

TACC ปลื้มสถาบันกาแฟระดับโลกรับรองทีม RD ผ่านเกณฑ์นักชิมกาแฟมีอาชีพ ตอกย้ำคุณภาพของแบรนด์



MATICHON ONLINE
ฮัปเดต 19 ชั่วโมงที่ผ่านมา • เผยแพร่ 19 ชั่วโมงที่ผ่านมา

ติดตาม



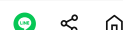
TACC เป็นปลื้ม ผ่านการรับรองนักชิมกาแฟมืออาชีพจากสถาบันกาแฟระดับโลก CQI ตอกย้ำผู้นำด้านเครื่องดื่มกาแฟและชา ยังมุ่งมั่นให้ความสำคัญพัฒนาทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (RD) อย่างต่อเนื่อง โดยถือว่าฝ่าย RD เป็นหัวใจสำคัญขององค์กร มีการลงทุนในทีมบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถหลากหลาย ในการพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มและสร้าง RD Lab ที่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่หลากหลายในมาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับการพัฒนาด้านนวัตกรรม สำหรับเครื่องดื่มในอนาคต และล่าสุด ตัวแทนของ TACC ได้เป็น 1 ใน 160 คน ในประเทศไทยที่เป็น Arabica Q grader จาก 7,000 คนทั่วโลก ที่ผ่านการรับรองจากสถาบันกาแฟระดับโลก Coffee Quality Institute (CQI) โดยต้องผ่านการสอบถึง 19 ทักษะสอบ เพื่อการันตีความเป็นนักชิมกาแฟมืออาชีพที่สามารถตรวจสอบคุณภาพ ประเมินคุณภาพ และให้คะแนนคุณภาพของเมล็ดกาแฟให้ออกมาตามเกณฑ์มาตรฐานสากล

“การผ่านการรับรองในครั้งนี้ ได้ตอกย้ำความเป็นผู้นำทางด้านเครื่องดื่มกาแฟและชา และสร้างความเชื่อมั่นได้ว่า TACC มีสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองในระดับมาตรฐานสากล” นายชัชชวี กล่าว

โฆษณา - อ่านบทความต่อด้านล่าง

โฆษณา - อ่านบทความต่อด้านล่าง



นายชัยชรี กลาวถึงธุรกิจ TACC ว่าถือเป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) เพื่อผลิตและวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าสะดวกซื้อชั้นนำของประเทศอย่าง 7-Eleven เข้าร่วมพัฒนาธุรกิจผลิตเครื่องดื่มในโถกดจำหน่ายมาตั้งแต่ปี 2545 ผลิตภัณฑ์แรกๆ คือเครื่องดื่มแบบไทยๆ เช่น ชาเย็น ชานม และกาแฟเย็น ซึ่งประสบความสำเร็จจนทำให้ออดขายเติบโตเกินกว่าห้าตัวในปีแรกๆ จากนั้นจึงพัฒนาตลาดเครื่องดื่ม พร้อมดื่มในโถกดหลากหลายรสชาติ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง



โฆษณา - อ่างบพความค่อค่านล่าง

ในส่วนของกลุ่มธุรกิจ B2B (7-Eleven) บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า Core Menu และ New Menu รวมทั้งออกสินค้าใหม่ร่วมกันในฐานะ Key Strategic Partner ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่มเย็นในโถกด (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 คาเฟ่ที่บริษัทฯ ได้ส่งเครื่องดื่มมีจำนวนสาขาประมาณ 5,000 สาขา นอกจากนี้ บริษัทฯ พร้อมเดินหน้าขยาย Brand TRIVA (ทรีวี) ไซรป์ผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ 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

โฆษณา - อ่างบพความค่อค่านล่าง