

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

CG Report Score :

THSI List : -

CEO

คุณชัชวีร์ 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

Stock Data

(16/11/2020)

	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)	3,921.60	2,663.04	1,532.16
Price (B./share)	6.45	4.38	2.52
EPS (B)	0.23	0.27	0.11

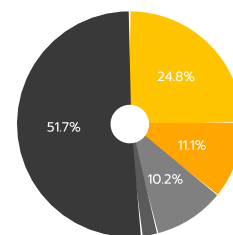
Statistics

(16/11/2020)

	P/E	P/BV	Div.Yield
TACC (x)	2157	5.84	3.72
AGRO - mai (x)	37.58	2.72	2.61
AGRO - SET (x)	24.79	1.91	2.48
mai (x)	62.56	1.70	2.62
SET (x)	26.07	1.52	3.69

Shareholder Structure

(16/11/2020)



- นายชัชวีร์ วัฒนสุข (24.8%)
- บจ. ไทยเอ็นวีดีอาร์ (11.1%)
- นายภูธรธรรม เกียรติไพฑูริย์ (10.2%)
- นายชนะพันธุ์ พิริยะพันธุ์ (2.3%)
- รายย่อย (51.7%)

Financial Ratios

	9M/2020	9M/2019	2019	2018
ROE (%)	27.08	23.15	10.76	10.34
ROA (%)	23.48	15.66	7.46	9.70
D/E (x)	0.45	0.50	0.46	0.46
GP Margin (%)	33.30	30.66	30.71	28.76
EBIT Margin (%)	17.09	13.04	13.35	7.15
NP Margin (%)	13.70	10.39	10.59	5.28

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 "เซนยา" เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา "ณ อรุณ", ตรา "สวีสด", เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's, ตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิบัตรการ์ตูนคาแรคเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licencor) , คาแรคเตอร์หมาจ๋า, คาแรคเตอร์ art story และธุรกิจกาแฟ

Key Development of Company

ปี 2563 วางจำหน่ายเครื่องดื่มในโตกด์ มัทละลาเต้ ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายเครื่องดื่ม ชาดำน้ำผึ้ง ส้มเขียวหวานผสมเสาวรส และโฮจิละ ในมุม All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายอโลเวร่า ท็อปปีง สามารถทานได้กับเครื่องดื่มทุกเมนู ในมุม All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven

ปี 2562 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มได้ขยายตัวเข้าสู่ Cafe Business ได้แก่ ร้านกาแฟवलชน ร้านอาราบีเทีย ร้านกาแฟ ร้านจังกี้ล ร้านกาแฟ ร้านซีพี เฟรชมาร์ก และร้านแบล็คแคนยอน

บริษัทฯ ได้เป็นตัวแทนจำหน่ายสิทธิบัตรการ์ตูนชื่อดังทางออนไลน์ของไทย คือ หมาจ๋าครอบคลุม 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม และยังมีคาแรคเตอร์ Art Story ของกลุ่มเด็กพิเศษ ซึ่งถือเป็นโครงการ CSR ของบริษัทฯ

Revenue Structure

(Unit : MB)

ส่วนประกอบ : 30 ก.ย.

	9M/2020	%	9M/2019	%	2019	%	2018	%
รายได้จากขาย	994.75	99.40	1,122.99	99.41	1,520.27	99.37	1,289.60	99.54
-B2B	942.75	94.20	965.65	85.48	1,358.67	88.81	1,143.22	88.24
-B2C	52.00	5.20	157.34	13.93	161.60	10.56	146.38	11.30
รายได้อื่น	6.03	0.60	6.68	0.59	9.61	0.63	5.99	0.46
รายได้รวม	1,000.78	100.00	1,129.67	100.00	1,529.88	100.00	1,295.58	100.00

Business Plan

- เติบโตควบคู่ไปกับคู่ค้าหลัก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืน และความเป็นส่วนหนึ่งทางธุรกิจต่อกัน
- มุ่งมั่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ
- สร้างช่องทางทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
- เพิ่มยอดขายสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยการรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น
- รักษาฐานผู้บริโภคในตลาดเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มในประเทศกับพูชา

Investment Highlight

- ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาด เครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง 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 94.20 ของรายได้จากการขายรวม ณ ไตรมาสที่ 3/2563 ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายดังกล่าว หรือลูกค้ารายดังกล่าวลดปริมาณการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ด้วยการดำเนินงานภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในโกดก เพื่อจำหน่ายให้กับร้านอาหารที่เป็นธุรกิจเครือข่ายอาหารต่างๆ 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 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

ติดอันดับ 1 ใน 19 บริษัทไทยใน Asia's 200 Best Under A Billion 2020 คือ บริษัทมหาชนรายได้ต่ำกว่าพันล้านที่ดีที่สุดในเอเชียประจำปี 2020 จาก Forbes

เครื่องดื่มกาแฟลาเต้ ชาไทย และชามะนาว ได้รับรางวัล Superior Taste Award จาก International Taste Institute จากประเทศเบลเยียม

ถูกจัดอันดับใน ESG 100 ปี 2563 จากสถาบันไทยพัฒน์ คือ บริษัทที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

Capital Structure

(Unit : MB)

	9M/2020	9M/2019	2019	2018
Current Liabilities	262.25	313.33	310.20	288.34
Non-Current Liabilities	37.18	12.90	20.11	16.04
Shareholders' Equity	671.44	659.01	698.47	657.14

Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

Company Image

