



TACC

ผลักดันการพัฒนาศักยภาพ ทีม RD ให้มีคุณภาพ ในมาตรฐานระดับสากล



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

นายชัชวาล วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของทีมนักวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (RD) อย่างต่อเนื่อง โดยถือว่าฝ่าย RD เป็นหัวใจสำคัญขององค์กร มีการลงทุนในทีมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถหลากหลาย ในการพัฒนาสินค้า เครื่องดื่มและสร้าง 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 เพื่อการัน

ตีความเป็นนักชิมกาแฟมืออาชีพที่สามารถตรวจสอบคุณภาพ ประเมินคุณภาพ และให้คะแนนคุณภาพของเมล็ดกาแฟให้สอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานสากล "การผ่านการรับรองในครั้งนี้ ได้ต่อยอดความเป็นผู้นำทางด้านเครื่องดื่มกาแฟและชา และสร้างความเชื่อมั่นได้ว่า TACC มีสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองในระดับมาตรฐานสากล"

TACC ถือเป็นผู้พันธมิตรหลักทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) เพื่อผลิตและวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าสะดวกซื้อชั้นนำของประเทศไทยอย่าง 7-Eleven เข้าร่วมพัฒนารูปร่างผลิตภัณฑ์ในโถกดจำหน่าย มาตั้งแต่ปี 2545 ผลิตภัณฑ์แรกๆ คือเครื่องดื่มแบบไทยๆ เช่น ชาเย็น ชานม และกาแฟเย็น ซึ่งประสบความสำเร็จจนทำให้ยอดขายเติบโตเกินกว่าเท่าตัวในปีแรกๆ จากนั้นจึงพัฒนาตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่มในโถกดหลากหลายรสชาติ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง

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) สำหรับธุรกิจกาแฟ (Cafe Business) เช่น Jungle,

Arabica, และกาแฟพันธุ์ไทย โดยมีการเจริญเติบโตและมีสาขากระจายในประเทศและต่างประเทศ โดยปัจจุบันธุรกิจ ค่าเฟ่ที่บริษัทฯ ได้ส่งเครื่องดื่มมีจำนวนสาขาประมาณ 5,000 สาขา นอกจากนี้บริษัทฯ พร้อมเดินทางขยาย Brand TRIVA (ที่เรียกว่า ไซรับผลไม้เข้มข้นจากธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการ ร้านค้ากาแฟ (Total solution service offering)

สำหรับการร่วมมือกับ BON Cafe มีการพัฒนาเครื่องดื่ม เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มต่างๆ และรุกเข้าตลาดเมล็ดกาแฟ

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

