

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

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

CFO

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

IRO

คุณปริญญพร ฤกษ์สมบุญ
ผู้จัดการนักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2717-2898#77
ir@tacconsumer.com

CG Report Score :

THSI List : -

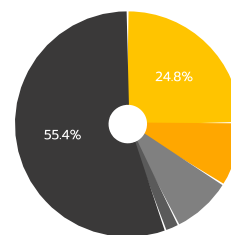
Stock Data (25/05/2021)

	YTD	2020	2019
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)	4,256.00	3,708.80	2,663.04
Price (B./share)	7.00	6.10	4.38
EPS (B)	0.08	0.31	0.27

Statistics (25/05/2021)

	P/E	P/BV	Div.Yield
TACC (x)	22.12	5.53	4.29
AGRO - mai (x)	69.80	3.79	1.93
AGRO - SET (x)	25.60	2.04	2.58
mai (x)	58.94	2.45	1.76
SET (x)	30.00	1.72	2.33

Shareholder Structure (08/03/2021)



นายชัชวีร์ วัฒนสุข (24.8%)	บจ. ไทยเอ็นวีดีอาร์ (9.2%)
นายภูธรณ เกียรติไพฑูริย์ (8.6%)	นายชนะพันธุ์ พิริยะพันธุ์ (2.0%)
รายย่อย (55.4%)	

Financial Ratios

	3M/2021	3M/2020	2020	2019
ROE (%)	27.00	25.44	26.07	10.76
ROA (%)	22.40	21.02	23.32	7.46
D/E (x)	0.37	0.68	0.40	0.46
GP Margin (%)	35.90	33.57	33.87	30.71
EBIT Margin (%)	18.17	16.28	17.89	13.35
NP Margin (%)	14.33	12.95	14.29	10.59

Company Background

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

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

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

Key Development of Company

- ปี 2564 วางจำหน่ายเครื่องดื่มในโตกด์ ลินี่ เบอร์รี่ ทวีสต์ และสละเบอร์รี่ ที่ร้าน 7-Eleven
วางจำหน่ายเครื่องดื่ม พิชเชอร์ บลอสซัม และเมล่อน มีลกี ในเมนู All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven
ธุรกิจคาแรคเตอร์เปิดตัวคาแรคเตอร์ใหม่จากไทย คือ Jay The Rabbit
- ปี 2563 วางจำหน่ายเครื่องดื่มในโตกด์ มัททะเลาเต้ ที่ร้าน 7-Eleven
วางจำหน่ายเครื่องดื่ม ชาดำน้ำผึ้ง และโฮจิบะ ในเมนู All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven
วางจำหน่ายไอเวร่า ท็อปปีง ทานได้กับเครื่องดื่มทุกเมนู ในเมนู All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven

Revenue Structure

สามปีถึง : 31 มี.ค.

(Unit : MB)

	3M/2021	%	3M/2020	%	2020	%	2019	%
รายได้จากการขาย	325.25	98.99	328.16	98.20	1,314.74	99.85	1,520.27	99.37
-B2B	315.71	96.09	306.72	91.78	1,248.84	94.84	1,358.67	88.81
-B2C	9.54	2.90	21.44	6.42	65.90	5.00	161.60	10.56
รายได้อื่น	3.33	1.01	6.00	1.80	2.00	0.15	9.61	0.63
รายได้รวม	328.58	100.00	334.16	100.00	1,316.74	100.00	1,529.88	100.00

Business Plan

- เติบโตควบคู่ไปกับคู่ค้าหลัก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืน และความเป็นส่วนส่วนทางธุรกิจต่อกัน
- มุ่งมั่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ
- สร้างช่องทางทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
- เพิ่มยอดขายสำหรับตลาดต่างประเทศและในประเทศ โดยการรักษามาตรฐานลูกค้าปัจจุบันและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

Investment Highlight

- ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาด เครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างต้องแก่ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) กับ CPALL เข้าสูปีที่ 19 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 96 ของรายได้จากการขายรวม ณ ไตรมาส 1/2564 ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายดังกล่าว หรือลูกค้ารายดังกล่าวลดปริมาณการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ด้วยการดำเนินงานภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในโตกด์ เพื่อจำหน่ายให้กับร้านอาหารที่เป็นธุรกิจเครือข่ายอาหารต่างๆ และมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านตราสินค้าของบริษัทฯ ให้มากขึ้น

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM)

จากการที่บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัทผู้รับจ้างผลิตภายนอกเป็นหลักในการผลิตสินค้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยง หากผู้รับจ้างผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพและมาตรฐานที่กำหนด หรือไม่สามารถส่งมอบสินค้าในปริมาณและเวลาที่กำหนด โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตหลัก จำนวน 7 ราย บริษัทฯ ได้มีการกระจายความเสี่ยงไปให้โรงงานอื่นๆ และกำหนดผู้รับจ้างผลิตภายนอกที่สำคัญ โดยจัดทำเป็นหนังสือความร่วมมือระหว่างกัน

Awards and Recognition

ปี 2564 เครื่องดื่มในร้าน 7-Eleven ประกอบด้วย เครื่องดื่มเย็นในโตกด์ คือ กาแฟลาเต้ และเครื่องดื่ม All Cafe คือ ชาเขียวมัทฉะ ได้รับรางวัล Superior Taste Award จาก International Taste Institute ประเทศเบลเยียม

ปี 2563 TACC สาขาโรงงานบ้านบึง ได้รับการรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยอาหาร FSSC 22000 (Food Safety System Certification), มาตรฐาน ISO 22000: 2018, HACCP Codex และ GMP Codex

ได้รับคะแนนการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) ปี 2563 อยู่ในระดับดีเลิศ (5 ดาว) และติด Top Quartile 1,000 – 2,999 MB. Market Cap. จากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

ได้รับรางวัลรางวัลดีเด่น ประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ ประจำปี 2563 จากงาน SET AWARDS 2020

ผลคะแนนประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) 100 คะแนน

มีตยสาร Forbes ได้ประกาศรายชื่อ Asia's 200 Best Under A Billion 2020 ซึ่ง TACC เป็น 1 ใน 19 บริษัทที่เป็นตัวแทนจากไทยที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชีย

เครื่องดื่มในร้าน 7-Eleven ประกอบด้วย เครื่องดื่มเย็นในโตกด์ คือ กาแฟลาเต้ และชาไทย และเครื่องดื่ม All Cafe คือ ชาเมานา ได้รับรางวัล Superior Taste Award จาก International Taste Institute ประเทศเบลเยียม

Capital Structure

(Unit : MB)

	3M/2021	3M/2020	2020	2019
Current Liabilities	250.97	409.09	254.52	310.20
Non-Current Liabilities	34.17	36.31	34.30	20.11
Shareholders' Equity	769.38	655.99	722.69	698.47

Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

Company Image



Disclaimer : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทต่อผู้ลงทุนเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชักชวนหรือจูงใจให้ซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ซึ่งผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจในการนำข้อมูลมาใช้ตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ โดยบริษัทจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่รายงาน 56-1 รายงานประจำปี หรือสารสนเทศที่บริษัทได้แจ้งผ่านสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงข้อมูลในเอกสารฉบับนี้โดยมิต้องแจ้งให้ผู้ลงทุนทราบล่วงหน้า รวมทั้งทำมิให้ผิดนำเอกสารหรือข้อมูลในเอกสารดังกล่าวไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนในทำนองหรือบางส่วนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัท