรสชาติ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง

ทั้งนี้ในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) บริษัทยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มเย็นในโถกจด(Jet Spray) และ เครื่องดื่ม Non Coffee Menu ใน All Cafe ทั้งในประเทศไทย และ 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา ในส่วนกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) สำหรับธุรกิจกาแฟ (Cafe Business) เช่น Jungle, Arabitia, และกาแฟพันธุ์ไทย โดยมีการเจริญเติบโตและมีสาขากระจายในประเทศ และต่างประเทศ โดยปัจจุบันธุรกิจกาแฟที่บริษัทได้ส่งเครื่องดื่มมีจำนวนสาขา รวมประมาณ 5,000 สาขา นอกจากนี้บริษัทพร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทรีว่า) ไซรัปผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการร้านกาแฟ (Total solution service offering)

00:00/00:00 trivid content gif - new

สำหรับการร่วมมือกับ BON Cafe มีการพัฒนาเครื่องดื่ม เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกเข้าตลาดเมล็ดกาแฟ โดยแผนการดำเนินงานในปี 2566 บริษัทฯตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 10% จากปีก่อน รวมทั้งยังเตรียมขยายช่องทาง Online เพื่อขยาย Product Portfolio ทั้งในส่วนของ การขายในประเทศ และต่างประเทศ



ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

TACC

ADVERTISEMENT