

แมกกาซีนรายเดือน กรกฎาคม 2563



แม้ยอดผู้ป่วยติดเชื้อไวรัส โควิด-19 ยังคงพุ่งไม่ยอมหยุด แต่สำหรับวิถี การทำธุรกิจของบริษัท ย่อมมีเป้าหมาย ทำงาน เพื่อความอยู่รอดและก้าวหน้า แมกกาซีนหุ้นอินไซด์รายเดือน ประจำเดือนกรกฎาคม 2563 ขอนำเสนอ 5 บริษัทจดทะเบียน ที่มีความน่าสนใจ ดังนี้

FPT ได้งาน

ก่อสร้างโครงการศูนย์กระจายสินค้า ระบบจัดเก็บสินค้าอัตโนมัติ (ASRS) เติมรูปแบบแห่งแรกของ บริษัท เอฟเอนด์อีเอ็น แดร์รี่ส์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ "FNDT" โดย FNDT เป็นบริษัทชั้นนำด้านอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีแบรนด์ยอดนิยม อาทิ นมข้นทิพย์, นมข้นคาร์เนชัน, นมแมกโนเลีย พลัส กิงโกะ-ยู่ชก, นมตราหมี สตอร์ริสส์, นมตราหมีโกลด์, และ นมปรุงแต่งอัดเม็ดแมกโนเลีย มิลค์ทีส์

ACG ยิงโลดแล่น

ออโตคอปป์ โฮลดิ้ง หรือ ACG ยิงโลดแล่นบนกระดานSET ยิงต่องานหนักต่อไป เกมของACG คือ รุกขยายไป ยิงธุรกิจ FAST FIT ศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถยนต์ และให้บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษารถยนต์ทุกยี่ห้อ ภายในชื่อบริษัท ออโตคลิก บาย เอซีจี จำกัด (Autoclick By ACG Co.,Ltd.) ฟูมฟูม กู๊ด.....

คันทรี กรุ๊ป รับงาน ท้าทาย

นั่นคือ เป็นที่ปรึกษากานการเงิน บริษัท Green Earth Power (Thailand) Company Limited (กรีนเอิร์ธ พาวเวอร์ ไทยแลนด์ จำกัด) หรือ GEP คาดว่าจะสามารถยื่นไปไฟลิ่งและระดมทุนได้เร็ว ๆ นี้หรือภายในปี 2564

TACC

ยังคงทำงานต่อเนื่อง มีการเปิดตัว สินค้าใหม่คือ เครื่องดื่มส้มเขียวหวาน พสมเสาวรส ซึ่งมีวัตถุดิบซึ่มีส่วนช่วยในการทำหน้าที่ตามปกติของระบบภูมิคุ้มกัน ช่วยให้หลอดเลือดแข็งแรง ประกอบด้วยเครื่องดื่มส้มเสาวรสร่วมโยเกิร์ตธรรมชาติ (Orange Passion Yogurt Frappe)ชาส้มเสาวรสเย็น (Orange Passion Tea) จับกลุ่มผู้บริโภคสายเฮลตี้

EPG ประกาศนำ นโยบาย "USE"

อีสทีริบโพลีเมอร์ กรุ๊ป หรือ EPG ประกาศนำนโยบาย "USE" U: Utilization การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า S : Save การประหยัดค่าใช้จ่าย และ E : Efficiency การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน) มาใช้บริหารงานภายในองค์กร เพื่อช่วยลดการค่าใช้จ่ายบางส่วน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

HOOHINSIDE

TACC ส่งเครื่องดื่มใหม่ ปูพรมวางขายในโตกเดเซ
เว้นๆทุกสาขา **ส้มเสาวรโยเกิร์ต-ชาส้มเสาวร -
ส้มเสาวรโซดา** 25 มิ.ย.-31 ก.ค. และ **"อโลเวอร์่า
ท้อปมิ่ง"** เอาใจผู้บริโภคสายเฮลท์ตี้ ปีกบอส
"ชัชชวี วัฒนสุข" มั่นใจช่วยกระตุ้นยอดขาย ในช่วง
ครึ่งปีหลังโตแกร่ง บริษัทฯได้เปิดตัวสินค้าใหม่
คือ เครื่องดื่มส้มเขียวหวาน ผสมเสาวร

ซึ่งมีวิตามินซีที่มีส่วนช่วยในการทำหน้าที่ตามปกติ
ของระบบภูมิคุ้มกัน ช่วยให้หลอดเลือดแข็งแรง
ประกอบด้วย เครื่องดื่มส้มเสาวรพร้อมโยเกิร์ตรส
ธรรมชาติ (Orange Passion Yogurt Frappe)
รสชาติเปรี้ยวอมหวาน อร่อย สดชื่น พร้อมทั้งมี
ส่วนผสมของโยเกิร์ต ซึ่งมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

||

สิ่งที่บริษัทฯจะทำต่อไปคือ ทำอย่างไรให้
สินค้าของ **TACC** ไปอยู่ในแผนการซื้อ
สินค้าของผู้บริโภค รวมถึงเข้าไปอยู่ในระบบ
เดลิเวอรี่ เช่น การออกแบบแพ็คเกจที่
เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อเพิ่ม
ยอดขาย ผลักดันผลการดำเนินงานเติบโต
อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนในอนาคต

||

TACC

เจาะสาย
เฮลท์ตี้

TACC

เจาะสาย เฮลท์ตี้

ธุรกิจบริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่าย เครื่องดื่มประเภทชาและกาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ 2 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ เครื่องดื่มในโถกกดในร้าน 7-Eleven, เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงที่จัดจำหน่ายให้กับร้าน All Cafe ในร้าน 7-Eleven และผลิตภัณฑ์ที่ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล, เครื่องกดเครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ

2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ได้แก่ ชาเขียวพร้อมดื่มตรา "เซนย่า" (Zenya), เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงตรา "ณ อรุณ" (Na-Arun) และตรา "สวัสดี" (Sawasdee), เครื่องดื่มช็อกโกแลตตรา "เฮอริซี่", ธุรกิจคาเฟ่เตอร์รี่



ปัจจัยหลักอีกประการหนึ่งที่ทำให้บริษัทฯ เติบโตอย่างต่อเนื่องมาจากการที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างอย่างชัดเจนทั้งรูปแบบและรสชาติ เช่น การ สร้างคาเฟ่เตอร์รี่ให้ชาเขียวไม่จำเป็นต้องมีสีเขียว

ภายใต้คอนเซ็ปต์ "The Colorful Green Tea" จนกระทั่งปัจจุบันได้ต่อยอดแนวคิดเป็น "Super Power from Super Fruit" การพัฒนาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของขึ้นเนื้อผลไม้ภายใต้ตราสินค้า "สวัสดี" เป็นต้น ทำให้สามารถตอบสนองต่อโอกาส ช่องว่างทางธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็ว อีกทั้งสามารถมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้หลากหลายและทั่วถึง โดยจะ

เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายการตลาด ฝ่ายพัฒนาธุรกิจใหม่

และ ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยฝ่ายการตลาดจะศึกษาและติดตามแนวโน้มตลาดเครื่องดื่มทั้งในประเทศและ ต่างประเทศรวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด และฝ่ายพัฒนาธุรกิจใหม่จะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility) จากนั้นฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะทำหน้าที่ในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์

รวมถึงการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อโอกาที่ ได้รับ ทั้งนี้ ทีมงานฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มี ความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมาเป็นเวลานาน ทำให้สามารถคิดค้นและพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ ใหม่ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างออกสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่อง การสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่างของ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

ยังทำให้ลดความเสี่ยงในแง่ของการทดแทนกันของเครื่องดื่มประเภทเดียวกัน เนื่องจากถึงแม้จะเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน แต่สินค้าของบริษัทฯ ก็มีความแตกต่างในด้านของรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ออกเลียนแบบ ได้ยาก จึงทำให้ผู้บริโภคมีความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ และต้องกลับมาซื้อสินค้าของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ทำให้อำนาจการต่อรองกับตัวแทนจำหน่ายผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

TACC ใช้ “ส้มเสาวรสโยเกิร์ต-ชาส้มเสาวรส-ส้มเสาวรสโซดา”

เจาะสายเฮลท์ตี้

TACC ส่งเครื่องดื่มใหม่ บูรณาการขายในโถกดเซเว่นฯ ทุกสาขา “ส้มเสาวรสโยเกิร์ต-ชาส้มเสาวรส-ส้มเสาวรสโซดา” 25 มิ.ย.-31 ก.ค. และ “อโลเวอร์่า ท้อปบิง” เอาใจผู้บริโภคสายเฮลท์ตี้ บิ๊กบอส “**ชัชชวี วัฒนสุข**” มั่นใจช่วยกระตุ้นยอดขาย ในช่วงครึ่งปีหลังโตแรง

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯยังคงมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดใหม่ๆ วางขายในร้าน อิมเสดวค เซเว่น อีเลฟเว่น (7-11) อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขายเครื่องดื่มในโถกดเซเว่นฯ โดยระหว่างวันที่ 25 มิ.ย.-31 ก.ค.2563 บริษัทฯได้เปิดตัวสินค้าใหม่คือ เครื่องดื่มส้มเขียวหวาน ผลผสมเสาวรส ซึ่งมีวิตามินซีที่มีส่วนช่วยในการทำหน้าที่ตามปกติของระบบภูมิคุ้มกัน ช่วยให้หลอดเลือดแข็งแรง ประกอบด้วย เครื่องดื่มส้มเสาวรสร่วมโยเกิร์ตธรรมชาติ (Orange Passion Yogurt Frappe) รสชาติเปรี้ยวอมหวาน อร่อย สดชื่น พร้อมทั้งมีส่วนผสมของโยเกิร์ต ซึ่งมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

ชาส้มเสาวรสเย็น (Orange Passion Tea) เป็นการผสมผสานอย่างลงตัวระหว่างรสชาติเปรี้ยวอมหวานของส้มเสาวรส กับความหอมอันเป็นเอกลักษณ์ของใบชาดำขงสด ทำให้ได้เครื่องดื่มที่มีความสดชื่น เหมาะกับอากาศร้อนชื้นของประเทศไทย และส้มเสาวรสโซดาเย็น (Orange Passion Soda) เมนูเพิ่มความสดชื่นให้กับอากาศร้อนชื้นของประเทศไทย ด้วยรสชาติเปรี้ยวอมหวานของส้มเสาวรส ร่วมกับความซ่าของโซดา สามารถดับกระหายคลายร้อนได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ในวันที่ 4 มิ.ย.-31 ก.ค.2563 ยังได้เปิดตัว “อโลเวอร์่า ท้อปบิง” ซึ่งถือเป็นท้อปบิงเพื่อสุขภาพ เนื่องจาก อโลเวอร์่าทำมาจากวุ้นของวุ้นหางจระเข้ ซึ่งเป็นสมุนไพรที่มีส่วนช่วยในการย่อยอาหาร รวมทั้งช่วยทำความสะอาดลำไส้ใหญ่ เสมือนเป็นการดีท็อกซ์ล้างสารพิษที่อยู่ภายในร่างกายให้หมดไป แถมยังอุดมไปด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ อุดมไปด้วยวิตามิน แร่ธาตุ กรดอะมิโนหลากหลายชนิด รวมทั้งสารอาหารชนิดต่างๆ ที่มีความจำเป็นต่อร่างกาย อีกทั้งยังให้ประโยชน์ในหลายด้าน เช่น วิตามินเอ วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 วิตามินบี 3 วิตามินบี 6 วิตามินบี 9 วิตามินบี 12 วิตามินซี วิตามินอีและโคลีน

“มั่นใจว่าสินค้าใหม่ที่เราเปิดตัวจะได้รับการตอบรับอย่างดีเยี่ยมจากผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคสายเฮลท์ตี้ ซึ่งฝ่ายพัฒนาสินค้าของบริษัทฯ ได้คัดค้นสูตรขึ้นมา ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างลงตัว”นายชัชชวี กล่าว



TACC ปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ หวังกระตุ้นยอดขายรับกระแส New Normal

