

## คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน ประจำไตรมาส 2 ปี 2565

### สรุปผลการดำเนินงาน ประจำไตรมาส 2 ปี 2565 (เศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัวและอัตราเงินเฟ้อสูง)

- รายได้รวมจากธุรกิจหลัก 584 ล้านบาท
- กำไรสุทธิ 83 ล้านบาท (กำไรต่อหุ้น 0.11 บาท)
- บริการตัวแทนธนาคาร 7 ธนาคาร (ธนาคารกรุงไทย/ธนาคารกสิกรไทย/ธนาคารกรุงศรีอยุธยา/ธนาคารออมสิน/ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร/ธนาคารไทยพาณิชย์/ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย)
- จำนวนรายการฝาก-โอนเงิน ผ่านตู้บุญเติมเฉลี่ย 1.6 ล้านรายการต่อเดือน
- ธุรกิจสินเชื่อ ยอดวงเงินให้สินเชื่อคงค้าง 249 ล้านบาท (NPL 4%)
- จำนวน "ตู้บุญเติม" 129,967 ตู้ ครอบคลุมทุกชุมชน
- จำนวน "ตู้เต่าบิน" 2,138 ตู้ ทั่วประเทศ

### เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 2 ปี 2565

- ❖ **เดือนเมษายน** การประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติจ่ายปันผลประจำปี 2564 ด้วยอัตราหุ้นละ 0.46 บาทต่อหุ้น โดยบริษัทมีการจ่ายเป็นเงินปันผลระหว่างกาลในอัตราหุ้นละ 0.26 บาทต่อหุ้น และจ่ายเงินปันผลคงเหลือ 0.20 บาทต่อหุ้น ในวันที่ 29 เมษายน 2565
- ❖ **เดือนพฤษภาคม** บริษัทเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในบริษัท ฟอรัท เวนดิง จำกัด (FVD) ผู้ให้บริการค่าเฟ้ออัตโนมัติ "เต่าบิน" จาก 19.34% เป็น 26.71% ทำให้บริษัทสามารถเริ่มรับรู้กำไรส่วนได้เสียจากเงินลงทุน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2565 เป็นต้นไป

### ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส
หน่วย	2/2564	3/2564	4/2564	1/2565	2/2565
จำนวน "ตู้บุญเติม" ณ วันสิ้นงวด	(ตู้) 129,724	129,447	129,907	130,045	129,967
จำนวน "ค่าเฟ้ออัตโนมัติ เต่าบิน" ณ วันสิ้นงวด	(ตู้) 64	193	546	1,058	2,138
มูลค่าการทำรายการผ่าน "ตู้บุญเติม"	(ล้านบาท) 9,621	9,075	9,658	9,221	9,162
- มูลค่าเติมเงินและรับชำระบิล	(ล้านบาท) 6,237	5,957	6,574	6,302	6,342
- มูลค่าโอนเงิน	(ล้านบาท) 3,384	3,118	3,084	2,919	2,820
- จำนวนรายการโอนเงินต่อเดือน	(ครั้ง) 1,923,248	1,683,187	1,743,712	1,634,910	1,600,187
มูลค่ายอดขายเต่าบิน	(ล้านบาท) 3	14	50	130	346
ยอดขายเฉลี่ยเต่าบินต่อตู้ต่อเดือน	(บาท) 52,297	44,698	47,379	60,159	80,135

บริษัทยึดมั่นและตั้งใจส่งมอบบริการรับชำระเงินและบริการทางการเงินครบวงจรให้แก่ลูกค้า เพื่อส่งเสริมการดำเนินชีวิตให้ดียิ่งขึ้นผ่านตู้บุญเติมกว่า 129,967 ตู้ และเคาน์เตอร์แคชเชียร์มากกว่า 1,800 จุดทั่วประเทศ พร้อมกับบริการบนแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้าองค์กร ภายใต้ชื่อ "Wallet Powered by บุญเติม" สำหรับผลการดำเนินงานในไตรมาส 2 ปี 2565 มีมูลค่าการทำรายการรวมเท่ากับ 9,162 ล้านบาท แม้ว่าทิศทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มดีขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้น แต่จากค่าครองชีพเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากผลกระทบด้านราคาน้ำมันส่งผลให้ลูกค้าระมัดระวังการใช้จ่ายยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และแรงงานต่างด้าวที่มีรายได้จำกัด

**ธุรกิจเติมเงิน-รับชำระเงินอัตโนมัติ** ซึ่งจากผลกระทบของค่าครองชีพที่สูงขึ้นและการแข่งขันของผู้ให้บริการที่กดดันทั้งราคาค่าโทรและค่าอินเตอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่ทำให้รายได้เฉลี่ยต่อตู้ (ARPU) ลดลง ทั้งนี้บริษัทมุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าศักยภาพและขยายกรอบบริการสู่ฐานลูกค้าใหม่ผ่าน 3 ช่องทางหลัก ทั้งตู้บุญเติม เคาน์เตอร์แคชเชียร์ และแอปพลิเคชัน ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างง่ายดาย อีกทั้งมีการเพิ่มบริการที่ตอบโจทย์ทุกกลุ่มลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นบริการเติมเงินมือถือและรับชำระบิลต่าง ๆ สำหรับบริการเติมเงินเข้ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) มีมูลค่าเติมเงินจำนวน 1,900 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นกว่า 5% เทียบกับไตรมาสที่แล้ว และกว่า 10% เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว ซึ่งยังคงเป็นบริการที่ได้รับความนิยม

นิยมอย่างต่อเนื่องจากความสะดวกสบายในการใช้บริการที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าในทุกชุมชน

**ธุรกิจบริการทางการเงินและสินเชื่อครบวงจร** บริษัทเป็นตัวแทนธนาคารทั้งสิ้น 7 ธนาคาร ซึ่งเป็นผู้ให้บริการทางการเงินครบวงจร ทั้งฝาก-โอนเงินเงินสดผ่านตู้บุญเติม พร้อมกับบริการยืนยันตัวตนทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-KYC) ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2565 มีผลการดำเนินงานจำนวนรายการฝาก-โอนเงินผ่านตู้บุญเติม มีจำนวนรายการเฉลี่ย 1.6 ล้านรายการต่อเดือน สะท้อนถึงความต้องการใช้บริการที่สะดวกผ่านตู้บุญเติมที่เป็นธนาคารชุมชน อีกทั้งบริษัทเพิ่มศักยภาพในด้านบริการทางการเงินให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ด้วยการเปิดให้บริการถอนเงินสดจากบัญชีธนาคารผ่านตู้บุญเติม Mini ATM ที่ให้บริการแล้ว 2 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงไทยและธนาคารไทยพาณิชย์ พร้อมไปกับการสื่อสารถึงกลุ่มลูกค้าและสร้างการรับรู้ถึงบริการใหม่ทางการเงินของบริษัท เพื่อกระตุ้นการใช้งานเพิ่มขึ้นและต่อเนื่องยิ่งขึ้น

ในส่วนของธุรกิจสินเชื่อ ณ วันสิ้นงวด มียอดการให้สินเชื่อคงค้างอยู่ที่ 249 ล้านบาท มีรายได้ดอกเบี้ย 5.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 210% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา เนื่องจากพอร์ตสินเชื่อของบริษัทเติบโตเพิ่มขึ้นจากการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลและสินเชื่อผ่อนชำระโทรศัพท์มือถือให้กับกลุ่มลูกค้าบุญเติมและลูกค้าองค์กร โดยบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น บริษัทมีความระมัดระวังอย่างยิ่งในการ

ให้บริการสินเชื่อ โดยการนำฐานข้อมูลที่ได้รับการยินยอมภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมาวิเคราะห์อย่างละเอียด เพื่อจัดการบริการความเสี่ยงรวมถึงการควบคุมคุณภาพสินเชื่อให้ดียิ่งขึ้น พร้อมไปกับพัฒนาศักยภาพการวิเคราะห์ข้อมูลที่จำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

**ธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและเครื่องขายยานยนต์ไฟฟ้า** บริษัทได้ลงทุนเพิ่มใน FVD ผู้ให้บริการคาเฟ่อัตโนมัติ “เต่าบิน” จากสัดส่วนการถือหุ้นเดิมที่ 19.34% เพิ่มขึ้นเป็น 26.71% ทำให้บริษัทสามารถรับรู้กำไรส่วนได้เสียจากเงินลงทุน สำหรับผลประกอบการของเต่าบินดีขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยยอดขายเฉลี่ย 80,135 บาทต่อตู้ หรือกว่า 76 แก้วต่อตู้ต่อวัน ผ่านจุดบริการ ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2565 ทั้งสิ้น 2,138 จุดบริการทั่วประเทศ ทั้งนี้เต่าบินไม่เพียงแต่รับกระแสนิยมและเสียงตอบรับที่ดีจากทุกกลุ่มลูกค้ามาโดยตลอด แต่ยังรับคำติชมผ่านทุกช่องทางโซเชียลมีเดียและ LineOA รวมถึง บุญเติม Call Center 1220 เพื่อนำมาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านสินค้าที่ให้บริการกว่า 170 เมนู และระบบบริการ UX และ UI พร้อมกับระบบรักษาที่สะดวกสบายในทุกรูปแบบ เพื่อความสะดวกของลูกค้า หรือการร่วมใช้สิทธิ์กับพาร์ทเนอร์สำหรับแลกเปลี่ยนต่าง ๆ อีกทั้งเต่าบินให้ลูกค้าร่วมสะสมกระดองเต่าหลังรับเครื่องดื่ม เพื่อไปแลกกับแก้วฟรีต่อไป ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบ CRM ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและการกระตุ้นการซื้อซ้ำอีกด้วย

**สรุปงบการเงิน ประจำปีไตรมาส 2 ปี 2565**

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 2/2564		ไตรมาส 1/2565		ไตรมาส 2/2565		%QoQ	%YoY
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%		
รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์								
ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่น ๆ	213.52	29.8%	147.84	25.1%	141.43	24.2%	-4.3%	-33.8%
รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ	499.25	69.7%	435.89	74.0%	435.29	74.6%	-0.1%	-12.8%
รายได้ดอกเบี้ย	1.70	0.2%	3.84	0.7%	5.27	0.9%	37.2%	210.0%
รายได้ค่าโฆษณา	1.51	0.2%	1.66	0.3%	1.57	0.3%	-5.4%	4.0%
รายได้รวมจากธุรกิจหลัก (4 รายการ)	715.98	100.0%	589.23	100.0%	583.56	100.0%	-1.0%	-18.5%
ต้นทุนการบริการ	(558.18)	-78.0%	(480.28)	-81.5%	(477.82)	-81.9%	-0.5%	-14.4%
กำไรขั้นต้น	157.80	22.0%	108.95	18.5%	105.74	18.1%	-3.0%	-33.0%
ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	(72.48)	-10.1%	(62.48)	-10.6%	(64.83)	-11.1%	3.8%	-10.6%
กำไรจากการดำเนินงาน	85.32	11.9%	46.47	7.9%	40.91	7.0%	-12.0%	-52.1%
รายได้อื่น	55.43	7.7%	60.67	10.3%	57.29	9.8%	-5.6%	3.4%
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	0.0%	-	0.0%	8.67	1.5%	100.0%	100.0%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	140.75	19.7%	107.14	18.2%	106.87	18.3%	-0.3%	-24.1%
ค่าธรรมเนียมธนาคาร	(1.37)	-0.2%	(1.30)	-0.2%	(1.35)	-0.2%	3.9%	-1.5%
ดอกเบี้ยจ่าย	(3.64)	-0.5%	(2.64)	-0.5%	(2.74)	-0.5%	3.8%	-24.7%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	135.74	19.0%	103.20	17.5%	102.78	17.6%	-0.4%	-24.3%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(22.79)	-3.2%	(22.26)	-3.8%	(19.90)	-3.4%	-10.6%	-12.7%
กำไรสุทธิ	112.95	15.8%	80.94	13.7%	82.88	14.2%	2.4%	-26.6%
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0.0%
กำไรสุทธิ-ส่วนที่เป็นของบริษัท	112.95	15.8%	80.94	13.7%	82.88	14.2%	2.4%	-26.6%

**รายได้รวม**

รายได้รวมจากธุรกิจหลักไตรมาส 2 ปี 2565 เท่ากับ 583.56 ล้านบาท ลดลง 1.0% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว กอปรกับค่าครองชีพที่สูงขึ้นจากปัจจัยราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น กดดันกำลังซื้อของผู้ใช้บริการระดับกลางและล่างอย่างมาก อย่างไรก็ตาม บริษัทยังสามารถรักษายอดขายค่าบริการและฐานลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) **รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่น ๆ (Commission)** เท่ากับ 141.43 ล้านบาท ลดลง 4.3% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากภาวะเศรษฐกิจที่ทำให้กำลังซื้อของผู้ใช้บริการลดลง ประกอบกับยังคงได้รับแรงกดดันจากการแข่งขันที่รุนแรงของผู้ให้บริการมือถือทั้งด้านราคาโปรโมชั่นและราคาแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตมือถือ อีกส่วนหนึ่งเกิดจากลูกค้าหันไปใช้ช่องทางอื่นเติมเงินมากขึ้น

2) **รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ (Service Charge)** เท่ากับ 435.29 ล้านบาท ลดลง 0.1% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา เป็นผลกระทบจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว รวมถึงความกังวลในเรื่องของการจับจ่ายใช้สอยในช่วงที่อัตราเงินเฟ้อสูง อีกทั้งในช่วงที่ผ่านมาไม่มีมาตรการจากภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือกลุ่มผู้มีรายได้น้อย อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงรักษายอดขายค่าบริการฝาก-โอนเงินมากกว่า 1.6 ล้านครั้งต่อเดือน และบริการเติมเงินเข้า E-Wallet ผ่านตู้บุญเติมที่เพิ่มขึ้น คิดเป็นมูลค่า 1,900 ล้านบาท สะท้อนถึงความสะดวกสบายในการใช้บริการผ่านช่องทางของบริษัท และยังมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น

3) **รายได้ดอกเบี้ย** เท่ากับ 5.27 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37.2% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากธุรกิจสินเชื่อที่บริษัทได้มีการเร่งขยายพอร์ตสินเชื่อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยมุ่งเน้นการปล่อยสินเชื่อบุคคลเป็นหลัก พร้อมกับขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าองค์กร เพิ่มขึ้นทำให้ยอดการให้สินเชื่อเติบโตอย่างต่อเนื่อง

4) **รายได้ค่าโฆษณา** เท่ากับ 1.57 ล้านบาท ลดลง 5.4% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากผู้ประกอบการลดงบประมาณค่าโฆษณาลง

5) **รายได้อื่น** เท่ากับ 57.29 ล้านบาท ลดลง 5.6% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา ส่วนใหญ่มาจากยอดเติมเงินมือถือที่ลดลง

**ต้นทุนและค่าใช้จ่าย**

1) **ต้นทุนการบริการ** ไตรมาส 2 ปี 2565 เท่ากับ 477.82 ล้านบาท ลดลง 0.5% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เกิดจากรายได้ที่ลดลงของบริการเติมเงินมือถือ

2) **ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร** เท่ากับ 64.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.8% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากค่าใช้จ่ายเกิดจากค่าส่งเสริมการตลาดในโครงการผู้นำใช้ ทั้งการทำความคุ้นเคยให้สมาชิกขึ้น นำใช้มากขึ้น รวมถึงการสร้างการรับรู้พร้อมกันกระตุ้นให้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ในขณะที่มุ่งเน้นการขยายเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ไปด้วย

**กำไร**

1) **กำไรขั้นต้น** ไตรมาส 2 ปี 2565 เท่ากับ 105.74 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ 18.1% สาเหตุหลักลดลงจากรายได้เติมเงินมือถือที่ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีผู้ที่สามารถใช้งานได้และตัดค่าเสื่อมราคาครุภัณฑ์แล้วให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ค่าใช้จ่ายค่าเสื่อมราคาลดลง

2) **ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม** เท่ากับ 8.67 ล้านบาท เป็นการรับรู้กำไรจาก FVD ผู้ให้บริการเดาบิน ซึ่งจะเป็นการเริ่มรับรู้กำไรตั้งแต่วันที่ 1 มิ.ย. 2565 เป็นต้นไป

3) **กำไรสุทธิ** เท่ากับ 82.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.4% เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากการการรับรู้กำไรส่วนได้เสียจากเงินลงทุน และการควบคุมค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น

**งบแสดงฐานะการเงิน**

งบแสดงฐานะการเงิน	31-Dec-64		30-Jun-65		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,397.41	47.6%	1,272.32	45.7%	-125.09	-9.0%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,539.79	52.4%	1,511.67	54.3%	-28.12	-1.8%
<b>สินทรัพย์รวม</b>	<b>2,937.20</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,783.99</b>	<b>100.0%</b>	<b>-153.21</b>	<b>-5.2%</b>
หนี้สินหมุนเวียน	1,316.51	44.8%	1,227.89	44.1%	-88.62	-6.7%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย-หมุนเวียน	366.59	12.5%	296.48	10.7%	-70.11	-19.1%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย-ไม่หมุนเวียน	122.44	4.2%	114.34	4.1%	-8.10	-6.6%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	4.34	0.2%	4.76	0.2%	0.42	9.7%
<b>หนี้สินรวม</b>	<b>1,809.88</b>	<b>61.6%</b>	<b>1,643.47</b>	<b>59.0%</b>	<b>-166.41</b>	<b>-9.2%</b>
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,127.32	38.4%	1,140.52	41.0%	13.20	1.2%
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>2,937.20</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,783.99</b>	<b>100.0%</b>	<b>-153.21</b>	<b>-5.2%</b>

**สินทรัพย์รวม** เท่ากับ 2,783.99 ล้านบาท สินทรัพย์รวมลดลงจากเงินสดและเงินฝากธนาคาร และรวมถึงการใช้งานผู้ที่มีอายุครบการตัดค่าเสื่อมราคา 8 ปี แต่ยังคงใช้งานได้อยู่

**หนี้สินรวม** เท่ากับ 1,643.47 ล้านบาท ลดลงจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย 120 ล้านบาท จากการเงินกู้ยืมระยะสั้น

**ส่วนของผู้ถือหุ้น** เท่ากับ 1,140.52 ล้านบาท จากกำไรสุทธิประจำไตรมาส 2 ปี 2565 จำนวน 82.88 ล้านบาท และเงินปันผลจ่าย 150.6 ล้านบาท

**อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ**

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส
	2/2564	1/2565	2/2565
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current ratio)	0.74	0.91	0.83
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio)	1.59	1.50	1.44
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt ratio)	0.48	0.44	0.36
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	14.2%	12.4%	11.9%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	39.8%	31.7%	30.0%

อัตราส่วนสภาพคล่อง เท่ากับ 0.83 เท่า ลดลง 0.08 เท่า เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา ทั้งนี้บริษัทยังคงรักษาสถานะสภาพคล่องทางการเงินได้อย่างแข็งแกร่ง

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1.44 เท่า ลดลง 0.06 เท่า เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา จากการชำระหนี้จากสถาบันการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 0.36 เท่า ลดลง 0.08 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมาจากการชำระหนี้จากสถาบันการเงิน

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 11.9% ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมาจากกำไรสุทธิย้อนหลัง 12 เดือนที่ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงเน้นการบริหารสินทรัพย์ให้เกิดรายได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 30.0% ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมาจากกำไรสุทธิย้อนหลัง 12 เดือนที่ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีการบริหารจัดการผลกำไรในรูปแบบการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นปีละ 2 ครั้งอย่างต่อเนื่อง

**แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนประจำไตรมาส 2 ปี 2565**

แหล่งที่มาของเงินทุน	แหล่งใช้ไปของเงินทุน
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	357 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร
เงินกู้ระยะสั้น	730 เงินลงทุนใน FVD
ดอกเบี้ยรับ	8 จ่ายชำระหนี้สินและดอกเบี้ย
อื่น ๆ	1 จ่ายเงินปันผล
เงินสดลดลง	66 ภาษีเงินได้
<b>รวม</b>	<b>1,162</b>
	<b>1,162</b>

## มุมมองของผู้บริหาร

**เป้าหมายปี 2565 (ปรับปรุง) (เศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัวและเงินเฟ้อสูงต่อเนื่อง กระทบลูกค้าหลักโดยตรง)**

### ยอดใช้บริการ

- มูลค่าใช้บริการผ่านระบบบุญเติมเพิ่มขึ้น 5-10% yoy
- ยอดใช้บริการ e-Wallet เพิ่มขึ้น 10-15% yoy

### ธุรกิจตัวแทนธนาคาร

- จำนวนธุรกิจรวมเติบโต 10-15% yoy ด้วยกลยุทธ์บริการทางการเงินครบวงจร ฝาก-โอน-ถอนเงินสด เปิดบัญชี พร้อมขยายฐานลูกค้าคนไทยและต่างด้าว
- ธุรกิจให้บริการสินเชื่อ วงเงิน 500-800 ล้านบาท

### การขยายช่องทางและบริการ

- ผู้บุญเติม Mini ATM 10,000 ตู้ ภายใน 3 ปี
- ลงทุนและร่วมบริหารคาเฟ่อัตโนมัติ 5,000 ตู้ ภายในปีนี้
- 20,000 ตู้ ภายใน 3 ปี
- แอปพลิเคชันมือถือสำหรับลูกค้าองค์กร

### งบลงทุน 300-500 ล้านบาท

- ผู้บุญเติมและผู้ Mini ATM
- ลงทุนเพิ่มในธุรกิจคาเฟ่อัตโนมัติเตาปิ่นและเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้น จาก 19.34% เป็น 26.71% ตั้งแต่ มิ.ย. 2565 เป็นต้นไป

### การดำเนินการ

- เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการผู้บุญเติมโดยเน้นที่ทำเลคุณภาพและเพิ่มบริการใหม่ ๆ เพื่อให้รายได้เฉลี่ยต่อผู้ (ARPU) เพิ่มขึ้น
- เพิ่มการเป็นตัวแทนธนาคาร (Banking Agent) อีกอย่างน้อย 2 ธนาคาร รวมถึงผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน จากที่มีอยู่แล้ว 7 ธนาคารพาณิชย์
- เน้นสร้างการรับรู้ให้ผู้บุญเติมเป็นจุดให้บริการทางการเงินครบวงจร ที่สามารถ ฝาก ถอน โอน จ่าย และเปิดบัญชีได้ในตู้เดียว
- บริการโอนเงินสดภายในและระหว่างประเทศ
- ขยายช่องทางเคาน์เตอร์แคชเชียร์
- บริการแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้าองค์กร
- ขยายฐานลูกค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับพันธมิตรธุรกิจรายต่าง ๆ
- ร่วมบริหารจัดการคาเฟ่อัตโนมัติ “เตาปิ่น”

## เชื่อมโยงลูกค้าและบริการผ่าน Ecosystem ในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์

บริษัทยึดมั่นแนวทางการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ “ผู้นำเครือข่ายช่องทางบริการอัตโนมัติและการเงินครบวงจร ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย” ที่จะช่วยเป็นช่องทางบริการอัตโนมัติครบวงจรและนำบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าออฟไลน์ ทั้งที่ยังใช้เงินสดและกลุ่มที่อยู่ห่างไกลให้สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างสะดวกผ่านผู้บุญเติมกว่า 130,000 ตู้ ในทุกชุมชน รวมถึงการต่อยอดศักยภาพของบริษัทไปสู่การให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าทั่วไปผ่านช่องทางเคาน์เตอร์แคชเชียร์ ภายใต้ชื่อ “Cenpay Powered by บุญเติม” กว่า 1,800 จุดบริการทั่วประเทศ และการผลักดันกลุ่มลูกค้าออนไลน์ให้สามารถใช้ช่องทางผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ในชื่อ “Wallet Powered by บุญเติม” ในการค้นหาบริการได้อย่างสะดวกสบาย รวมถึงให้บริการบริหารสิทธิประโยชน์ให้แก่ลูกค้าองค์กรเช่นกัน

## ยกระดับบริการกลุ่มธุรกิจเดิมเงิน-รับชำระเงินอัตโนมัติ

บริษัทยังคงคำนึงถึงลูกค้าอยู่เสมอ จึงมุ่งหน้าจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มาพร้อมกับโปรโมชันสำหรับผู้บุญเติมโดยเฉพาะ อาทิ บริการเดิมเงินที่คุ้มค่า บริการเติมแพ็คเกจมือถือที่ได้มากกว่า บริการชำระบิลที่สะดวก และ บริการเติมเงิน E-wallet ที่มีขั้นต่ำเพียง 10 บาท เป็นต้น อีกทั้งบริษัทได้ร่วมมือกับสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล หรือ DGA เปิดให้บริการยืนยันตัวตน E-KYC สำหรับแอปพลิเคชัน “ทางรัฐ” ผ่านผู้บุญเติม เพื่อเพิ่มความสะดวกและเข้าถึงบริการของภาครัฐได้ ด้วยศักยภาพของบริษัทที่พร้อมขยายช่องทางบริการผ่านเคาน์เตอร์แคชเชียร์เพิ่มอีก ซึ่งจะมุ่งเน้นไปยังห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อเพิ่มให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ไม่เพียงแค่ว่าบริการที่ตอบโจทย์และช่องทางที่สะดวกสบายที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาให้เพิ่มขึ้น บริษัทมุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าพร้อมไปกับการสร้างความผูกพันกับลูกค้าในกิจกรรมการตลาด “บุญเติมรีเวิร์ด” ทำให้ลูกค้ารับรู้และมาใช้บริการบุญเติมอย่างต่อเนื่อง

## เสริมแกร่งด้วยบริการใหม่พร้อมขยายฐานลูกค้าในกลุ่มธุรกิจบริการทางการเงินและสินเชื่อครบวงจร

บริษัทมุ่งหน้ายกระดับการให้บริการทางการเงินครบวงจรให้เป็นที่ธนาคารชุมชนที่มีบริการฝาก-โอน-ถอนเงินสด และให้บริการ e-KYC ผ่านผู้บุญเติม อีกทั้งขยายช่องทางบริการไปสู่เคาน์เตอร์แคชเชียร์และแอปพลิเคชันอีกด้วย ในไตรมาส 3 ปี 2565 บริษัทได้เปิดให้บริการฝาก-โอนเงินเข้าบัญชี

ในประเทศผ่านตู้บุญเติมสำหรับคนต่างด้าวและเพื่อการขยายฐานลูกค้าในประเทศให้มากยิ่งขึ้นพร้อมไปกับการต่อยอดบริการไปสู่บริการโอนเงินไปยังต่างประเทศต่อไป อีกทั้งบริษัทยังจะเพิ่มเพิ่มศักยภาพของบริการทางการเงินขึ้นไปอีก ด้วยบริการใหม่ชื่อ “บุญเติม โอน-ถอนทันใจ” โดยให้ลูกค้าสามารถใช้เพียงแคบัตรประชาชนใบเดียวในการฝาก-โอน-ถอนผ่านตู้บุญเติม คาดว่าจะเริ่มให้บริการภายในปลายปีนี้ บริษัทเน้นการสร้างฐานลูกค้าปัจจุบันให้แข็งแกร่งพร้อมกับขยายฐานลูกค้าใหม่จากการเป็นตัวแทนให้แก่ธนาคารและกลุ่ม non-bank เพิ่มอีกอย่างน้อย 2 ราย และการขยายตู้บุญเติม Mini ATM อยู่ที่ 10,000 จุดทั่วประเทศ ภายใน 3 ปี เพื่อสร้างการเติบโตของกลุ่มธุรกิจนี้

ในส่วนธุรกิจสินเชื่อ บริษัทคงเป้าหมายการให้สินเชื่อในปี 2565 จำนวน 800 ล้านบาท และมีการเพิ่มผลิตภัณฑ์สินเชื่อใหม่ที่ตอบโจทย์ลูกค้าให้มากยิ่งขึ้นโดยการใช้ฐานข้อมูลลูกค้า ทั้งของลูกค้าบุญเติมมากกว่า 16 ล้านราย ลูกค้าสินเชื่อ และลูกค้าองค์กรต่าง ๆ มาวิเคราะห์อย่างละเอียดก่อนให้สินเชื่อภายใต้การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ซึ่งจากที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์สินเชื่อของบริษัทได้รับความนิยมน้อยมากทั้งการผ่อนชำระมือถือและสินเชื่อส่วนบุคคล ทำให้บริษัทมุ่งเน้นในการจัดหาผลิตภัณฑ์สินเชื่อใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ สินเชื่อผ่อนชำระเครื่องใช้ไฟฟ้า สินเชื่อจำนำทะเบียน เป็นต้น อีกทั้งบริษัทมีหลากหลายช่องทางในการเสนอผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ตัวแทนบริการ หรือ บุญเติม Call Center 1220 ทำให้การเข้าถึงผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว

### **ผลิตภัณฑ์และส่งเสริมธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและเครื่องชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า**

คาเฟ่อัตโนมัติ “เต่าบิน” ไม่เป็นเพียงกระแสของนวัตกรรมใหม่ แต่ยังเป็นที่ถูกปากถูกใจของผู้มาใช้บริการอย่างมากจากเครื่องเดิมกว่า 170 เมนู ทั้งร้อน เย็น บั่น ที่ให้บริการในพื้นที่เพียง 1 ตร.ม. ทั้งนี้ FVD มุ่งหน้าขยายจุดบริการอย่างต่อเนื่องโดยวางเป้าที่ 20,000 จุดทั่วประเทศใน 3 ปี และยอดขาย 1 ล้านแก้วต่อวัน อีกทั้งบริษัทยังคงผลักดันและส่งเสริมให้เต่าบินเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งการเป็นผู้ดูแลระบบรับชำระทุกรูปแบบและศูนย์ดูแลบริการลูกค้า รวมถึงการลงทุนใน FVD (26.71%) ซึ่งบริษัทจะได้รับรู้กำไรส่วนได้ส่วนเสียจากเงินลงทุน และได้รับค่าบริการจัดการจากยอดขายของเต่าบินด้วย

สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า หรือ EV Charger ภายใต้แบรนด์ “EV Net” ของบริษัท เป็นผลิตภัณฑ์ที่เตรียมพร้อมสำหรับตลาดรถไฟฟ้า ซึ่งจากการที่เป็นผลิตภัณฑ์ในเครือที่มีมาตรฐานสูงทำให้สามารถตั้งราคาขายได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง อีกทั้งมีระบบจัดการที่เพรียงพร้อม ทั้งการให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน การชำระเงินที่สะดวก และศูนย์ดูแลบริการตลอด 24 ชั่วโมง บริษัทเริ่มจากให้บริการแก่เจ้าของพื้นที่หรือการให้บริการเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ส่วนบุคคลก่อนจะเริ่มขยายสู่พื้นที่ใหม่ ๆ ต่อไป

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์

Email: investor@forthsmart.co.th

โทร (+66) 2 278 1777 ต่อ 6705