

TACC ผลักดันการพัฒนาศักยภาพทีม RD ให้มีคุณภาพ ในมาตรฐานระดับสากล พร้อมต่อยอดความเป็นผู้นำด้านกาแฟและชา ด้วย License CQI Arabica Grader (Q Grader)

พุธ ๐๗ มิถุนายน ๒๕๖๖ ๑๓:๑๒

ถือเป็นการผลักดันการพัฒนาศักยภาพของทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (RD) ของบริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) อย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง RD Lab ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานในระดับสากล พร้อมทั้งต่อยอดความเป็นผู้นำทางด้านกาแฟและชาอีกขั้นหนึ่ง หลังตัวแทนของบริษัท คว้า License CQI Arabica Grader (Q Grader) สร้างความเชื่อมั่นสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองในระดับมาตรฐานสากล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง



- ๘ มิ.ย. พลท. TACC อนุมัติเงินผล 0.19 บาท/หุ้น มั่นใจรายได้ ปี 66 โต 10%
- ๘ มิ.ย. TACC มั่นใจปีนี้ได้ตามเป้าหมาย
- ๘ มิ.ย. TACC ร่วมแสดงความยินดี ในโอกาสเปิดตัวงานนิทรรศการพิเศษ It's me, Warbie! ในฐานะตัวแทนลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์ของ Warbie

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

โดยตัวแทนของ TACC ได้เป็น 1 ใน 160 คน ในประเทศไทยที่เป็น Arabica Q grader จาก 7,000 คน ทั่วโลก ที่ผ่านการรับรองจากสถาบันกาแฟระดับโลก Coffee Quality Institute (CQI) โดยต้องผ่านการสอบถึง 19 บททดสอบ เพื่อการันตีความเป็นนักชิมกาแฟมืออาชีพที่สามารถตรวจสอบคุณภาพ ประเมินคุณภาพ และให้คะแนนคุณภาพของเมล็ดกาแฟให้ออกมาตามเกณฑ์มาตรฐานสากล "การผ่านการรับรองในครั้งนี้ ได้ต่อยอดความเป็นผู้นำทางด้านเครื่องดื่มกาแฟและชา และสร้างความเชื่อมั่นได้ว่า TACC มีสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองในระดับมาตรฐานสากล"

TACC ถือเป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) เพื่อผลิตและวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าสะดวกชั้นนำของประเทศอย่าง 7-Eleven เข้าร่วมพัฒนาธุรกิจผลิตเครื่องดื่มในโกดังจำหน่าย มาตั้งแต่ปี 2545 ผลิตภัณฑ์แรกๆ คือเครื่องดื่มแบบไทยๆ เช่น ชาเย็น ชานม และกาแฟเย็น ซึ่งประสบความสำเร็จทำให้ยอดขายเติบโตเกินกว่าเท่าตัวในปีแรกๆ จากนั้นจึงพัฒนาตลาดเครื่องดื่ม พร้อมดื่มในโกดังหลากหลายรสชาติ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง

ในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มเย็นในโกดัง (Jet Spray) และ เครื่องดื่ม Non Coffee Menu ใน All Cafe ทั้งในประเทศไทย และ 7-Eleven ในประเทศกัมพูชา

ในส่วนกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) สำหรับธุรกิจคาเฟ่ (Cafe Business) เช่น Jungle, Arabitia, และกาแฟพันธุ์ไทย โดยมีการเจริญเติบโตและมีสาขากระจายในประเทศ และต่างประเทศ โดยปัจจุบันธุรกิจ คาเฟ่ของบริษัทฯ ได้ส่งเครื่องดื่มมีจำนวนสาขาประมาณ 5,000 สาขา นอกจากนี้บริษัทฯ พร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทริวา) ไซร์ปผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านคาเฟ่ (Total solution service offering)

สำหรับการร่วมมือกับ BON Cafe มีการพัฒนาเครื่องดื่ม เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกเข้าตลาดเมล็ดกาแฟ

โดยแผนการดำเนินงานในปี 2566 บริษัทฯตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 10% จากปีก่อน รวมทั้งยังเตรียมขยายช่องทาง Online เพื่อขยาย Product Portfolio ทั้งในส่วนของการขายในประเทศ และต่างประเทศ

ที่มา: ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์