

Market : mai

AGRO : เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

Company Snapshot: 6M/2019

Updated at August 2019

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

คุณชัยวี วัฒนสุข
ประธานกรรมการบริหาร

Tel : 0-2717-2898
cv@tacconsumer.com

CFO

คุณปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์
ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายบัญชีและการเงิน

Tel : 0-2717-2898#27
parichat@tacconsumer.com

IRO

คุณปัญญพร ฤกษ์สมบูรณ์
นักลงทุนสัมพันธ์

Tel : 0-2717-2898#77
ir@tacconsumer.com

CG Report Score :

THSI List : -

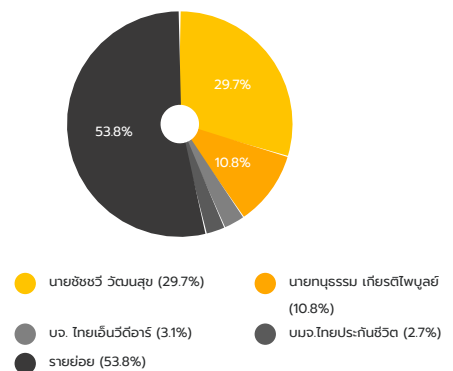
Stock Data (28/08/2019)

	YTD	2018	2017
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.)	2,821.12	1,532.16	3,192.00
Price (B./share)	4.64	2.52	5.25
EPS (B.)	0.13	0.11	0.18

Statistics (28/08/2019)

	P/E	P/BV	Div.Yield
TACC (x)	26.25	4.16	2.80
AGRO - mai (x)	163.34	2.96	3.25
AGRO - SET (x)	24.19	2.11	2.28
mai (x)	40.03	1.70	2.75
SET (x)	18.35	1.80	3.15

Shareholder Structure (28/08/2019)



Financial Ratios

	6M/2019	6M/2018	2018	2017
ROE (%)	16.18	14.07	10.34	17.03
ROA (%)	15.39	12.96	9.70	14.91
D/E (x)	0.42	0.33	0.46	0.42
GP Margin (%)	30.40	27.63	28.76	30.22
EBIT Margin (%)	12.40	7.55	7.15	10.88
NP Margin (%)	10.02	6.04	5.28	8.72

Company Background

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ (B2B) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโตกด์ที่เป็นรสชาติหลัก เช่น กาแฟเย็นและชาวม จำหน่ายใน 7-Eleven ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองจำหน่ายให้ร้าน All Cafe และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล เครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้สินค้าของบริษัท (B2C) ได้แก่ ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา "เซนย่า" เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา "ณ อรุณ", ตรา "สวัสดี" โดนัก "อะ สโมลล์" และเป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licensor)

Key Development of Company

ปี 2562	วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโตกด์ คือ เครื่องดื่มเมลอนลาเต้ ที่ร้าน 7-Eleven
	วางจำหน่ายเครื่องดื่ม "ชาวมบุก" และ "บลูบลินจี" ในเมนู All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven
	เครื่องดื่มช็อกโกแลต Hershey's ในโตกด์ ได้วางขายตลอดทั้งปี เฉพาะสาขาที่มีจำหน่ายที่ร้าน 7-Eleven และเป็นตัวแทนจำหน่ายในกลุ่ม CP Group กลุ่ม HORECA และกลุ่ม QSR
	เริ่มกลับเข้าไปจำหน่ายชาเขียวพร้อมดื่ม "Zenya" ที่ประเทศกัมพูชาอีกครั้ง โดยทำการปรับสูตรใหม่ใส่ Cooling Agent เพื่อเพิ่มความเย็นสดชื่น
	เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ของ San-X Co., Ltd. (Licensor) เช่น Rilakkuma, Sumikko Gurashi, Mamegoma เป็นต้น ลูกค้าที่ใช้คาแรคเตอร์ ได้แก่ MAJOR, 7-Eleven, Tesco Lotus express และ NIVEA เป็นต้น

Revenue Structure

รอบบัญชี : 30 ปี.ย.

(Unit : MB.)

	6M/2019	%	6M/2018	%	2018	%	2017	%
รายได้จากการขาย	755.35	99.53	606.57	99.13	1,289.60	99.54	1,281.70	99.40
-B2B	650.32	85.69	558.85	91.33	1,143.22	88.24	1,152.01	89.34
-B2C	105.03	13.84	47.72	7.80	146.38	11.30	129.69	10.06
รายได้อื่น	3.54	0.47	5.30	0.87	5.99	0.46	7.79	0.60
รายได้รวม	758.89	100.00	611.87	100.00	1,295.58	100.00	1,289.49	100.00

Business Plan

1. เติบโตควบคู่ไปกับคู่ค้าหลัก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้หลักคิดของการเติบโตอย่างยั่งยืน และความเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจต่อกัน
2. มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ
3. สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
4. เพิ่มยอดขายสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยการรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น
5. รักษาฐานผู้บริโภคในตลาดเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มในประเทศกัมพูชา

Investment Highlight

1. ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาด เครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถกำหนด กลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) กับ CPALL เข้าสู่ปีที่ 16 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 85.69 ของรายได้รวม ณ 6 เดือนแรกของปี 2562 ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายดังกล่าว หรือลูกค้ารายดังกล่าวลดปริมาณการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ด้วยการดำเนินงานภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในโถกถ เพื่อจำหน่ายให้กับร้านอาหารที่เป็นธุรกิจเครือข่ายอาหารต่างๆ และมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านตราสินค้าของบริษัทฯ ให้มากขึ้น

โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายในปี 2563 คือ มีแผนจะเพิ่มสัดส่วนของรายได้จากการขายในกลุ่ม B2B และ B2C เป็น 70:30 โดยกลุ่ม B2C จะเน้นในส่วนของประเทศมากขึ้น เสริมสร้างฐานของกลุ่มประเทศเดิม เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงที่พึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ โดยตั้งเป้าปี 2563 ว่าความเสี่ยงดังกล่าวจะอยู่ในระดับปานกลาง

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตภายนอก (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM)

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

Awards and Recognition

ปี 2562	ผลคะแนนประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) 99 จาก 100 คะแนน
ปี 2561	ได้รับคะแนนการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) ปี 2561 อยู่ในระดับดีมาก
	ได้รับรางวัลดีเด่น ประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ ประจำปี 2561 จากงาน SET AWARDS 2018 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน
	ถูกจัดอันดับใน ESG 100 จากสถาบันไทยพัฒน์ คือ บริษัทที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล โดยถูกจัดอันดับต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน

Capital Structure	(Unit : MB)			
	6M/2019	6M/2018	2018	2017
Current Liabilities	272.53	197.66	288.34	264.64
Non-Current Liabilities	12.36	15.65	16.04	17.89
Shareholders' Equity	678.45	650.02	657.14	665.18

Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

Company Image

