

สรุปผลการดำเนินงาน ประจำปีไตรมาส 3/2563 (เริ่มฟื้นตัวจากสถานการณ์ COVID-19)

- กำไรสุทธิ 123 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.3% (QoQ)
- รายได้รวมจากธุรกิจหลัก 735 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.2% (QoQ)
- บริการตัวแทนธนาคาร 6 ธนาคาร (ธนาคารกรุงไทย/ธนาคารกสิกรไทย/ธนาคารกรุงศรีอยุธยา/ธนาคารออมสิน/ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร/ธนาคารไทยพาณิชย์) มี 1,734,915 รายการต่อเดือน เพิ่มขึ้น 5.1% (QoQ)
- บริการสินเชื่อ มียอดวงเงินให้สินเชื่อคงค้าง 93 ล้านบาท (NPL 1.3%)
- จำนวน “อบุญเติม” 130,065 คู่

ภาพรวมการดำเนินงาน

	ไตรมาส 3/2562	ไตรมาส 4/2562	ไตรมาส 1/2563	ไตรมาส 2/2563	ไตรมาส 3/2563
มูลค่าเติมเงินรวมผ่าน “อบุญเติม” (ล้านบาท)	9,943	9,786	9,630	9,074	9,987
มูลค่าเติมเงินและรับชำระบิล	8,053	7,716	7,206	6,333	6,895
มูลค่าโอนเงิน	1,890	2,070	2,424	2,741	3,092
จำนวนรายการโอนเงินต่อเดือน	983,456	1,159,351	1,407,181	1,650,528	1,734,915
จำนวน “อบุญเติม” ณ วันสิ้นงวด (คู่)	130,283	130,481	130,357	130,274	130,065

ผลการดำเนินงานในไตรมาส 3/2563 บริษัทฯ มีมูลค่าเติมเงินรวมเท่ากับ 9,987 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ยอดเติมเงินในไตรมาส 3 เพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของมูลค่าเติมเงินและรับชำระบิลเป็น 6,895 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และบริการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารยังคงมีการเติบโตที่ดีและต่อเนื่อง จากการเป็นตัวแทนรับฝากเงินสดล่าสุดให้กับ 6 ธนาคาร โดยจำนวนรายการโอนเงินต่อเดือนเท่ากับ 1,734,915 รายการต่อเดือน เพิ่มขึ้น 76.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ด้านธุรกิจสินเชื่อ บริษัทฯ มีความระมัดระวังเรื่องการให้สินเชื่อในสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งบริษัทฯ ยังคงรักษาระดับความเสี่ยงไว้ในเกณฑ์ที่ดี และอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อรวมที่มีการด้อยค่าด้านเครดิตเพียง (NPL) อยู่ที่ 1.3% ทั้งนี้ ณ ไตรมาส 3/2563 บริษัทฯ มีจำนวนคู่สะสมทั้งสิ้น 130,065 คู่ บริษัทฯ ยังคงเน้นการจัดการบริการคู่ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มความถี่ในการใช้บริการจากลูกค้ารายเดิมและดึงดูดลูกค้ารายใหม่ให้มาใช้บริการที่อบุญเติมมากขึ้น

ไตรมาส 3 ปี 2563 เป็นผลสืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ประเทศไทยมีความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี แต่สถานะเศรษฐกิจยังคงชะงักงันจากเศรษฐกิจโลก การบริโภคภาคเอกชนเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวจากการผ่อนคลายมาตรการ ภาคการส่งออกยังคงชะงักงันจากความต้องการสินค้าที่ยังไม่ฟื้นตัว รวมถึงราคาพืชผลเกษตรหลักตกต่ำ ภาคบริการค่อนข้างเปราะบางจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงจากมาตรการควบคุมโรคระบาด ส่งผลให้อัตราการจ้างแรงงานต่างด้าวน้อยลง กลุ่มแรงงานจึงกลับประเทศภูมิลำเนาในช่วงที่มาตรการเข้มข้น และยังไม่กลับมาในช่วงที่ผ่านมา ทั้งนี้ จากผลกระทบนี้ส่งผลไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยังส่งผลกระทบต่อไปยังอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากผลกระทบจากโรคระบาดแล้วยังมีผลกระทบจากพายุหลายระลอกซึ่งทำให้เกิดเหตุน้ำท่วมฉับพลันที่สร้างความเสียหายอย่างมาก จากหลายปัจจัยในสถานการณ์ปัจจุบันที่ยังคงสร้างความกังวลต่อทุกภาคส่วน ทำให้เห็นได้ถึงสัญญาณการระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายของลูกค้าทุกกลุ่ม อย่างไรก็ดี จำนวนยอดเติมกลับมาเป็นปกติในไตรมาสนี้จากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงมีการบริหารกระแสเงินสดและค่าใช้จ่ายให้เหมาะสม และระมัดระวังแผนการลงทุนเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดการณ์ได้จะเกิดขึ้น

บริษัท ฟอर्थ สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน
ประจำไตรมาส 3/2563



สรุปงบการเงิน สำหรับประจำไตรมาส 3/2563

งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 3/2562		ไตรมาส 2/2563		ไตรมาส 3/2563		%QoQ	%YoY
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%		
รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์								
ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่นๆ	310.09	39.8%	223.31	33.5%	232.30	31.6%	4.0%	-25.1%
รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ	466.66	59.8%	435.67	65.4%	495.96	67.5%	13.8%	6.3%
รายได้ค่าโฆษณา	3.41	0.4%	7.63	1.1%	6.46	0.9%	-15.3%	89.4%
รายได้รวมจากธุรกิจหลัก (3 รายการ)	780.16	100.0%	666.61	100.0%	734.72	100.0%	10.2%	-5.8%
ต้นทุนการบริการ	(622.36)	-79.8%	(546.49)	-82.0%	(586.61)	-79.8%	7.3%	-5.7%
กำไรขั้นต้น	157.80	20.2%	120.12	18.0%	148.11	20.2%	23.3%	-6.1%
ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	(54.81)	-7.0%	(66.44)	-10.0%	(66.97)	-9.1%	0.8%	22.2%
กำไรจากการดำเนินงาน	102.99	13.2%	53.68	8.1%	81.14	11.0%	51.2%	-21.2%
รายได้อื่น	68.61	8.8%	67.79	10.2%	64.92	8.8%	-4.2%	-5.4%
กำไรจากการขายสินค้า	0.06	0.0%	(0.22)	0.0%	(1.27)	-0.2%	477.3%	-2216.7%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	171.66	22.0%	121.25	18.2%	144.79	19.7%	19.4%	-15.7%
ค่าธรรมเนียมธนาคาร	(2.21)	-0.3%	(3.78)	-0.6%	(1.98)	-0.3%	-47.6%	-10.4%
ดอกเบี้ยจ่าย	(7.13)	-0.9%	(4.47)	-0.7%	(5.64)	-0.8%	26.2%	-20.9%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	162.32	20.8%	113.00	17.0%	137.17	18.7%	21.4%	-15.5%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(18.59)	-2.4%	(9.10)	-1.4%	(14.24)	-1.9%	56.5%	-23.4%
กำไรสุทธิ	143.73	18.4%	103.90	15.6%	122.93	16.7%	18.3%	-14.5%
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	(0.05)	0.0%	(0.40)	-0.1%	-	0.0%	100.0%	100.0%
กำไรสุทธิ-ส่วนที่เป็นของบริษัท	143.78	18.4%	104.30	15.7%	122.93	16.7%	17.9%	-14.5%

รายได้รวม

รายได้รวมจากธุรกิจหลักในไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 734.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.2% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา เนื่องจากยอดเต็มที่สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19 โดยมีรายละเอียดของรายได้รวมรายธุรกิจดังต่อไปนี้

- 1) รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่น ๆ (Commission) เท่ากับ 232.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.0% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากการที่สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยที่แนวโน้มที่ดีขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมทั้งการสิ้นสุดของมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐให้แก่ประชาชนทั้งดาต้าอินเทอร์เน็ตฟรี ค่าโทรฟรี การช่วยเหลือค่าสาธารณูปโภค น้ำ ไฟฟ้า ต่าง ๆ ในช่วงไตรมาสที่ผ่านมา
- 2) รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ (Service Charge) เท่ากับ 495.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.8% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากการที่สภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้นกว่าไตรมาสที่ผ่านมา ทำให้เกิดการบริโภคที่เพิ่มขึ้น และรวมถึงจำนวนการโอนเงินที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 3) รายได้ค่าโฆษณา เท่ากับ 6.46 ล้านบาท จากการขายสื่อโฆษณาที่ติดตั้งบนขาและบนหน้าจอบุญเดิม
- 4) รายได้อื่น เท่ากับ 64.92 ล้านบาท ลดลง 4.2% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา

ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

- 1) ต้นทุนการบริการ ในไตรมาส 3/2563 เท่ากับ 586.61 ล้านบาท คิดเป็น 79.8% ของรายได้รวมจากรูจิกหลัก หรือ ลดลง 2.2% จากไตรมาสก่อน เนื่องจากรายได้ที่สูงขึ้น และบริษัทมีการควบคุมต้นทุนให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องมาตลอด
- 2) ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร ในไตรมาส 3/2563 เท่ากับ 66.97 ล้านบาท คิดเป็น 9.1% ของรายได้จากรูจิกหลัก หรือ ลดลง 0.9% จากไตรมาสก่อน จากการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการขายและส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นยอดเติมเงิน และค่าใช้จ่ายช่วยเหลือตัวแทนบริการของบริษัทช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในช่วงที่ยังมีวิกฤตการแพร่ระบาดอยู่

กำไร

- 1) กำไรขั้นต้น ในไตรมาส 3/2563 เท่ากับ 148.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.3% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากรายได้รวมจากรูจิกหลักที่เพิ่มขึ้นและบริษัทฯ มีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพมาตลอด
- 2) กำไรสุทธิ ในไตรมาส 3/2563 เท่ากับ 122.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.3% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นจากยอดเติมเงินที่กลับมาสู่ภาวะปกติ

งบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน	31-Dec-62		30-Sep-63		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,398.47	39.7%	1,267.08	39.1%	(131.39)	-9.4%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,121.70	60.3%	1,975.13	60.9%	(146.57)	-6.9%
สินทรัพย์รวม	3,520.17	100.0%	3,242.21	100.0%	(277.96)	-7.9%
หนี้สินหมุนเวียน	1,230.19	35.0%	1,238.98	38.2%	8.79	0.7%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย-หมุนเวียน	940.37	26.7%	817.66	25.2%	(122.71)	-13.1%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย-ไม่หมุนเวียน	1.17	0.0%	141.91	4.4%	140.74	12029.1%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	12.87	0.4%	15.75	0.5%	2.88	22.4%
หนี้สินรวม	2,184.60	62.1%	2,214.30	68.3%	29.70	1.4%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,335.57	37.9%	1,027.91	31.7%	(307.66)	-23.0%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,520.17	100.0%	3,242.21	100.0%	(277.96)	-7.9%

ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 เท่ากับ 3,242.21 ล้านบาท สินทรัพย์รวมลดลงจากค่าเสื่อมราคาเป็นหลัก

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม เท่ากับ 2,214.30 ล้านบาท เกิดจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น 18.03 ล้านบาท จากการบริหารเงินสด

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1,027.91 ล้านบาท จากการมีกำไรสุทธิใน 9 เดือนของปี 2563 รวมเท่ากับ 353.77 ล้านบาท หักการซื้อหุ้นคืน 164.26 ล้านบาท และการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล 488.53 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส
	3/2562	2/2563	3/2563
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current ratio)	0.57	0.61	0.62
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio)	1.95	1.91	2.15
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt ratio)	0.87	0.85	0.93
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	15.6%	15.2%	14.8%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	47.6%	42.0%	42.3%

ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.62 เท่า เพิ่มขึ้น 0.01 เท่า เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 2.15 เท่า เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากการรับรู้หนี้สินเพิ่มเติมจากภาระสัญญาเช่า ตามมาตรฐาน TFRS 16 ซึ่งมีมูลค่า 141.91 ล้านบาท ณ วันสิ้นไตรมาส 3/2563 (ในกรณีที่มิได้รับรู้หนี้สินตามมาตรฐาน TFRS 16 อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นจะเท่ากับ 2.02 เท่า)

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.93 เท่า เพิ่มขึ้นเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากการลดลงของส่วนผู้ถือหุ้น จากการซื้อหุ้นคืน และการจ่ายเงินปันผล

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 14.8% ลดลงเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อน บริษัทฯ ยังคงเน้นการบริหารสินทรัพย์ให้เกิดรายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 42.3% เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของไตรมาสก่อน จากการรักษาความสามารถในการทำกำไร และการบริหารจัดการผลกำไรในรูปแบบการซื้อหุ้นคืน และการจ่ายเงินปันผล

มุมมองของผู้บริหารสำหรับแนวโน้มของธุรกิจปี 2563

เป้าหมายปี 2563 (ปรับปรุง)

- ประเมินยอดเติมตามสถานการณ์ COVID-19 ครึ่งปีหลังผลการดำเนินงานดีกว่าครึ่งปีแรก
- ธุรกิจบริการโอนเงิน เติบโต 60-65 %
- จำนวนตู้บุญเติมเพิ่ม 500-1,000 ตู้
- งบลงทุน 100-200 ล้านบาท
- ธุรกิจให้บริการสินเชื่อ วงเงิน 200-400 ล้านบาท

การดำเนินการ

- เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการตู้บุญเติมโดยเน้นที่ทำเลคุณภาพ และเพิ่มบริการใหม่ๆ เพื่อให้รายได้เฉลี่ยต่อตู้ (ARPU) เพิ่มขึ้น
- เพิ่มการเป็นตัวแทนธนาคาร (Banking Agent) อีกอย่างน้อย 1 ธนาคาร จากที่มีอยู่แล้ว 6 ธนาคาร
- เน้นพัฒนาตู้ให้กลายเป็นจุดให้บริการทางการเงินครบวงจร ได้แก่ ผัก ถอน โอน จ่าย และเปิดบัญชีได้ในตู้เดียว
- เน้นปล่อยสินเชื่อรายย่อย เฉพาะกลุ่มตัวแทนตู้บุญเติม พนักงานของตัวแทนและพนักงานของบริษัทในเครือ
- เร่งธุรกิจกระจายสินค้าให้กับร้านค้าปลีกชุมชน (โชห่วย) และธุรกิจตู้จำหน่ายอัตโนมัติแบบบริการตนเอง

แม้ว่าประเทศไทยได้รับผลกระทบการสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน บริษัทฯ ยังคงปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจช่วงวิกฤตเพื่อรักษาความเป็นอันดับ 1 ในธุรกิจผู้ให้บริการตู้เติมเงินและรับชำระเงินออนไลน์อัตโนมัติ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจตู้อัตโนมัติต่าง ๆ ที่มีอยู่ทั่วประเทศกว่า 130,000 ตู้ และมีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังมีการปรับแผนการดำเนินงานให้มีความชัดเจนมากขึ้นด้วยการแบ่งการดำเนินธุรกิจเป็น 3 กลุ่มธุรกิจ คือ 1. ธุรกิจเติมเงิน-รับชำระเงินอัตโนมัติ 2. ธุรกิจให้บริการทางการเงินและสินเชื่อครบวงจร 3. ธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและการกระจายสินค้า

ปัจจุบันแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยมีโอกาสอยู่ในรูปแบบของ U-Shape จากการผ่อนคลายมาตรการต่าง ๆ และสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทยที่มีแนวโน้มดีขึ้น ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจทยอยฟื้นตัว แม้ในช่วงระหว่างไตรมาส 3 และ 4 ยังคงมีสภาพอากาศแปรปรวนและมรสุมเข้ามามีผลกระทบต่อผลการดำเนินการ รวมไปถึงอัตราการจ้างแรงงานที่ยังคงอยู่ระดับที่ต่ำจากภาคบริการที่ทยอยกลับมาเปิดให้บริการบางส่วน อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากครึ่งปีหลังคาดว่าดีกว่าครึ่งปีแรก ซึ่งไตรมาส 4 จะเป็นไตรมาสที่มียอดการใช้บริการสูง (High season) จากการเป็นช่วงที่มีการท่องเที่ยวสูง ผู้คนออกมาใช้จ่ายใช้สอยจำนวนมาก บริษัทฯ ยังติดตามเผื่อระวังและบริหารความเสี่ยงจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างใกล้ชิด แนวโน้มยอดเติมเงินยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการเพิ่มประสิทธิภาพและการจัดการตู้บุญเติมโดยเน้นที่ทำเลคุณภาพ และเพิ่มบริการใหม่ ๆ รวมถึงการเติบโตของจำนวนครั้งการโอนเงินของกลุ่มธุรกิจให้บริการทางการเงินและสินเชื่อครบวงจร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับกลุ่มธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและการกระจายสินค้าที่จะเป็นธุรกิจที่เข้าเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้บริษัทฯ ยิ่งขึ้น เนื่องด้วยบริษัทฯ มีความได้เปรียบจากการมีเครือข่ายตู้บุญเติมทั่วประเทศพร้อมด้วยตัวแทนให้บริการที่ครอบคลุมอยู่ทุกชุมชน ทั้งยังมีการพัฒนาและการปรับตัวที่รวดเร็วให้ทันกับสถานการณ์ และแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจในทุกสถานการณ์ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจตู้บุญเติมเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

แผนการดำเนินงานตามกลุ่มธุรกิจ

Online Top-up & Payment Business



ธุรกิจเติมเงิน-รับชำระเงินอัตโนมัติ

แนวโน้มยอดเติมเงินของไตรมาส 4 ปี 2563 จะขยายตัว QoQ ต่อเนื่องจากการผ่อนคลายมาตรการต่างๆ จากภาครัฐ การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ได้รับผลกระทบมาจากสถานการณ์โควิด-19 ที่มีการใช้บริการผ่านตู้อัตโนมัติต่างๆ ด้วยตนเองมากขึ้น ทั้งนี้ ไตรมาสสุดท้ายของปี การร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ใหม่อย่างต่อเนื่องจะส่งผลให้ยอดเติมเงินเพิ่มขึ้นจากบริการใหม่ๆ และเป็นการเพิ่มจำนวนครั้งการใช้ให้มากขึ้น รวมทั้งการจัดโปรโมชันต่างๆ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการมากขึ้น บริษัทฯ ยังคงมีการเพิ่มบริการใหม่ให้กับตู้บุญเติมอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการจัดการทำเลตู้และการเพิ่มจุดติดตั้งตู้บุญเติมอีก เพื่อเพิ่มการเข้าถึงชุมชน (Micro Access) ให้มากยิ่งขึ้น

Banking Agent & Lending Business



ธุรกิจให้บริการทางการเงินและสินเชื่อครบวงจร

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพตู้บุญเติมให้เป็นศูนย์รวมของการเป็นตัวแทนธนาคาร (Banking Agent) โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีการให้บริการทางการเงินกับ 6 ธนาคาร และบริษัทฯ มีแผนจะร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์รายใหม่อีกอย่างน้อย 1 ราย เพื่อให้ตู้บุญเติมเป็นจุดให้บริการธุรกิจให้บริการทางการเงินและสินเชื่อครบวงจร โอน จ่าย ผาก ถอน เปิดบัญชีผ่านการให้บริการพิสูจน์ตัวตนด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-KYC) และตรวจสอบเครดิตบูโร (NCB) รวมไปถึงบริษัทฯ จะมีบริการทั้งตู้รับฝากและถอนเงินสดได้ ซึ่งธุรกิจนี้ยังคงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่ง กอปรกับบริษัทฯ มีการให้บริการสินเชื่อที่ได้เริ่มปล่อยสินเชื่อรายย่อยส่วนบุคคลให้เฉพาะกับกลุ่มตัวแทนตู้บุญเติม พนักงานของตัวแทนและพนักงานของบริษัทในเครือ วงเงินสำหรับการปล่อยสินเชื่อในปีนี้อยู่ที่ 200-400 ล้านบาท บริษัทฯ เน้นการดูแลลูกค้าสินเชื่อให้อยู่ในเกณฑ์ความเสี่ยงต่ำ และยังคงมีความระมัดระวังในการให้บริการสินเชื่ออย่างมาก

Vending Machine & Distribution Business



ธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและการกระจายสินค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดการทำเลตู้ขายสินค้าและบริการอัตโนมัติที่มีบริการเติมเงิน-รับชำระเงินของตู้บุญเติม (Vending Machine & Top-Up Service) และการเพิ่มจุดติดตั้งตู้ประเภทต่าง ๆ ในทำเลที่มีความต้องการของสินค้า รวมไปถึงงานบริหารระบบจัดการให้กับตู้กดกาแฟและเครื่องดื่มอัตโนมัติที่ได้รับการพัฒนาจากบริษัทแม่ (FORTH) สามารถขงเครื่องดื่มได้หลากหลายเมนูทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ในหลากหลายกลุ่ม เช่น กาแฟสดสำหรับกลุ่มคนทั่วไป หรือน้ำหวานสำหรับกลุ่มผู้มีอายุน้อย ประกอบกับราคาที่เหมาะสมและการเข้าถึงของตู้ดังกล่าวที่สามารถเข้าไปได้ในทุก ๆ พื้นที่ บริษัทฯ ยังเล็งเห็นโอกาสในธุรกิจพลังงาน ทั้งตู้จำหน่ายน้ำมันอัตโนมัติและตู้ชาร์จไฟฟ้า (EV Charger) ที่ยังคงมีการขยายจุดติดตั้งอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ มีธุรกิจกระจายสินค้าให้กับร้านค้าปลีกชุมชน (โชห่วย) ต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อขยายเครือข่ายทางธุรกิจและเพิ่มโอกาสในการเติบโตต่อไป