

สรุปผลการดำเนินงาน ประจำปี 2560

- รายได้รวมจากธุรกิจหลัก 3,105 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38.3% (YoY)
- กำไรสุทธิ 543 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.3% (YoY)
- จำนวน “ตู้บุญเติม” 124,653 ตู้ ในปี 2560 ติดตั้งได้ 32,571 ตู้ เพิ่มขึ้น 35.4% (YoY)
- มูลค่าเติมเงินในปี 2560 จำนวน 36,175 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 54.7% (YoY)
- 25 ล้านเลขหมายผู้ใช้งานประจำ และ 2.2 ล้านรายการต่อวัน
- เร่งเพิ่มตู้บุญเติมเพื่อขยายฐานลูกค้าและรายได้ในอนาคต ขณะเดียวกันก็ลดโอกาสในการขยายตัวของคู่แข่งรายอื่น ๆ ที่จะเข้ามาทำตลาดไปพร้อมกัน
- บริการเสริม กำไรเพิ่ม ธุรกิจโอนเงินในปี 2560 จำนวน 5.8 ล้านรายการ เพิ่มขึ้น 864% (YoY)

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

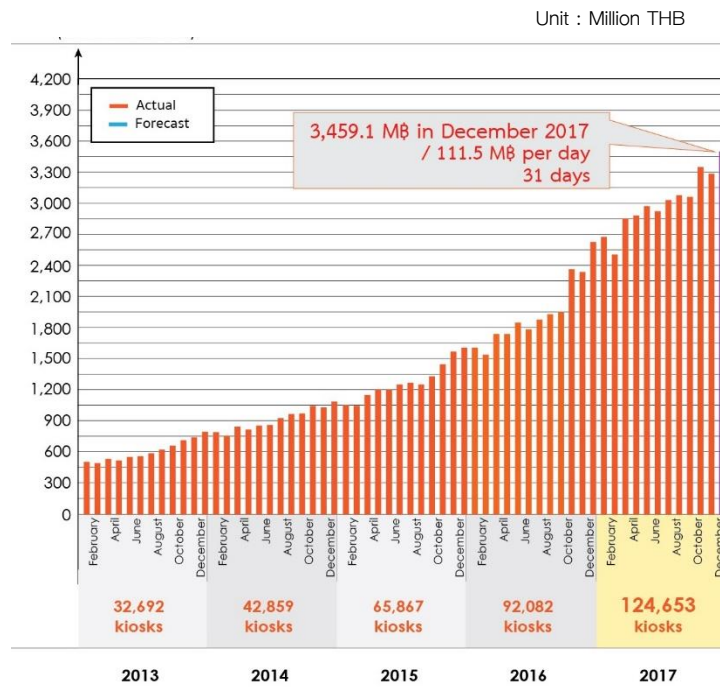
	ไตรมาส 4/2559	ไตรมาส 1/2560	ไตรมาส 2/2560	ไตรมาส 3/2560	ไตรมาส 4/2560	ปี 2559	ปี 2560	%YoY
มูลค่าเติมเงินรวมผ่าน “ตู้บุญเติม” (ล้านบาท)	7,377	8,000	8,778	9,311	10,085	23,383	36,174	54.7%
จำนวน “ตู้บุญเติม” ณ วันสิ้นสุด (ตู้)	92,082	100,022	110,563	119,166	124,653	92,082	124,653	35.4%

ภาพรวมในปี 2560 การดำเนินธุรกิจของบริษัทยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และรักษาอันดับ 1 ตลาดตู้เติมเงินออนไลน์ ทั้งในส่วนของจำนวนตู้และมูลค่าการเติมเงิน ทั้งนี้ ในปี 2560 ตลาดตู้เติมเงินมีการแข่งขันที่สูง บริษัทใช้กลยุทธ์การเร่งเพิ่มตู้บุญเติมให้ครอบคลุมทุกพื้นที่มากที่สุด เพื่อขยายฐานลูกค้าและรายได้ในอนาคต ขณะเดียวกันก็ลดโอกาสในการขยายตัวของคู่แข่งรายอื่น ๆ ที่จะเข้ามาทำตลาดไปพร้อมกัน ซึ่งเห็นผลภายในระยะเวลา 9 เดือน ที่คู่แข่งในตลาดทยอยหายไป และสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดได้ถึง 50% โดยส่วนแบ่งการตลาดของยอดเติมเงินมือถือเพิ่มขึ้นจากการแย่งชิงตลาด ROM และช่องทางอื่นๆ ส่งผลให้ยอดเติมเงินเฉลี่ยต่อตู้ (ARPU) ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ บริษัทได้เสนอบริการใหม่ ๆ และจัดรายการส่งเสริมการขายในการกระตุ้นยอดการใช้บริการผ่านตู้บุญเติมต่อเนื่องตลอดทั้งปี อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงดำเนินการได้สูงกว่าแผนและสามารถทำผลงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ผลการดำเนินงานในปี 2560 บริษัทสามารถติดตั้งตู้บุญเติมได้มากกว่าเป้าหมาย 30,000 ตู้ต่อปี ที่ 32,571 ตู้ โดยมีจำนวนตู้สะสมทั้งสิ้น 124,653 ตู้ เพิ่มขึ้น 35.4% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ในส่วนของมูลค่าเติมเงิน มีการเติบโตเพิ่มขึ้นจากลูกค้าโทรศัพท์มือถือระบบเติมเงินของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคมทั้ง 3 รายใหญ่ ในแต่ละไตรมาส ประมาณ 6% - 10% และยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ มูลค่าการเติมเงินรวมทั้งสิ้น 36,174 ล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายของบริษัทที่ 30,000 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 54.7% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว และจำนวนผู้ใช้บริการที่เติบโตขึ้นกว่า 25 ล้านเลขหมาย ยอดทำรายการกว่า 2.2 ล้านรายการต่อวัน ส่งผลให้มีรายได้จากธุรกิจหลัก 3,105 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38.3% และกำไรสุทธิเท่ากับ 543 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

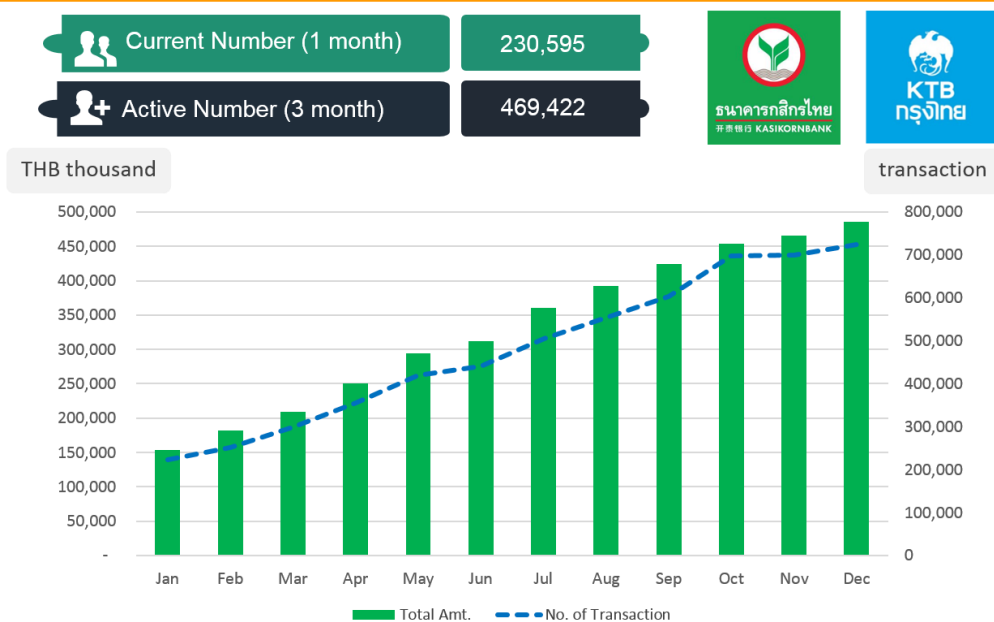
บริษัทยังคงกลยุทธ์ในการขยายจำนวนตู้อย่างมีประสิทธิภาพ และรักษายอดการเติมเงินต่อตู้ (ARPU) ให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยมียอดเติมเงินเฉลี่ยต่อตู้ต่อเดือน (ARPU) ประมาณ 32,000 บาทต่อตู้ ด้วยการกระตุ้นยอดการใช้งานผ่านตู้บุญเติม ได้แก่ การจัดรายการสะสมแต้มเพื่อชิงโชคและแลกของรางวัล การเพิ่มบริการใหม่อย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น การโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร การจ่ายบิลค่าสาธารณูปโภค การจ่ายเงินสมทบประกันสังคมตามมาตรา 40 ส่งผลให้บริษัทหาลูกค้าใหม่ได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับมูลค่าเติมเงินผ่านตู้บุญเติมที่ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยจะเห็นได้จากมูลค่าเติมเงินที่เพิ่มมากขึ้น 45.8% ในปี 2559 และ 54.7% ในปี 2560

Monthly Top-up Value



นอกจากนี้ ในส่วนของบริการโอนเงินบัญชีธนาคารของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงไทย ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี 2560 บริษัทมียอดมูลค่าการโอน รวม 4,052 ล้านบาท และจำนวนรายการโอน รวม 5,799,045 รายการ ณ ธันวาคม 2559 มีการโอนเฉลี่ย 5,378 รายการต่อวัน และ ณ ธันวาคม 2560 มีการโอนเฉลี่ย 23,353 รายการต่อวัน ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนที่สูงถึง 334% ต่อปี นอกจากนี้ มีธุรกรรมการโอนเงินในปี 2559 จำนวน 0.6 ล้านรายการ ในปี 2560 จำนวน 5.8 ล้านรายการ ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนที่สูงถึง 864% (YoY)

Money Transfer Service



สรุปงบการเงิน สำหรับประจำปี 2560

งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ปี 2559		ปี 2560		%YoY
	ลบ.	%	ลบ.	%	
รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่นๆ (Commission)	968	43.1%	1,345	43.3%	39.0%
รายได้ค่าธรรมเนียมจากการให้บริการผ่าน “ตู้บุญเติม” (Service Charge)	1,264	56.3%	1,748	56.3%	38.3%
รายได้ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	-	0.0%	-	0.0%	0.0%
รายได้ค่าโฆษณา	13	0.6%	12	0.4%	-7.7%
รายได้รวมจากธุรกิจหลัก (4 รายการ)	2,245	100.0%	3,105	100.0%	38.3%
ต้นทุนการบริการ	(1,674)	-74.6%	(2,373)	-76.4%	41.8%
กำไรขั้นต้น	571	25.4%	732	23.6%	28.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	(199)	-8.9%	(270)	-8.7%	35.7%
กำไรจากการดำเนินงาน	372	16.6%	462	14.9%	24.2%
รายได้อื่น	133	5.9%	198	6.4%	48.9%
กำไรจากการขายสินค้า	4	0.2%	5	0.2%	25.0%
ต้นทุนทางการเงิน	(30)	-1.3%	(56)	-1.8%	86.7%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(59)	-2.6%	(66)	-2.1%	11.9%
กำไรสุทธิ	420	18.7%	543	17.5%	29.3%

รายได้รวม

รายได้รวมจากธุรกิจหลักในปี 2560 เท่ากับ 3,105 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38.3% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนการทำรายการและผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น และการขยายจำนวนตู้บุญเติมที่มากกว่าเป้าหมาย ส่งผลให้มูลค่าเติมเงินผ่านตู้บุญเติมเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

- 1) รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่น ๆ (Commission)** เท่ากับ 1,345 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 39.0% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาจากรายได้ผลตอบแทนจากการเติมเงินโทรศัพท์
- 2) รายได้จากบริการให้บริการผ่านตู้บุญเติม (Service Charge)** เท่ากับ 1,748 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเติบโตของจำนวนการทำรายการผ่านตู้บุญเติมที่เพิ่มขึ้น และจากบริการโอนเงินที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- 3) รายได้ค่าโฆษณา** เท่ากับ 12 ล้านบาท ลดลง 7.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจาก สถานการณ์ของประเทศไทยอยู่ในสภาวะชะงักงันเรื้อรัง สื่อด้านบันเทิงต่าง ๆ ส่งผลให้บริษัทที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฆษณาได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่อย่างไรก็ตาม คาดว่าปี 2561 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาจะกลับมาสู่สภาวะปกติ
- 4) รายได้อื่น** เท่ากับ 198 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 48.9% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเติบโตตามการขยายจำนวนตู้บุญเติมและเพิ่มบริการอื่น ๆ มากขึ้น ทำให้มูลค่าการใช้บริการผ่านตู้บุญเติมเพิ่มมากขึ้น

ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

- 1) ต้นทุนการบริการ** เท่ากับ 2,373 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 76.4% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น จากปี 2559 ที่ 74.6% เนื่องจาก จากการทำแผนกลยุทธ์ปี 2560 มีการเร่งขึ้นต้นทุนเดิมให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อป้องกันไม่ให้คู่แข่งเข้ามาทำตลาดได้ ส่งผลให้ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นตามการขยายจำนวนต้นทุนเดิม และการซื้อตู้เข้ามาช่วงปลายปี เพื่อให้บริษัทได้สิทธิประโยชน์ตามมาตรการภาษี การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับรายจ่ายที่จ่ายไปเพื่อการลงทุนในทรัพย์สินได้รับสิทธิหักรายจ่าย 1.5 เท่า อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในส่วนที่เพิ่มจากการเร่งขึ้นต้นทุนเดิมซึ่งจะเกิดขึ้นไม่บ่อย และถือเป็นการลงทุนระยะยาว ซึ่งในปี 2561 มีแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการยอดเดบิตต่อตู้ต่อเดือน (ARPU) จะส่งผลให้สัดส่วนของต้นทุนการบริการกลับมาดีขึ้นได้
- 2) ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร** เท่ากับ 270 ล้านบาท คิดเป็น 8.7% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก โดยมีอัตราที่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 8.9% เนื่องจาก การควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

กำไร

- 1) กำไรขั้นต้น** ในปี 2560 เท่ากับ 732 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ที่ทำได้อยู่ที่ 571 ล้านบาท และอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ 23.6% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก ลดลงจาก 25.4% ในปี 2559 โดยมีสาเหตุส่วนใหญ่มาจากการโอนเงิน ซึ่งเป็นธุรกรรมเสริมช่วยทำให้บริษัททำกำไรเพิ่มมากขึ้น ประมาณ 0.6% ซึ่งมีสัดส่วนของอัตรากำไรขั้นต้นที่น้อยกว่าธุรกรรมเดิมเงินมือถือ และค่าเสื่อมราคา ประมาณ 1% ที่เพิ่มขึ้นตามกลยุทธ์การขยายจำนวนต้นทุนเดิม
- 2) กำไรจากการขายสินค้า** ในปี 2560 เท่ากับ 5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ที่ทำได้อยู่ที่ 4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 25.0% โดยเติบโตตามจำนวนต้นทุนเดิมที่เพิ่มมากขึ้นจากการจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องกับต้นทุนเดิม อาทิ ขาดัง หลังคา ฐานปูน เครื่องนึ่งเหรียญ เป็นต้น
- 3) กำไรสุทธิ** ในปี 2560 เท่ากับ 543 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ที่ทำได้อยู่ที่ 420 ล้านบาท และอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ 17.5% ลดลงจาก 18.7% ในปี 2559 ทั้งนี้ หากพิจารณาโดยคิดจากธุรกรรมการเติมเงินของบริษัทเป็นหลัก ไม่คิดในส่วนของธุรกรรมโอนเงินและค่าเสื่อมราคาตามกลยุทธ์การขยายจำนวนต้นทุนเดิม อัตรากำไรสุทธิก็จะปรับเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 19.1%

งบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน	31 ธันวาคม 2559		31 ธันวาคม 2560		เพิ่ม/(ลด)	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,003	31.5%	1,348	31.6%	345	34.4%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,182	68.5%	2,912	68.4%	730	33.5%
สินทรัพย์รวม	3,185	100.0%	4,260	100.0%	1,075	33.8%
หนี้สินหมุนเวียน	1,695	53.2%	2,492	58.5%	797	47.0%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	307	9.6%	434	10.2%	127	41.4%
หนี้สินรวม	2,002	62.9%	2,926	68.7%	924	46.2%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,183	37.1%	1,334	31.3%	151	12.8%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,185	100.0%	4,260	100.0%	1,075	33.8%

บริษัทมีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 4,260 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 33.8% จากการขยายจำนวนต้นทุนเดิม และสินทรัพย์หมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นในส่วนของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด และรายได้ค้างรับและลูกหนี้อื่น

บริษัทมีหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 2,926 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 46.2% จากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และเงินประกันรับจากตัวแทนบริการ

บริษัท ฟอรัท สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน
ประจำปี 2560



บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 1,334 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 12.8% จากกำไรสุทธิในปี 2560 และจากกำไรสุทธิในปี 2560 และการจ่ายเงินปันผล

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	ปี 2559	ปี 2560
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current ratio)	0.59	0.54
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio)	1.69	2.19
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt ratio)	0.77	1.13
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	15.5%	14.6%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	37.6%	43.1%

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.54 เท่า ลดลงจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้น อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 2.19 เท่า เพิ่มขึ้นจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และเงินประกันรับจากตัวแทนบริการ

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.13 เท่า จากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้ในการขยายจำนวนตู้บุญเดิม และใช้เป็นเงินหมุนเวียนในกิจการ

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 13.2% เพิ่มขึ้นจากความสามารถในการทำกำไรที่ดีอย่างต่อเนื่อง

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 42.6% เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของรายได้และกำไรสุทธิ และการจ่ายเงินปันผลประจำปี

มุมมองของผู้บริหารสำหรับแนวโน้มของธุรกิจในปี 2561

- เน้นจุดตั้งตู้บุญเติมที่มีคุณภาพ โดยบริหารจัดการยอดเติมเงินเฉลี่ยต่อตู้ต่อเดือน (ARPU) ให้เติบโต ไม่ต่ำกว่า 5% จากปี 2560
- จำนวนตู้บุญเติมเพิ่มขึ้น 20,000 ตู้ เพื่อให้ ณ สิ้นปี 2561 มีตู้บุญเติมครอบคลุมทุกพื้นที่ 144,653 ตู้
- มูลค่าการใช้บริการผ่านตู้บุญเติมเติบโต ไม่ต่ำกว่า 20% จากปี 2560
- ขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ในรูปแบบแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือ (E-wallet) ภายใต้ชื่อ “Be Wallet” โดยมีเป้าหมายผู้ใช้บริการ ไม่ต่ำกว่า 200,000 ราย

ทิศทางดำเนินงานในปี 2561 บริษัทจะเน้นและให้ความสำคัญกับจุดตั้งตู้บุญเติมที่มีคุณภาพ โดยบริหารจัดการยอดเติมเงินเฉลี่ยต่อตู้ต่อเดือน (ARPU) โดยเฉพาะยอดเติมเงินมือถือให้เติบโตไม่ต่ำกว่า 5% จากปี 2560 พร้อมทั้งตั้งเป้าขยายเครือข่ายตู้บุญเติมเพิ่มขึ้น 20,000 ตู้ เพื่อให้ ณ สิ้นปี 2561 มีตู้บุญเติมครอบคลุมทุกพื้นที่ 144,653 ตู้ และมูลค่าการใช้บริการผ่านตู้บุญเติมเติบโต ไม่ต่ำกว่า 20% จากปี 2560 ด้วยกลยุทธ์การเพิ่มบริการให้หลากหลาย และพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิม ให้ได้รับความสะดวกในการใช้บริการหน้าตู้เพิ่มขึ้น อีกทั้งจะเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้วยการจัดแคมเปญรายการสะสมแต้มเพื่อชิงโชคและแลกของรางวัลตลอดทั้งปี

บริษัทยังคงเชื่อมั่นว่า ฐานลูกค้าผู้ใช้บริการระบบโทรศัพท์มือถือแบบเติมเงินยังคงเป็นกลุ่มผู้ใช้เงินสด แนวโน้มที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้บริการโทรศัพท์แบบรายเดือนยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก ปัจจัยหลักที่จะทำให้เปลี่ยนคือ การมีฐานรายได้ที่สูงขึ้น ดังนั้น บริษัทยังคงรักษาความเป็นผู้นำตลาดตู้เติมเงินได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 บริษัทครองส่วนแบ่งทางการตลาดจากมูลค่าตลาดบริการโทรศัพท์มือถือประเภทเติมเงินล่วงหน้า (Pre-Paid) ผ่านตู้บุญเติม คิดเป็นสัดส่วนกว่า 22% ซึ่งเพิ่มขึ้น 5% จากปีแล้ว ซึ่งอยู่ที่ 16% จากมูลค่าตลาดประมาณการกว่า 1.33 แสนล้านบาท ทั้งนี้ หากพิจารณาในด้านของจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศ พบว่า ณ สิ้นปี 2560 มีเลขหมายโทรศัพท์มือถือประเภทเติมเงินล่วงหน้า (Pre-Paid) ประมาณการอยู่ที่ 70 ล้านเลขหมาย โดยมีผู้ใช้บริการเติมเงินผ่านตู้บุญเติม จำนวน 25 ล้านเลขหมาย หรือคิดเป็นสัดส่วนที่ 35% จากจำนวนเลขหมายโทรศัพท์ประเภทเติมเงินล่วงหน้าในประเทศ ยังคงเหลือประมาณ 2 ใน 3 ของลูกค้าในตลาด ซึ่งบริษัทมองเป็นโอกาสในการที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2561

สำหรับการเพิ่มบริการของตู้บุญเติมในปี 2561 ได้แก่ มีจำนวนธนาคารสำหรับโอนเงินเพิ่มขึ้น การจ่ายค่าตัวโดยสาร การชำระบิลสาธารณูปโภค การขายประกันภัย/ประกันอุบัติเหตุ และบริการอื่น ๆ ซึ่งบริการใหม่ในส่วนของการขายประกันต่าง ๆ จะมีค่าคอมมิชชั่นที่สูง ในส่วนของการให้บริการใหม่อื่น ๆ ที่เพิ่มมาจะช่วยทำให้ตู้บุญเติมเป็นช่องทางที่เพิ่มความสะดวกและตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ในส่วนของการบริการโอนเงิน บริษัทจะร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์รายใหม่อีก 3 ราย ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา บริษัทมีนโยบายที่จะให้บริการประเภทโอนเงินบนตู้เติมเติมเงินกับธนาคารขนาดใหญ่ 5 แห่งของประเทศ ซึ่งคิดเป็น 90% ของตลาดธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และฐานลูกค้าให้รู้จักกับตู้บุญเติม ซึ่งจะเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าได้ใช้บริการอื่น ๆ เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งเน้นที่จะขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ในรูปแบบแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือ (E-wallet) ภายใต้ชื่อ “Be Wallet” โดยมีเป้าหมายผู้ใช้บริการ ไม่ต่ำกว่า 200,000 ราย ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการต่อยอดธุรกิจใหม่ของกลุ่มลูกค้าที่สนใจในเทคโนโลยีและมีรายได้ประจำ ซึ่งแนวโน้มการใช้สมาร์ทโฟนมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การบริการในรูปแบบดังกล่าว จะมีบริการทุกอย่างที่ตู้เติมเงินมี และจะมีบริการบางประเภทที่เพิ่มเติมขึ้นมาด้วย เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายออนไลน์ (e-Marketplace) ภายใต้ชื่อ “Be Mall” และรองรับการขายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยชำระค่าบริการผ่านแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือที่รองรับการใช้งานทั้งระบบ iOS และ Android และยังสามารถใช้ชำระเงินเมื่อซื้อสินค้าจากตู้กดเครื่องดื่มอัตโนมัติ (Vending Machine) ได้อีกด้วย ในขณะเดียวกัน การ

ขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ในรูปแบบแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือจะเป็นการเรียนรู้พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าไร้เงินสด (Cashless) และผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าคนละกลุ่มกับตู้บุญเติม

สุดท้ายนี้ ตู้บุญเติมจะเจาะกลุ่มฐานใหญ่ของตลาดผู้ใช้เงินสดและไม่ชื่นชอบเทคโนโลยี ส่วน Be-Wallet จะเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ประจำและใช้เทคโนโลยีในการอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายและชำระเงิน ซึ่งจะช่วยขยายฐานลูกค้าและสร้างความเชื่อมโยงของระบบนิเวศน์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ในขณะที่ FSMART จะมีฐานข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อไปในอนาคต