

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

📅 รุ่งกิจ 7 มี.ย. 66 13:12

Facebook

Twitter

Line

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



นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่าบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (RD) อย่างต่อเนื่อง โดยถือว่าฝ่าย RD เป็นหัวใจสำคัญขององค์กร มีการลงทุนในทีมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถหลากหลาย ในการพัฒนาสินค้า เครื่องดื่มและสร้าง RD Lab ที่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่หลากหลายในมาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับการพัฒนา ด้านนวัตกรรม 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 ได้ตอกย้ำความเป็นผู้นำทางด้าน เครื่องดื่มกาแฟและชา และสร้างความเชื่อมั่นได้ว่า TACC มีสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองในระดับ มาตรฐานสากล”

TACC ถือเป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) เพื่อผลิตและวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าสะดวกซื้อชั้นนำของประเทศอย่าง 7-Eleven เข้าร่วมพัฒนาธุรกิจผลิตเครื่องดื่มในโถกอดจำหน่าย มาตั้งแต่ปี 2545 ผลิตภัณฑ์แรกๆ คือเครื่องดื่มแบบไทยๆ เช่น ชาเย็น ชานม และกาแฟเย็น ซึ่งประสบความสำเร็จจนทำให้ยอดขายเติบโตเกินกว่าเท่าตัวในปีแรกๆ จากนั้นจึงพัฒนาตลาดเครื่องดื่ม พร้อมดื่มในโถกอดหลากหลายรสชาติ ซึ่งได้รับความนิยมนอย่างสูง

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

ADVERTISEMENT

ในส่วนกลุ่มธุรกิจ B2C (Non 7-Eleven) สำหรับธุรกิจคาเฟ่ (Cafe Business) เช่น Jungle, Arabitia, และกาแฟพันธุ์ไทย โดยมีการเจริญเติบโตและมีสาขากระจายในประเทศ และต่างประเทศ โดยปัจจุบันธุรกิจ คาเฟ่ที่บริษัทฯ ได้ส่งเครื่องดื่มมีจำนวนสาขารวมประมาณ 5,000 สาขา นอกจากนี้บริษัทฯ พร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทรีว่า) ไซรป์ผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านค้าคาเฟ่ (Total solution service offering)

สำหรับการร่วมมือกับ BON Cafe มีการพัฒนาเครื่องดื่ม เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกเข้าตลาดเมล็ดกาแฟ

ADVERTISEMENT

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

ที่มา: ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์

Symbol: TACC

Facebook

Twitter

Line