

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](http://www.tacconsumer.com)

## MD

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

## CFO

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

## IRO

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

CG Report Score :

THSI List : -

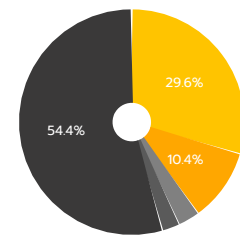
## Stock Data

	YTD	2017	2016
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.)	2,432.00	3,192.00	5,745.00
Price (B./share)	4.00	5.25	9.45
EPS (B.)	0.06	0.18	0.17

## Statistics (16/08/2018)

	P/E	P/BV	Div.Yield
TACC (x)	26.30	3.74	4.50
AGRO - mai (x)	-	2.78	1.99
AGRO - SET (x)	19.99	1.95	2.62
mai (x)	66.21	2.14	1.83
SET (x)	16.70	1.92	3.00

## Shareholder Structure (16/08/2018)



● นายชิงขวัญ วัฒนสุข (29.6%)	● นายบุญสม เทียมศิริไพฑูริย์ (10.4%)
● บมจ.ไทยประกันชีวิต (3.1%)	● นายชนะพันธ์ พิริยะพันธุ์ (2.5%)
● รายย่อย (54.4%)	

## Financial Ratios

	6M/2018	6M/2017	2017	2016
ROE (%)	14.07	16.51	17.03	16.02
ROA (%)	12.96	15.12	14.91	14.66
D/E (x)	0.33	0.37	0.42	0.42
GP Margin (%)	27.63	31.88	30.22	30.35
EBIT Margin (%)	7.55	11.55	10.88	10.78
NP Margin (%)	6.04	9.21	8.72	8.60

## Company Background

ประกอบธุรกิจจัดหา ผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ และสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนากับพันธมิตรทางธุรกิจ (B2B) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในโตกด์ที่เป็นรสชาติหลัก เช่น กาแฟเย็นและชาวม จำหน่ายในร้าน 7-Eleven, ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองจำหน่ายให้ร้าน All Cafe, ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ร่วมพัฒนาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราวหรือตามฤดูกาล เครื่องดื่มร้อนแบบอัตโนมัติ และโดนัท "อะ สโมลล์"
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายใต้สินค้าของบริษัท (B2C) ได้แก่ ชาเขียวพร้อมดื่ม ตรา "เซนยา", เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง ตรา "ณ อรุณ" ตรา "สวีสวี" และตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ของบริษัท San-X (Licensor)

## Key Development of Company

ปี 2561 วางจำหน่ายผงชงสโม่เบส สำหรับใส่เครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผงพร้อมซองรสชาติต่างๆ เช่น ชามะนาว ชีส, ชาวม ชีส และชาเขียวนมมีทล: ชีส ในมุกกาแฟสด All Cafe ที่ร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายเครื่องดื่ม "ลีนจี้ โรส โยเกิร์ตปั่น" ใน All Cafe มุกกาแฟสดของร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายเครื่องดื่มเย็นในโตกด์ คือ เครื่องดื่มลีนจี้เบอร์รี่รสดี ในร้าน 7-Eleven

วางจำหน่ายโดนัทสโม่ปั่น คือ สโนว์วี โดนัททวิสท์ รสสตอเบอร์รี่ ยี่ห้อ "อะ สโมลล์" ในราคาขายชิ้นละ 15 บาท

เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ของบริษัท San-X (Licensor) เช่น Rilakkuma, Sumikko, Gurashi, Sentimental Circus, Kamonohashikamo, Mamegoma ซึ่งครอบคลุม 7 ประเทศ ได้แก่ Thailand, Singapore, Malaysia, Cambodia, Myanmar, Laos และVietnam

## Revenue Structure

หน่วยนับ : 30 มิ.ย.

(Unit : MB)

	6M/2018	%	6M/2017	%	2017	%	2016	%
รายได้จากรขาย	606.57	99.13	613.09	99.11	1,281.70	99.40	1,177.02	99.42
-B2B	558.85	91.33	526.76	85.15	1,152.01	89.34	1,007.54	85.10
-B2C	47.72	7.80	86.33	13.96	129.69	10.06	169.48	14.32
รายได้อื่น	5.30	0.87	5.50	0.89	7.79	0.60	6.92	0.58
รายได้รวม	611.87	100.00	618.59	100.00	1,289.49	100.00	1,183.94	100.00

# Business Plan

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

## Investment Highlight

- ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจมานานกว่า 20 ปี จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพตลาด เครื่องดื่ม รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ อย่างต้องแก่ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดและแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Key Strategic Partner) กับ CPALL เข้าสู่ปีที่ 16 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 91.33 ของรายได้รวม ณ 6 เดือนแรกของ ปี 2561 ดังนั้น หากบริษัทฯ สูญเสียลูกค้ารายดังกล่าว หรือลูกค้ารายดังกล่าวลดปริมาณการซื้อสินค้าจากบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ด้วยการดำเนินงานภายใต้ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน ทำให้บริษัทฯ ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ร่วมพัฒนาเครื่องดื่มในโตกด์ เพื่อจำหน่ายให้กับร้านอาหารที่เป็นธุรกิจเครือข่ายอาหารต่างๆ และมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านตราสินค้าของบริษัทฯ ให้มากขึ้น

โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายในปี 2563 คือ มีแผนจะเพิ่มสัดส่วนของรายได้จากการขายในกลุ่ม B2B และ B2C เป็น 65:35 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 2561 ถูกจัดลำดับใน ESG 100 จากสถาบันไทยพัฒน์ คือ บริษัทที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

ผลคะแนนประเมินคุณภาพการจัดการประชุมผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) 97 จาก 100 คะแนน

ปี 2560 ได้รับรางวัลดีเด่น ประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ ประจำปี 2560 จากงาน SET AWARDS 2017

ได้รับรางวัล Total Innovation Management 2017 จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ร่วมกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

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

## Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2018	6M/2017	2017	2016
Current Liabilities	197.66	233.58	264.64	265.05
Non-Current Liabilities	15.65	14.41	17.89	13.11
Shareholders' Equity	650.02	664.40	665.18	656.07

## Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

## Company Image

