

บริษัท ชันเวนดิง เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568

ภาพรวมธุรกิจ

บริษัท ชันเวนดิง เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ โดยมีโรงงานปรับปรุงสภาพและประกอบ (Refurbishment) เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของตนเอง และมีสาขากระจายสินค้า 15 แห่ง แบ่งเป็นสาขา 13 แห่ง และสาขาย่อย 2 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการกว่า 30 จังหวัด ซึ่ง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทมีเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติติดตั้งกระจายอยู่ในสถานที่ต่างๆ จำนวน 18,317 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 น้ำกากาอนามัย ขนมปังเบเกอรี่ เป็นต้น รวมแล้วมีสินค้ากว่า 700 รายการ ("SKU") ทั้งนี้ เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของบริษัทรองรับการชำระเงินทั้งแบบเงินสด (Cash) และแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Cashless)

รายได้ของบริษัทสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 ประกอบด้วย (1) รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 98.33 (2) รายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 0.58 (3) รายได้จากการบริการพื้นที่โฆษณาบนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 0.46 และ (4) รายได้จากการบริการและรายได้อื่น คิดเป็นร้อยละ 0.63

สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568

สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทมีรายได้รวม 664.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 44.34 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.15 เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเป็นหลัก จากการที่บริษัทขยายการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อให้บริการตามสถานที่บริการต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพิ่มขึ้นสุทธิ (ตั้งใหม่หักยกกลับ) จำนวน 1,696 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 10.20 เมื่อเทียบกับสิ้นไตรมาส 1 ปี 2567 และรายได้เฉลี่ยต่อตู้ต่อวันสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 อยู่ที่ประมาณ 400 บาท/เครื่อง/วัน ลดลงเล็กน้อยจากปีก่อน ซึ่งอยู่ที่ 406 บาท/เครื่อง/วัน เนื่องจากผลกระทบในด้านรายได้ที่ลดลงจากตู้ที่ตั้งในกลุ่มโรงงาน จากเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้หลายโรงงานโดยเฉพาะกลุ่มยานยนต์มีการลดคน ลดกะในการทำงานลง แต่ในส่วนของกลุ่ม Segment อื่น เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย และโรงเรียน มีรายได้ต่อตู้ต่อวันที่เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2567

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 24.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.51 เมื่อเทียบกับกำไรสุทธิปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.15 จากของปีก่อน หลักๆ จากรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในการให้บริการเพิ่มขึ้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าในปี นี้ จากการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

งบกำไรขาดทุน	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567		สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้				
รายได้จากการขาย	613.60	99.00	656.92	98.91
รายได้อื่น	6.22	1.00	7.24	1.09
รวมรายได้	619.82	100.00	664.16	100.00
ค่าใช้จ่าย				
ต้นทุนขาย	(405.17)	(65.37)	(429.17)	(64.62)
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(175.38)	(28.30)	(187.42)	(28.22)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(16.97)	(2.74)	(17.48)	(2.63)
ค่าใช้จ่ายอื่น	(0.05)	(0.01)	(0.05)	(0.01)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(1.25)	(0.20)	(0.28)	(0.04)
รวมค่าใช้จ่าย	(598.82)	(96.61)	(634.40)	(95.52)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	21.00	3.39	29.76	4.48
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(4.29)	(0.69)	(5.62)	(0.85)
กำไรสุทธิสำหรับงวด	16.71	2.70	24.14	3.63

รายได้

รายได้รวมของบริษัทสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 มีจำนวน 664.16 ล้านบาท ซึ่งสามารถสรุปโครงสร้างรายได้ของบริษัท ได้ดังนี้

ประเภทรายได้	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567		สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	607.91	98.08	653.05	98.33
2. รายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	5.69	0.92	3.87	0.58
3. รายได้จากการบริการพื้นที่บนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อโฆษณา ⁽¹⁾	2.13	0.34	3.06	0.46
4. รายได้จากการบริการ ⁽¹⁾	2.45	0.40	2.69	0.41
รวมรายได้จากการขายและบริการ	618.18	99.74	662.67	99.78
รายได้อื่นๆ ⁽¹⁾	1.64	0.26	1.49	0.22
รายได้รวม	619.82	100.00	664.16	100.00

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ในงบการเงินแสดงรวมอยู่ในรายได้อื่นๆ

รายได้จากการขายและบริการ

รายได้จากการขายและบริการสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 มีมูลค่าเท่ากับ 662.67 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.78 ของรายได้รวม โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.20 เมื่อเทียบกับปีก่อนซึ่งเติบโตตามการขยายพื้นที่ให้บริการโดยการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติตามสถานที่ให้บริการต่างๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถให้บริการครอบคลุมผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยสามารถแบ่งประเภทรายได้ ดังนี้:

1. **รายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ** ธุรกิจหลักของบริษัทเป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเท่ากับ 653.05 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.43 เมื่อเทียบกับของปีก่อน ซึ่งในแต่ละปี บริษัทจะมีแผนขยายพื้นที่ให้บริการโดยการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติตามสถานที่ให้บริการต่างๆ เพื่อให้การบริการครอบคลุมผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น และเพิ่มโอกาสในการเติบโตทางของยอดขาย ทั้งนี้ ในไตรมาส 1 ปี 2568 บริษัทขยายการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติอย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพิ่มขึ้นสุทธิ (ตั้งใหม่หักยกกลับ) จำนวน 382 เครื่อง คิดเป็น ร้อยละ 2.13 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2567 หรือเพิ่มขึ้นสุทธิจำนวน 1,696 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 10.20 เมื่อเทียบกับสิ้นไตรมาส 1 ปี 2567 ซึ่ง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทมีเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติวางให้บริการทั้งหมดเป็นจำนวน 18,317 เครื่อง

หากพิจารณารายได้เฉลี่ย/เครื่อง/วัน ของเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทมีรายได้เฉลี่ย/เครื่อง/วัน ประมาณ 400 บาท ลดลงเล็กน้อยจากปีก่อน ซึ่งอยู่ที่ 406 บาท/เครื่อง/วัน เนื่องจากผลกระทบในด้านรายได้ที่ลดลงจากผู้ที่ตั้งในกลุ่มโรงงาน จากเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้หลายโรงงานโดยเฉพาะกลุ่มยานยนต์ มีการลดคน ลดกะในการทำงานลง แต่ในส่วนของกลุ่ม Segment อื่น เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย และโรงเรียน มีรายได้ต่อตู้ต่อวันที่เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2567

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

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีนโยบายกระจายความเสี่ยง โดยบริษัทได้ดำเนินการขยายพื้นที่ให้บริการในการติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติใน Segment ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่น บิมน้ำมัน สถานีรถไฟ สถานีรถขนส่ง และคอนโดมิเนียม เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับ Life Style ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุค New Normal เช่น คนทำงานพักอาศัยในคอนโดมิเนียมในเมือง การเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะเพื่อความรวดเร็ว การขยายธุรกิจร้านค้าปลีกในบิมน้ำมัน เป็นต้น

2. **รายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ** เป็นการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติให้ลูกค้า โดยบริษัทมีโรงงานปรับปรุงสภาพและประกอบ (Refurbishment) เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเอง และบริษัทยังเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจากผู้ผลิตเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติชั้นนำในประเทศจีน 1 ราย โดยบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย การขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติให้กับลูกค้าเป็นการขายขาด บริษัทมีรายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 3.87 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.58 ของรายได้รวม ซึ่งลดลงจำนวน 1.82 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 31.97 เทียบกับปีก่อน เนื่องจากปีนี้เป็น การขายตู้มือหนึ่งที่มีราคาสูงให้กับลูกค้า จึงมีจำนวนตู้ที่ขายได้น้อยกว่าปีก่อน ในขณะที่ปีก่อน เป็นการขายตู้มือสองเป็นหลัก

3. รายได้จากค่าบริการพื้นที่บนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อโฆษณา เป็นรายได้ค่าบริการจากการติดตั้งสื่อโฆษณาบนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อโฆษณาสินค้าของลูกค้า จากการ Wrap เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติด้วยสติ๊กเกอร์ โดยการคิดค่าบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งของเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ลูกค้าต้องการติดตั้งโฆษณา โดยบริษัทมีรายได้จากการบริการติดตั้งสื่อโฆษณาบนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 3.06 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.46 ของรายได้รวม ซึ่งเพิ่มขึ้นจำนวน 0.93 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 43.34 เมื่อเทียบกับปีก่อน จากจำนวนลูกค้าติดตั้งสื่อโฆษณาที่เพิ่มขึ้นจากของปีก่อน

4. รายได้จากการบริการ เป็นรายได้จากการให้บริการแลกเงินเหรียญให้กับผู้ประกอบการค้าปลีก รายได้ค่าบริการหลังการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และรายได้ค่าเช่าเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ เนื่องด้วยธุรกิจหลักของบริษัทเป็นการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ รายได้ส่วนใหญ่จึงเป็นเงินสด ทั้งประเภทธนบัตรและเงินเหรียญ จากการหยอดเงินของลูกค้าเพื่อซื้อสินค้าจากเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ โดยถ้าเป็นธนบัตรบริษัทจะนำฝากเข้าธนาคาร ส่วนที่เป็นเงินเหรียญ บริษัทนำเหรียญไปแลกกับผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ บริษัทจึงมีรายได้จากการแลกเหรียญ ซึ่งรายได้จากการบริการสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 2.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.41 ของรายได้รวม ซึ่งเพิ่มขึ้นจำนวน 0.24 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 9.86 เมื่อเทียบกับปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของรายได้ค่าเช่าเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเป็นหลัก

รายได้อื่น

รายได้อื่น ได้แก่ รายได้ค่าธรรมเนียมวางสินค้าจากเจ้าของสินค้า รายได้เงินปันผลรับ ดอกเบี้ยรับ และกำไรจากการขายทรัพย์สิน เป็นต้น โดยรายได้อื่นสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 1.49 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.22 ของรายได้รวม โดยลดลงจำนวน 0.15 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 9.41 เมื่อเทียบกับของปีก่อนจากการลดลงของกำไรจากการจำหน่ายทรัพย์สิน

ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 429.17 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 64.62 ของรายได้รวม โดยองค์ประกอบหลักของต้นทุนขาย คือ ต้นทุนสินค้าเพื่อขายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.54 ของต้นทุนรวม รองลงมา คือ ต้นทุนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อจำหน่าย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.46 ของต้นทุนรวม ซึ่งสามารถสรุปโครงสร้างต้นทุนและกำไรขั้นต้นของบริษัท ได้ดังนี้

โครงสร้างต้นทุน	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567		สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	402.43	99.32	427.18	99.54
2. ต้นทุนขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	2.74	0.68	1.99	0.46
รวมต้นทุนขาย	405.17	100.00	429.17	100.00

กำไรขั้นต้น	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567		สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. กำไรขั้นต้นสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	205.48	33.80	225.87	34.59
2. กำไรขั้นต้นเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ	2.95	51.91	1.88	48.56
รวมกำไรขั้นต้น	208.43	33.97	227.75	34.67

บริษัทมีต้นทุนขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 ร้อยละ 65.41 ของรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 34.59 โดยบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 33.80 ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายในการคัดเลือกสินค้าที่จะวางในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจะต้องมีอัตรากำไรขั้นต้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 รวมถึงการพิจารณาถึงความนิยมของผู้บริโภคต่อสินค้า และลักษณะรูปทรงของสินค้าที่จะสามารถวางในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติได้

บริษัทมีต้นทุนขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 ร้อยละ 51.44 ของรายได้จากการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 48.56 ซึ่งลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 51.91 สาเหตุหลักเนื่องจากในงวดปีนี้มีการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติมีหนึ่งให้กับลูกค้า ซึ่งคู่มือหนึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่น้อยกว่าคู่มือสองที่ขายในปี 2567

ถึงแม้ว่าอัตรากำไรขั้นต้นของการขายเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจะค่อนข้างสูง แต่ด้วยสัดส่วนรายได้ส่วนใหญ่เป็นการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมของบริษัทอยู่ที่ประมาณร้อยละ 34

