

TACC

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)
T.A.C. CONSUMER PUBLIC COMPANY LIMITED

สำนักงานใหญ่ : 9/231-233 อาคารยูเอ็มทาวเวอร์ ชั้น 23 ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กทม. 10250

ติดต่อ : 0-2717-2898

Website : www.tacconsumer.com

CG Report Score :

THSI List : -

MD

คุณชนิต สุวรรณพรินทร์
กรรมการผู้จัดการTel : 0-2717-2898
chanit@tacconsumer.com

CFO

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

IRO

คุณปติยพร ฤกษ์สมบูรณ์
นักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2717-2898#77
ir@tacconsumer.com

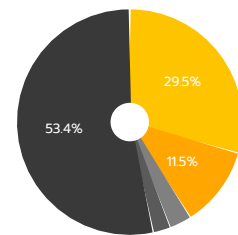
Stock Data (23/11/2017)

	YTD	2016	2015
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)	3,739.20	5,745.60	3,027.84
Price (B./share)	6.15	9.45	4.98
EPS (B.)	0.13	0.17	0.21

Statistics (23/11/2017)

	P/E	P/BV	Div.Yield
TACC (x)	34.71	5.92	2.28
AGRO - mai (x)	-	3.59	0.69
AGRO - SET (x)	24.81	2.44	2.25
mai (x)	123.26	2.83	1.42
SET (x)	18.38	2.03	2.81

Shareholder Structure (23/11/2017)



นายชิงขวัญ วัฒนสุข (29.5%)	นายบุญสม เทียนดีไพฑูริย์ (11.5%)
บจก.ไทยประกันชีวิต (3.2%)	คุณชนิต สุวรรณพรินทร์ (2.5%)
รายย่อย (53.4%)	

Company Background

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชาและกาแฟ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ (B2B) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโถกตที่เป็นรสชาติหลัก เช่น กาแฟเย็นและชาวม จำหน่ายในร้าน 7-Eleven, ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองจำหน่ายให้กับร้าน All Cafe, ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล เครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ, โถน้ำ "อะ สโมลลี" และสินค้าแคเรียเตอร์
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (B2C) ได้แก่ ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา "เซนย่า", กาแฟปรุงสำเร็จ ตรา "วีสลิม", เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา "ณ อรุณ" ตรา "สวีสวี", เครื่องดื่มชูกำลัง ตรา "จิมพีสตาร์ก" และเครื่องดื่มมีอ็อกเทล ตรา "เซนย่า"

Key Development of Company

ปี 2560 วางจำหน่าย สโนว์ไว้ โดนักทวิสตี สโตร์ญี่ปุ่น ยี่ห้อ "อะ สโมลลี" และ ณ ไตรมาสที่ 3/2560 ติดตั้งเครื่อง Hot Beverage Dispenser คสว 542 เครื่อง

เปิดตัวเครื่องดื่มชูกำลัง ยี่ห้อ "Jump Start" วางจำหน่ายในประเทศกัมพูชาและวางจำหน่าย โดนัก "อะโมลลี" รสชาติใหม่ คือ รสช็อกโกแลต

วางจำหน่ายเครื่องดื่ม "มะม่วง โยเกิร์ตปั่น" และเครื่องดื่ม "แอปเปิ้ลโยเกิร์ตปั่น" ใน All Cafe มุมกาแฟสดของร้าน 7-Eleven

ปี 2559 ได้รับสิทธิในการผลิตและจำหน่ายสินค้าแคเรียเตอร์ โดยใช้ตัวการ์ตูน Sanrio ผ่านร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven

ขยายเข้าสู่ธุรกิจข้างเคียงธุรกิจหลัก (ชาและกาแฟ) คือ ธุรกิจเบเกอรี่ในกลุ่มสินค้าประเภท โดนักสโตร์ญี่ปุ่น รสออริจินอล ยี่ห้อ "อะ สโมลลี"

Revenue Structure

สามปี : 30 ก.ย.