นายชัชชวีกล่าวว่า แผนการดำเนินงานในช่วงที่เหลือของปีนี้ บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าส่งสินค้าใหม่ วางขายในร้าน

“เซเว่น อีเลฟเว่น” เพื่อกระตุ้นยอดขาย และรายได้ ขณะเดียวกันอยู่ระหว่างเตรียมปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะเปลี่ยนไป รองรับกระแส New Normal หรือ วิถีปกติใหม่ โดยเฉพาะการวางแผนการจับจ่ายใช้สอยก่อนออกจากบ้านมากขึ้น

“สิ่งที่บริษัทฯจะทำต่อไปคือ ทำอย่างไรให้สินค้าของ TACC ไปอยู่ในแผนการซื้อสินค้าของผู้บริโภค รวมถึงเข้าไปอยู่ในระบบเดลิเวอรี่ เช่น การออกแบบแพ็คเกจที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อเพิ่มยอดขาย ผลักดันผลการดำเนินงานเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนในอนาคต”

ส่วนผลการดำเนินงานของบริษัทฯในไตรมาส 1/63 มีกำไรสุทธิ 42.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.80 ล้านบาท หรือ 18.99% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อนมีกำไรสุทธิ 35.83 ล้านบาท ขณะที่รายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 1/63 อยู่ที่ 328.16 ล้านบาท ลดลง 7.04% จากผลกระทบโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯยังคงมียอดขายเติบโตอย่างแข็งแกร่งใน All Cafe ที่มากขึ้นตามจำนวนสาขาและเพิ่มเมนูใหม่ตามฤดูกาล และกลุ่มสินค้าที่ร่วมพัฒนากับ B2B

ประธานกรรมการบริหาร TACC กล่าวอีกว่า กำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในไตรมาส 1/63 มาจากอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น

โดยมาจากการเพิ่มยอดขายในส่วนสินค้าที่มีกำไรสูงจากการพัฒนาต้นทุนอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยเน้นกลยุทธ์การออกสินค้าใหม่มากขึ้นในกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง และร่วมพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าที่จำหน่าย

เทพหุ่นฟิลลิป

อัพเกรด TACC

เป็นชื่อ เป้า 6.50ย.

บล.ฟิลลิป ออกบทวิเคราะห์หุ้น TACC ระบุว่า สถานการณ์ดีขึ้นหลังคลาย Lockdown จากคนกลับเข้าทำงานออฟฟิศมากขึ้น , ชั่วโมง Curfew ลดลง รวมถึงสาขา 7-11 ป้อนำมันดีขึ้นจากคนเดินทางข้ามจังหวัดได้มากขึ้น

ซึ่งแม้รับรู้รายได้ Character Business ลดลงจากยอดขายสัญญาให้กับลูกค้าแต่ไม่ได้กระทบอย่างมีนัย ทำให้แม่ 2Q63 ยอดขายชะลอตัว แต่บริหารจัดการต้นทุนได้ดีทำให้มาร์จิ้นเพิ่มขึ้น หนุนกำไรเติบโต y-y, q-q

มองบวกต่อช่วงที่เหลือของปี: มองบวกต่อช่วงที่เหลือของปีจากแนวโน้มยอดขายที่ดีขึ้นจากเพิ่ม Upsize เครื่องดื่ม Non-Coffee เป็น 22oz. ได้การตอบรับดี, เพิ่ม Topping ให้หลากหลายมากขึ้น , ออกเมนูใหม่ๆ กอปรกับได้ลูกค้าใหม่ "พันธุ์ไทย" มาเสริมรายได้นอก 7-11 และ Character business ที่ทยอยดีขึ้นหลังลูกค้าเริ่มกลับมาดำเนินกิจกรรมตามปกติ ทางฝ่ายคาดการณ์ทั้งปี +13.4% y-y (กำไรปกติ +4.0%)

ปรับคำแนะนำ TACC เป็น "ซื้อ" จาก ทยอยซื้อ โดยราคาพื้นฐานที่ 6.50 บ. โดยยังไม่รวมตาม 7-11 ไปกับพูชา, ดัส Tesco และรายได้ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ San-X

