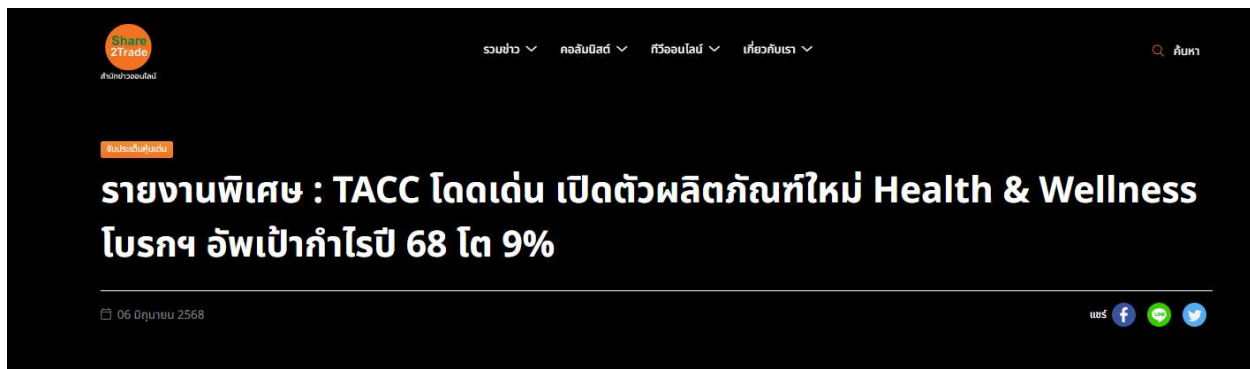




บล.โกลเบล็ก วิเคราะห์ บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) โดยคาดการณ์แนวโน้มกำไร 2Q68 ยังคงมีโอกาสดีขึ้นทั้ง YoY และ QoQ โดยแม้ปกติ เป็น High Season ที่เป็นฤดูร้อน แต่ปีนี้สภาพอากาศร้อนน้อยกว่าปีก่อน รวมทั้งเข้าสู่ช่วงหน้าฝนเร็วกว่าปกติราว 1-2 เดือน แต่คาดยังคงได้อานิสงส์ต่อเนื่องจากกระแสการบริโภคของเครื่องดื่มชาไทยและชาเขียว ประกอบกับเครื่องดื่มโถกเคียน Seasonal อาทิ Drinking Yogurt ที่ได้รับกระแสดีมากในปีก่อนกลับมาจำหน่ายอีกครั้งในช่วงวันที่ 1 พ.ค. - 9 ก.ค.68

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากแผนการขยายสาขาของร้าน 7-Eleven และร้านกาแฟพันธุ์ไทย รวมทั้งฐานใหม่ของการค้าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ปรับดีขึ้น

ดังนั้นเราคงประมาณการรายได้ปี 68 ที่ราว 2,162 ลบ. +11%YoY แต่ปรับประมาณการกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 9% และ 289 ลบ. +17%YoY หลังจากกำไรงวด 1Q68 ดีดต่ำกว่าที่คาด โดยการเติบโตของรายได้มีปัจจัยสนับสนุนจากทั้งกลุ่ม 7-Eleven และ Non 7-Eleven คือ

1) แผนการขยายสาขา 7-Eleven ปีละราว 700 แห่ง

2) แผนขยายสาขาเชิงรุกของร้านกาแฟพันธุ์ไทยอีก 600 แห่งสู่สิ้นปี 68 ที่ 1,947 แห่ง

นอกจากนี้เราปรับลดสมมติฐาน %SG&A/Sales สู่ 16.3% จากเดิม 17.5% จากการควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งไม่มีค่าใช้จ่ายจากบริษัทย่อยที่ปิดดำเนินการไปแล้ว จึงคงคำแนะนำ “ซื้อ” และประเมินราคาเหมาะสม TACC ปี 68 ที่ราว 6.05 บาท โดยอิง Prospective PER ที่ 12.7x ณ ระดับ -0.5SD ของค่าเฉลี่ยย้อนหลัง 5 ปี ประกอบกับประมาณกำไรต่อหุ้นปี 68 ราว 0.48 บาท คำนวณเป็นราคาเหมาะสมที่ 6.05 บาท มี Upside 33% และจ่ายปันผลในอัตรา 9-10% ต่อปี จึงคงคำแนะนำ “ซื้อ”

ขณะเดียวกันบริษัทยังเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเติบโตของรายได้ โดย “ซัชชวี วัฒนสุข” ประธานกรรมการบริหาร TACC ระบุว่า บริษัทฯได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่ม Health & Wellness ภายใต้แบรนด์ของบริษัทเอง ชื่อ “HAY Jelly” (เฮย์เจลลี่) ขนม Gen ใหม่ที่รวมของดีไว้ในคำเดียว

HAY Jelly อร่อยเต็ม MAX ได้ประโยชน์เต็มๆ ทั้งเจลลี่บุก เมล็ดเจีย วิตามิน และน้ำองุ่นขาวเข้มข้น กินได้ทุกวันแบบไม่รู้สึกลด มีทั้งหมด 2 รสชาติ ได้แก่ กลิ่นสตรอว์เบอร์รี่ - วิตามิน A ช่วยบำรุงสายตา และกลิ่นพีช - วิตามิน B6 B7 ช่วยระบบการทำงานของระบบประสาทและเผาผลาญ พร้อมให้ “เคี้ยวเฮ” ได้แล้วที่ 7-Eleven ทุกสาขา

"การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่นี้แสดงให้เห็นถึงการขยายตลาดของ TACC ไปสู่กลุ่มสินค้า Health & Wellness อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังได้รับความนิยมและมีศักยภาพในการเติบโต ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง ผลักดันแนวโน้มรายได้ในปีนี้อัตรา 10% และ 2 พันล้านบาท ตามแผนงานที่วางไว้"

โดยตั้งแต่ต้นปี 2568 บริษัทฯได้มีการเปิดตัวเครื่องดื่มรสชาติใหม่ๆ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจรูปแบบ B2B หลายราย เช่น กลุ่ม 7-Eleven ได้ส่งเครื่องดื่มรสชาติใหม่ 2 รายการได้แก่ ชาเขียวมะลิ และน้ำผึ้งมะนาว และช่วงต้นเดือน พ.ค.ได้ส่งเครื่องดื่มใหม่ คือ เครื่องดื่มรสโยเกิร์ต ส่วนเครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ในมุม All Cafe ได้ร่วมกันเน้นโปรโมชัน และเพิ่มช่องทางการขายผ่านบริการเดลิเวอรี่มากขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขาย

[TACC](#)