(Unit : MB)

	9M/2017	%	9M/2016	%	2016	%	2015	%
1. รายได้จากการขาย	921.37	99.28	870.81	99.43	1,177.02	99.42	1,004.44	99.81
-B2B	840.49	90.56	742.82	84.82	1,007.54	85.10	841.86	83.65
-B2C	80.88	8.72	127.99	14.61	169.48	14.32	162.58	16.16
2. รายได้อื่น	6.68	0.72	4.98	0.57	6.92	0.58	1.92	0.19
รายได้รวม	928.05	100.00	875.79	100.00	1,183.94	100.00	1,006.36	100.00

Financial Ratios

	9M/2017	9M/2016	2016	2015
ROE (%)	17.11	22.90	16.02	19.37
ROA (%)	15.24	18.47	14.66	16.07
D/E (x)	0.41	0.39	0.42	0.31
GP Margin (%)	31.20	30.74	30.35	30.66
EBIT Margin (%)	10.69	10.59	10.78	8.70
NP Margin (%)	8.52	8.36	8.60	6.75

Business Plan

1. เติบโตควบคู่ไปกับคู่ค้าหลัก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืน และความเป็นส่วนส่วนทางธุรกิจต่อกัน
2. มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ
3. สร้างช่องทางทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
4. เพิ่มยอดขายสำหรับตลาดต่างประเทศโดยการรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น
5. รักษาความเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มในประเทศกัมพูชา

Investment Highlight

1. ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาด เครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถกำหนด กลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) กับ CPALL เข้าสูปีที่ 15 รวมถึงมีการจัดทำสัญญาซื้อขาย เป็นลายลักษณ์อักษร (Exclusive Contract) ถือเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ถึงความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้ามีให้กับบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทฯ
3. ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับคู่ค้าในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) อย่างใกล้ชิดและจริงจัง เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเติบโตไปพร้อมๆ กัน
4. โอกาสในการเติบโตจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การที่บริษัทฯ ถือเป็นธุรกิจ SME ที่มีข้อจำกัดด้านแหล่งเงินทุน ทำให้ผู้บริหารของบริษัทฯ ต้องทำการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันรอบด้านอย่างรอบคอบเพื่อมองหาโอกาส ช่องว่างทางธุรกิจ จึงทำให้บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง

Risk Factor

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าให้กับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90.56 ของรายได้รวม ณ ไตรมาส 3 ปี 2560 ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายดังกล่าว หรือลดปริมาณการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ด้วยการดำเนินงานภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในโถก เพื่อจำหน่ายให้กับร้านอาหารที่เป็นธุรกิจเครือข่ายอาหารต่างๆ และมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านตราสินค้าของบริษัทฯ ให้มากขึ้น

โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายในปี 2563 คือ มีแผนจะเพิ่มสัดส่วนของรายได้จากการขายในกลุ่ม B2B และ B2C เป็น 65:35 โดยกลุ่ม B2C จะเน้นในส่วนของประเทศมากขึ้น เสริมสร้างฐานของกลุ่มประเทศเดิม และขยายไปยังประเทศอื่นมากขึ้น และกลุ่ม B2B ก็จะมีการขยายตัวในส่วนที่นอกเหนือจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงที่พึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ โดยตั้งเป้า ปี 2563 ว่าความเสี่ยงดังกล่าวจะอยู่ในระดับปานกลาง

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM)

จากการที่บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัทผู้รับจ้างผลิตภายนอกเป็นหลักในการผลิตสินค้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยง หากผู้รับจ้างผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพและมาตรฐานที่กำหนด หรือไม่สามารส่งมอบสินค้าในปริมาณและเวลาตามที่กำหนด โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตหลัก จำนวน 6 ราย บริษัทฯ ได้มีการกระจายความเสี่ยงไปให้โรงงานอื่นๆ

Awards and Recognition

ปี 2560 ได้รับรางวัลดีเด่น ประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ ประจำปี 2560 จากงาน SET AWARDS 2017

ได้รับรางวัล Total Innovation Management 2017 จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ร่วมกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

ถูกจัดลำดับใน ESG 100 จากสถาบันไทยพัฒน์ คือ บริษัทที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

ผลคะแนนประเมินคุณภาพการ จัดประชุมผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) 98 จาก 100 คะแนน

ได้รับรางวัล "SME ยั่งยืน" โดย CPALL ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม

Capital Structure

(Unit : MB)

	9M/2017	9M/2016	2016	2015
Current Liabilities	240.68	230.57	265.05	177.70
Non-Current Liabilities	15.20	13.38	13.11	13.97
Shareholders' Equity	631.79	627.43	656.07	615.04

Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

Company Image

