

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

CEO

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

CFO

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

IRO

คุณปริญพร ฤกษ์สมบูรณ์
ผู้จัดการนักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2717-2898#77
ir@tacconsumer.com

Company Background

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ (B2B) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโตกด์ที่เป็นรสชาติหลัก เช่น กาแฟเย็นและชาวม จำหน่ายใน 7-Eleven ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองจำหน่ายให้ร้าน All Cafe และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล เครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้สินค้าของบริษัท (B2C) ได้แก่ ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา "เซนยา" เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา "ณ อรุณ", ตรา "สวีตส์", เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's, ตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licencor) , คาแรคเตอร์หมาจ๋า, คาแรคเตอร์ art story และธุรกิจกาแฟ

Key Development of Company

ปี 2563 วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโตกด์ ชาเย็น ออริจินอล และ แพลซัน ฟรุ๊ตที่ ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายเครื่องดื่ม Fruit Tea, ชาดำน้ำผึ้ง และส้มเขียวหวานผสมเสาวรส ในมุม All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายโฮโลเวรา ก๊อปปิง สามารถทานได้กับเครื่องดื่มทุกเมนู ในมุม All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven

ปี 2562 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มได้ขยายตัวเข้าสู่ Cafe Business ได้แก่ ร้านกาแฟवलชน ร้านอาหารไทย คาเฟ่ ร้านจิ้งเกิ้ล คาเฟ่ ร้านซีพี เฟรชมาร์เก็ต และร้านแบล็คแคนยอน

บริษัทฯได้เป็นตัวแทนจำหน่ายลิขสิทธิ์การ์ตูนชื่อดังทางออนไลน์ของไทย คือ หมาจ๋า ครอบคลุม 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม และยังมีคาแรคเตอร์ Art Story ของกลุ่มเด็กพิเศษ ซึ่งถือเป็นโครงการ CSR ของบริษัทฯ

Revenue Structure

หน่วยนับ : 30 ปี

(Unit : MB)

	6M/2020	%	6M/2019	%	2019	%	2018	%
รายได้จากขาย	649.60	99.44	755.35	99.53	1,520.27	99.37	1,089.60	99.54
-B2B	613.72	93.95	650.32	85.69	1,358.67	88.81	1,143.22	88.24
-B2C	35.88	5.49	105.03	13.84	161.60	10.56	146.38	11.30
รายได้อื่น	3.67	0.56	3.54	0.47	9.61	0.63	5.99	0.46
รายได้รวม	653.27	100.00	758.89	100.00	1,529.88	100.00	1,295.58	100.00

CG Report Score : 

THSI List : -

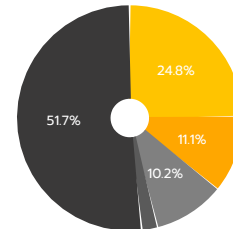
Stock Data (27/08/2020)

	YTD	2019	2018
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)	3,952.00	2,663.04	1,532.16
Price (B./share)	6.50	4.38	2.52
EPS (B)	0.15	0.27	0.11

Statistics (27/08/2020)

	P/E	P/BV	Div.Yield
TACC (x)	22.39	5.62	3.69
AGRO - mai (x)	45.83	2.71	2.64
AGRO - SET (x)	23.01	2.00	2.41
mai (x)	33.26	1.61	2.80
SET (x)	22.05	1.50	3.80

Shareholder Structure (27/08/2020)



- นายชัชวี วัฒนสุข (24.8%)
- บจ. ไทยเอ็นวีดีอาร์ (11.1%)
- นายอนุสรณ์ เกียรติโพลล์ (10.2%)
- นายณวัฒน์ พิริยะพันธุ์ (2.3%)
- รวยย่อย (51.7%)

Financial Ratios

	6M/2020	6M/2019	2019	2018
ROE (%)	25.54	16.18	10.76	10.34
ROA (%)	22.97	15.39	7.46	9.70
D/E (x)	0.39	0.42	0.46	0.46
GP Margin (%)	33.89	30.40	30.71	28.76
EBIT Margin (%)	17.26	12.40	13.35	7.15
NP Margin (%)	13.84	10.02	10.59	5.28

Business Plan

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

Investment Highlight

- ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาด เครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) กับ CPALL เข้าสู่ปีที่ 18 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 93.95 ของรายได้จากการขายรวม ณ ไตรมาสที่ 2/2563 ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายดังกล่าว หรือลูกค้ารายดังกล่าวลดปริมาณการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ด้วยการดำเนินงานภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในโถงดื่ม เพื่อจำหน่ายให้กับร้านอาหารที่เป็นธุรกิจเครื่องดื่มอาหารต่างๆ และมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านตราสินค้าของบริษัทฯ ให้มากขึ้น

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM)

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

Awards and Recognition

ปี 2563	ติดอันดับ 1 ใน 19 บริษัทไทยใน Asia's 200 Best Under A Billion 2020 คือ บริษัทมหาชนรายได้ต่ำกว่าพันล้านที่ดีที่สุดเอเชียประจำปี 2020
	ได้รับรางวัล Superior Taste Award จาก International Taste Institute จากประเทศเบลเยียม
	ถูกจัดอันดับใน ESG 100 ปี 2563 จากสถาบันไทยพัฒน์ คือ บริษัทที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
ปี 2562	ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมและรางวัลดีเด่น ประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ ประจำปี 2562 จากงาน SET AWARDS 2019
	ผลคะแนนประเมินคุณภาพการจัดการประชุมผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) 99 จาก 100 คะแนน
	ได้รับคะแนนการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) ปี 2562 อยู่ในระดับดีมาก

Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2020	6M/2019	2019	2018
Current Liabilities	236.51	272.53	310.20	288.34
Non-Current Liabilities	36.39	12.36	20.11	16.04
Shareholders' Equity	703.76	678.45	698.47	657.14

Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม