บริษัท ซันเวนดิ้ง เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับงวดสามเดือนและเก้าเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

1. ภาพรวมธุรกิจ

บริษัท ซันเวนดิ้ง เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ โดยมีโรงงานปรับปรุงสภาพและประกอบ (Refurbishment) เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของตนเอง และมีสาขากระจายสินค้า 15 แห่ง แบ่งเป็นสาขา 13 แห่ง และสาขาย่อย 2 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการกว่า 30 จังหวัด ซึ่ง ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติติดตั้งกระจายอยู่ในสถานที่ต่างๆ จำนวน 20,042 เครื่อง แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบหลัก คือ ประเภทเครื่องขายสินค้าเครื่องดื่ม (Can & Bottle), เครื่องขายสินค้าเครื่องดื่มและขนม (Glass front), เครื่องถ้วยแบบร้อนเย็น (Cup Hot and Cold), และเครื่องสำหรับขายอาหารกึ่งสำเร็จรูป (Noodle) ซึ่งสินค้าที่จำหน่ายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และสินค้าอื่นๆ เช่น หน้ากากอนามัย ขนมปังเบเกอรี่ เป็นต้น รวมแล้วมีสินค้ากว่า 700 รายการ (“SKU”) ทั้งนี้ เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของบริษัทรองรับการชำระเงินทั้งแบบเงินสด (Cash) และแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Cashless)

รายได้ของบริษัทสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 ประกอบด้วย (1) รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 97.32 (2) รายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 1.39 (3) รายได้จากการบริการพื้นที่โฆษณาบนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 0.42 และ (4) รายได้จากการบริการและรายได้อื่น คิดเป็นร้อยละ 0.87

2. สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

ในไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทมีพัฒนาการที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการขยายเครือข่ายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน

ด้านการดำเนินธุรกิจ บริษัทสามารถขยายจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ติดตั้งให้บริการจนมีจำนวน 20,042 เครื่อง ณ เดือนกันยายน 2569 โดยเป็นเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติระบบ Smart Vending Machine ประมาณ 15,000 เครื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 75 ของจำนวนเครื่องทั้งหมด ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพในการนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นผ่านระบบดิจิทัล รวมถึงสนับสนุนการเพิ่มยอดขายต่อเครื่องในการรองรับการจ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

นอกจากนี้ บริษัทได้เข้าร่วมงาน Franchise Expo 2026 และงานแสดงสินค้าอื่นๆ เพื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบธุรกิจและขยายโอกาสทางการตลาดของเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ รวมถึงได้มีการเตรียมขยายการเปิดสาขาระยอง 2 เพิ่มอีก 1 สาขาในเดือนตุลาคม 2569 เพื่อรองรับการขยายการให้บริการลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดมากยิ่งขึ้น

ด้านการพัฒนาองค์กร บริษัทได้ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในการทำงานผ่านการจัดอบรม Microsoft 365 Copilot รวมถึงจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้นำและบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการปฏิบัติงานขององค์กร

3. สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือนและงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีรายได้รวม 817.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 84.23 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.49 และสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีรายได้รวม 2,332.73 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 247.65 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.88 เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเป็นหลัก จากการที่บริษัทขยายการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อให้บริการตามสถานที่บริการต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพิ่มขึ้นสุทธิ (ตั้งใหม่หักยกกลับ) จำนวน 1,421 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 7.63 เมื่อเทียบกับสิ้นไตรมาส 3 ปี 2568 และรายได้เฉลี่ยต่อตู้ต่อวันสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 อยู่ที่ประมาณ 427 บาท/เครื่อง/วัน เพิ่มขึ้นจากงวดปีก่อน ซึ่งอยู่ที่ 407 บาท/เครื่อง/วัน เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากตู้ที่ตั้งในกลุ่มโรงงานเป็นหลัก จากสภาวะอุตสาหกรรมการส่งออกที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลอดทั้ง 3 ไตรมาสของปีนี้ ทำให้หลายโรงงานโดยเฉพาะกลุ่มยานยนต์ กลุ่มชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า มีการเพิ่มคน เพิ่มกะในการทำงาน นอกจากนี้ รายได้ในส่วนของหลายๆกลุ่ม Segment อื่น เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม มหาวิทยาลัย และโรงพยาบาล มีรายได้ต่อตู้ต่อวันที่เพิ่มขึ้นจากงวดปี 2568 เช่นกัน

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 32.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.11 เมื่อเทียบกับกำไรสุทธิปีก่อน และกำไรสุทธิสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 96.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.71 เมื่อเทียบกับกำไรสุทธิงวดปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.88 จากของงวดปีก่อน หลักๆจากรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในการให้บริการเพิ่มขึ้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้า/ตู้/วันในงวดปีนี้ และรายได้จากการขายตู้ก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งจากการเพิ่มขึ้นของรายได้นี้ช่วยส่งผลให้ครอบคลุมกับค่าใช้จ่ายคงที่ นอกจากนี้ บริษัทยังคงบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการลดลงของค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยในงวดปีนี้

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2569 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 9 เดือน)		ไตรมาส 3/2569 (สำหรับงวด 9 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้								
รายได้จากการขาย	723.57	98.71	806.91	98.74	2,059.34	98.77	2,302.75	98.72
รายได้อื่น	9.42	1.29	10.31	1.26	25.73	1.23	29.98	1.28
รวมรายได้	732.99	100.00	817.22	100.00	2,085.07	100.00	2,332,73	100.00
ค่าใช้จ่าย								
ต้นทุนขาย	(471.42)	(64.31)	(523.74)	(64.09)	(1,346.12)	(64.56)	(1,501.48)	(64.37)
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(203.06)	(27.70)	(229.28)	(28.06)	(584.57)	(28.04)	(647.03)	(27.73)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(24.74)	(3.38)	(22.81)	(2.79)	(61.88)	(2.97)	(63.16)	(2.71)
ค่าใช้จ่ายอื่น	(0.04)	(0.01)	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(0.06)	(0.01)	(0.08)	(0.01)	(0.52)	(0.03)	(0.26)	(0.01)
รวมค่าใช้จ่าย	(669.32)	(95.41)	(775.91)	(94.95)	(1,993.09)	(95.59)	(2,221.93)	(94.82)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	33.67	4.59	41.31	5.05	91.98	4.41	120.80	5.18
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(6.47)	(0.88)	(8.36)	(1.02)	(17.51)	(0.84)	(24.20)	(1.04)
กำไรสุทธิสำหรับงวด	27.20	3.71	32.94	4.03	74.47	3.57	96.60	4.14

รายได้

รายได้รวมของบริษัทสำหรับงวด 3 เดือนและงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 817.22 ล้านบาท และจำนวน 2,332.73 ล้านบาท ตามลำดับซึ่งสามารถสรุปโครงสร้างรายได้ของบริษัท ได้ดังนี้

ประเภทรายได้	ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2569 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 9 เดือน)		ไตรมาส 3/2569 (สำหรับงวด 9 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	708.59	96.67	799.60	97.84	2,030.05	97.36	2,270.24	97.32
2. รายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	14.97	2.04	7.31	0.89	29.29	1.40	32.51	1.39
3. รายได้จากค่าบริการพื้นที่บนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อโฆษณา[1]	4.14	0.56	3.32	0.41	10.37	0.50	9.82	0.42
4.รายได้จากการบริการ [1]	3.76	0.52	4.07	0.50	9.60	0.46	10.97	0.47
รวมรายได้จากการขายและบริการ	731.46	99.79	814.30	99.64	2,079.31	99.72	2,323.54	99.61
รายได้อื่นๆ[1]	1.53	0.21	2.92	0.36	5.76	0.28	9.19	0.39
รายได้รวม	732.99	100.00	817.22	100.00	2,085.07	100.00	2,332,.73	100.00

หมายเหตุ /1 ในงบการเงินแสดงรวมอยู่ในรายได้อื่นๆ

รายได้จากการขายและบริการ

รายได้จากการขายและบริการสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 มีมูลค่าเท่ากับ 814.30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.64 ของรายได้รวม โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.32 เมื่อเทียบกับปีก่อน

รายได้จากการขายและบริการสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 มีมูลค่าเท่ากับ 2,323.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.61 ของรายได้รวม โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.75 เมื่อเทียบกับปีก่อนซึ่งเติบโตตามการขยายพื้นที่ให้บริการโดยการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติตามสถานที่ให้บริการต่างๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถให้บริการครอบคลุมผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยสามารถแบ่งประเภทรายได้ ดังนี้:

1. **รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ** ธุรกิจหลักของบริษัทเป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ สำหรับงวด 3 เดือนและงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีรายได้จากขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเท่ากับ 799.60 ล้านบาท และ 2,270.24 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.84 และ 11.83 เทียบกับรอบระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละปีบริษัทจะมีแผนขยายพื้นที่ให้บริการโดยการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติตามสถานที่บริการต่างๆ เพื่อให้การบริการครอบคลุมผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น และเพิ่มโอกาสในการเติบโตทางของยอดขาย ทั้งนี้ ในไตรมาส 1-3 ปี 2569 บริษัทขยายการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติอย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพิ่มขึ้นสุทธิ (ตั้งใหม่หักยกกลับ) จำนวน 1,031 เครื่อง คิดเป็น ร้อยละ 5.42 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 หรือเพิ่มขึ้นสุทธิจำนวน 1,421 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 7.63 เมื่อเทียบกับสิ้นไตรมาส 3 ปี 2568 ซึ่ง ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติวางให้บริการทั้งหมดเป็นจำนวน 20,042 เครื่อง

หากพิจารณารายได้เฉลี่ย/เครื่อง/วัน ของเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีรายได้เฉลี่ย/เครื่อง/วัน ประมาณ 427 บาท เพิ่มขึ้นจากงวดปีก่อน ซึ่งอยู่ที่ 407 บาท/เครื่อง/วัน เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากตู้ที่ตั้งในกลุ่มโรงงานเป็นหลัก จากสภาวะอุตสาหกรรมการส่งออกที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลอดทั้ง 3 ไตรมาสของปีนี้ ทำให้หลายโรงงานโดยเฉพาะกลุ่มยานยนต์ กลุ่มชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า มีการเพิ่มคน เพิ่มกะในการทำงาน นอกจากนี้ รายได้ในส่วนของหลายๆกลุ่ม Segment อื่น เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม มหาวิทยาลัย และโรงพยาบาล มีรายได้ต่อตู้ต่อวันที่เพิ่มขึ้นจากงวดปี 2568 เช่นกัน

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทประมาณร้อยละ 70 ของเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติทั้งหมด คือ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม เช่น โรงงานประกอบรถยนต์ โรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ โรงงานสิ่งทอ โรงงานผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น รองลงมา คือ ธุรกิจโลจิสติก กลุ่มออฟฟิศสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า และโรงแรม

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีนโยบายกระจายความเสี่ยง โดยบริษัทได้ดำเนินการขยายพื้นที่ให้บริการในการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติใน Segment ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ปั๊มน้ำมัน สถานีรถไฟ สถานีรถขนส่ง และคอนโดมิเนียม เป็นต้น เพื่อให้สอดรับกับ Life Style ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุค New Normal เช่น คนทำงานพักอาศัยในคอนโดมีเนียมในเมือง การเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะเพื่อความรวดเร็ว การขยายธุรกิจร้านค้าปลีกในปั๊มน้ำมัน เป็นต้น

2. **รายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ** เป็นการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติให้ลูกค้า โดยบริษัทมีโรงงานปรับปรุงสภาพและประกอบ (Refurbishment) เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเอง และบริษัทยังเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจากผู้ผลิตเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติชั้นนำในประเทศจีน 1 ราย โดยบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย การขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติให้กับลูกค้าเป็นการขายขาด บริษัทมีรายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวด 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 32.51 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.39 ของรายได้รวม ซึ่งเพิ่มขึ้นจำนวน 3.22 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.01 เทียบกับปีก่อน เนื่องจากงวดปีนี้มีการขายตู้ให้ลูกค้ารายหลักเป็นจำนวนหลายตู้ และจำนวนลูกค้ารายย่อยก็เพิ่มขึ้นเช่นกันจากงวดปีก่อน

3. **รายได้จากค่าบริการพื้นที่บนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อโฆษณา** เป็นรายได้ค่าบริการจากการติดสื่อโฆษณาบนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อโฆษณาสินค้าของลูกค้า จากการ Wrap เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติด้วยสติกเกอร์ โดยการคิดค่าบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งของเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ลูกค้าต้องการติดตั้งโฆษณา โดยบริษัทมีรายได้จากการบริการติดสื่อโฆษณาบนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 256 เท่ากับ 9.82 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.42 ของรายได้รวม ซึ่งลดลงจำนวน 0.55 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 5.35 เมื่อเทียบกับปีก่อน จากจำนวนลูกค้าติดตั้งสื่อโฆษณาที่ลดลงเล็กน้อยจากงวดปีก่อน

4. **รายได้จากการบริการ** เป็นรายได้จากการให้บริการแลกเงินเหรียญให้กับผู้ประกอบกิจการค้าปลีก รายได้ค่าบริการหลังการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และรายได้ค่าเช่าเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ เนื่องด้วยธุรกิจหลักของบริษัทเป็นการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ รายได้ส่วนใหญ่จึงเป็นเงินสด ทั้งประเภทธนบัตรและเงินเหรียญจากการหยอดเงินของลูกค้าเพื่อซื้อสินค้าจากเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ โดยถ้าเป็นธนบัตรบริษัทจะนำฝากเข้าธนาคาร ส่วนที่เป็นเงินเหรียญ บริษัทนำเหรียญไปแลกกับผู้ประกอบกิจการร้านสะดวกซื้อ บริษัทจึงมีรายได้จากการแลกเหรียญ ซึ่งรายได้จากการบริการสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 10.97 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.47 ของรายได้รวม ซึ่งเพิ่มขึ้นจำนวน 1.37 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 14.31 เมื่อเทียบกับงวดปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของรายได้ค่าบริการระบบของตู้เวนดิ้ง และบริการขนส่งตู้เวนดิ้งเป็นหลัก

<u>รายได้อื่น</u>

รายได้อื่น ได้แก่ รายได้ค่าธรรมเนียมวางสินค้าจากเจ้าของสินค้า รายได้เงินปันผลรับ ดอกเบี้ยรับ และกำไรจากการขายทรัพย์สิน เป็นต้น โดยรายได้อื่นสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 256 เท่ากับ 9.19 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.39 ของรายได้รวม โดยเพิ่มขึ้นจำนวน 3.43 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 59.33 เมื่อเทียบกับของงวดปีก่อนจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการให้เช่าออฟฟิต และรายได้จากการจำหน่ายทรัพย์สิน

<u>ต้นทุนขาย</u>

ต้นทุนขายสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 523.74 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 64.09 ของรายได้รวม และสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 1,501.48 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 64.37 ของรายได้รวม โดยองค์ประกอบหลักของต้นทุนขาย คือ ต้นทุนสินค้าเพื่อขายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 98.89 ของต้นทุนรวม รองลงมา คือ ต้นทุนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อจำหน่าย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.11 ของต้นทุนรวม ซึ่งสามารถสรุปโครงสร้างต้นทุนและกำไรขั้นต้นของบริษัท ได้ดังนี้

โครงสร้างต้นทุน	ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2569 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 9 เดือน)		ไตรมาส 3/25 (สำหรับงวด 9 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	463.79	98.38	520.05	99.30	1,330.27	98.82	1,484.87	98.89
2. ต้นทุนขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	7.63	1.62	3.69	0.70	15.85	1.18	16.61	1.11
รวมต้นทุนขาย	471.42	100.00	523.74	100.00	1,346.12	100.00	1,501.48	100.00

กำไรขั้นต้น	ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2569 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 9 เดือน)		ไตรมาส 3/2569 (สำหรับงวด 9 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. กำไรขั้นต้นสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	244.80	34.55	279.55	34.96	699.78	34.47	785.37	34.59
2. กำไรขั้นต้นเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	7.35	49.07	3.62	49.55	13.44	45.88	15.90	48.90
รวมกำไรขั้นต้น	252.15	34.85	283.17	35.09	713.22	34.63	801.27	34.80

บริษัทมีต้นทุนขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 ร้อยละ 65.04 ของรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 34.96 โดยบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากงวดปีก่อน ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 34.55 ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายในการคัดเลือกสินค้าที่จะวางในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจะต้องมีอัตรากำไรขั้นต้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 รวมถึงการพิจารณาถึงความนิยมของผู้บริโภคต่อสินค้า และลักษณะรูปทรงของสินค้าที่จะสามารถวางในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติได้

บริษัทมีต้นทุนขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 ร้อยละ 50.45 ของรายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 49.55 ซึ่งเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 49.07 สาเหตุหลักเนื่องจากในงวดปี 2569 มีการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติมือสองให้กับลูกค้าหลายตู้ ซึ่งเป็นตู้ที่มีกำไรขั้นต้นมากกว่าตู้มือหนึ่ง

ถึงแม้ว่าอัตรากำไรขั้นต้นของการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจะค่อนข้างสูง แต่ด้วยสัดส่วนรายได้ส่วนใหญ่เป็นการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมของบริษัทอยู่ที่ประมาณร้อยละ 34

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 647.03 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.73 ของรายได้รวม ซึ่งค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ (1) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานบริการเติมสินค้า (Route Operation) พนักงานขายและการตลาด ในส่วนของเงินเดือน โบนัส ค่าคอมมิชชั่น และสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 35.24 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวม (2) ค่าเสื่อมราคามีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.29 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวม (3) ค่าบริการพื้นที่วางเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ มีสัดส่วนคิดเป็น ร้อยละ 19.16 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายที่สำคัญ	ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2569 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 9 เดือน)		ไตรมาส 3/2569 (สำหรับงวด 9 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	67.87	33.43	83.20	36.29	198.05	33.88	228.02	35.24
ค่าเสื่อมราคา	53.33	26.26	56.19	24.51	152.84	26.15	163.61	25.29
ค่าบริการพื้นที่	37.90	18.66	43.41	18.93	109.79	18.78	123.99	19.16

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 25 เพิ่มขึ้นจำนวน 62.46 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.68 จากของงวดปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานจากค่าคอมมิชชั่นและโบนัสจากการทำยอดขายได้สูงขึ้น และค่าบริการพื้นที่วางเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการขยายจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่วางบริการเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ประกอบกับอัตราค่าบริการพื้นที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่การวางบริการในพื้นที่เปิดมากขึ้นและจากการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเพิ่มขึ้นจาก 109.79 ล้านบาท เป็น 123.99 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 14.20 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.93 ทั้งนี้ ค่าบริการพื้นที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.16 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากงวดปีก่อนหน้า ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 18.78 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย และในส่วนของค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจาก 152.84 ล้านบาทเป็น 163.61 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 10.77 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.04 เนื่องจากบริษัทมีการขยายจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่มีการติดตั้งเพิ่มขึ้นสุทธิจำนวน 1,421 เครื่อง เมื่อเทียบกับสิ้นไตรมาส 3 ปี 2568 รวมถึงการเพิ่มจำนวนของตู้ Smart มากขึ้น โดยมีสัดส่วนค่าเสื่อมราคาคิดเป็นร้อยละ 25.29 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ซึ่งมีสัดส่วนลดลงจากปีก่อน ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 26.15 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 25 เท่ากับ 63.16 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.71 ของรายได้รวม ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ (1) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานและผู้บริหาร เช่น เงินเดือน โบนัส และสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 57.78 ของค่าใช้จ่ายในการบริหาร (2) ค่าเสื่อมราคา มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 13.16 ของค่าใช้จ่ายในการบริหาร (3) ค่าที่ปรึกษาและค่าตอบแทนกรรมการ โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 13.06 ของค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญ	ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/256 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 3/2568 (สำหรับงวด 9 เดือน)		ไตรมาส 3/256 (สำหรับงวด 9 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	18.70	75.56	14.25	62.46	38.13	61.61	36.49	57.78
ค่าเสื่อมราคา	2.96	11.98	2.83	12.39	8.74	14.12	8.31	13.16
ค่าที่ปรึกษาและค่าตอบแทนกรรมการ	2.30	9.30	2.33	10.20	6.69	10.82	8.24	13.06

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 เพิ่มขึ้นจำนวน 1.28 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.05 สาเหตุหลักมาจากค่าเบี้ยประชุมและค่าตอบแทนกรรมการ

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงินสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 256 เท่ากับ 0.26 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01 ของรายได้รวม ลดลงจำนวน 0.26 ล้านบาท จากงวดปีก่อน เนื่องจากในงวดปี 2568 บริษัทมีการกู้ยืมเงินระยะสั้นจากสถาบันการเงินในรูปแบบตั๋วสัญญาใช้เงิน แต่ในปี 2569 ยังไม่มีการกู้ยืมเงินระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

กำไรสุทธิ

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 96.60 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 4.14 ทั้งนี้ อัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในการให้บริการเพิ่มขึ้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้า/ตู้/วันในงวดปีนี้ และรายได้จากการขายตู้ก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งจากการเพิ่มขึ้นของรายได้นี้ช่วยส่งผลให้ครอบคลุมกับค่าใช้จ่ายคงที่ นอกจากนี้ บริษัทยังคงบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการลดลงของค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยในงวดปีนี้

4. สรุปฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

บริษัทมีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 1,844.74 ล้านบาท และ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 1,987.13 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์หลัก สรุปได้ดังนี้

1. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 340.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2568 จำนวน 141.52 ล้านบาท เนื่องจากเงินสดรับจากการดำเนินงานจำนวน 313.26 ล้านบาท หักสุทธิกับเงินสดจ่ายเพื่อการลงทุนในทรัพย์สินจำนวน 132.54 ล้านบาท และเงินสดจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นจำนวน 35.00 ล้านบาท
2. สินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 169.12 ล้านบาท ลดลงจากปี 2568 จำนวน 24.29 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากการลดลงของสินค้าในคลังจากการเบิกขายในตู้เวนดิ้งที่มากขึ้น

หนี้สิน

บริษัทมีหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 497.49 ล้านบาท และ ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 572.72 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของหนี้สินหลัก สรุปได้ดังนี้

1. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีมูลค่าเท่ากับ 494.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2568 จำนวน 70.43 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าจำนวน 45.72 ล้านบาท จากการสั่งซื้อสินค้าเพื่อขายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ได้วางบริการมากขึ้น และบวกด้วยการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายค้างจ่ายจำนวน 24.71 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 1,414.41 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 71.18 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก ณ สิ้นปี 2568 จำนวน 67.16 ล้านบาท เนื่องจากกำไรจากการดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 96.60 ล้านบาท หักด้วยเงินปันผลจ่ายจำนวน 35.00 ล้านบาท

สภาพคล่อง

1. สภาพคล่องกระแสเงินสด

กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 313.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.04 ล้านบาทจากงวดปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากการเพิ่มขึ้นจากกำไรจากการดำเนินงานและการรับชำระเงินจากลูกหนี้การค้า

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 132.54 ล้านบาท โดยบริษัทได้ลงทุนในอุปกรณ์ จำนวนรวม 134.76 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยการลงทุนในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติรวมถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติแบบ Smart และการลงทุนในยานพาหนะ

กระแสเงินสดจ่ายสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 มีจำนวน 39.21ล้านบาท โดยบริษัทมีเงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า 4.21 ล้านบาท และเงินสดจ่ายเงินปันผล 35.00 ล้านบาท

2. อัตราส่วนสภาพคล่องและวงจรเงินสด

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 1.10 เท่า เพิ่มขึ้นจากปี 2568 ซึ่งมีอัตราส่วนสภาพคล่องที่ 1.00 เท่า เนื่องจากสัดส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากส่วนของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ทั้งนี้ หากพิจารณาสภาพคล่องจากวงจรเงินสด (Cash Cycle) สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 และ 2568 มีระยะเวลาเท่ากับ (33) วัน และ (30) วัน ตามลำดับ ซึ่งบริษัทมีวงจรเงินสดติดลบ จากที่บริษัทสามารถเก็บหนี้ได้ก่อนที่จะถึงเวลาชำระหนี้ เนื่องจากรายได้รับส่วนใหญ่เป็นเงินสดจากที่ลูกค้าต้องชำระเงินทันทีเมื่อซื้อสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

5. ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

บริษัทมุ่งเน้นการขยายธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนการเติบโตที่สำคัญ ได้แก่ การขยายจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการมากขึ้น ซึ่ง ณ เดือนกันยายน 2569 บริษัทมีเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติติดตั้งให้บริการจำนวน 20,042 เครื่อง รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติระบบ Smart Vending Machine ซึ่งมีจำนวนประมาณ 15,000 เครื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 75 ของจำนวนเครื่องทั้งหมด โดยเครื่องระบบ Smart สามารถสร้างรายได้ต่อเครื่องสูงกว่าเครื่องธรรมดา และยังรองรับการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นผ่านหน้าจอเครื่องเพื่อกระตุ้นยอดขายและเพิ่มความถี่ในการซื้อสินค้า

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการขยายฐานลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท โดยมุ่งเน้นพื้นที่ที่มีจำนวนพนักงานและความต้องการบริโภคสินค้าในระดับสูง รวมถึงการกระจายความเสี่ยงด้วยการขยายพื้นที่ให้บริการไปยังกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ทั้งนี้ บริษัทมีแผนเปิดสาขาใหม่ระยอง 2 เพื่อรองรับการขยายฐานลูกค้าในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการกระจายสินค้าและการให้บริการในพื้นที่ภาคตะวันออก

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจของบริษัทยังคงมีปัจจัยเสี่ยงที่ต้องติดตาม ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจและการเติบโตของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งอาจส่งผลต่อจำนวนพนักงานและกำลังซื้อของผู้บริโภคในสถานที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ การแข่งขันในการเข้าถึงพื้นที่ติดตั้งซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนค่าบริการพื้นที่เพิ่มขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าเสื่อมราคาจากการขยายจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและการพัฒนาเทคโนโลยี Smart Vending Machine

บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่าย การเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าและการบำรุงรักษาเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีและการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตของบริษัทอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในอนาคต

6. พัฒนาการด้านความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความยั่งยืนไม่ใช่เพียงแค่แนวคิด แต่เป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่สมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทตระหนักถึงความรับผิดชอบในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อโลกและสังคม พร้อมทั้งมุ่งเน้นการดำเนินงานที่โปร่งใส มีจริยธรรม และคำนึงถึงอนาคตของคนรุ่นถัดไป

บริษัทมุ่งมั่นลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการใช้พลังงานสะอาด การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ ขณะเดียวกัน บริษัทส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านนโยบายด้านแรงงานที่เป็นธรรม ความปลอดภัยในการทำงาน และโครงการเพื่อสังคม

ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ดำเนินโครงการปรับปรุงกระบวนการผลิตที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยการใช้สารทำความเย็นในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติชนิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งสารทำความเย็นนับว่าเป็นก๊าซเรือนกระจกที่มีความสามารถในการกักเก็บสะสมความร้อนสูงกว่า ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ตั้งแต่ในช่วงร้อยเท่าจนถึงหมื่นเท่าโดยวัดจากค่าศักยภาพในการทำให้เกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming Potential หรือ GWP) ดังนั้น การเลือกใช้เทคโนโลยีการทำความเย็นและสารทำความเย็นที่เหมาะสมจึงมี ความสำคัญอย่างยิ่งในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าวจึงได้เริ่มดำเนินการเปลี่ยนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจากเดิมที่ใช้สารทำความเย็นชนิด R-12, R-22 มาเป็น R-134a ซึ่งมีค่าศักยภาพทำให้เกิดภาวะ โลกร้อน 10,900, 1,810 และ 1,430 เท่าตามลำดับและได้เริ่มมีการเปลี่ยนมาใช้เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ใช้สาร R-600a, R290 และ R-1234YF ซึ่งมีค่าศักยภาพทำให้เกิดภาวะโลกร้อนลดลงเหลือประมาณ 3.3, 3 และ <1 เท่าตามลำดับ เพื่อเพิ่มสัดส่วนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ

ทั้งนี้ ในรอบปี 2568 บริษัทได้ทำการทวนสอบข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรที่คำนวณขึ้นตามแนวทางการจัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสำหรับบริษัทจดทะเบียนที่จัดทำขึ้นภายใต้ความร่วมมือระหว่างสำนักงานคณะกรรมการกำกับตลาดหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) โดยบริษัทมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรที่คำนวณได้ รวมทั้งสิ้น 5,892 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยแบ่งเป็นประเภท ดังนี้

- ขอบเขต 1 (Scope 1) เท่ากับ 3,854 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

- ขอบเขต 2 (Scope 2) เท่ากับ 1,424 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

- ขอบเขต 3 (Scope 3) เท่ากับ 614 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ซึ่งบริษัทมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรในปี 2568 ที่ลดลง 413 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เมื่อเทียบกับปี 2567 สำหรับการบริหารจัดการความยั่งยืนในประเด็นสำคัญอื่นๆ สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในแบบ 56-1 One Report หัวข้อการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ความเชื่อมโยง ESG กับการดำเนินธุรกิจและผลกระทบในอนาคต

ด้านสิ่งแวดล้อม การเลือกใช้เครื่องและสารทำความเย็นเชื่อมโยงโดยตรงกับสินทรัพย์ที่ใช้สร้างรายได้ของบริษัท การลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจึงต้องพิจารณาควบคู่กับจำนวนเครื่องที่ปรับเปลี่ยน เงินลงทุน ความพร้อมในการบำรุงรักษา และผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่วัดได้จริง

ด้านสังคม เป้าหมายด้านแรงงานที่เป็นธรรมและความปลอดภัยในการทำงานมีความเชื่อมโยงกับพนักงานเติมสินค้า พนักงานขนส่ง และผู้ปฏิบัติงานปรับปรุงเครื่อง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ประเด็นเหล่านี้อาจส่งผลต่อคุณภาพบริการ ต้นทุนบุคลากร และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

ด้านการกำกับดูแลกิจการ การดำเนินงานที่โปร่งใสมีความเชื่อมโยงกับความถูกต้องของรายได้จากทั้งเงินสดและเงินอิเล็กทรอนิกส์ การจัดซื้อสินค้าและเครื่อง การทำสัญญาพื้นที่ และการเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้ลงทุน ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลหรือการควบคุมที่ไม่เพียงพออาจกระทบการตัดสินใจ ต้นทุน และความเชื่อมั่น จึงเป็นประเด็นที่ต้องเชื่อมกับการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจ