

เลือกอาวุธ > เคล็ดลับลงทุน > TACC

22 ชั่วโมงที่แล้ว

SNAPSHOT : TACC

TACCส่งคารแคเตอร์ ฝมือคนไทยบุกตลาด ดันรายได้ครึ่งปีหลัง

TACCปันผล0.17บ. ลุยเสรีฟเครื่องดื่ม



TACC บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)

Company Background

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนา กับพันธมิตรทางธุรกิจ (B2B) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโถกตที่เป็นรสชาติหลัก เช่น กาแฟเย็นและชานม จำหน่ายใน 7-Eleven ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมชง จำหน่ายให้ร้าน All Cafe และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล เครื่องกตเครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้สินค้าของบริษัท (B2C) ได้แก่ ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา "เซนย่า" เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา "ณ อรุณ", เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's, ตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licencor), หมาจ๋า, Art story, Jay The Rabbit และธุรกิจคาเฟ่

Key Development of Company

ปี 2564 วางจำหน่ายเครื่องดื่มในโถกด ลีนจี เบอร์รี่ ทวิสท์ และสละเบอร์รี่ ที่ร้าน 7-Eleven
วางจำหน่ายเครื่องดื่ม พีชเชอร์ บลอสซั่ม และเมล่อน มัลลิก ในมุม All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven
ธุรกิจคาเฟ่เปิดตัวคาเฟ่เครื่องดื่มใหม่จากไทย คือ Jay The Rabbit

ปี 2563 วางจำหน่ายเครื่องดื่มในโถกด มัทละลาเต้ ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายเครื่องดื่ม ชาคาน้ำผึ้ง และโฮจิบะ ในมุม All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven
วางจำหน่ายอโละเวรา ท็อปปีง ทานได้กับเครื่องดื่มทุกเมนู ในมุม All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven

Business Plan

1. เติบโตควบคู่ไปกับคู่ค้าหลัก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืนและความเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจต่อกัน
2. มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ
3. สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
4. เพิ่มยอดขายสำหรับตลาดต่างประเทศและในประเทศ โดยการรักษารฐานลูกค้าปัจจุบันและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น

Investment Highlight

1. ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาดเครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) กับ CPALL เข้าสู่ปีที่ 19 รวมถึงมีการจัดทำสัญญาซื้อขายเป็นลายลักษณ์อักษร (Exclusive Contract) ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ถึงความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้ามีให้กับบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทฯ
3. ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับคู่ค้าในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) อย่างใกล้ชิดและจริงจัง เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเติบโตไปพร้อมๆ กัน
4. โอกาสในการเติบโตจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การที่บริษัทฯ ถือเป็นธุรกิจ SME ที่มีข้อจำกัดด้านแหล่งเงินทุนทำให้ผู้บริหารของบริษัทฯ ต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันรอบด้านอย่างรอบคอบเพื่อมองหาโอกาสช่องว่างทางธุรกิจ จึงทำให้บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง

‘TACC’ เดลิเวอรีพายอดพุ่ง

ลุยโปรดักส์กัญชง-ศึกษาM&A

ทันหุ้น-TACC กางแผนครึ่งหลัง 64 ชี้ช่องทางออนไลน์ขายดี เดลิเวอรีคั้นยอดขายพุ่งพรวด บิ๊กบอส “ชัชชวี วัฒนสุข” ลุยศึกษาผลิตภัณฑ์ Health & Wellness รองรับเทรนด์ธุรกิจกัญชง ตั้งตารอความชัดเจน อย. คงเป้ารายได้ปีนี้โต 10-15% แยมแผนอยู่ระหว่างเจรจา M&A หวังเสริมทัพ

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า ธุรกิจครึ่งปีแรกปี 2564 ต้องยอมรับว่าหลายธุรกิจได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 และส่งผลให้เศรษฐกิจในประเทศชะลอตัว ทำให้หลายธุรกิจต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ โดยเฉพาะธุรกิจอาหาร เครื่องดื่มปรับตัวโดยการจำหน่ายสินค้าเป็นรูปแบบออนไลน์ และเดลิเวอรี ขณะเดียวกันยอดขายของบริษัทยังเติบโตได้ดีในช่องทางออนไลน์ และเดลิเวอรี ทั้งการจำหน่ายสินค้าให้กับ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) หรือ CPALL และร้านค้าอื่นๆที่ไม่ใช่ CPALL

ออนไลน์ขายดี

ขณะที่แนวโน้มธุรกิจ และผลประกอบการครึ่งปีหลังปี 2564 คาดจะเติบโตจากช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และเดลิเวอรี่ โดยเฉพาะการจำหน่ายสินค้า และจัดหาวัตถุดิบใน All Café และการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย คาดจะช่วยกระตุ้นยอดขายในครึ่งปีหลังให้เติบโตเพิ่มขึ้น อีกทั้งบริษัทจะออกผลิตภัณฑ์ ตามฤดูกาล เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้มีความสนใจและซื้อเครื่องดื่มมากขึ้น

ขณะเดียวกันแนวโน้มจำหน่ายคาแรคเตอร์มีอัตราการเติบโตที่ดี ปัจจุบันบริษัทมีใบอนุญาตและเป็นตัวแทนจำหน่ายลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์ใน 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย กัมพูชา เมียนมา ลาว และเวียดนาม

บริษัทอยู่ระหว่างศึกษาแผนออกผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ Health & Wellness เนื่องจากบริษัทมีจุดแข็งในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กับผู้บริโภค ประกอบกับบริษัทมีพันธมิตรแข็งแกร่ง โดยต้นปี 2564 ที่ผ่านมา บริษัทได้ร่วมมือกับ บริษัท ไทยคานาเทค อินโนเวชั่น จำกัด หรือ TCI และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย ซึ่งความร่วมมือครั้งนี้บริษัทจะเข้าไปร่วมตั้งแต่มัธยฐานน้ำถึงปลายน้ำ ปัจจุบันอยู่ระหว่างรอความชัดเจนจากทางคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.)

คงเป่ารายได้โต

บริษัทคงเป้าหมายรายได้ปี 2564 เติบโต 10-15% จากปีก่อนที่ 1.31 พันล้านบาท โดย 3 เดือนแรกของปี 2564 บริษัทมีรายได้แล้วที่ 325.90 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 46.69 ล้านบาท ซึ่งการเติบโตดังกล่าวจะมาจากการจำหน่ายและจัดหาวัตถุดิบเครื่องชงกาแฟให้ All Café และเครื่องดื่มโลกเป็นหลัก ส่วนธุรกิจจำหน่ายคาแรคเตอร์ยังคงเป็นส่วนน้อยของสัดส่วนรายได้ทั้งหมด

นายชัชชวี กล่าวต่อว่า บริษัทอยู่ระหว่างศึกษาแผนควบรวมกิจการ (M&A) เพื่อสร้างฐานธุรกิจของ TACC ให้เติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งอยู่ระหว่างเจรจากับพันธมิตรหลายราย แต่ยังไม่สรุป เนื่องจากแผน M&A ต้องใช้ระยะเวลาศึกษา ดังนั้นบริษัทจึงไม่เร่งรีบตัดสินใจลงทุน M&A

อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญกับธุรกิจปัจจุบัน หรือการจำหน่ายสินค้าในร้านค้าที่เป็นร้านสะดวกซื้อ และร้านอาหารที่เป็นเครือข่ายอาหาร และการจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์สินค้าของบริษัทเอง

*เคาะเป้าหมาย 8.70 บาท

บริษัทหลักทรัพย์ หยวนต้า (ประเทศไทย) จำกัด ระบุว่าราคาหุ้น TACC 51 ล้านบาท เติบโตถึง 9.7% จากปีก่อน แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจาก COVID-19 แต่ด้วยไม่มีการ Lockdown และ Curfew เหมือนไตรมาส 2/2563 และมีช่องทางจำหน่ายใหม่อย่าง Lotus's และยังคงคุม SG&A อย่างดี ช่วยหนุนรายได้ และกำไร ทำให้ไตรมาส 2/2564 ไม่ชะลอตัวอย่างที่ตลาดคาด

คงมุมมองเชิงบวกต่อแนวโน้มผลประกอบการระยะยาวของ TACC โดยคาดว่ากำไรครึ่งปีหลัง 2564 จะเติบโตจาก ครึ่งปีแรก อย่างมีนัยสำคัญ ไม่รวมผล M&A และผลิตภัณฑ์ที่ใกล้จะกลับมาเดินหน้าอีกครั้งหากสถานการณ์ COVID-19 ในประเทศคลี่คลาย คงราคาเป้าหมายที่ 8.70 บาท และคงคำแนะนำ “ซื้อ”

รายงาน : พุฒธิธาดา ศิรินันท์วิทยา

รองบรรณาธิการ : พุฒธิธาดา ศิรินันท์วิทยา



ย้อนกลับ

จาก start date ถึง end date

หุ้น Select... หัวข้อ Select... ค้นหา

ข่าวที่เกี่ยวข้อง