

ที่

STARM-SET002/2569

วันที่ 14 พฤษภาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1. ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจและภาวะอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการดำเนินงาน

บริษัท สตาร์ ม้านี่ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ทั้งในรูปแบบขายเงินสดและขายเงินผ่อน และให้บริการปล่อยสินเชื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน สินเชื่อที่มีหลักประกัน เช่นทะเบียนรถ ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง รวมถึงให้บริการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 ภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังคงขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง จากแรงกดดันด้านกำลังซื้อของภาคครัวเรือนและภาระหนี้ที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้การบริโภคสินค้าโดยรวมเติบโตในอัตราที่ลดลง ขณะที่ความต้องการสินเชื่อของผู้บริโภคเริ่มชะลอตัวลง โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่มีความเปราะบางทางการเงิน นอกจากนี้ ความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ยังส่งผลให้ราคาพลังงานและสินค้าโภคภัณฑ์ปรับตัวสูงขึ้น กดดันให้อัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานของภาคธุรกิจปรับสูงขึ้นตาม ขณะเดียวกัน พฤติกรรมผู้บริโภคยังคงเปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า และการเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านช่องทางดิจิทัลมากยิ่งขึ้น นั้น

ภายใต้บริบทดังกล่าว กลุ่มธุรกิจ Non-bank มีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการตอบสนองความต้องการทางการเงินของกลุ่มลูกค้าที่ไม่สามารถเข้าถึงสินเชื่อจากระบบธนาคารพาณิชย์ได้อย่างเพียงพอ โดยช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สนับสนุนสภาพคล่อง และมีส่วนช่วยระดับประคองกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจโดยรวม ซึ่งบริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นกับการเติบโตทางธุรกิจอย่างมีคุณภาพภายใต้กรอบความเสี่ยงที่เหมาะสม กำหนดเกณฑ์การอนุมัติสินเชื่อที่คำนึงถึงความเหมาะสม ในการก่อกำหนดของลูกค้านั้น เพื่อให้เป็นการก่อกำหนดที่เสริมความมั่นคงของกิจการหรือครัวเรือนอย่างยั่งยืน

2. สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

2.1 บริษัท ย้ายที่ทำการสาขาให้บริการ 1 สาขา (เนื่องจากการบริหารพื้นที่ขาย) ในเขตพื้นที่ จังหวัดชลบุรี ณ วันที่ 13 มีนาคม 2569 บริษัท มีสาขารวมทั้งสิ้น 95 สาขา

2.2 บริษัท อยู่ระหว่างเตรียมเอกสารยื่น “แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption)” ครั้งที่ 2 เพื่อสร้างมาตรฐานและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ผ่านการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีบรรษัทภิบาลที่ดี

2.3 ฝ่ายบริหารรายงานความก้าวหน้า

2.3.1 การยกระดับการให้บริการสินค้าจากรูปแบบดั้งเดิมสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ภายในปี 2571 ผ่านทั้ง Web Service และ Mobile Application เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าดิจิทัลที่คาดว่าจะขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า โดยบริษัท ได้นำเทคโนโลยี Cloud Computing มาเป็นโครงสร้างพื้นฐานหลักของระบบ เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการขยายขีดความสามารถ (Scalability) ให้สอดคล้องกับปริมาณผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งรองรับการเชื่อมต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่ สาขา และจุดให้บริการทั่วประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ เสถียร และแบบเรียลไทม์ ทั้งนี้แนวทางดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ราบรื่น (Seamless Experience) ให้แก่ลูกค้า พร้อมยกระดับศักยภาพในการดำเนินงานขององค์กรให้มีความคล่องตัว ปลอดภัย และพร้อมรองรับการเติบโตในอนาคตอย่างยั่งยืน

2.3.2 บริษัท มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการพิจารณาสินค้าด้วยระบบ AI และ Auto-Approve เพื่อการให้บริการที่รวดเร็วและเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของลูกค้า โดยการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบอัตโนมัติมาปรับใช้ในกระบวนการ ดังนี้:

- Core System – Simplified Product Configuration
- AI-Based Verification and Document Processing
- Intelligent Auto-Approval System

2.3.3 Roadmap เพื่อสนับสนุนอัตราการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล ระยะเวลาเฉลี่ยในการพิจารณาและอนุมัติสินค้า สัดส่วนสินค้าที่ผ่านระบบ Auto-Approval อัตราความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Score) และการบริหารต้นทุนการดำเนินงานต่อรายการสินค้า

ระยะที่ 1 : วางโครงสร้างพื้นฐานและระบบหลัก (พ.ศ. 2567 – 2568)

- การสร้างโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่มั่นคงและพร้อมรองรับการขยายตัว
- ระบบมีเสถียรภาพและรองรับผู้ใช้งานจำนวนมาก
- เตรียมความพร้อมสำหรับการใช้ AI ในระยะถัดไป
- ลดข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานเดิม

แผนดำเนินงานหลัก

- ปรับปรุง Core System ให้รองรับ Simplified Product Configuration
- วางโครงสร้างพื้นฐาน Cloud เพื่อรองรับการขยายตัวของผู้ใช้งานและการเชื่อมโยงข้อมูลแบบ Real Time (เป็นฐานให้การพัฒนาในระยะถัดไป)
- เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่ สาขา และจุดให้บริการต่างๆ
- วางมาตรฐานด้าน Cybersecurity และ Data Governance

ระยะที่ 2 : พัฒนา Digital Lending Platform และ AI Verification (พ.ศ. 2568 – 2569)

- การเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกในการให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล ระยะเวลาในการยื่นและพิจารณาสินเชื่อลดลงอย่างมีประสิทธิภาพ
- ใช้ระบบอัตโนมัติช่วยตรวจสอบเอกสาร/ยืนยันตัวตน ลดข้อผิดพลาดและระยะเวลาการให้บริการ
- เพิ่มอัตราการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มดิจิทัล
- ลดต้นทุนการดำเนินงานต่อรายการ

แผนดำเนินงานหลัก

- พัฒนา Web Application และ Mobile Application สำหรับบริการสินเชื่อ
- พัฒนาระบบ AI Based Customer Screening & Credit Scoring เพื่อวิเคราะห์คุณสมบัติลูกค้า พฤติกรรมการใช้จ่าย และประวัติการชำระเงิน เพื่อประเมินความเสี่ยงและสนับสนุนการอนุมัติอย่างมีประสิทธิภาพ
- ปรับกระบวนการพิจารณาสินเชื่อให้เป็นดิจิทัลแบบ End-to-End
- เชื่อมต่อระบบกับฐานข้อมูลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ตามข้อกำหนด)

ระยะที่ 3 : Intelligent Auto-Approval & Data-Driven Growth (พ.ศ. 2569 – 2571) เน้นการยกระดับจาก “ระบบแยกส่วน” สู่ “แพลตฟอร์มข้อมูลแบบบูรณาการ” เพื่อให้ข้อมูลจากทุกช่องทางเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ พร้อมนำ AI เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน การตัดสินใจเชิงธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง นำไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืน

- ยกกระดับการอนุมัติสินเชื่อและการเติบโตของธุรกิจด้วยข้อมูลและ AI
- การอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม
- คุณภาพพอร์ตสินเชื่อดีขึ้นภายใต้กรอบบริหารความเสี่ยง
- องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันระยะยาว

แผนดำเนินงานหลัก

- Data Integration & Single Source of Truth: บูรณาการข้อมูลจากสินเชื่อ, E Commerce, LINE OA, สาขา และพันธมิตร ให้เชื่อมโยงกันแบบ Real Time เพื่อรองรับการวิเคราะห์และการปฏิบัติงานทุกหน่วยงาน
- AI เพื่อการทำงานของพนักงาน (AI Augmented Workforce): ใช้ AI ช่วยสรุปข้อมูลลูกค้า แนะนำแนวทางบริการ ตรวจสอบความเสี่ยง/ทุจริต และสนับสนุนการตัดสินใจให้รวดเร็วและแม่นยำขึ้น
- AI Driven Personalization & Next Best Action: ยกกระดับข้อเสนอ/การสื่อสารให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละรายอย่างต่อเนื่อง ต่อยอดจากข้อมูล CRM และข้อมูลการใช้งานจริง
- Governance & Capability Building: วางมาตรฐานข้อมูล ความปลอดภัย และการกำกับดูแลระบบ พร้อมพัฒนาทักษะบุคลากรด้าน Digital/Data/AI ให้รองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

3. สรุปผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 โดยมีกำไรสุทธิ 25.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.76 ล้านบาท หรือร้อยละ 29.75 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

งบกำไรขาดทุน	Q1/2569	Q1/2568	เปลี่ยนแปลง	
			จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากการขายและบริการ	205.27	214.83	(9.56)	(4.45)
รายได้ดอกเบี้ยจากสัญญาเช่าซื้อ	33.47	37.40	(3.93)	(10.51)
รายได้ดอกเบี้ยจากการให้กู้ยืม	107.12	119.82	(12.69)	(10.59)
รายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ และรายได้อื่น	13.77	12.82	0.95	7.44
รวมรายได้	359.64	384.87	(25.23)	(6.56)
ต้นทุนขายและบริการ	173.55	180.88	(7.33)	(4.05)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	1.47	3.38	(1.90)	(56.34)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	106.50	104.00	2.50	2.40
กำไรจากการดำเนินงานก่อนสำรอง	78.12	96.61	(18.49)	(19.14)
ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	21.77	37.21	(15.43)	(41.48)
ขาดทุนจากการด้อยค่าและจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย	5.00	12.08	(7.08)	(58.63)
รวมค่าใช้จ่าย	308.29	337.55	(29.26)	(8.67)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้	51.35	47.32	4.03	8.51
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	19.20	23.17	(3.97)	(17.14)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	32.15	24.15	8.00	33.13
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	7.04	4.80	2.24	46.75
กำไรสำหรับงวด	25.11	19.35	5.76	29.75

- 3.1 รายได้รวม สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 จำนวน 359.64 ล้านบาท ลดลง 25.23 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.56 เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจาก การลดลงของรายได้ดอกเบี้ยจากสัญญาเช่าซื้อจากการปรับลดอัตราดอกเบี้ยในสินค้าบางประเภทเพื่อให้สามารถแข่งขันทางการตลาดได้ และการลดลงของรายได้ดอกเบี้ยจากสัญญาให้กู้ยืม จากการลดลงของพอร์ตลูกหนี้ ซึ่งเป็นไปตามแนวทางการชะลอการปล่อยสินเชื่อในกลุ่มรถบรรทุก นอกจากนี้รายได้จากการขายสินค้าปรับตัวลดลง สอดคล้องกับภาวะกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ ลดลง เช่นกัน
- 3.2 ต้นทุนขายและบริการ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 จำนวน 281.52 ล้านบาท ลดลง 6.74 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.34 เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักจากการลดลงของต้นทุนขายซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายสินค้าที่ลดลง
- 3.3 ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 จำนวน 21.77 ล้านบาท ลดลง 15.43 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.48 เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องมาจากการลดลงของพอร์ตลูกหนี้ รวมถึงการชะลอการปล่อยสินเชื่อที่มีความเสี่ยงสูง ควบคู่กับการบริหารจัดการชั้นหนี้ที่ดีขึ้น

- 3.4 ขาดทุนจากการด้อยค่าและจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 จำนวน 5.00 ล้านบาท ลดลง 7.08 ล้านบาท หรือร้อยละ 58.63 เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการยี่ดทรัพย์สินและขาดทุนจากการขายลดลง
- 3.5 ค่าใช้จ่ายทางการเงิน สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 จำนวน 19.20 ล้านบาท ลดลง 3.97 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.14 เมื่อเทียบกับปีก่อน ภาพรวมสาเหตุหลักมาจากภาระหนี้สินที่มีดอกเบี้ยน้อยลง และการปรับลดอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงิน

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร	Q1/2569	Q1/2568
อัตรากำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	15.45	15.80
อัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนสำรอง (ร้อยละ)	21.72	25.10

- 3.6 อัตรากำไรขั้นต้น สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 ลดลงจากร้อยละ 15.80 เป็น 15.45 เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการขายสินค้าในกลุ่มที่มี Margin ต่ำ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลง
- 3.7 อัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนสำรอง สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 ลดลงจากร้อยละ 25.10 เป็น 21.72 เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้รวม โดยเฉพาะรายได้ดอกเบี้ยจากสัญญาให้กู้ยืมและสัญญาเช่าซื้อ รวมถึงรายได้จากการขายสินค้า ขณะเดียวกัน แม้ว่าบริษัทจะสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายได้บางส่วน แต่การลดลงของรายได้ในอัตราที่สูงกว่า ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ปรับเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนสำรองลดลง

4. สรุปฐานะการเงิน

4.1 สินทรัพย์

(หน่วย: ล้านบาท)

สินทรัพย์	ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง	
	31 มีนาคม 2569	31 ธันวาคม 2568	จำนวนเงิน	ร้อยละ
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,471.46	1,399.55	71.92	5.14
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,335.79	1,394.39	(58.60)	(4.20)
รวมสินทรัพย์	2,807.25	2,793.94	13.31	0.48

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม จำนวน 2,807.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 13.31 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.48 โดยสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์หมุนเวียน มาจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ ขณะเดียวกัน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนปรับตัวลดลงจากการลดลงของลูกหนี้เงินให้กู้ยืมสุทธิ ส่งผลให้สินทรัพย์รวมของบริษัทปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

ในส่วนของลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ และลูกหนี้เงินให้กู้ยืม แสดงรายละเอียดประกอบดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

ลูกหนี้ตามสัญญา	ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง	
	31 มีนาคม 2569	31 ธันวาคม 2568	จำนวนเงิน	ร้อยละ
ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ	349.63	341.82	7.81	2.29
- ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(11.74)	(11.48)	0.26	2.30
ลูกหนี้เช่าซื้อ-สุทธิ	337.89	330.34	7.55	2.29
ลูกหนี้เงินให้กู้ยืม	2,221.91	2,276.91	(55.00)	(2.42)
- ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(151.94)	(156.84)	(4.90)	(3.13)
ลูกหนี้เงินให้กู้ยืม-สุทธิ	2,069.98	2,120.07	(50.09)	(2.36)
ลูกหนี้รวม-สุทธิ	2,407.87	2,450.41	(42.54)	(1.74)

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีลูกหนี้รวมสุทธิ จำนวน 2,407.87 ล้านบาท ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 42.54 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.74 โดยสาเหตุหลักมาจากการลดลงของพอร์ตลูกหนี้เงินให้กู้ยืมสุทธิ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการชะลอการปล่อยสินเชื่อในกลุ่มรถบรรทุก ขณะเดียวกันลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อสุทธิปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

4.2 หนี้สิน

(หน่วย: ล้านบาท)

หนี้สิน	ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง	
	31 มีนาคม 2569	31 ธันวาคม 2568	จำนวนเงิน	ร้อยละ
หนี้สินหมุนเวียน	1,477.85	1,481.05	(3.20)	(0.22)
หนี้สินไม่หมุนเวียน	103.15	111.74	(8.59)	(7.69)
รวมหนี้สิน	1,581.00	1,592.79	(11.80)	(0.74)

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม จำนวน 1,581.00 ล้านบาท ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 11.80 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.74 โดยสาเหตุหลักมาจากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวบางสัญญาที่กำหนด

4.3 สภาพคล่อง

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	เงินสดสำหรับงวดสามเดือน ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง	
	31 มีนาคม 2569	31 มีนาคม 2568	จำนวนเงิน	ร้อยละ
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	97.79	133.67	(35.88)	(26.84)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(0.77)	(1.08)	(0.31)	(28.89)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน	(103.67)	(131.67)	(28.00)	(21.26)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(6.65)	0.92	(7.57)	(824.48)

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงสุทธิ จำนวน 6.65 ล้านบาท โดยแยกเป็น รายละเอียด กระแสเงินสดแต่ละกิจกรรมดังนี้

- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน จำนวน 97.79 ล้านบาท ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน 35.88 ล้านบาท เนื่องจากการรับชำระเงินค้างงวดลดลง
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน จำนวน 0.77 ล้านบาท ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน 0.31 ล้านบาท เนื่องจากการลงทุนในสินทรัพย์ไม่มีตัวตนลดลง
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน จำนวน 103.67 ล้านบาท ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน 28.00 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงินลดลง

4.4 ส่วนของผู้ถือหุ้น

(หน่วย: ล้านบาท)

ส่วนของผู้ถือหุ้น	ณ วันที่		เปลี่ยนแปลง	
	31 มีนาคม 2569	31 ธันวาคม 2568	จำนวนเงิน	ร้อยละ
ทุนชำระแล้ว	550.00	550.00	0.00	0.00
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	466.25	466.25	0.00	0.00
กำไรสะสม - สรรองตามกฎหมาย	31.83	31.83	0.00	0.00
กำไรสะสม - ยังไม่จัดสรร	178.17	153.06	25.11	16.40
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,226.25	1,201.14	25.11	2.09

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น จำนวน 1,226.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 25.11 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.09 โดยสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสำหรับงวด

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	31 มีนาคม 2569	31 มีนาคม 2568
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการชำระหนี้		
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.29	1.59
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (เท่า)	2.67	2.04
อัตราส่วนความสามารถในการชำระภาระผูกพัน (เท่า)	1.03	0.80
อัตราส่วนสภาพคล่อง		
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.00	0.85
ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	25	3
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	71	66
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	45	44
วงจรเงินสด (วัน)	51	25
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		
อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ร้อยละ)	6.71	5.32
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	7.57	4.36
อัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อคุณภาพต่อสินเชื่อรวม (ร้อยละ)	4.44	4.91

5. ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

ปัจจัยที่พบว่า มีผลต่อการเติบโต และการดำเนินงานในอนาคตอันใกล้มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้

- 5.1 จากการรายงานพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่กับความท้าทายปรับตัวของธุรกิจโดยธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า พฤติกรรมการบริโภคของคนไทยในกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำหรือรายได้ยังไม่เข้มแข็ง มีพฤติกรรมที่ผู้บริโภคไปซื้อสินค้าบ่อยครั้งมากขึ้น แต่จำนวนสินค้าหรือยอดใช้จ่ายต่อใบเสร็จลดลง ด้านพฤติกรรมการซื้อออนไลน์พบว่า Gen Z ซื้อสินค้าบ่อยและมีแนวโน้มที่จะซื้อผ่านช่องทางนี้มากขึ้น แต่สินค้าที่ซื้อราคาที่ไม่แพง เน้นการได้รับประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับคุณค่าของผู้บริโภคมากกว่าการได้รับคุณค่าพื้นฐานทั่วไปของสินค้า/บริการ ทั้งนี้ธุรกิจอาจต้องปรับเปลี่ยนช่องทางการขายให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน
- 5.2 การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการเติบโตด้านเทคโนโลยี ที่เข้ามามีบทบาทในภาคธุรกิจมากขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานขององค์กร เพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น สร้างประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้า และสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ (Digitalization)
- 5.3 ภูมิรัฐศาสตร์และสงคราม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ห่วงโซ่อุปทาน และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ปัจจัยดังกล่าวนำไปสู่ต้นทุนสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นจากความผันผวนของราคาพลังงานและค่าขนส่ง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรของบริษัท ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอาจกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า ส่งผลให้ความต้องการสินเชื่อลดลง ซึ่งทำให้บริษัทดำเนินการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และดำเนินมาตรการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินในอนาคต

- 5.4 แนวความคิดของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งคนรุ่นใหม่ในยุคนี้ส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มคนที่มีรูปแบบ Extreme Polarization กล่าวคือเป็นรูปแบบการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีความเชื่อในสิ่งเดียวกัน มีองค์ความรู้เป็นกลุ่มก้อนและแชร์ข้อมูลกัน เกิดเป็น User Innovation หรือนวัตกรรมจากผู้ใช้ ซึ่งบ่งชี้ว่าในอนาคตคนรุ่นใหม่จะไม่เชื่อในการเป็นพนักงานบริษัท ดังนั้นหากมองในมุมของภาคธุรกิจ อาจต้องหาวิธีการรับมือด้านบุคลากรทั้งภายในองค์กรและภาคคนนอกองค์กร เรียนรู้ร่วมกับบุคลากรรุ่นใหม่และปรับตัว Rethinking กระบวนการดำเนินธุรกิจ ภายใต้สังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากการเร่งเร้าของกระแส Digitization หรือการเปลี่ยนจากยุคอนาล็อกไปสู่ยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์
- 5.5 หนี้ครัวเรือนไทยมีสัดส่วนค่อนข้างสูง ส่งผลต่อความสามารถในการกู้ยืมก้อนใหม่ และความสามารถในการรับมือกับภาระหนี้ก้อนเดิม เนื่องจากเศรษฐกิจไทยในภาพรวมที่ยังมีสัญญาณฟื้นตัวช้าและผลกระทบต่อเศรษฐกิจจากช่วงโควิด-19 ล้วนเป็นข้อจำกัดในการฟื้นตัวของรายได้ภาคครัวเรือน
- 5.6 เกณฑ์การอนุมัติสินเชื่อที่ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในการก่อหนี้ของลูกค้า เพื่อให้เป็นการก่อหนี้ที่เสริมความมั่นคงของกิจการหรือครัวเรือนอย่างยั่งยืน ตามมาตรฐานสากลและทางการไทย สถาบันการเงินจะพิจารณาความสามารถในการกู้ยืม และความต้องการในการชำระคืนหนี้ ซึ่งความเสี่ยงเครดิตที่เพิ่มขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมที่กระทบประเภทธุรกิจต่าง ๆ ในวงกว้างขึ้น จึงส่งผลยอดอนุมัติสินเชื่อ

6. พัฒนาการด้านความยั่งยืน

6.1 ด้านสิ่งแวดล้อม

- มุ่งเน้นการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก โดยมีแนวทาง เช่น การใช้รถยนต์ของบริษัท กำหนดให้มีการตรวจสภาพรถ ทั้งรถยนต์และจักรยานยนต์ และบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ
- การเลือกใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีมาตรฐานอุตสาหกรรม ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างเหมาะสม มีการตรวจสอบและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ
- การลดปริมาณการใช้กระดาษ โดยนำเทคโนโลยีมาใช้ทดแทนมากขึ้น

6.2 ด้านเศรษฐกิจสังคม

- การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- การพัฒนากระบวนการทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
- ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคมโดยรวม
- ความรับผิดชอบต่อสังคม

6.3 ด้านการกำกับกิจการองค์กร

- การกำกับดูแลกิจการ คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ มุ่งมั่นที่จะยึดถือและปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลและหลักสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ตีตามมาตรฐานสากลทั้ง 7 ประการ ได้แก่

Accountability	ความยอมรับผิดต่อการปฏิบัติหน้าที่
Responsibility	ความสำนึกในหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สามารถและประสิทธิภาพ ที่เพียงพอ
Equitable Treatment	การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียม
Transparency	ความโปร่งใสในการดำเนินงานและการเปิดเผยข้อมูล สามารถตรวจสอบได้ สามารถตรวจสอบได้
Value Creation	การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
Ethics	การส่งเสริมการปฏิบัติ อันเป็นเลิศมีจริยธรรมที่ดีในการประกอบธุรกิจ
Social Awareness	การมีสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินงาน

- การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
- การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้เป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

6.4 การประเมินและวิเคราะห์ด้านความยั่งยืนตามลำดับความสำคัญและเร่งด่วน

- บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนส่งเสริมความสมดุลสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาล เพื่อปลูกฝังทุกกระบวนการผ่านห่วงโซ่ธุรกิจ โดยยึดหลักสากล ได้แก่ Global Reporting Initiative (GRI) และ Sustainable Development Goals (SDGs) ในส่วนที่บริษัทเกี่ยวข้องในแต่ละด้าน
- บริษัทฯ จัดให้มีการบริหารความเสี่ยงจัดการต้นทุนที่เหมาะสม ดำเนินธุรกิจตามหลักเกณฑ์ กฎหมาย ประกาศ รวมถึงแนวทางมาตรฐานสากล ด้านยั่งยืน Environment Social and Governance : ESG เป็นไปตามเป้าหมายจากการประชุม COP26 กล่าว ว่า “ประเทศไทยจะเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปี 2050 และปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2065” นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการดำเนินการด้านการดูแลให้ภาคประชาชนสามารถเข้าถึงการบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึงอีกด้วย
- บริษัทฯ ได้ปรับปรุงการดำเนินงาน โดยการปรับคณะทำงาน รวมถึงการกำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะทำงานใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายปัจจุบันของบริษัท โดยดำเนินการตามกระบวนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน ร่วมกับการใช้เครื่องมือบริหารจัดการอย่าง PDCA (Plan-Do-Check-Action) เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- บริษัทฯ มีการทบทวนประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมประเด็นที่มีความเสี่ยงด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสิ่งแวดล้อม (Environment) จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ โดยมีวิธีการจัดการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อบริหารลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเร่งด่วน ครอบคลุม การบริหารจัดการขยะของเสีย น้ำ และไฟฟ้า โดยบริหารแผนงานและป้องกันความเสี่ยงจากผลกระทบน้ำท่วม สาขาที่อยู่พื้นที่ภาคตะวันออก มีแผนป้องกันความเสียหายทางทรัพย์สิน บริษัทฯ พิจารณาจัดทำประกันภัยเป็นประจำทุกปี และเพิ่มเติมผลการลงทุนในโครงการพลังงานทดแทน (Solar Rooftop) และดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อลดการปล่อยก๊าซในปี 2567

ด้านสังคม (Social) บริษัทฯ ให้ความสำคัญ รอบด้าน และให้ความสำคัญด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Due Diligence : HRDD) และเข้มงวดกับการดำเนินการด้านต่างๆ ตามนโยบาย ได้แก่ นโยบายการจ่ายค่าตอบแทน นโยบายการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร นโยบายการจ่ายค่าตอบแทน นโยบายการพัฒนาบุคลากร นโยบายด้านสวัสดิการ นโยบายด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน นโยบายการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน นโยบายโครงสร้างสายบังคับบัญชา และหน้าที่ความรับผิดชอบ นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาวะ อาชีวะ อนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน นโยบายสิทธิมนุษยชน

ด้านการกำกับดูแลกิจการและเศรษฐกิจ (Governance) โดยมีการจัดการและมีแนวทางในการปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบในการดำเนินธุรกิจ มีการกำกับดูแลกิจการ ด้วยความโปร่งใส มีการต่อต้านคอร์รัปชัน มีการบริหารงาน ออกแบบโครงสร้างเพื่อลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียในทุกห่วงโซ่ธุรกิจ รวมทั้งระบบควบคุมภายใน และประมวลจริยธรรมที่ชัดเจนและเข้มแข็ง รวมทั้งพิจารณาประเด็นที่มีความเสี่ยงทั้งภาครัฐและเอกชน หน่วยงานกำกับ และอุตสาหกรรมการเงิน ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกรอบแผนงานความยั่งยืน อาทิ การบริหารจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ การให้ความสำคัญต่อสิทธิมนุษยชนและความแตกต่าง การมอบโอกาสในการเติบโตก้าวหน้าทางอาชีพการงานของพนักงาน การพัฒนานวัตกรรมทางการเงินและการปรับตัวสู่ความเป็นดิจิทัล เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงบริการทางการเงิน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมวินัยทางการเงิน การดูแลความมั่นคงทางไซเบอร์ และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล การดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี การให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม เที่ยงตรง มีการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายโดยพัฒนาการที่ผ่านมาตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

- แผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2569 บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว จึงได้กำหนดแผนยกระดับการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นระบบ โดยมีแผนดำเนินการดังนี้

- ประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (CFO): จัดทำบัญชีรายการแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 (ตรง), 2 (พลังงาน), และ 3 (ห่วงโซ่อุปทาน) ขององค์กร
- กำหนดความมุ่งมั่น (Commitment): ประกาศเจตนารมณ์และนโยบายผู้บริหารสูงสุดในการมุ่งสู่ Net Zero
- ประเมินความเสี่ยงและโอกาส: วิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อธุรกิจ
- ตั้งเป้าหมาย (Setting Targets): กำหนดเป้าหมายระยะสั้น (5 ปี) และระยะยาว (ภายในปี 2050) โดยอิงมาตรฐานสากล
- วางแผนกลยุทธ์ (Strategy): กำหนดแนวทางการลดคาร์บอน เช่น ปรับปรุงเทคโนโลยี ใช้พลังงานสะอาด เป็นต้น
- ดำเนินงานและติดตามผล (Implementation & Tracking): ลงมือทำตามแผน ติดตามรายงานผลการลดก๊าซฯ รายปี และขอการรับรอง
- เปิดเผยข้อมูล (Reporting): สื่อสารเป้าหมายและผลการดำเนินงานต่อสาธารณะ
- กำหนดแผนดำเนินงานละเอียด (Action Plan): ระบุโครงการ ผู้รับผิดชอบ งบประมาณ และตัวชี้วัด (KPIs) ที่ชัดเจน

- การจัดกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) สอดคล้องกับนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (ESG) สำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 ดังนี้

- กิจกรรมที่ 1 STARM Green Office: รณรงค์ให้พนักงานลดการใช้อุปกรณ์พลาสติกภายในองค์กร พร้อมทั้งส่งเสริมการคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- กิจกรรมที่ 2 STARM Farm: ส่งเสริมการปลูกผักในกระถางภายในพื้นที่สำนักงาน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว ช่วยสร้างบรรยากาศที่สดชื่น และเพิ่มปริมาณออกซิเจนในที่ทำงาน อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างความร่วมมือและความผ่อนคลายให้กับพนักงาน
- กิจกรรมที่ 3 นโยบายทำความดี (STARM Good Deeds Policy): สนับสนุนให้พนักงานทุกสาขาร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน โดยรอบ เช่น การช่วยเหลือสังคม หรือการเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์เมื่อมีโอกาส โดยพนักงานที่เข้าร่วมจะได้รับคะแนนพิเศษ เพื่อเป็นแรงจูงใจและรางวัลแห่งความดี

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท สตาร์ ม้านี้ จำกัด (มหาชน)

(นายชูศักดิ์ วิวัฒน์วงศ์เกษม)

กรรมการผู้จัดการ

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