

## คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน ประจำปี 2566

**สรุปผลการดำเนินงาน ประจำปี 2566** (การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวเริ่มดีขึ้นเศรษฐกิจฟื้นตัวช้า อัตราเงินเฟ้อสูง ส่งผลให้ค่าครองชีพสูงกดดันกำลังซื้อลดลง และอุทกภัยจากฝนตกหนัก)

- รายได้รวมจากธุรกิจหลัก 2,068.77 ล้านบาท
- กำไรสุทธิ 299.4 ล้านบาท (กำไรต่อหุ้น 0.40 บาท)
- เงินปันผล 2 งวด จำนวนรวม 0.36 บาทต่อหุ้น
- บริการตัวแทนธนาคาร 8 ธนาคาร (ธนาคารกรุงไทย/ธนาคารกสิกรไทย/ธนาคารกรุงศรีอยุธยา/ธนาคารออมสิน/ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร/ธนาคารไทยพาณิชย์/ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย/ธนาคารกรุงเทพ)
- จำนวนรายการฝาก-โอนเงิน ผ่านตู้บุญเติมเฉลี่ย 4.27 ล้านรายการต่อไตรมาส
- ธุรกิจสินเชื่อ ยอดการให้สินเชื่อคงค้าง 364.6 ล้านบาท (NPL 7% ต่อยอดปล่อยกู้)
- จำนวน "ตู้บุญเติม" 125,407 ตู้ ครอบคลุมทุกชุมชน
- จำนวน "ตู้เต่าบิน" 6,392 ตู้ ทั่วประเทศ

### เหตุการณ์สำคัญในปี 2566

- ❖ **เดือนมกราคม** ร่วมมือกับ บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์ เซ็นเตอร์ ขยายช่องทางรับชำระผ่านเคาน์เตอร์บิ๊กซีทั่วประเทศ และเปิดให้บริการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าพร้อมบริการสินเชื่อผ่อนชำระสินค้า (BNPL) ให้กลุ่มลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่
- ❖ **เดือนกุมภาพันธ์** เปิดตัวต้นแบบเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า GINKA Charge Point ชูจุดเด่นไม่มีแอปฯ ก็ชาร์จได้ เพียงเลือก-จ่าย-ชาร์จ ผ่านหน้าจอ Touch Screen และขยายธุรกิจสินเชื่อสุขภาพที่คูณเพิ่มเติม
- ❖ **เดือนเมษายน** จัดแคมเปญ "เติม ลุ้น รวย" กิจกรรมร่วมลุ้นรางวัลกว่า 2.4 ลบ. และการประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลประจำปี 2565 ด้วยอัตราหุ้นละ 0.36 บาท โดยบริษัทมีการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลในอัตราหุ้นละ 0.20 บาท และจ่ายเงินปันผลคงเหลือ 0.16 บาทต่อหุ้นในวันที่ 3 พฤษภาคม 2566
- ❖ **เดือนพฤษภาคม** เพิ่มบริการฝาก-โอนเงินผ่านช่องทางเคาน์เตอร์แคชเชียร์มากกว่า 2,000 จุดทั่วประเทศ
- ❖ **เดือนสิงหาคม** ฟอर्थ สمارท รับรางวัล THAILAND BEST MANAGE CAMPANNIES 2023 บริษัทที่มีการบริหารจัดการองค์กรยอดเยี่ยม, จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลประจำปี 2566 และจดทะเบียนลดหุ้นซื้อคืนที่ไม่ได้ขายคืน
- ❖ **เดือนกันยายน** Ginka เปิดให้บริการ "Ginka Charge Point" ครั้งแรก 2 แห่ง ได้แก่ อาคารจอตริเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ รัชโยธิน ชาร์จ และพื้นที่จอดรถภายในโรงพยาบาลเอกชัย จังหวัดสมุทรสาคร
- ❖ **เดือนพฤศจิกายน** ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนธนาคารกรุงเทพ ให้บริการผ่านเคาน์เตอร์แคชเชียร์

### ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

	หน่วย	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส	ปี 2565	ปี 2566	%YoY
		4/2565	1/2566	2/2566	3/2566	4/2566			
จำนวน "ตู้บุญเติม" ณ วันสิ้นงวด	(ตู้)	129,918	129,813	126,208	126,023	125,407	129,918	125,407	-3.47%
จำนวน "คาเฟ่อัตโนมัติ เต่าบิน" ณ วันสิ้นงวด	(ตู้)	4,942	5,537	6,142	6,567	6,392	4,942	6,392	29.34%
มูลค่าการทำรายการผ่าน "ตู้บุญเติม"	(ล้านบาท)	8,684	8,768	8,598	8,128	8,374	35,857	33,869	-5.54%
- มูลค่าเติมเงินและรับชำระบิล	(ล้านบาท)	6,252	6,259	6,131	5,832	5,940	25,146	24,162	-3.91%
- มูลค่าโอนเงิน	(ล้านบาท)	2,432	2,509	2,468	2,296	2,435	10,711	9,707	-9.37%
- จำนวนรายการโอนเงินต่อไตรมาส	(ครั้ง)	4,203,283	4,356,496	4,380,046	4,145,412	4,268,596	4,203,283	4,268,596	1.55%
มูลค่ายอดขายเต่าบิน	(ล้านบาท)	550	575	592	599	524	1,510	2,290	51.62%
จำนวนยอดขายเต่าบิน	(ล้านแก้ว)	17.33	18.59	19.56	20.20	18.02	45.78	76.36	66.79%

บริษัทยังคงรักษาไว้ซึ่งช่องทางและบริการทางการเงินเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ทั้งนี้ผู้บุญเติมกระจายอยู่ในหลายพื้นที่นับเป็นจำนวน 125,407 ตู้ และเคาน์เตอร์แคชเชียร์มากกว่า 3,200 จุดทั่วประเทศ อีกทั้งยังมีโครงการ "Wallet Powered by บุญเติม" พร้อมกับบริการ และกิจกรรมส่งเสริมการขายบนแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้าองค์กร ภายใต้ชื่อ "Wallet Powered by บุญเติม" สำหรับผลการดำเนินงานปี 2566 มีมูลค่าการทำรายการรวมเท่ากับ 33,869 ล้านบาท นับตั้งแต่ช่วงปีที่ผ่านมาตลอดจนปี 2566 นี้ ประเทศไทยเราได้เผชิญภาวะเศรษฐกิจฝืดเคืองจากการระมัดระวังการใช้จ่ายของประชาชน อันเนื่องมาจากสภาวะเงินเฟ้ออย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ทางภาครัฐพยายามออกนโยบายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการตรึงราคาน้ำมัน และส่งเสริมมาตรการเพื่อช่วยให้สภาพความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้นแล้วก็ตาม แต่ก็ไม่อาจสู้สภาพเศรษฐกิจที่ยังคงทรุดตัวจากสภาวะดังกล่าว ประกอบกับสถานการณ์การว่างงานยังคงอยู่ในระดับสูง บริษัทยังคงมุ่งตอบใจด้วยบริการเดิมนิเตอร์เน็ตแพ็คเกจให้คุ้มค่า และเข้ากับพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อรักษาสถานลูกค้าศักยภาพ และเพิ่มลูกค้าใหม่จาก 3 ช่องทางบริการ ทั้งผู้บุญเติม เคาน์เตอร์แคชเชียร์ และแอปพลิเคชัน ทั้งยังคงเดินหน้าเพิ่มบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

**ธุรกิจเติมเงิน-รับชำระเงินอัตโนมัติ** ได้รับผลกระทบจากค่าครองชีพที่สูง ประกอบกับพฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนเป็นการโทรผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่ทำให้บริการเติมเงินเมื่อถือลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมุ่งตอบใจด้วยบริการใหม่ ๆ เช่น การเติมอินเทอร์เน็ตแพ็คเกจ การเติมเงินเข้า Wallet เป็นต้น และหาแพ็คเกจใหม่ ๆ ที่คุ้มค่าให้กับกลุ่มลูกค้าเพื่อรักษาสถานลูกค้าศักยภาพไว้อย่างต่อเนื่อง ทางบริษัทมุ่งมั่นในการเพิ่มบริการใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้าของบริษัทให้ได้รับความสะดวกในการเข้าถึงบริการต่าง ๆ อย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงบริการผ่านช่องทางผู้บุญเติม ช่องทางเคาน์เตอร์แคชเชียร์ หรือแอปพลิเคชันของบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังขยายบริการทางการเงินเพื่อรองรับการใช้บริการของกลุ่มแรงงานต่างด้าวที่มาใช้แรงงานในประเทศไทยเราอีกด้วย

**ธุรกิจบริการทางการเงินและสินเชื่อครบวงจร** บริษัทยังมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ให้บริการทางการเงินครบวงจรผ่านการเป็นตัวแทนธนาคาร 8 ธนาคาร ที่ให้บริการทั้งฝาก-โอน-ถอนเงินสดผ่านผู้บุญเติม บริการถอนเงินสดผ่านผู้บุญเติม 2 ธนาคาร คือ ธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทย

พาณิชย์ รวมทั้งบริการ e-KYC ผ่านผู้บุญเติม ปี 2566 จำนวนรายการฝาก-โอนเงินผ่านผู้บุญเติม มีจำนวนรายการเฉลี่ยเดือนละ 1.5 ล้านรายการ

ธุรกิจสินเชื่อ ณ วันสิ้นงวด มียอดการให้สินเชื่อคงค้างอยู่ที่ 364.6 ล้านบาท มีรายได้ดอกเบี้ย 38.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 51.5% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สำหรับด้านธุรกิจสินเชื่อนั้น ทางบริษัทให้วงเงินสินเชื่อกับกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือถือว่า 1 ล้านคน ด้วยการให้วงเงินสินเชื่อที่เป็นเงินสด และวงเงินสินเชื่อสำหรับซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และโทรศัพท์มือถือโดยบริหารการให้วงเงินสินเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ และให้ลูกค้าผูกหักบัญชีชำระค่าคงค้างทุกเดือน พร้อมมีทีมติดตามหนี้ เพื่อให้สามารถบริหารหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**ธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและเครื่องชำระยานยนต์ไฟฟ้า**

ณ สิ้นปี 2566 ธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มชงสดอัตโนมัติภายใต้แบรนด์ "เต่าบิน" มีจำนวนตู้ทั้งสิ้น 6,392 ตู้ทั่วประเทศ เพิ่มขึ้น 29.3% เมื่อเทียบกับปีก่อนแต่ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา เนื่องจากใน ปี 2566 บริษัท ฟอรัท เวนดิง จำกัด ได้มีการโยกย้ายจุดติดตั้งตู้เต่าบินจากทำเลที่ไม่มีคุณภาพเป็นยังทำเลที่มีคุณภาพก่อก่อมีการนำตู้เต่าบินเวอร์ชันแรกกลับมาแก้ไขและอัพเกรดให้เป็นตู้เต่าบินเวอร์ชันใหม่เพื่อรองรับการขายเครื่องดื่มได้มากขึ้นในแต่ละรอบของการเข้าเติมวัตถุดิบภายในตู้ซึ่งจะช่วยทำให้ลูกค้าได้รับความต่อเนื่องในการซื้อเครื่องดื่มจากตู้เต่าบินมากขึ้น โดยในปี 2566 มียอดขายรวมจำนวน 2,290 ล้านบาทและมีจำนวนแก้วขายรวมกว่า 77 ล้านแก้ว เพิ่มขึ้น 51.7% และ 66.8% ตามลำดับเมื่อเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้ ยอดขายของตู้เต่าบินในไตรมาส 4 ปี 2566 จำนวน 524 ล้านบาท ลดลง 12.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา เนื่องมาจากสภาพอากาศปลายฝนต้นหนาว ก่อปรกกับสภาพเศรษฐกิจค่อนข้างชะลอตัวลงกระทบกับภาคธุรกิจทางด้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีการปรับตัวลดลง สำหรับธุรกิจเครื่องชำระรถยนต์ไฟฟ้า ณ สิ้นปี 2566 บริษัทมีจำนวนกิ่งก่า ฮีวี ติดตั้งเพิ่มขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ รวมทั้งหมด 66 จุดชาร์จ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ให้บริการเนื่องจากการใช้งานที่ง่าย สะดวก การชำระเงินง่าย สามารถสแกนชำระเงินโดยไม่ต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน โดยบริษัทมุ่งเน้นการขยายพื้นที่จุดให้บริการกระจายไปยัง คอนโดมิเนียม โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ออฟฟิศต่าง ๆ เป็นต้น อีกทั้งแผนการขยายเป็นสถานีบริการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าแบบครบวงจร ร่วมกับคาเฟ่เต่าบินรูปแบบใหม่ โดยมีเป้าหมายของการขยายจุดติดตั้งกิ่งก่า ฮีวี 2,000 จุดชาร์จ ในปีนี้

**สรุปงบการเงิน ประจำปี 2566**

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 4/2565		ไตรมาส 3/2566		ไตรมาส 4/2566		%QoQ		%YoY		ปี 2565		ปี 2566		%YoY		
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%			ลบ.	%	ลบ.	%			ลบ.	%	
รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์																	
ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่นๆ	121.63	23.4%	97.88	19.3%	98.38	18.2%	0.5%	-19.1%	541.28	24.2%	405.58	19.6%	-25.1%				
รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ	385.16	74.1%	391.83	77.1%	420.02	77.7%	7.2%	9.1%	1,662.24	74.3%	1,606.28	77.6%	-3.4%				
รายได้ดอกเบี้ย	8.10	1.6%	10.08	2.0%	13.85	2.6%	37.4%	70.9%	25.33	1.1%	38.38	1.9%	51.5%				
รายได้ค่าโฆษณา	5.14	1.0%	-	0.0%	4.49	0.8%	0.0%	-12.6%	9.79	0.4%	4.49	0.2%	-54.1%				
<b>รายได้รวมจากธุรกิจหลัก (4 รายการ)</b>	<b>520.03</b>	<b>100.0%</b>	<b>508.06</b>	<b>100.0%</b>	<b>540.56</b>	<b>100.0%</b>	<b>6.4%</b>	<b>4.0%</b>	<b>2,238.64</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,068.77</b>	<b>100.0%</b>	<b>-7.6%</b>				
ต้นทุนการบริการ	(432.75)	-83.2%	(403.35)	-79%	(401.84)	-74%	-0.4%	-7.1%	(1,837.18)	-82.1%	(1,622.95)	-78.5%	-11.7%				
กำไรขั้นต้น	87.28	16.8%	99.89	19.7%	136.39	25.1%	36.5%	55.1%	401.46	17.9%	433.62	21.0%	8.0%				
ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	(95.49)	-18.4%	(72.42)	-14.3%	(89.79)	-16.6%	24.0%	-6.0%	(293.35)	-13.1%	(308.32)	-14.9%	5.1%				
กำไรจากการดำเนินงาน	(8.22)	-1.6%	27.48	5.4%	46.59	8.4%	66.9%	-65.0%	108.10	4.8%	125.30	6.1%	15.9%				
รายได้อื่น	58.95	11.3%	43.81	8.6%	42.29	7.8%	-3.5%	-28.3%	235.09	10.5%	186.39	9.0%	-20.7%				
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	18.39	3.5%	16.24	3.2%	8.97	1.7%	-44.8%	-51.3%	44.20	2.0%	62.78	3.0%	42.0%				
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	69.12	13.3%	87.52	17.2%	96.84	17.9%	10.7%	40.1%	387.39	17.3%	374.46	18.1%	-3.3%				
ค่าธรรมเนียมธนาคาร	(0.66)	-0.1%	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	-100.0%	(4.77)	-0.2%	-	0.0%	-100.0%				
ดอกเบี้ยจ่าย	(3.87)	-0.7%	(2.88)	-0.6%	(3.70)	-0.7%	28.5%	-4.4%	(11.77)	-0.5%	(12.26)	-0.6%	4.2%				
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	64.59	12.4%	84.64	16.7%	93.14	17.2%	10.0%	44.2%	370.85	16.6%	362.20	17.5%	-2.3%				
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(10.17)	-2.0%	(15.58)	-3.1%	(14.75)	-2.7%	-5.4%	45.0%	(68.97)	-3.1%	(62.75)	-3.0%	-9.0%				
กำไรสุทธิ	54.42	10.5%	69.07	13.6%	78.40	14.5%	13.5%	44.1%	301.88	13.5%	299.45	14.5%	-0.8%				
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	0.00	0.0%	0.00	0.0%	0.00	0.0%	0.0%	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	0.0%				
กำไรสุทธิ-ส่วนที่เป็นของบริษัท	54.42	10.5%	69.07	13.6%	78.40	14.5%	13.5%	44.1%	301.88	13.5%	299.45	14.5%	-0.8%				

**รายได้รวม**

รายได้รวมจากธุรกิจหลักปี 2566 เท่ากับ 2,068.77 ล้านบาท ลดลง 7.6% เมื่อเทียบกับปีก่อน จากภาวะเศรษฐกิจและอัตราเงินเฟ้อที่ยังคงสูงขึ้นจากปัจจัยการขึ้นดอกเบี้ยจากระบบสำรองเงินตราของรัฐบาลกลางสหรัฐ (FED) ถึงแม้จะมีมาตรการการพยุงราคาน้ำมันของรัฐบาลไทยแล้วก็ตาม ยิ่งไปกว่านั้นรัฐบาลได้พยายามกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยหลากหลายวิธีแต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ทำให้กำลังซื้อของผู้ใช้บริการระดับกลางและล่างยังคงลดน้อยลง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของทางบริษัท กล่าวได้ว่ารายได้จากธุรกิจหลักยังคงทรงตัวและมีแนวโน้มดีขึ้นในไตรมาส 4/2566 จากการให้บริการที่เพิ่มขึ้นและบริษัทยังคงสามารถรักษายอดการใช้บริการและรักษาสถานลูกค้าได้อย่างมั่นคงต่อเนื่อง โดยแยกเป็นรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) **รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่น ๆ (Commission)** เท่ากับ 405.58 ล้านบาท ลดลง 25.1% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าลดลงประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงเชื่อมั่นว่ากลุ่มลูกค้าของบริษัทจะยังมีการใช้งานผ่านช่องทางต่าง ๆ เนื่องจากได้รับความสะดวกในการทำรายการและการมีบริการบนตู้เติมเงินที่หลากหลายตอบโจทย์กิจกรรมประจำวันของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

2) **รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ (Service Charge)** เท่ากับ 1,606.28 ล้านบาท ลดลง 3.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน จากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวประกอบกับอัตราเงินเฟ้อที่ยังคงสูง ส่งผลให้ราคาสินค้าและบริการที่ยังคงมีราคาสูงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงรักษายอดให้บริการฝาก-โอนเงินมากกว่า 1.5 ล้านครั้งต่อเดือน คิดเป็นมูลค่ามากกว่า 9,707 ล้านบาทและบริการเติมเงินเข้า E-Wallet ผ่านตู้เติมเงินที่เพิ่มขึ้น สะท้อนถึงความสะดวกสบายในการใช้บริการผ่านช่องทางของบริษัทและยังมีความต้องการบริการอยู่อย่างมาก

3) **รายได้จากการขาย** เท่ากับ 14.03 ล้านบาท จากการขายเครื่องใช้ไฟฟ้า และโทรศัพท์มือถือ

4) **รายได้ดอกเบี้ย** เท่ากับ 38.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 51.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการเติบโตของพอร์ตสินเชื่อและการเพิ่มโปรแกรมทางการขายต่าง ๆ อาทิเช่น การให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ทั้งนี้สินเชื่อส่วนบุคคลเป็นการให้บริการผ่านทางแอปพลิเคชัน กล่าวได้ว่ากลุ่มอาสาสมัครชุมชนเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความน่าเชื่อถืออย่างมากในชุมชน

5) รายได้ค่าโฆษณา เท่ากับ 4.49 ล้านบาท ลดลง 54.1% เปรียบเทียบกับปีก่อน เนื่องจากในปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคนิยมใช้สื่อออนไลน์มากกว่าสื่อออฟไลน์ ดังนั้นรายได้ค่าโฆษณาจึงลดน้อยลง

6) รายได้อื่น เท่ากับ 186.39 ล้านบาท ลดลง 20.7% เปรียบเทียบกับปีก่อน ส่วนใหญ่มาจากยอดเติมเงินมือถือและชำระเงินออนไลน์ที่ลดลง

**ต้นทุนและค่าใช้จ่าย**

1) ต้นทุนการบริการ ปี 2566 เท่ากับ 1,622.95 ล้านบาท ลดลง 11.7% เปรียบเทียบกับปีก่อน ส่วนใหญ่เกิดจากรายได้ที่ลดลงของบริการเติมเงินมือถือ และการใช้งานตู้ที่มีอายุครบการตัดค่าเสื่อมราคา 8 ปี แต่ยังคงใช้งานได้อยู่

2) ต้นทุนขาย ปี 2566 เท่ากับ 12.20 ล้านบาท จากการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าและโทรศัพท์มือถือ

3) ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร เท่ากับ 308.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.1% เปรียบเทียบกับปีก่อน จากการตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ 17 ล้านบาท

**กำไร**

1) กำไรขั้นต้น ปี 2566 เท่ากับ 433.62 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ 21% จากยอดเติมเงินที่ลดลงและบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

2) ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม เท่ากับ 62.78 ล้านบาท เป็นการรับรู้ส่วนแบ่งกำไรจากฟอรัท เวนดิงที่บริษัทเข้าถือหุ้นร้อยละ 26.71

3) กำไรสุทธิ เท่ากับ 299.45 ล้านบาท ลดลง 0.8 % เปรียบเทียบกับปีก่อน จากรายได้ยอดเติมเงินที่ลดลง และควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพ

**งบแสดงฐานะการเงิน**

งบแสดงฐานะการเงิน	31-ธ.ค.-65		31-ธ.ค.-66		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,311.02	46.3%	1,422.16	52.0%	111.14	7.8%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,523.76	53.8%	1,315.16	48.1%	-208.60	-15.9%
<b>สินทรัพย์รวม</b>	<b>2,834.78</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,737.32</b>	<b>100.0%</b>	<b>-97.46</b>	<b>-3.6%</b>
หนี้สินหมุนเวียน	1,229.18	43.4%	1,224.95	44.8%	-4.23	-0.4%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย-หมุนเวียน	365.97	12.9%	238.46	8.7%	-127.50	-53.5%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย-ไม่หมุนเวียน	106.48	3.8%	96.67	3.5%	-9.81	-10.2%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	5.21	0.2%	5.92	0.2%	0.71	12.0%
<b>หนี้สินรวม</b>	<b>1,706.83</b>	<b>60.2%</b>	<b>1,566.00</b>	<b>57.2%</b>	<b>-140.84</b>	<b>-9.0%</b>
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,127.95	39.8%	1,171.32	42.8%	43.37	3.7%
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>2,834.78</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,737.32</b>	<b>100.0%</b>	<b>-97.46</b>	<b>-3.7%</b>

สินทรัพย์รวม เท่ากับ 1,422.16 ล้านบาท ลดลงจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด และรวมถึงการใช้งานตู้ที่มีอายุครบการตัดค่าเสื่อมราคา 8 ปี แต่ยังคงใช้งานได้อยู่

หนี้สินรวม เท่ากับ 1,566.00 ล้านบาท ลดลง 140.84 ล้านบาท ลดลงจากการจ่ายชำระคืนเงินกู้ธนาคาร

ส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1,171.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43.37 ล้านบาท เงินปันผลจ่าย 256.07 ล้านบาท และผลกำไรปี 2566 จำนวน 299.45 ล้านบาท

**อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ**

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส	ปี 2565	ปี 2566
	4/2565	3/2566	4/2566		
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current ratio)	0.84	0.88	0.97	0.84	0.97
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio)	1.51	1.40	1.34	1.51	1.34
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt ratio)	0.42	0.35	0.29	0.42	0.29
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	10.5%	10.5%	10.9%	10.5%	10.9%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	26.8%	25.2%	25.6%	26.8%	25.6%

อัตราส่วนสภาพคล่อง เท่ากับ 0.97 เท่า เพิ่มขึ้น 0.13 เท่า เปรียบเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้บริษัทยังคงรักษาสถานะสภาพคล่องทางการเงินได้อย่างแข็งแกร่ง

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1.34 เท่า ลดลง เปรียบเทียบกับปีก่อน จากการจ่ายคืนเงินกู้

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 0.29 เท่า ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนจากส่วนผู้ถือหุ้นลดลงจากการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 10.9% เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เกิดจากที่บริษัทเน้นการบริหารสินทรัพย์ให้เกิดรายได้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 25.6% ลดลงเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน บริษัทยังคงมีการบริหารจัดการผลกำไรในรูปแบบการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นปีละ 2 ครั้งอย่างต่อเนื่อง

**แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนประจำปี 2566**

แหล่งที่มาของเงินทุน		แหล่งใช้ไปของเงินทุน	
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	587.68	เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	111.68
เงินกู้ระยะสั้น	990.00	เงินลงทุนในบริษัทในเครือ FVD	84.00
เงินปันผลรับ	37.58	จ่ายชำระหนี้กู้ยืมระยะสั้น	1,120.00
ดอกเบี้ยรับ	40.16	จ่ายเงินปันผล	256.07
อื่น ๆ	5.94	จ่ายดอกเบี้ย	7.42
		ภาษีเงินได้	70.17
เงินสดลดลง	5.52	จ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า	17.54
<b>รวม</b>	<b>1,666.88</b>		<b>1,666.88</b>

**มุมมองของผู้บริหาร**

เป้าหมายปี 2567

**ยอดใช้บริการ**

- บริการมูลค่าใช้บริการผ่านช่องทางของบริษัทเพิ่มขึ้น 10% yoy

**ธุรกิจตัวแทนธนาคาร**

- เพิ่มการเป็นตัวแทนธนาคารอย่างน้อย 1 ธนาคาร
- ขยายบริการ ฝาก/โอน กลุ่มลูกค้าต่างดาว (CLMV)
- ขยายพอร์ตสินเชื่อกับกลุ่มลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือวงเงิน 500-800 ล้านบาท

**การขยายช่องทางและบริการ**

- ขยายจุดติดตั้ง GINKA Charge point 2,000 จุดทั่วประเทศ
- เพิ่มจุดให้บริการเคาน์เตอร์แคชเชียร์
- เปิดบริการเต้าปิ่นกาแฟ X GINKA Charge Point

**ร่วมบริหารจัดการคาเฟ่อัตโนมัติ “เต้าปิ่น”**

- เต้าปิ่นขยายเพิ่มจาก 7,000 จุดเป็น 10,000 จุด
- เพิ่มเมนูใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความถี่ในการซื้อให้เพิ่มมากขึ้น

**การดำเนินการ**

- รักษาประสิทธิภาพการจัดการตู้บุญเดิมโดยเน้นที่ทำเลคุณภาพ และเพิ่มบริการใหม่ ๆ เพื่อให้รายได้เฉลี่ยต่อตู้ (ARPU) เพิ่มขึ้น
- ขยายช่องทางเคาน์เตอร์แคชเชียร์ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่
- เป็นตัวแทนธนาคาร (Banking Agent) รวมถึงผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน จากที่มีอยู่แล้ว 8 ธนาคารพาณิชย์
- เน้นให้ช่องทางบุญเดิมเป็นจุดให้บริการทางการเงินครบวงจร
- บริการฝาก-โอนเงินสดสำหรับลูกค้าต่างดาว
- เปิดสถานีบริการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าแบบครบวงจร (EV Station)
- รับรู้ส่วนแบ่งกำไรจากการถือหุ้นใน “เต้าปิ่น”
- บริหารระบบการรับชำระเงินตู้อัตโนมัติ “เต้าปิ่น” และบริหารจัดการคาเฟ่อัตโนมัติ “เต้าปิ่น”

**ยืนยันความเป็นผู้นำธุรกิจเดิมเงินและรับชำระเงินอัตโนมัติ**

เข้าสู่ปีที่ 16 กับการยืนยันความเป็นผู้นำธุรกิจเดิมเงินและรับชำระเงินอัตโนมัติด้วยการนำนวัตกรรมที่มีมาสร้างสินค้าและบริการเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมของลูกค้าให้ทั่วถึงทุกกลุ่ม มีการใช้ช่องทางของบริษัทในการช่วยเหลือสังคมไทยอย่างยั่งยืน อาทิเช่น “คนหาบุญเดิมช่วยหา ร่วมกับมูลนิธิกระจกเงา” เพื่อประสานงานคนหาผ่านทางหน้าจอบุญเดิมที่มีมากกว่า 125,000 ตู้ทั่วประเทศไทย บริษัทมุ่งมั่นเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจควบคู่ไปกับการเชื่อมต่อทุกช่องทางให้ครอบคลุมทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ทั้งโดยการร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ในการจัดหาบริการที่เหมาะสมและคุ้มค่าให้กับกลุ่มลูกค้าของบริษัท เดินหน้ารักษายอดเดิมเงินด้วยการรักษาจำนวนจุดติดตั้งตู้บุญเดิมที่มีอยู่มากกว่า 120,000 จุด ให้สะอาดและน่าใช้งาน ร่วมกับการจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการผ่านช่องทางของบริษัทต่อเนื่องระยะยาวได้รับสิทธิพิเศษมากมาย กระตุ้นการใช้งานของลูกค้าผ่านแคมเปญการตลาดมากมายให้ลูกค้าเลือกได้ตรงกับความต้องการและมีสิทธิลุ้นรางวัลทุกเดือน เป็นต้น

พร้อมเดินหน้าขยายช่องทางเคาน์เตอร์แคชเชียร์เพิ่มเติมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มได้เข้าถึงบริการการรับชำระเงินที่หลากหลายและบริการที่อยู่ในชีวิตประจำวันของลูกค้าทุกคน พร้อมนำนวัตกรรมที่มีปรับใช้ให้เหมาะสมเพื่อช่วยบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**รุกหน้าธุรกิจการเงินและสินเชื่อครบวงจร**

บริษัทมุ่งมั่นเพิ่มศักยภาพของธุรกิจการเงินด้วยการเพิ่มช่องทางบริการทางการเงินนอกจากตู้บุญเดิมที่เป็นดั้งเดิมให้แก่มุขมนตรี ขยายสู่เคาน์เตอร์แคชเชียร์ในร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และแอปพลิเคชันบนมือถือของกลุ่มลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ บริษัทมุ่งมั่นในการเพิ่มการเป็นตัวแทนธนาคารอีกอย่างน้อย 1 ราย จากเดิมที่มีอยู่แล้ว 8 ธนาคาร (ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย ธนาคารกรุงเทพ) ให้เป็น 9 ธนาคาร รวมทั้งเพิ่มธนาคาร

สำหรับให้ลูกค้าต่างด้าว (CLMV) สามารถทำรายการฝาก/โอนผ่านช่องทางของบริษัท ซึ่งเป็นช่องทางที่มีความสะดวกและคล่องตัวมากเนื่องจากสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงบริการทางการเงินผ่านช่องทางเคาน์เตอร์แคชเชียร์เพิ่มเติมด้วย

สำหรับธุรกิจสินเชื่อบริษัทเดินหน้าขายตัวพอร์ตสินเชื่อให้กับกลุ่มลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือ โดยมีทั้งบริการสินเชื่อส่วนบุคคลและสินเชื่อผ่อนชำระสินค้า (Buy now pay later: BNPL) ที่มีการเพิ่มสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าสำหรับการใช้ชีวิตประจำวัน ใช้ในครัวเรือนอย่างต่อเนื่อง เน้นการให้วงเงินสินเชื่ออย่างระมัดระวัง บริหารการจัดเก็บหนี้ให้มีประสิทธิภาพ NPL น้อยกว่า 5% โดยการนำข้อมูลกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่มากวิเคราะห์ข้อมูลอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับรูปแบบการให้วงเงินสินเชื่อและการรับชำระหนี้ที่เหมาะสมเพื่อลดความเสี่ยงด้านหนี้สูญ ตั้งเป้าการให้บริการสินเชื่อเพิ่มขึ้น 500-800 ล้านบาท

### ร่วมสร้างและสนับสนุนธุรกิจเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและเครื่องชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า

“เตาปิ่น” โรบอติกบาร์ิสต้า ตู้จำหน่ายเครื่องดื่มที่รังสรรค์ความอร่อยผ่านเครื่องดื่มทุกประเภททั้งร้อน เย็น และปั่น ผ่านการคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมของกลุ่ม FORTH ที่ได้รับกระแสนิยมตลอดทั้งปี ทำให้บริษัทมั่นใจและยังคงเป้าหมายที่จะขยายจุดบริการ 20,000 จุดทั่วประเทศ ภายใน 3 ปี โดยบริษัทจะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยผลักดันเตาปิ่นด้วยระบบรับชำระที่แข็งแกร่งพร้อมกับทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งบริษัทจะได้รับค่าบริการการให้บริการระบบชำระเงิน และรับรู้ส่วนแบ่งกำไรจากการลงทุน (Equity Income Method) ในบริษัท ฟอรัท เวนดิง จำกัด อีกด้วย

ต่อเนื่องจากปี 2566 ที่บริษัทได้มีการจัดเก็บตู้เวอร์ชันแรกและนำกลับมาอัปเดตเป็นเวอร์ชันใหม่ โดยในปี 2567 นี้ทางบริษัท ฟอรัท เวนดิง จำกัด จะเร่งผลักดันตู้ที่ได้รับการอัปเดตแล้วกลับสู่ตลาดและพร้อมให้บริการลูกค้าทุกกลุ่ม โดยมุ่งเน้นวางตู้เตาปิ่นในทำเลที่มีทั้งศักยภาพที่ดี ซึ่งทางบริษัทเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่ายังมีทำเลดี ๆ อีกมากควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์เมนูใหม่ ๆ ในแต่ละเทศกาล พร้อมกับการนำข้อมูล (Big data) มาวิเคราะห์มากขึ้นเพื่อทำการตลาดที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ตรงมากยิ่งขึ้น ตลอดจนจะมีการทำโปรโมชั่นเครื่องดื่มทั้งที่เป็นเมนูเดิมและเมนูใหม่เพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มการซื้อซ้ำจากลูกค้าเดิมและเพิ่มการรับรู้ให้กับลูกค้าใหม่ การทำโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้ ทางบริษัทคาดการณ์ว่าจากการที่มุ่งเน้นทั้งเรื่องทำเลที่มีคุณภาพ การทำโปรโมชั่นเมนูเดิมและเพิ่มเติมเมนูใหม่ และการตลาดที่ตรงจุดมากยิ่งขึ้นจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งสภาพอากาศในฤดูร้อนที่กำลังจะมีแนวโน้มจะส่งผลให้ยอดขายมีทิศทางเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้จากความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมของโลกในปัจจุบันที่เพิ่มขึ้น รถยนต์ไฟฟ้าจึงเป็นหนึ่งในตัวเลือกสำคัญของกลุ่มยานยนต์ที่จะเข้ามาช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์แทนการใช้งานรถยนต์เครื่องสันดาป โดยบริษัทมีผลิตภัณฑ์สถานีชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าที่มีมาตรฐานสูงจากการพัฒนาและผลิตโดยกลุ่ม FORTH ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตโดยคนไทยเอง ซึ่งสามารถปรับปรุงและพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ตลอดจนแอปพลิเคชันภายในได้ง่าย ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทอยู่ในตำแหน่งที่ได้เปรียบในด้านการทำราคาที่ดีกว่า ด้วยนวัตกรรมระบบการจัดการสายชาร์จเคเบิลอัจฉริยะที่ติดตั้งอัตโนมัติ มาพร้อมกับดีไซน์อันทันสมัย ช่วยให้ผู้ใช้บริการสัมผัสถึงการใช้ง่าย ไม่ซับซ้อน หน้าจอแสดงผลแบบสัมผัส ไม่ต้องติดตั้งแอปพลิเคชันบนมือถือเพียงสแกนจ่ายจบ เมื่อชาร์จไฟจนเต็มจะมีการแจ้งเตือนผ่าน SMS อีกทั้งเป็นเครื่องผลิตโดยคนไทย กล่าวได้ว่าบริการที่บริษัทร่วมลงทุนกับเจ้าของพื้นที่นั้น ทำให้เจ้าของพื้นที่ไม่ต้องลงทุนสูง โดยการการแบ่งรายได้การให้บริการจากการชาร์จที่ชัดเจน และเป็นธรรมทั้งเจ้าของพื้นที่และบริษัท เจ้าของพื้นที่เพียงจัดเตรียมสถานที่ติดตั้ง พร้อมเดินระบบไฟจนถึงจุดติดตั้ง การรับประกันเครื่องตลอดอายุสัญญา ระบบสนับสนุนการใช้งานทั้งรูปแบบการคิดเงินตามการใช้งานจริง และสามารถสะสมเงินไว้ใช้ในครั้งถัดไปได้ มีระบบบริหารที่จอดรถ (ระบบล็อกล้อ ถ้าไม่จ่ายชำระจะไม่สามารถนำรถยนต์ออกได้) ระบบคิดค่าบริการแบบรายชั่วโมง และรายยูนิตที่เจ้าของพื้นที่สามารถกำหนดได้ มีทีมงานที่เชี่ยวชาญให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ตลอด 7 วัน มีผู้เชี่ยวชาญและระบบทั้งแบบออนไลน์ และในพื้นที่เพื่อบำรุงรักษาเครื่องให้พร้อมใช้งานตลอดเวลา มีเว็บไซต์ให้เจ้าของพื้นที่ได้ตรวจสอบข้อมูลการใช้งาน และมีเจ้าหน้าที่ Call center ให้บริการ 24 ชม. GINKA จะช่วยตอบข้อสงสัยให้กับผู้ใช้งานที่ต้องการความสะดวกสบาย ใช้งานง่าย ลดขั้นตอนการติดตั้งแอปพลิเคชัน สามารถใช้งานได้ทันทีที่จ่ายจ่ายแคสแกนจ่ายผ่าน QR code ที่หน้าจอเครื่อง หากมีเงินเหลือจากการชาร์จสามารถเก็บเป็นเครดิตในเบอร์โทรศัพท์เพื่อใช้ในการชาร์จไฟครั้งต่อไปได้

**ผสมผสานทุกผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อความสะดวกสบายแบบครบวงจร** เครื่องชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า GINKA Charge Point ตั้งเป้าปรับโมเดลใหม่ 2 แบบ แบบแรกให้บริการในพื้นที่ขนาดใหญ่ลักษณะปั๊ม ในรูปแบบสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า (EV Station) ซึ่งภายในสถานีชาร์จจะมีร้านค้าเพ็ญเป็นรูปแบบเคาน์เตอร์อัตโนมัติ 24 ชั่วโมง ที่มีทั้งอาหารและเครื่องดื่ม โดยจำหน่ายสินค้าและบริการในรูปแบบการให้บริการด้วยตนเอง เช่น

เคาน์เตอร์เครื่องดื่มขงสตาร์ทอัพที่มีนวัตกรรมที่สามารถชงเครื่องดื่มได้พร้อมกันจำนวนหลายแก้วและมีเมนูที่หลากหลาย อาทิ เมนูชาสมุนไพร ไข่มุก เป็นต้น เคาน์เตอร์อัตโนมัติจำหน่ายอาหารพร้อมทานต่าง ๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยว ลูกชิ้นทอด เป็นต้น สำหรับให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหารและเครื่องดื่มขณะรอชารัจรถยนต์ไฟฟ้า และแบบที่สองเป็นรูปแบบร้านเล็ก ๆ ในรูปแบบของคาเฟ่เตาบิน ที่มีเครื่องชารัจยานยนต์ไฟฟ้า (GINKA) ให้บริการระหว่างพักรถขณะเดินทาง ซึ่งสามารถเปิดบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งจะเปิดให้บริการแห่งแรกในปีนี้

**การดำเนินการด้านความยั่งยืน** เน้นเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี

ยิ่งไปกว่านั้นผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทได้มีการนำนวัตกรรมมาช่วยในการพัฒนาบริการเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความสะดวกและเข้าถึงชุมชนระดับหมู่บ้านให้สามารถใช้บริการต่าง ๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยเฉพาะบริการฝาก/โอนเงิน ที่สามารถทำรายการผ่านช่องทางตู้บุญเติมหรือเคาน์เตอร์แคชเชียร์ได้ถึงแม้ธนาคารจะปิดทำการแล้วก็ตาม จำนวนการใช้บริการฝาก/โอนผ่านช่องทางของบริษัทแสดงให้เห็นว่าช่องทางของบริษัทได้รับความนิยมและเข้าถึงมีความสะดวก ลูกค้ามีความมั่นใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ตอบวิสัยทัศน์ขององค์กร มุ่งสู่ “นวัตกรรมที่ยั่งยืนเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น”

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์

Email: investor@forthsmart.co.th

โทร (+66) 2 278 1777 ต่อ 6705