

บริษัท ชันเวดิง เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับงวดสามเดือนและหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565

ภาพรวมธุรกิจ

บริษัท ชันเวดิง เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ โดยมีโรงงานปรับปรุงสภาพและประกอบ (Refurbishment) เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของตนเอง และมีสาขากระจายสินค้า 12 แห่ง แบ่งเป็นสาขา 11 แห่ง และสาขาย่อย 1 แห่ง (สาขาย่อย คือ มีจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติต่ำกว่า 500 เครื่องและคลังกระจายสินค้าและบริการที่อยู่ภายใต้การดูแลของสาขาหลัก) ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการกว่า 29 จังหวัด ซึ่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทมีเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติติดตั้งกระจายอยู่ในสถานที่ต่างๆ จำนวน 15,068 เครื่อง แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบหลัก คือ ประเภทเครื่องขายสินค้าเครื่องดื่ม (Can & Bottle), เครื่องขายสินค้าเครื่องดื่มและขนม (Glass front), เครื่องถ้วยแบบร้อนเย็น (Cup Hot and Cold), และเครื่องสำหรับขายอาหารกึ่งสำเร็จรูป (Noodle) ซึ่งสินค้าที่จำหน่ายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ เครื่องดื่ม ขนม ขบเคี้ยว บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และสินค้าอื่นๆ เช่น หน้ากากอนามัย ขนมปังเบเกอรี่ เป็นต้น รวมแล้วมีสินค้ากว่า 700 รายการ ("SKU") ทั้งนี้ เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของบริษัทรองรับการชำระเงินทั้งแบบเงินสด (Cash) และแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Cashless)

รายได้ของบริษัทสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 ประกอบด้วย (1) รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 98.09 (2) รายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 0.86 (3) รายได้จากการบริการพื้นที่โฆษณาบนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 0.34 และ (4) รายได้จากการบริการและรายได้อื่น คิดเป็นร้อยละ 0.71

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือนและงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565

สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทมีรายได้รวม 547.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนจำนวน 62.75 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12.95

สำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทมีรายได้รวม 1,085.90 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนจำนวน 113.28 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.65 เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเป็นหลัก จากการที่บริษัทขยายการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อให้บริการตามสถานที่บริการต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และขยายพื้นที่จังหวัดการให้บริการเพิ่มขึ้นจากการเปิดสาขาเพิ่ม 1 สาขา คือ สาขาลำพูน เพื่อให้บริการทางภาคเหนือ ประกอบกับในไตรมาส 2 ปี 2565 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เริ่มผ่อนคลายมากขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2564 ซึ่งในปี 2564 บริษัทยังคงได้รับผลกระทบในด้านรายได้ที่ลดลงในบางกลุ่ม Segment เช่น โรงแรม มหาวิทยาลัย โรงเรียน ออฟฟิศสำนักงาน และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 23.20 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.53 เมื่อเทียบกับกำไรสุทธิปีก่อน

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 45.22 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.60 เมื่อเทียบกับกำไรสุทธิปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.65 จากงวดเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายพนักงานในการให้บริการเติมสินค้า ค่าเสื่อมราคาที่เพิ่มขึ้นจากจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่มีการติดตั้งเพิ่มขึ้น และค่าบริการพื้นที่วางเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่ให้บริการและอัตราค่าวางพื้นที่เพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่การวางบริการในพื้นที่เปิดมากขึ้น

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 6 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 6 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้								
รายได้จากการขาย	478.90	98.84	541.02	98.86	961.22	98.83	1,074.45	98.95
รายได้อื่น	5.60	1.16	6.23	1.14	11.40	1.17	11.45	1.05
รวมรายได้	484.50	100.00	547.25	100.00	972.62	100.00	1,085.90	100.00
ค่าใช้จ่าย								
ต้นทุนขาย	(323.09)	(66.69)	(358.69)	(65.54)	(647.64)	(66.59)	(715.65)	(65.90)
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(122.52)	(25.29)	(145.91)	(26.66)	(241.48)	(24.83)	(286.93)	(26.42)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(14.42)	(2.98)	(13.56)	(2.48)	(29.90)	(3.07)	(26.65)	(2.45)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(2.16)	(0.45)	(0.03)	(0.01)	(4.56)	(0.47)	(0.24)	(0.02)
รวมค่าใช้จ่าย	(462.19)	(95.41)	(518.19)	(94.69)	(923.58)	(94.96)	(1,029.47)	(94.80)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	22.31	4.60	29.06	5.31	49.04	5.04	56.43	5.20
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(4.26)	(0.88)	(5.86)	(1.07)	(9.58)	(0.98)	(11.21)	(1.03)
กำไรสุทธิสำหรับงวด	18.05	3.73	23.20	4.24	39.46	4.06	45.22	4.16

รายได้

รายได้รวมของบริษัทสำหรับงวด 3 เดือนและงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีจำนวน 547.25 ล้านบาท และจำนวน 1,085.90 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปโครงสร้างรายได้ของบริษัท ได้ดังนี้

ประเภทรายได้	ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 6 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 6 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	475.97	98.24	534.80	97.73	954.36	98.12	1,065.13	98.09
2. รายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	2.93	0.60	6.22	1.14	6.86	0.71	9.32	0.86
3. รายได้จากค่าบริการพื้นที่บนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อโฆษณา ⁽¹⁾	3.08	0.64	1.80	0.33	6.32	0.65	3.68	0.34
4. รายได้จากค่าบริการ ⁽¹⁾	1.70	0.35	2.55	0.46	3.13	0.32	4.71	0.43
รวมรายได้จากการขายและบริการ	483.68	99.83	545.37	99.66	970.67	99.80	1,082.84	99.72
รายได้อื่นๆ ⁽¹⁾	0.82	0.17	1.88	0.34	1.95	0.20	3.06	0.28
รายได้รวม	484.50	100.00	547.25	100.00	972.62	100.00	1,085.90	100.00

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ในงบการเงินแสดงรวมอยู่ในรายได้อื่นๆ

รายได้จากการขายและบริการ

รายได้จากการขายและบริการสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 545.37 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.66 ของรายได้รวม โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.75 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน

รายได้จากการขายและบริการสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 1,082.84 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.72 ของรายได้รวม โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.56 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเติบโตตามการขยายพื้นที่ให้บริการโดยการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติตามสถานที่ให้บริการต่างๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถให้บริการครอบคลุมผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยสามารถแบ่งประเภทรายได้ ดังนี้:

1. **รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ** ธุรกิจหลักของบริษัทเป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ สำหรับงวด 3 เดือนและงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเท่ากับ 534.80 ล้านบาท และ 1,065.13 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.36 และ 11.61 เทียบกับรอบระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละปีบริษัทจะมีแผนขยายพื้นที่ให้บริการโดยการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติตามสถานที่บริการต่างๆ เพื่อให้การบริการครอบคลุมผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น และเพิ่มโอกาสในการเติบโตทางของยอดขาย ซึ่งในเดือนมกราคม 2565 บริษัทได้เปิดสาขาใหม่เพิ่มอีก 1 สาขา คือ สาขาลำพูน เพื่อให้บริการในภาคเหนือ และสำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทยังคงขยายการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติอย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสุทธิเพิ่มขึ้นจำนวน 440 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.01 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2564 หรือเพิ่มขึ้นสุทธิจำนวน 1,184 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 8.53 เมื่อเทียบกับสิ้นไตรมาส 2 ปี 2564 ซึ่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทมีเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติวางให้บริการทั้งหมดเป็นจำนวน 15,068 เครื่อง

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทประมาณร้อยละ 70 ของเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติทั้งหมด คือ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม เช่น โรงงานประกอบรถยนต์ โรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ โรงงานสิ่งทอ โรงงานผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น รองลงมา คือ ธุรกิจโลจิสติกส์ กลุ่มออฟฟิศสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า และโรงแรม ซึ่งในปี 2564 และไตรมาส 1 ปี 2565 ด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยังคงส่งผลกระทบต่อในบางกลุ่มลูกค้าของบริษัท เช่น ห้างสรรพสินค้า ออฟฟิศสำนักงาน โรงแรม มหาวิทยาลัย โรงเรียน เป็นต้น ทำให้รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ติดตั้งอยู่ตามพื้นที่บริการดังกล่าวยังคงน้อยกว่าปกติ

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีนโยบายกระจายความเสี่ยง โดยบริษัทได้ดำเนินการขยายพื้นที่ให้บริการในการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติใน Segment ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ปั๊มน้ำมัน สถานีรถไฟฟ้า เช่น MRT BTS และแอร์พอร์ตลิงค์ คอนโดมิเนียม เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับ Life Style ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุค New Normal เช่น คนทำงานพักอาศัยในคอนโดมิเนียมในเมือง การเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะเพื่อความรวดเร็ว การขยายธุรกิจร้านค้าปลีกในปั๊มน้ำมัน เป็นต้น หากพิจารณารายได้เฉลี่ย/เครื่อง/วัน ของเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของบริษัท สำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทมีรายได้เฉลี่ย/เครื่อง/วัน ประมาณ 396 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากรอบระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 388 บาท/เครื่อง/วัน

2. **รายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ** เป็นการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติให้ลูกค้า โดยบริษัทมีโรงงานปรับปรุงสภาพและประกอบ (Refurbishment) เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเอง และบริษัทยังเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจากผู้ผลิตเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติชั้นนำในประเทศญี่ปุ่น 1 ราย และประเทศจีน 1 ราย โดยบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย การขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติให้กับลูกค้าเป็นการขายขาด บริษัทมีรายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 9.32 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.86 ของรายได้รวม ซึ่งเพิ่มขึ้นจำนวน 2.46 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 35.83 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน จากจำนวนลูกค้าและจำนวนตู้ขายที่เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อน

3. **รายได้จากค่าบริการพื้นที่บนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อโฆษณา** เป็นรายได้ค่าบริการจากการติดสโลโฆษณาบนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อโฆษณาสินค้าของลูกค้า จากการ Wrap เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติด้วยสติ๊กเกอร์ โดยการคิดค่าบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งของเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ลูกค้าต้องการติดตั้งโฆษณา โดยบริษัทมีรายได้จากการบริการติดสโลโฆษณาบนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 3.68 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.34 ของรายได้รวม ซึ่งลดลงจำนวน 2.64 ล้านบาท คิดเป็นอัตราที่ลดลงร้อยละ 41.80 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน จากจำนวนลูกค้าติดตั้งสโลโฆษณาที่ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน

4. **รายได้จากการบริการ** เป็นรายได้จากการให้บริการแลกเงินเหรียญให้กับผู้ประกอบการค้าปลีก รายได้ค่าบริการหลังการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และรายได้ค่าเช่าเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ เนื่องด้วยธุรกิจหลักของบริษัทเป็นการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ รายได้ส่วนใหญ่จึงเป็นเงินสด ทั้งประเภทธนบัตรและเงินเหรียญ จากการหยอดเงินของลูกค้าเพื่อซื้อสินค้าจากเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ โดยถ้าเป็นธนบัตรบริษัทจะนำฝากเข้าธนาคาร ส่วนที่เป็นเงินเหรียญ บริษัทนำเหรียญไปแลกกับผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ บริษัทจึงมีรายได้จากการแลกเหรียญ ซึ่งรายได้จากการบริการสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 4.71 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.43 ของรายได้รวม ซึ่งเพิ่มขึ้นจำนวน 1.58 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 50.59 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของรายได้ค่าบริการหลังการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และรายได้ค่าเช่าเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเป็นหลัก

รายได้อื่น

รายได้อื่น ได้แก่ รายได้ค่าธรรมเนียมวางสินค้าจากเจ้าของสินค้า รายได้เงินปันผลรับ ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายทรัพย์สิน และกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น โดยรายได้อื่นสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 3.06 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.28 ของรายได้รวม โดยเพิ่มขึ้นจำนวน 1.11 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 56.62 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของรายได้ค่าธรรมเนียมวางสินค้า และรายได้เงินปันผล

ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายสำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 358.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 65.54 ของรายได้รวม และสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 715.65 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 65.90 ของรายได้รวม โดยองค์ประกอบหลักของต้นทุนขาย คือ ต้นทุนสินค้าเพื่อขายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.24 ของต้นทุนรวม รองลงมา คือ ต้นทุนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อจำหน่าย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.76 ของต้นทุนรวม ซึ่งสามารถสรุปโครงสร้างต้นทุนและกำไรขั้นต้นของบริษัท ได้ดังนี้

โครงสร้างต้นทุน	ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 6 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 6 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	321.44	99.49	354.89	98.94	643.94	99.43	710.25	99.24
2. ต้นทุนขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	1.65	0.51	3.80	1.06	3.70	0.57	5.40	0.76
รวมต้นทุนขาย	323.09	100.00	358.69	100.00	647.64	100.00	715.65	100.00

กำไรขั้นต้น	ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 6 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 6 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. กำไรขั้นต้นสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	154.54	32.47	179.92	33.64	310.42	32.53	354.88	33.32
2. กำไรขั้นต้นเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	1.27	43.47	2.41	38.80	3.16	46.06	3.92	42.02
รวมกำไรขั้นต้น	155.81	32.53	182.33	33.70	313.58	32.62	358.80	33.39

บริษัทมีต้นทุนขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 ร้อยละ 66.68 ของรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 33.32 โดยบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 32.53 เนื่องจากช่วง 6 เดือนของปี 2565 มีการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายในการคัดเลือกสินค้าที่จะวางในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจะต้องมีอัตรากำไรขั้นต้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 รวมถึงการพิจารณาถึงความนิยมของผู้บริโภคต่อสินค้า และลักษณะรูปทรงของสินค้าที่จะสามารถวางในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติได้

บริษัทมีต้นทุนขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 ร้อยละ 57.98 หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 42.02 ซึ่งลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2564 ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 46.06 สาเหตุหลักเนื่องจากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติประเภทรุ่นที่มีอัตรากำไรขั้นต้นน้อยในจำนวนมากกว่าในปี 2564

ถึงแม้ว่าอัตรากำไรขั้นต้นของการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจะค่อนข้างสูง แต่ด้วยสัดส่วนรายได้ส่วนใหญ่เป็นการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมของบริษัทอยู่ที่ประมาณร้อยละ 33

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 286.93 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 26.42 ของรายได้รวม ซึ่งค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ (1) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานบริการเติมสินค้า (Route Operation) พนักงานขายและการตลาด ในส่วนของเงินเดือน โบนัส ค่าคอมมิชชั่น และสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 35.19 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวม (2) ค่าเสื่อมราคา มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.71 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวม (3) ค่าบริการพื้นที่วางเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 17.78 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายที่สำคัญ	ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 6 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 6 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	41.99	34.27	50.49	34.60	85.25	35.30	100.98	35.19
ค่าเสื่อมราคา	30.97	25.28	38.37	26.30	60.11	24.89	73.76	25.71
ค่าบริการพื้นที่	22.58	18.43	25.48	17.46	44.84	18.57	51.01	17.78

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เพิ่มขึ้นจำนวน 45.45 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.82 จากช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจากค่าบริการพื้นที่วางเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการขยายจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่วางบริการเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ประกอบกับอัตราค่าบริการพื้นที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่การวางบริการในพื้นที่เปิดมากขึ้นและจากการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเพิ่มขึ้นจาก 44.84 ล้านบาท เป็น 51.01 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 6.17 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.75 ทั้งนี้ ค่าบริการพื้นที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.78 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ซึ่งมีสัดส่วนลดลงจากช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 18.57 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย และในส่วนของค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจาก 60.11 ล้านบาทเป็น 73.76 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 13.65 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.72 เนื่องจากบริษัทมีการขยายจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่มีการติดตั้งเพิ่มขึ้นในงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน รวมถึงการเพิ่มจำนวนของตู้ Smart มากขึ้น โดยมีสัดส่วนค่าเสื่อมราคาคิดเป็นร้อยละ 25.71 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 24.89 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 26.65 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.45 ของรายได้รวม ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ (1) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานและผู้บริหาร เช่น เงินเดือน โบนัส และสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 62.72 ของค่าใช้จ่ายในการบริหาร (2) ค่าที่ปรึกษาและค่าตอบแทนกรรมการ โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 10.06 ของค่าใช้จ่ายในการบริหาร (3) ค่าเสื่อมราคา มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 2.75 ของค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญ	ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 3 เดือน)		ไตรมาส 2/2564 (สำหรับงวด 6 เดือน)		ไตรมาส 2/2565 (สำหรับงวด 6 เดือน)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	8.73	60.55	8.10	59.73	17.01	56.90	16.71	62.72
ค่าที่ปรึกษาและค่าตอบแทนกรรมการ	2.76	19.13	1.43	10.55	6.34	21.21	2.68	10.06
ค่าเสื่อมราคา	0.51	3.52	0.37	2.71	1.06	3.53	0.73	2.75

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 ลดลงจากช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน จำนวน 3.25 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.86 สาเหตุหลักเนื่องจากในงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทมีค่าปรึกษาด้านไอทีสำหรับโครงการ IT Assessment & Transformation Roadmap ค่าที่ปรึกษากฎหมายและค่าที่ปรึกษาทางการเงินสำหรับการเตรียมตัวนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงินสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 0.24 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.02 ของรายได้รวม ลดลงจำนวน 4.32 ล้านบาท จากงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากในไตรมาส 2 ปี 2565 บริษัทไม่มีเงินกู้ยืมคงเหลือ

กำไรสุทธิ

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 45.22 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 4.16 ทั้งนี้ อัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในการให้บริการเพิ่มขึ้น และการเพิ่มประเภทสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าในงวดนี้

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

บริษัทมีสินทรัพย์รวม ณ สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 1,485.12 ล้านบาท และ 1,536.62 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์หลัก สรุปได้ดังนี้

1. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 223.09 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2564 จำนวน 77.58 ล้านบาท เนื่องจากมีเงินสดจ่ายจากการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น
2. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 1,034.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 122.84 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากการลงทุนในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพิ่มขึ้นจำนวน 1,579 เครื่อง รวมถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติแบบ Smart หรือมูลค่าสุทธิ (หลังหักค่าเสื่อมราคา) เพิ่มขึ้น 84.58 ล้านบาท รวมถึงการลงทุนในยานพาหนะที่ใช้ในการเติมน้ำมันเพิ่มขึ้น 9.67 ล้านบาท เพื่อรองรับการขยายพื้นที่ให้บริการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติตามสถานที่ต่างๆ และการลงทุนในการก่อสร้างอาคารสำนักงานจำนวน 37.31 ล้านบาท

หนี้สิน

บริษัทมีหนี้สินรวม ณ สิ้นปี 2564 และ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 เท่ากับ 333.62 ล้านบาท และ 369.15 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของหนี้สินหลัก สรุปได้ดังนี้

1. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีมูลค่าเท่ากับ 326.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 31.70 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้า จากการสั่งซื้อสินค้าเพื่อขายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ได้วางบริการมากขึ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีจำนวน 1,167.48 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 75.98 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก ณ สิ้นปี 2564 จำนวน 15.98 ล้านบาท เนื่องจากกำไรจากการดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 หักด้วยเงินปันผลจ่ายจำนวน 28 ล้านบาท

สภาพคล่อง

1. สภาพคล่องกระแสเงินสด

กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีจำนวน 78.43 ล้านบาท ลดลง 3.08 ล้านบาทจากงวดเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือในไตรมาส 2 ปี 2565 เพื่อขายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ได้วางบริการมากขึ้น

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนสำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีจำนวน 121.86 ล้านบาท โดยบริษัทได้ลงทุนในอาคารและอุปกรณ์ จำนวนรวม 119.25 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยการลงทุนในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติรวมถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติแบบ Smart ลงทุนในยานพาหนะ และการลงทุนในการก่อสร้างอาคารสำนักงาน

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินสำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 มีจำนวน 34.16 ล้านบาท โดยบริษัทมีเงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าสำหรับยานพาหนะ และจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้น

2. อัตราส่วนสภาพคล่องและวงจรเงินสด

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 1.25 เท่า ลดลงจากปี 2564 ซึ่งมีอัตราส่วนสภาพคล่องที่ 1.63 เท่า เนื่องจากสัดส่วนหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากเจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับสินทรัพย์หมุนเวียนลดลงจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ทั้งนี้ หากพิจารณาสภาพคล่องจากวงจรเงินสด (Cash Cycle) สำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 และ 2564 มีระยะเวลาเท่ากับ (14) วัน และ (15) วัน ตามลำดับ ซึ่งบริษัทมีวงจรเงินสดติดลบ จากที่บริษัทสามารถเก็บหนี้ได้ก่อนที่ จะถึงเวลาชำระหนี้ เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่เป็นเงินสดจากที่ลูกค้าต้องชำระเงินทันทีเมื่อซื้อสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