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 187.42 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28.22 ของรายได้รวม ซึ่งค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ (1) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานบริการเติมสินค้า (Route Operation) พนักงานขายและการตลาด ในส่วนของเงินเดือน โบนัส ค่าคอมมิชชั่น และสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 34.03 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวม (2) ค่าเสื่อมราคามีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.57 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวม (3) ค่าบริการพื้นที่วางเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ มีสัดส่วนคิดเป็น ร้อยละ 18.84 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายที่สำคัญ	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567		สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	58.16	33.16	63.78	34.03
ค่าเสื่อมราคา	48.37	27.58	47.92	25.57
ค่าบริการพื้นที่	30.67	17.49	35.31	18.84

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เพิ่มขึ้นจำนวน 12.04 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.86 จากของปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจากค่าบริการพื้นที่วางเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการขยายจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่วางบริการเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ประกอบกับอัตราค่าบริการพื้นที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่การวางบริการในพื้นที่เปิดมากขึ้นและจากการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเพิ่มขึ้นจาก 30.67 ล้านบาท เป็น 35.31 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 4.64 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.13 ทั้งนี้ ค่าบริการพื้นที่ติดตั้งเครื่องจำหน่าย

สินค้าอัตโนมัติคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.84 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 17.49 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย และในส่วนของค่าเสื่อมราคาลดลงจาก 48.37 ล้านบาทเป็น 47.92 ล้านบาท หรือลดลง 0.45 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.93 ถึงแม้ว่าบริษัทมีการขยายจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่มีการติดตั้งเพิ่มขึ้นสุทธิจำนวน 1,696 เครื่อง เมื่อเทียบกับสิ้นไตรมาส 1 ปี 2567 เนื่องจากในปี 2567 ได้มีการตั้งสำรองค่าเผื่อการด้อยค่าตู้ที่ไม่ได้ใช้งาน จึงส่งให้ค่าเสื่อมราคาในส่วนของนี้ลดลง โดยมีสัดส่วนค่าเสื่อมราคาคิดเป็นร้อยละ 25.57 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ซึ่งมีสัดส่วนลดลงจากปีก่อน ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 27.58 ของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 17.48 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.63 ของรายได้รวม ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ (1) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานและผู้บริหาร เช่น เงินเดือน โบนัส และสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 54.58 ของค่าใช้จ่ายในการบริหาร (2) ค่าเสื่อมราคามีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 16.21 ของค่าใช้จ่ายในการบริหาร (3) ค่าที่ปรึกษาและค่าตอบแทนกรรมการ โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 11.06 ของค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญ	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567		สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	8.87	52.26	9.54	54.58
ค่าเสื่อมราคา	2.75	16.18	2.83	16.21
ค่าที่ปรึกษาและค่าตอบแทนกรรมการ	1.43	8.43	1.93	11.06

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เพิ่มขึ้นจำนวน 0.51 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.00 สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานและผู้บริหาร

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงินสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 0.28 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.04 ของรายได้รวม ลดลงจำนวน 0.97 ล้านบาท จากปีก่อน เนื่องจากการจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวให้ธนาคารครบหมดในเดือนตุลาคม 2567 จึงส่งผลให้ในปี 2568 บริษัทไม่มีค่าใช้จ่ายทางการเงินจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันทางการเงิน

กำไรสุทธิ

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 24.14 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 3.63 ทั้งนี้ อัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากรายได้จากการขายสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในการให้บริการเพิ่มขึ้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นจากการขายสินค้าในปีนี้ จากการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

บริษัทมีสินทรัพย์รวม ณ สิ้นปี 2567 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 1,730.70 ล้านบาท และ 1,764.78 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์หลัก สรุปได้ดังนี้

1. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 116.77 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2567 จำนวน 43.47 ล้านบาท เนื่องจากเงินสดรับจากการดำเนินงานจำนวน 88.71 ล้านบาท หักสุทธิกับเงินสดจ่ายเพื่อการลงทุนในทรัพย์สินจำนวน 43.93 ล้านบาท
2. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 45.93 ล้านบาท ลดลงจากปี 2567 จำนวน 21.67 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากการรับชำระหนี้จากลูกหนี้

หนี้สิน

บริษัทมีหนี้สินรวม ณ สิ้นปี 2567 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 เท่ากับ 439.74 ล้านบาท และ 451.68 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของหนี้สินหลัก สรุปได้ดังนี้

1. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 มีมูลค่าเท่ากับ 381.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 3.96 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าจำนวน 26 ล้านบาท จากการสั่งซื้อสินค้าเพื่อขายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ได้วางบริการมากขึ้น และหักด้วยการลดลงของค่าใช้จ่ายค้างจ่ายจำนวน 22 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 มีจำนวน 1,313.10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 74.41 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก ณ สิ้นปี 2567 จำนวน 22.14 ล้านบาท เนื่องจากกำไรจากการดำเนินงานสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 จำนวน 24.14 ล้านบาท

สภาพคล่อง

1. สภาพคล่องกระแสเงินสด

กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 มีจำนวน 88.71 ล้านบาท ลดลง 1.36 ล้านบาทจากปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือในไตรมาส 1 ปี 2568 เพื่อขายผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ได้วางบริการมากขึ้น

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 มีจำนวน 43.93 ล้านบาท โดยบริษัทได้ลงทุนในอุปกรณ์จำนวนรวม 42.58 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยการลงทุนในเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติรวมถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติแบบ Smart และการลงทุนในยานพาหนะ

กระแสเงินสดจ่ายสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 มีจำนวน 1.32 ล้านบาท โดยบริษัทมีเงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า 1.32 ล้านบาท

2. อัตราส่วนสภาพคล่องและวงจรกิจจ

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.86 เท่า เพิ่มขึ้นจากปี 2567 ซึ่งมีอัตราส่วนสภาพคล่องที่ 0.83 เท่า เนื่องจากสัดส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากส่วนของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ทั้งนี้ หากพิจารณาสภาพคล่องจากวงจรกิจจ (Cash Cycle) สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 และ 2567 มีระยะเวลาเท่ากับ (28) วัน และ (27) วัน ตามลำดับ ซึ่งบริษัทมีวงจรกิจจติดลบ จากที่บริษัทสามารถเก็บหนี้ได้ก่อนที่จะถึงเวลาชำระหนี้ เนื่องจากรายได้รับส่วนใหญ่เป็นเงินสดจากที่ลูกค้าต้องชำระเงินทันทีเมื่อซื้อสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

สรุปการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความยั่งยืนไม่ใช่เพียงแค่แนวคิด แต่เป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่สมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างผลกระทบต่อโลกและสังคม พร้อมทั้งมุ่งเน้นการดำเนินงานที่โปร่งใส มีจริยธรรม และคำนึงถึงอนาคตของคนรุ่นถัดไป

บริษัทมุ่งมั่นลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการใช้พลังงานสะอาด การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ขณะเดียวกัน บริษัทส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านนโยบายด้านแรงงานที่เป็นธรรม ความปลอดภัยในการทำงาน และโครงการเพื่อสังคม

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

ทั้งนี้ ในรอบปี 2567 บริษัทได้ทำการทวนสอบข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรที่คำนวณขึ้นตามแนวทางการจัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสำหรับบริษัทจดทะเบียนที่จัดทำขึ้นภายใต้ความร่วมมือระหว่างสำนักงานคณะกรรมการกำกับตลาดหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) โดยบริษัทมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรที่คำนวณได้ รวมทั้งสิ้น 5,737 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยแบ่งเป็นประเภท ดังนี้

- ขอบเขต 1 (Scope 1) เท่ากับ 4,133 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- ขอบเขต 2 (Scope 2) เท่ากับ 1,604 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

และบริษัทยังอยู่ในระหว่างการวางแผนเพื่อที่จะกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขต 1 และ 2 ในอนาคตอีกด้วย

สำหรับการบริหารจัดการความยั่งยืนในประเด็นสำคัญอื่นๆ สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในแบบ 56-1 One Report หัวข้อการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน