

สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาส 3/2559

- รายได้รวมจากธุรกิจหลัก 555 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 39.7% (YoY)
- กำไรสุทธิ 104 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47.3% (YoY)
- จำนวน “ตู้บุญเติม” 85,656 ตู้ เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่แล้ว 6,048 ตู้
- มูลค่าเติมเงินรวม 5,766 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่แล้ว 434 ล้านบาท
- 20.7 ล้านเลขหมายผู้ใช้งานประจำ และ 1.7 ล้านรายการต่อวัน

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

	ไตรมาส 3/2558	ไตรมาส 4/2558	ไตรมาส 1/2559	ไตรมาส 2/2559	ไตรมาส 3/2559
มูลค่าเติมเงินรวมผ่าน “ตู้บุญเติม” (ล้านบาท)	3,943	4,498	4,909	5,332	5,766
จำนวน “ตู้บุญเติม” ณ วันสิ้นงวด (ตู้)	61,076	65,867	72,475	79,608	85,656

ภาพรวมของธุรกิจไตรมาส 3/2559 บริษัทยังคงสามารถสร้างผลประกอบการตามแผนได้อย่างต่อเนื่อง และยังคงครองตำแหน่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 ในตลาดตู้เติมเงินออนไลน์ ทั้งในแง่ของจำนวนตู้และมูลค่าการเติมเงิน โดยตู้บุญเติมในไตรมาสนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 85,656 ตู้ เพิ่มขึ้นเท่ากับ 24,580 ตู้ หรือ 40.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และเพิ่มขึ้น 6,048 ตู้ หรือ 7.6% จากไตรมาสที่แล้ว ในส่วนของมูลค่าเติมเงินยังคงมีแนวโน้มเติบโตในทิศทางเดียวกับการขยายจำนวนตู้ โดยมีมูลค่าเติมเงินเท่ากับ 5,766 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเท่ากับ 1,823 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 46.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และเพิ่มขึ้น 434 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 8.1% จากไตรมาสที่แล้ว รวมถึงจำนวนผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องกว่า 20.7 ล้านเลขหมาย ยอดทำรายการผ่านตู้บุญเติมที่มากกว่า 1.7 ล้านรายการต่อวัน ส่งผลให้มีรายได้จากธุรกิจหลัก 555 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 39.7% และกำไรสุทธิเท่ากับ 104 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

สำหรับสถานะตลาดตู้เติมเงินออนไลน์มีการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้ประกอบการรายอื่นเน้นยอดจำหน่ายตู้ให้ได้จำนวนมาก แต่บริษัทยังคงกลยุทธ์ในการขยายจำนวนตู้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่ดี และรักษายอดการเติมเงินต่อตู้ (ARPU) ให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ ด้วยการกระตุ้นยอดการใช้งานผ่านตู้บุญเติม ได้แก่ การจัดรายการสะสมแต้มเพื่อชิงโชคและแลกของรางวัล โปรโมชันเติมเงิน 100 บาทไม่เสียค่าบริการ รวมถึงการเพิ่มบริการอื่นๆ อาทิ บริการโอนเงิน และบริการชั่งน้ำหนัก นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับโอกาสจากการเติบโตของตลาดบริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นโดยผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือจะเน้นแข่งขันที่ตลาดลูกค้าระบบเติมเงินเป็นหลัก ซึ่งที่ผ่านมามีการจัดโปรโมชันร่วมกับตู้บุญเติมโดยเฉพาะ ได้แก่ การแจกโบนัสค่าโทรศัพท์เมื่อมีการเติมเงินผ่านตู้บุญเติม ส่งผลให้ยอดเติมเงินผ่านตู้บุญเติมมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

สรุปงบการเงิน สำหรับไตรมาส 3/2559

งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 3/2558		ไตรมาส 2/2559		ไตรมาส 3/2559		%QoQ	%YoY
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%		
รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการ เติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้า และรับชำระเงินออนไลน์อื่น ๆ (Commission)	164	41.2%	222	42.6%	237	42.7%	7.0%	45.0%
รายได้ค่าธรรมเนียมจากการให้บริการ ผ่าน “ตู้บุญเติม” (Service Charge)	231	58.1%	293	56.4%	318	57.2%	8.3%	37.7%
รายได้ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	0.5	0.1%	0.03	0.0%	0.02	0.0%	-14.8%	-95.1%
รายได้ค่าโฆษณา	2	0.6%	5	1.0%	0.1	0.0%	-98.1%	-95.7%
รายได้รวมจากธุรกิจหลัก (4 รายการ)	397	100.0%	520	100.0%	555	100.0%	6.7%	39.7%
ต้นทุนการบริการ	(289)	-72.9%	(384)	-74.0%	(409)	-73.7%	6.3%	41.2%
กำไรขั้นต้น	108	27.1%	135	26.0%	146	26.3%	7.9%	35.8%
ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	(41)	-10.2%	(44)	-8.5%	(47)	-8.4%	6.4%	15.7%
กำไรจากการดำเนินงาน	67	16.9%	91	17.6%	99	17.9%	8.7%	48.0%
รายได้อื่น	24	6.1%	33	6.3%	33	6.0%	2.4%	39.2%
กำไรจากการขายสินค้า	0.4	0.1%	1	0.3%	1	0.2%	-31.9%	178.1%
ต้นทุนทางการเงิน	(3)	-0.8%	(6)	-1.2%	(8)	-1.5%	33.5%	154.3%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(18)	-4.4%	(24)	-4.6%	(21)	-3.8%	-11.4%	21.4%
กำไรสุทธิ	71	17.8%	95	18.3%	104	18.8%	9.4%	47.3%

รายได้รวม

รายได้รวมจากธุรกิจหลักเท่ากับ 555 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 39.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยปัจจัยหลักมาจากการขยายจำนวนตู้บุญเติม และแนวโน้มการเติบโตของบริการใหม่ ได้แก่ บริการโอนเงินและบริการชั่งน้ำหนัก ส่งผลให้มูลค่าเติมเงินผ่านตู้บุญเติมเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

- 1) **รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่น ๆ (Commission)** เท่ากับ 237 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 45.0% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากรายได้ผลตอบแทนจากการเติมเงินโทรศัพท์
- 2) **รายได้จากการให้บริการผ่านตู้บุญเติม (Service Charge)** เท่ากับ 318 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการให้บริการผ่านตู้บุญเติมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3) รายได้ค่าโฆษณา เท่ากับ 0.1 ล้านบาท ลดลง 95.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากสัญญาโฆษณากับผู้ว่าจ้างรายเดิมสิ้นสุดลง และสัญญาใหม่จะเริ่มรับรู้รายได้ในไตรมาส 4/2559

4) รายได้อื่น เท่ากับ 33 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 39.2% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเติบโตตามการขยายจำนวนตู้บุญเติม และมูลค่าการใช้บริการผ่านตู้บุญเติมที่เพิ่มมากขึ้น

ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

1) ต้นทุนการบริการ เท่ากับ 409 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 73.7% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก เพิ่มขึ้นจาก 72.9% ในไตรมาส 3/2558 สาเหตุจากรายได้โฆษณาที่ลดลง และลดลงจาก 74.0% ในไตรมาส 2/2559 เนื่องจากไม่มีการตั้งสำรองด้วยค่าทรัพย์สินที่เป็นรายการพิเศษในไตรมาสนี้

2) ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร เท่ากับ 47 ล้านบาท คิดเป็น 8.4% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก โดยมีอัตราที่ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2558 และ 2/2559 ที่มีสัดส่วนเท่ากับ 10.2% และ 8.5% จากการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

กำไร

1) กำไรขั้นต้น เท่ากับ 146 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 35.8% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ 26.3% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก ลดลงจาก 27.1% ในไตรมาส 3/2558 สาเหตุจากรายได้โฆษณาที่ลดลง และเพิ่มขึ้นจาก 26.0% ในไตรมาส 2/2559 เนื่องจากไม่มีการตั้งสำรองด้วยค่าทรัพย์สินที่เป็นรายการพิเศษในไตรมาสนี้ดังที่ได้กล่าวข้างต้น

2) กำไรจากการขายสินค้า เท่ากับ 1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 178.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยเติบโตตามจำนวนตู้บุญเติมที่เพิ่มมากขึ้นจากการจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องกับตู้บุญเติม อาทิ ขาดัง หลังคา ฐานปูน เครื่องนับเหรียญ เป็นต้น

3) กำไรสุทธิ เท่ากับ 104 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ 18.8% มากกว่าอัตรากำไรสุทธิในไตรมาส 3/2558 และ 2/2559 ที่เท่ากับ 17.8% และ 18.3% เนื่องจากประสิทธิภาพในการควบคุมค่าใช้จ่ายของบริษัท ซึ่งส่วนมากเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นในอัตราน้อยกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น

งบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน	ไตรมาส 2/2559		ไตรมาส 3/2559		QoQ	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
สินทรัพย์หมุนเวียน	868	31.7%	762	27.7%	-106	-12.2%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,871	68.3%	1,991	72.3%	120	6.4%
สินทรัพย์รวม	2,739	100.0%	2,753	100.0%	14	0.5%
หนี้สินหมุนเวียน	1,487	54.3%	1,491	54.1%	4	0.3%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	172	6.3%	213	7.8%	41	23.8%
หนี้สินรวม	1,659	60.6%	1,704	61.9%	45	2.7%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,081	39.4%	1,049	38.1%	-32	-3.0%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,739	100.0%	2,753	100.0%	14	0.5%

บริษัทมีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 เท่ากับ 2,753 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน 0.5% จากการขยายสัญญาเดิม

บริษัทมีหนี้สินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 เท่ากับ 1,704 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน 2.7% จากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และเงินประกันรับจากผู้แทนบริการ

บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 เท่ากับ 1,049 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสก่อน 3.0% จากการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลประจำปี 2559 ในเดือนกันยายน 2559

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	ไตรมาส 3/2558	ไตรมาส 2/2559	ไตรมาส 3/2559
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current ratio)	0.64	0.58	0.51
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio)	1.11	1.53	1.63
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt ratio)	0.06	0.40	0.48
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	19.4%	19.3%	19.5%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	29.5%	34.8%	39.1%

ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.51 เท่า อัตราส่วนสภาพคล่องที่ลดลงสาเหตุมาจากสินทรัพย์หมุนเวียนในส่วนของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง และหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้น ได้แก่ เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี และเงินประกันรับจากผู้แทนบริการ

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.63 เท่า เพิ่มขึ้นจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน และเงินประกันรับจากผู้แทนบริการ ทั้งนี้ หนี้สินรวมร้อยละกว่า 80 มาจากส่วนของเจ้าหนี้การค้าและเงินประกันรับจากผู้แทนบริการซึ่งเป็นหนี้สินที่ไม่มีภาระดอกเบี้ย

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.48 เท่า จากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพื่อใช้ในการลงทุนสินทรัพย์ และใช้เป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 19.5% ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการบริหารจัดการตามแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 39.1% มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการจ่ายปันผลให้กับผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ และความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

มุมมองของผู้บริหารสำหรับแนวโน้มของธุรกิจในปี 2559

- จำนวน “ตู้บุญเติม” 90,000 ตู้ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย
- มูลค่าการใช้บริการผ่าน “ตู้บุญเติม” 21,000 ล้านบาท
- บริการใหม่ ได้แก่ บริการโอนเงิน บริการจำหน่ายตั๋วผ่านเว็บไซต์ บริการด้านเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-money) และบริการชั่งน้ำหนัก

บริษัทคาดการณ์มูลค่าการใช้บริการผ่าน “ตู้บุญเติม” จะเติบโตเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 29% ต่อปี (CAGR) (ปี 2559 – ปี 2561) และจะสามารถขยายเครือข่าย “ตู้บุญเติม” ได้ไม่น้อยกว่า 24,000 ตู้ต่อปี และในปี 2559 บริษัทยังคงตั้งเป้าหมายมูลค่าการใช้บริการผ่าน “ตู้บุญเติม” 21,000 ล้านบาท จากการขยายเครือข่าย “ตู้บุญเติม” 90,000 ตู้ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย ด้วยกลยุทธ์ในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมุ่งหวังที่จะเป็นผู้นำด้านช่องทางการชำระเงินที่มีเครือข่ายครอบคลุมมากที่สุดในประเทศ จากการกำหนดกลยุทธ์ในการให้บริการจาก 5 ช่องทางธุรกิจ (Digital retail channel) ได้แก่ ธุรกิจการให้บริการเติมเงินมือถือ ธุรกิจการเติมเงินออนไลน์อื่น ๆ ธุรกิจการให้บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจโฆษณา จึงมีการพัฒนาการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ โดยในปี 2559 บริษัทมีแผนในการเพิ่มบริการให้มีความหลากหลายเพื่อสร้างโอกาสการเติบโตของรายได้ในระยะยาว อาทิ บริการโอนเงิน บริการจำหน่ายตั๋วผ่านเว็บไซต์ บริการด้านเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-money) และบริการชั่งน้ำหนัก เป็นต้น

สำหรับบริการใหม่ที่ได้เปิดให้บริการในช่วงต้นปี 2559 ได้แก่ บริการโอนเงิน ปัจจุบันบริษัทได้รับความไว้วางใจในการเป็นตัวแทนของธนาคารกรุงไทย และอยู่ระหว่างขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติจากธนาคารแห่งประเทศไทยในการเป็นตัวแทนให้บริการทางการเงินผ่าน “ตู้บุญเติม” อีกหนึ่งธนาคาร ซึ่งคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการได้ภายในปีนี้ ทั้งนี้ บริษัทยังคงมุ่งมั่นในการดำเนินการเป็นตัวแทนให้กับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการ และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการได้มากขึ้น นอกจากนี้ ในส่วนของบริการชั่งน้ำหนัก บริษัทยังคงตั้งเป้าหมายติดตั้งเครื่องชั่งน้ำหนักทั่วประเทศให้ได้ 20,000 เครื่อง ภายในปี 2559 เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้จากช่องทางใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น

และบริการจำหน่ายตั๋วผ่านเว็บไซต์ภายใต้เครื่องหมายการค้า House of Ticket ดำเนินการโดยบริษัท ฟอर्थ สมาร์ท เทรดิง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจอื่น ๆ นอกเหนือจากธุรกิจตู้บุญเติม โดยมีเป้าหมายสร้างรายได้จากบริการที่หลากหลาย

นอกจากนี้ แผนดำเนินงานในอนาคตอันใกล้ บริษัทยังมุ่งพัฒนาแอปพลิเคชันและระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น