

บริษัท ฟอर्थ สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
 คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน
 ประจำปีไตรมาส 1 ปี 2564



สรุปผลการดำเนินงาน ประจำปีไตรมาส 1 ปี 2564 (วิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอก 2)

- กำไรสุทธิ 111 ล้านบาท (กำไรต่อหุ้น 0.15 บาท) เพิ่มขึ้น 0.9% (QoQ)
- รายได้รวมจากธุรกิจหลัก 707 ล้านบาท
- บริการตัวแทนธนาคาร 6 ธนาคาร (ธนาคารกรุงไทย/ธนาคารกสิกรไทย/ธนาคารกรุงศรีอยุธยา/ธนาคารออมสิน/ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร/ธนาคารไทยพาณิชย์)
- จำนวนรายการฝาก-โอนเงิน ผ่านตู้บุญเติม 2.0 ล้านรายการต่อเดือน เพิ่มขึ้น 46.8% (YoY)
- บริการสินเชื่อ มียอดวงเงินให้สินเชื่อคงค้าง 88 ล้านบาท (NPL 2.5%)
- จำนวน “ตู้บุญเติม” 129,997 ตู้

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

	ไตรมาส 1/2563	ไตรมาส 2/2563	ไตรมาส 3/2563	ไตรมาส 4/2563	ไตรมาส 1/2564
มูลค่าเติมเงินรวมผ่าน “ตู้บุญเติม” (ล้านบาท)	9,630	9,074	9,987	9,941	9,627
มูลค่าเติมเงินและรับชำระบิล	7,206	6,333	6,895	6,772	6,418
มูลค่าโอนเงิน	2,424	2,741	3,092	3,169	3,209
จำนวนรายการโอนเงินต่อเดือน	1,407,181	1,650,528	1,734,915	1,912,918	2,065,280
จำนวน “ตู้บุญเติม” ณ วันสิ้นงวด (ตู้)	130,357	130,274	130,065	129,934	129,997

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังเผชิญความเสี่ยงสูงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อเนื่องทั้งไตรมาส 1 ปี 2564 เป็นผลให้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจขาดความต่อเนื่อง โดยเฉพาะในธุรกิจภาคบริการและภาคการท่องเที่ยวที่ความต้องการแรงงานลดลง แรงงานต่างด้าวไม่สามารถกลับเข้าประเทศได้ อีกทั้งภาคการเกษตรเผชิญภัยแล้งระยะสั้นซึ่งกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร กีดกันให้กำลังซื้อและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลง ส่งผลให้การใช้จ่ายมีความระมัดระวังมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงสามารถทำกำไรได้ต่อเนื่องพร้อมกับการจัดทำกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

ผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2564 บริษัทมีมูลค่าเติมเงินรวมเท่ากับ 9,627 ล้านบาท ลดลงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอก 2 โดยธุรกิจเติมเงิน-รับชำระเงินอัตโนมัติได้รับแรงกดดันจากขนาดตลาดมือถือ Pre-paid ที่ลดลง และผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้บริการโทรผ่านแอปพลิเคชันแทนการโทรผ่านเครือข่ายมากขึ้น จึงทำให้บริการขายอินเทอร์เน็ตผ่านตู้บุญเติมเติบโตเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะบริการเติมเงินเข้า e-Wallet มีมูลค่าเติมเงินเป็น 1,568 ล้านบาท เติบโตสูงขึ้น 97.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีที่แล้ว จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เริ่มหันมาใช้ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์และบริการซื้อสินค้าออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น

ธุรกิจบริการทางการเงินและสินเชื่อครบวงจรมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนรายการโอนเงินเท่ากับ 2.0 ล้านรายการต่อเดือนเพิ่มขึ้น 46.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีที่แล้ว และคิดเป็นมูลค่าโอนเงิน 3,209 ล้านบาท เนื่องจากลูกค้ามีความสะดวกจากการทำรายการผ่านตู้บุญเติมที่เปรียบเสมือนธนาคารชุมชน ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก ใช้งานง่ายและให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง กอปรกับธนาคารต่าง ๆ ททยลดจำนวนสาขาและมีระยะเวลาทำการที่จำกัด ด้านธุรกิจสินเชื่อมียอดการให้สินเชื่อคงค้างอยู่ที่ 88 ล้านบาท มีรายได้ดอกเบี้ย 3.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 150.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีที่แล้ว โดยอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อรวมที่มีการด้อยค่าด้านเครดิต (NPL) อยู่ที่ 2.5%

ธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและการกระจายสินค้า บริษัทมุ่งเน้นการร่วมบริหารคาเฟ่อัตโนมัติ ภายใต้แบรนด์ “เต่าปิ่น” ที่มีอนุสิทธิบัตรมากกว่า 20 อนุสิทธิบัตรที่ได้เริ่มออกสู่ตลาดในสถานที่ต่าง ๆ กว่า 20 จุด เช่น อาคารสำนักงาน โรงพยาบาล คอนโดมิเนียม โรงอาหาร ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคอย่างมาก จากความหลากหลายมากกว่า 100 เมนู คุณภาพของเครื่องดื่มที่มีความอร่อยและมาตรฐานทุกแก้ว

บริษัท ฟอर्थ สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน
ประจำไตรมาส 1 ปี 2564



สามารถปรับแต่งรสชาติได้ด้วยตัวเอง รวมถึงระบบการชำระเงินที่รองรับการชำระทุกรูปแบบ ทำให้มียอดขายเฉลี่ยต่อจุดบริการอยู่ที่ 40-100 แก้วต่อวัน ด้วยราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 30 บาทต่อแก้ว

สรุปงบการเงิน ประจำไตรมาส 1 ปี 2564

งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 1/2563		ไตรมาส 4/2563		ไตรมาส 1/2564		%QoQ	%YoY
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%		
รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์								
ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่นๆ	267.68	36.6%	222.78	30.5%	209.28	29.6%	-6.1%	-21.8%
รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ	455.43	62.3%	502.85	68.8%	492.71	69.7%	-2.0%	8.2%
รายได้คอกเบี้ย	1.48	0.2%	2.92	0.4%	3.70	0.5%	26.7%	150.0%
รายได้ค่าโฆษณา	5.94	0.8%	2.75	0.4%	1.04	0.2%	-62.2%	-82.5%
รายได้รวมจากธุรกิจหลัก (4 รายการ)	730.53	100.0%	731.30	100.0%	706.73	100.0%	-3.4%	-3.3%
ต้นทุนการบริการ	(585.67)	-80.2%	(592.05)	-81.0%	(566.72)	-80.2%	-4.3%	-3.2%
กำไรขั้นต้น	144.86	19.8%	139.25	19.0%	140.01	19.8%	0.6%	-3.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	(59.49)	-8.1%	(70.77)	-9.7%	(61.74)	-8.7%	-12.8%	3.8%
กำไรจากการดำเนินงาน	85.37	11.7%	68.48	9.4%	78.27	11.1%	14.3%	-8.3%
รายได้อื่น	63.57	8.7%	61.63	8.4%	61.93	8.8%	0.5%	-2.6%
กำไรจากการขายสินค้า	0.31	0.0%	(1.59)	-0.2%	(0.79)	-0.1%	-50.3%	-354.8%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	149.25	20.4%	128.52	17.6%	139.41	19.7%	8.5%	-6.6%
ค่าธรรมเนียมธนาคาร	(1.90)	-0.3%	(1.78)	-0.2%	(1.66)	-0.2%	-6.7%	-12.6%
ดอกเบี้ยจ่าย	(6.54)	-0.9%	(5.00)	-0.7%	(3.93)	-0.6%	-21.4%	-39.9%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	140.81	19.3%	121.74	16.7%	133.82	18.9%	9.9%	-5.0%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(14.42)	-2.0%	(11.44)	-1.6%	(22.50)	-3.2%	96.7%	56.0%
กำไรสุทธิ	126.39	17.3%	110.30	15.1%	111.32	15.8%	0.9%	-11.9%
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	(0.15)	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	100.0%	100.0%
กำไรสุทธิ-ส่วนที่เป็นของบริษัท	126.54	17.3%	110.30	15.1%	111.32	15.8%	0.9%	-12.0%

รายได้รวม

รายได้รวมจากธุรกิจหลักในไตรมาส 1 ปี 2564 เท่ากับ 706.73 ล้านบาท ลดลง 3.3% เปรียบเทียบกับปีก่อน จากสถานการณ์โควิด-19 ระลอก 2 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภาพรวมรวมถึงภัยแล้งระยะสั้น ทำให้อำนาจการซื้อของผู้บริโภคระดับกลางและระดับล่างลดลง โดยมีรายละเอียดของรายได้รวมดังต่อไปนี้

- 1) **รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่นๆ (Commission)** เท่ากับ 209.28 ล้านบาท ลดลงจากผลกระทบของสถานการณ์โควิด-19 ระลอก 2 ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้ใช้บริการลดลง ขนาดตลาดมีอื้อ Pre-paid ที่ลดลง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมลูกค้าที่เน้นการใช้แพ็คเกจอินเทอร์เน็ตมือถือ และการใช้ช่องทางอื่นมากขึ้น
- 2) **รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ (Service Charge)** เท่ากับ 492.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.2% เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาจากจำนวนรายการโอนเงินที่เพิ่มขึ้นถึง 46.8% เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา และจากการเติมเงินเข้า e-Wallet ที่เพิ่มขึ้น 97.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา
- 3) **รายได้ค่าโฆษณา** เท่ากับ 1.04 ล้านบาท ลดลง 82.5% เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา จากสถานการณ์โควิด-19 ระลอก 2 ส่งผลให้ผู้ประกอบการลดงบประมาณค่าโฆษณา

- 4) รายได้ดอกเบี้ย เท่ากับ 3.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 150.0% เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา จากธุรกิจสินเชื่อที่บริษัทได้มีการขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น
- 5) รายได้อื่น เท่ากับ 61.93 ล้านบาท ลดลง 2.6% เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

- 1) ต้นทุนการบริการ ในไตรมาส 1 ปี 2564 เท่ากับ 566.72 ล้านบาท คิดเป็น 80.2% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก เท่ากับกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ บริษัทมีการควบคุมต้นทุนให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องมาตลอด
- 2) ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร ในไตรมาส 1 ปี 2564 เท่ากับ 61.74 ล้านบาท คิดเป็น 8.7% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นยอดเติมเงินและการใช้บริการผู้

กำไร

- 1) กำไรขั้นต้น ในไตรมาส 1 ปี 2564 เท่ากับ 140.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.6% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่แล้ว แต่ลดลง 3.4% เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยสาเหตุหลักมาจากรายได้หลักที่ลดลงจากธุรกิจเติมเงินและรับชำระเงินอัตโนมัติ แต่ธุรกิจให้บริการทางการเงินและสินเชื่อครบวงจรมีส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และบริษัทมีการปรับปรุงผู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้สามารถรองรับบริการใหม่ ๆ ของธุรกิจ พร้อมกับการพัฒนาตู้เก่าที่ครบอายุการใช้งานให้สามารถใช้งานได้ดีขึ้น
- 2) กำไรสุทธิ ในไตรมาส 1 ปี 2564 เท่ากับ 111.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.9% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่แล้ว แต่ลดลง 12.0% เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุจากกำไรขั้นต้นลดลงดังที่กล่าวไว้ข้างต้น และจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้นจากการครบกำหนดการใช้สิทธิประโยชน์ลดหย่อนภาษีจากการลงทุนเพิ่มในปี 2559 จำนวน 8.5 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการบริหารค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหารให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องมาตลอด และมีต้นทุนทางการเงินที่ลดลงจากการคืนเงินกู้ เห็นได้จากกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่เติบโต 9.9% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่แล้ว และลดลงเพียง 5.0% เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา

งบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน	31-Dec-63		31-Mar-64		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,577.22	45.7%	1,213.49	40.4%	-363.73	-23.1%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,876.83	54.3%	1,790.82	59.6%	-86.01	-4.6%
สินทรัพย์รวม	3,454.05	100.0%	3,004.31	100.0%	-449.74	-13.0%
หนี้สินหมุนเวียน	1,298.44	37.6%	1,289.23	42.9%	-9.21	-0.7%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย-หมุนเวียน	865.03	25.0%	316.10	10.5%	-548.93	-63.5%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย-ไม่หมุนเวียน	138.09	4.0%	134.95	4.5%	-3.14	-2.3%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	3.50	0.1%	3.71	0.1%	0.21	6.0%
หนี้สินรวม	2,305.06	66.7%	1,743.99	58.1%	-561.07	-24.3%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,148.99	33.3%	1,260.32	42.0%	111.33	9.7%
รวมทั้งสินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,454.05	100.0%	3,004.31	100.0%	-449.74	-13.0%

บริษัทมีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 3,004.31 ล้านบาท สินทรัพย์รวมลดลงจากการการบริการเงินสดจ่ายหนี้สินที่มีดอกเบี้ย 171 ล้านบาท และเงินจ่ายล่วงหน้าค่าบริการโทรศัพท์สำรองสำหรับช่วงเทศกาลปีใหม่ลดลง 145 ล้านบาท และรวมถึงการใช้งานตู้ที่มีอายุครบการตัดค่าเสื่อมราคา 8 ปี แต่ยังใช้งานได้อยู่

บริษัทมีหนี้สินรวม เท่ากับ 1,743.99 ล้านบาท เกิดจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยลดลง 552.07 ล้านบาท จากการบริการเงินสด

บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1,260.32 ล้านบาท จากการมีกำไรสุทธิประจำไตรมาส 1 ปี 2564 รวมเท่ากับ 111.32 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส
	1/2563	4/2563	1/2564
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current ratio)	0.57	0.73	0.76
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio)	2.13	2.01	1.38
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt ratio)	0.78	0.87	0.36
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	16.1%	13.3%	13.9%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	46.2%	37.4%	37.3%

ณ ไตรมาส 1 ปี 2564 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.76 เท่า เพิ่มขึ้น 0.19 เท่า เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.38 เท่า ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมาจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยลดลง

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.36 เท่า ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา จากการเพิ่มขึ้นของส่วนผู้ถือหุ้น ในขณะที่หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยลดลง

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 13.9% ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน จากการลดลงของกำไรสุทธิ ทั้งนี้ บริษัทยังคงเน้นการบริหารสินทรัพย์ให้เกิดรายได้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 37.3% ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน จากการลดลงของกำไรสุทธิ อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีการบริหารจัดการผลกำไรในรูปแบบการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นปีละ 2 ครั้งอย่างต่อเนื่อง

มุมมองของผู้บริหาร

เป้าหมายปี 2564 (วิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอก 3)

- ยอดเติมเงินรวมเพิ่มขึ้น 15-20% จากการเพิ่มบริการและช่องทางใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ
- ธุรกิจตัวแทนธนาคาร จำนวนธุรกรรมเติบโต 30 % ด้วยกลยุทธ์เพิ่มบริการถอนเงินสด เปิดบัญชี พร้อมขยายฐานลูกค้าคนไทยและต่างด้าว
- งบลงทุน 500 ล้านบาท
 - ตั๋วเติมรูปแบบใหม่เพิ่ม 5,000 ตั๋ว
 - ธุรกิจให้บริการสินเชื่อ วงเงิน 250 ล้านบาท
 - ลงทุนและร่วมบริหารคาเฟ่อัตโนมัติ 20,000 ตั๋ว ภายใน 3 ปี

การดำเนินการ

- เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการตั๋วเติมโดยเน้นที่ทำเลคุณภาพ และเพิ่มบริการใหม่ๆ เพื่อให้รายได้เฉลี่ยต่อตัว (ARPU) เพิ่มขึ้น
- เพิ่มการเป็นตัวแทนธนาคาร (Banking Agent) อีกอย่างน้อย 1 ธนาคาร รวมถึงผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน จากที่มีอยู่แล้ว 6 ธนาคารพาณิชย์
- เน้นพัฒนาตู้ให้กลายเป็นจุดให้บริการทางการเงินครบวงจร ได้แก่ ผัก ถอน โอน จ่าย และเปิดบัญชีได้ในตู้เดียว
- เน้นปล่อยสินเชื่อรายย่อย เฉพาะกลุ่มตัวแทนตั๋วเติม พนักงานของตัวแทนและพนักงานของบริษัทในเครือ
- เร่งธุรกิจกระจายสินค้าให้กับร้านค้าปลีกชุมชน (โชห่วย) รวมถึงการร่วมบริหารจัดการคาเฟ่อัตโนมัติ

บริษัทเดินหน้าเพิ่มบริการใหม่ ๆ ตอบสนองการใช้ชีวิตของลูกค้าทุกกลุ่ม โดยผลักดันให้ลูกค้าใช้บริการมากกว่า 1 บริการมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันตั๋วเติมมีบริการมากถึง 86 บริการ และการขยายจุดบริการตั๋วเติมในรูปแบบใหม่เพิ่มอีก 5,000 ตั๋ว พร้อมกับการเพิ่มศักยภาพการทำงานของผู้ดูแลและเครื่องอ่านบัตรประชาชน รองรับบริการใหม่ ๆ รวมถึงการจัดการบริหารจัดการจุดติดตั้งในทำเลคุณภาพและเข้าทดแทนคู่แข่งเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้น อีกทั้งแคมเปญ “บุญเติม รีวอร์ด” เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่สร้างการรับรู้แก่ผู้ใช้บริการให้รู้จักบริการใหม่และการใช้งานมากขึ้น ให้ลูกค้าส่วนใหญ่กว่า 90% ที่ใช้เพียงบริการเดียว เพิ่มการใช้บริการอื่น ๆ บนตู้มากขึ้น

สำหรับกลุ่มธุรกิจเติมเงิน-รับชำระเงินอัตโนมัติ บริษัทเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิม และผลักดันให้ใช้บริการอื่น ๆ มากขึ้น พร้อมเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ โดยการจัดหาบริการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น Data Package รองรับพฤติกรรมลูกค้าที่หันไปใช้อินเตอร์เน็ตมากขึ้น การรับชำระเบี้ยประกันสำหรับประชาชนกลุ่มผู้มีรายได้น้อย (Micro Insurance) ที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ประกันมากขึ้น การรับชำระ พ.ร.บ. พร้อมบริการต่อทะเบียนรถจักรยานยนต์ ที่ปัจจุบันมีมากกว่า 21 ล้านคัน บริการเติมเงินรถโดยสารต่าง ๆ ที่มีการขยายระบบขนส่งอย่างต่อเนื่อง สำหรับบริการเติมเงิน E-Wallet คาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องไปกับกาขยายตัวของตลาดออนไลน์ ในช่วงครึ่งปีหลัง บริษัทจะร่วมมือกับพันธมิตรใหม่ที่จะเป็นการเพิ่มช่องทางการใช้บริการบุญเติมมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะทำให้ยอดเติมเงินรวมเติบโตได้ 15-20% หากสถานการณ์โควิด-19 มีการพัฒนาไปในทางที่ดี

กลุ่มธุรกิจทางการเงินและสินเชื่อครบวงจรยังคงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทวางกลยุทธ์ให้ตั๋วเติมเป็นธนาคารชุมชนที่มีบริการทางการเงินครบวงจร ผัก-โอน-ถอน-เปิดบัญชี และการให้สินเชื่อ ที่ให้บริการในทุก ๆ ชุมชน ตอบสนองความต้องการลูกค้าทั้งไทยและเทศ ซึ่งสามารถทำธุรกรรมทางการเงินทุกอย่างในตู้เดียว สำหรับบริการใหม่ที่เพิ่มขึ้นในปีนี้ได้แก่ บริการ e-KYC ผ่านตั๋วเติมเพื่อเปิดบัญชี e-Saving ของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์ที่เปิดให้บริการแล้ว พร้อมครึ่งปีหลังให้บริการทั้งธนาคารและผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) และบริการถอนเงินสดผ่านตั๋วเติม (Mini ATM) ที่สามารถถอนเงินสด เริ่มต้นที่ 20 บาท สามารถให้บริการร่วมกับทั้งธนาคารและ Non-bank คาดว่าจะเริ่มให้บริการได้ในไตรมาส 3 รวมถึงบริการโอนเงินระหว่างประเทศผ่านตั๋วเติมต่อไป และบริษัทจะเพิ่มการเป็นตัวแทนธนาคารเพิ่มอีกอย่างน้อย 1 ธนาคารในปีนี้ ส่วนธุรกิจสินเชื่อ บริษัทยังคงระมัดระวังในการให้สินเชื่อ เพื่อควบคุม NPL ให้อยู่ในระดับความเสี่ยงต่ำ

กลุ่มธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและการกระจายสินค้า บริษัทร่วมบริหารคาเฟ่อัตโนมัติที่ปัจจุบันสามารถชงกาแฟและเครื่องดื่มทั้งร้อนและเย็นได้มากกว่า 100 เมนูรสชาติคงที่ทุกแก้ว และให้บริการได้ตลอด 24 ชม. ซึ่งอยู่ในช่วงการเร่งขยายจุดบริการ 5,000 จุด ภายในสิ้นปี 2564 และ 20,000 จุด ภายใน 3 ปี ทั่วประเทศ อีกทั้งทุกตู้คาเฟ่อัตโนมัติที่ออกสู่ตลาดจะมีบริการของตั๋วเติม เป็นการช่วยเพิ่มจุดบริการบุญเติมมากขึ้น โดยบริษัทไม่ต้องลงทุนตู้ใหม่ ทั้งนี้ คาดว่าจากราคาเฉลี่ยแก้วละ 30 บาท จะสร้างยอดขายกว่า 18 ล้านบาทต่อวัน จากยอดขาย 600,000 แก้วต่อวัน สำหรับเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charger) ภายใต้แบรนด์ “EV Net” บริษัทเตรียมพร้อมทั้งเครื่องและแพลตฟอร์มชำระหนี้ เน้นการให้บริการในทำเลแบบพื้นที่ปิดที่มีการจอดรถเป็นเวลานาน หรือมีการจอดรถหมุนเวียน เช่น จุดจอดรถในอาคารสำนักงาน หรือคอนโดมิเนียม

เป็นต้น และมี Application “Be-Charger” สำหรับรองรับการชำระเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทุกรูปแบบ บริษัทจะสร้างรายได้จากการขายเครื่องที่มีต้นทุนต่ำเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์จากบริษัทแม่ ทำให้ตั้งราคาขายที่มีกำไรได้ และส่วนแบ่งจากการให้บริการ EV Net ผ่าน Be-Charger เนื่องจากบริษัทมีบริการหลังการขายและมีแพลตฟอร์มการบริหารจัดการพร้อมระบบชำระเงินที่ครบถ้วน ทั้งคาเฟ่อัตโนมัติและ EV Net บริษัทเป็นผู้บริหารจัดการทั้งหมด ซึ่งกลุ่มธุรกิจนี้จะทำให้บริษัทสามารถขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ได้มากขึ้น

บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างแข็งแกร่งด้วยการพัฒนาตู้บุญเดิมเป็นแพลตฟอร์มให้บริการโซลูชันแบบออฟไลน์สู่ออนไลน์ รองรับความต้องการของลูกค้าทั้งคนไทยและต่างดาว การใช้ฐานข้อมูลลูกค้าที่เป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าใจลูกค้ามากขึ้น ทำให้บริษัทสามารถจัดหาสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าอย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ รวมถึงการมีความร่วมมือกับพันธมิตรต่าง ๆ มากขึ้น บริษัทยังคงดำเนินธุรกิจที่สร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นและมีการจ่ายเงินปันผล 2 ครั้งทุกปีต่อไป