

TACC

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)  
T.A.C. CONSUMER PUBLIC COMPANY LIMITED

Head Office : 9/231-233 อาคารยูเอ็มทาวเวอร์ ชั้น 23 ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กทม. 10250

Contact : 0-2717-2898

Website : www.tacconsumer.com

CG Report Score :

THSI List : -

## CEO

คุณชัชวรี วัฒนสุข  
ประธานกรรมการบริหารTel : 0-2717-2898  
cv@tacconsumer.com

## CFO

คุณปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์  
ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายบัญชีและการเงินTel : 0-2717-2898#27  
parichat@tacconsumer.com

## IRO

คุณปิติยพร ฤกษ์สมบูรณ์  
นักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2717-2898#77  
ir@tacconsumer.com

## Stock Data

(21/05/2019)

	YTD	2018	2017
Paid-up (MB.)	152.00	152.00	152.00
Listed share (M.)	608.00	608.00	608.00
Par (B.)	0.25	0.25	0.25
Market Cap (MB.)	2,261.76	1,532.16	3,192.00
Price (B./share)	3.72	2.52	5.25
EPS (B.)	0.06	0.11	0.18

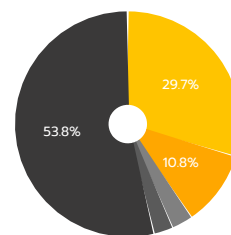
## Statistics

(21/05/2019)

	P/E	P/BV	Div.Yield
TACC (x)	26.20	3.28	3.49
AGRO - mai (x)	97.01	2.40	3.77
AGRO - SET (x)	2161	1.93	2.46
mai (x)	4351	1.67	2.97
SET (x)	17.30	1.76	3.19

## Shareholder Structure

(21/05/2019)



● นายชัชวรี วัฒนสุข (29.7%)	● นายสุรสม เทียรศิริไพฑูริย์ (10.8%)
● บจ. ไทยเอ็นวีดีอาร์ (3.1%)	● บจ.ไทยประทีปชีวิต (2.7%)
● รายย่อย (53.8%)	

## Financial Ratios

	3M/2019	3M/2018	2018	2017
ROE (%)	12.59	15.00	10.34	17.03
ROA (%)	12.34	13.87	9.70	14.91
D/E (x)	0.37	0.35	0.46	0.42
GP Margin (%)	29.59	25.59	28.76	30.22
EBIT Margin (%)	11.91	6.86	7.15	10.88
NP Margin (%)	9.43	5.48	5.28	8.72

## Company Background

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ (B2B) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโตกที่เป็นรสชาติหลัก เช่น กาแฟเย็นและชาวม จำหน่ายใน 7-Eleven ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองจำหน่ายให้ร้าน All Cafe และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล เครื่องดื่มเครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้สินค้าของบริษัท (B2C) ได้แก่ ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา "เซนย่า" เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา "ณ อรุณ", ตรา "สวีสวี" โดนัท "อะ สโมลล์" และเป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแร็คเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licensor)

## Key Development of Company

ปี 2562 เริ่มกลับเข้าไปจำหน่ายชาเขียวพร้อมดื่ม "Zenya" ที่ประเทศกัมพูชาอีกครั้ง โดยทำการปรับสูตรใหม่ใส่ Cooling Agent เพื่อเพิ่มความเย็นสดชื่น

วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโตกตามฤดูกาล คือ เครื่องดื่มสตอว์เบอร์รี่คูกี้แอนด์ครีม และอัญชันน้ำผึ้งมะนาว ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายเครื่องดื่มตามฤดูกาล "เทศกาลมะม่วงคลายร้อน" เช่น มะม่วงข้าวเหนียวมูลปั่น ในมุม All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven

เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's ในโตก ได้วางขายตลอดทั้งปี เฉพาะสาขาที่มีจำหน่ายที่ร้าน 7-Eleven และเป็นตัวแทนจำหน่ายในกลุ่ม CP Group กลุ่ม HORECA และกลุ่ม QSR

เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแร็คเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licensor) เช่น Rilakkuma, Sumikko Gurashi, Mamegoma เป็นต้น ลูกค้าที่ใช้คาแร็คเตอร์ ได้แก่ MAJOR, 7-Eleven, Tesco Lotus express และ NIVEA เป็นต้น

## Revenue Structure

สามปีถึง : 31 มี.ค.

(Unit : MB)

	3M/2019	%	3M/2018	%	2018	%	2017	%
รายได้จากขาย	353.00	99.52	282.02	99.56	1,289.60	99.54	1,281.70	99.40
-B2B	311.58	87.84	269.08	94.99	1,143.22	88.24	1,152.01	89.34
-B2C	41.42	11.68	12.94	4.57	146.38	11.30	129.69	10.06
รายได้อื่น	1.71	0.48	1.26	0.44	5.99	0.46	7.79	0.60
รายได้รวม	354.71	100.00	283.28	100.00	1,295.58	100.00	1,289.49	100.00

# Business Plan

- เติบโตควบคู่ไปกับคู่ค้าหลัก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืน และความเป็นส่วนส่วนทางธุรกิจต่อกัน
- มุ่งมั่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ
- สร้างช่องทางจัดการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
- เพิ่มยอดขายสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยการรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น
- รักษาฐานผู้บริโภคในตลาดเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มในประเทศกัมพูชา

## Investment Highlight

- ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาด เครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างต้องแก่ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) กับ CPALL เข้าสู่ปีที่ 16 รวมถึงมีการจัดทำสัญญาซื้อขายเป็นลายลักษณ์อักษร (Exclusive Contract) ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ถึงความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้ามีให้กับบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทฯ
- ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับคู่ค้าในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) อย่างใกล้ชิดและจริงจัง เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเติบโตไปพร้อมๆ กัน
- โอกาสในการเติบโตจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การที่บริษัทฯ ถือเป็นธุรกิจ SME ที่มีข้อจำกัดด้านแหล่งเงินทุน ทำให้ผู้บริหารของบริษัทฯ ต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันรอบด้านอย่างรอบคอบเพื่อมองหาโอกาสช่องว่างทางธุรกิจ จึงทำให้บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง

## Risk Factor

### 1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าให้กับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.84 ของรายได้จากการขายรวม ปี 2562 ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายดังกล่าว หรือลูกค้ารายดังกล่าวลดปริมาณการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ด้วยการดำเนินงานภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในโกดัง เพื่อจำหน่ายให้กับร้านอาหารที่เป็นธุรกิจเครือข่ายอาหารต่างๆ และมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านตราสินค้าของบริษัทฯ ให้มากขึ้น

โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายในปี 2563 คือ มีแผนจะเพิ่มสัดส่วนของรายได้จากการขายในกลุ่ม B2B และ B2C เป็น 70:30 โดยกลุ่ม B2C จะเน้นในส่วนของประเทศมากขึ้น เสริมสร้างฐานของกลุ่มประเทศเดิม เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงที่พึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ โดยตั้งเป้าปี 2563 ว่าความเสี่ยงดังกล่าวจะอยู่ในระดับปานกลาง

### 2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM)

จากการที่บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัทผู้รับจ้างผลิตภายนอกเป็นหลักในการผลิตสินค้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยง หากผู้รับจ้างผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพและมาตรฐานที่กำหนด หรือไม่สามารถส่งมอบสินค้าในปริมาณและเวลาตามที่กำหนด โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตหลัก จำนวน 10 ราย บริษัทฯ ได้มีการกระจายความเสี่ยงไปให้โรงงานอื่นๆ และกำหนดผู้รับจ้างผลิตภายนอกที่สำคัญ โดยจัดทำเป็นหนังสือความร่วมมือระหว่างกัน

## Awards and Recognition

ปี 2561 ได้รับคะแนนการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) ปี 2561 อยู่ในระดับดีมาก

ได้รับรางวัลดีเด่น ประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ ประจำปี 2561 จากงาน SET AWARDS 2018 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน

ถูกจัดอันดับใน ESG 100 จากสถาบันไทยพัฒน์ คือ บริษัทที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล โดยถูกจัดอันดับต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน

ผลคะแนนประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) 97 จาก 100 คะแนน

ปี 2560 ได้รับรางวัล Total Innovation Management 2017 จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ร่วมกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

## Capital Structure

(Unit : MB)

	3M/2019	3M/2018	2018	2017
Current Liabilities	247.89	222.76	288.34	264.64
Non-Current Liabilities	10.68	18.62	16.04	17.89
Shareholders' Equity	690.58	680.71	657.14	665.18

## Company Structure



## Company Image



**Disclaimer :** เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทต่อผู้ลงทุนเพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ โดยบริษัทจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่รายงาน 56-1 รายงานประจำปี หรือสารสนเทศที่บริษัทได้แจ้งผ่านสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงข้อมูลในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ผู้ลงทุนทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามมิให้ผู้อื่นนำเอกสารหรือข้อมูลในเอกสารดังกล่าวไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัท