

สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาส 1/2561

- รายได้รวมจากธุรกิจหลัก 842.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.8% (YoY)
- กำไรสุทธิ 145.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.1% (YoY)
- จำนวน “ผู้บุญเต็ม” 130,404 ผู้ ในไตรมาส 1/2561 ติดตั้งได้ 5,751 ผู้ เพิ่มขึ้น 30.4% (YoY)
- มูลค่าเติมเงินในไตรมาส 1/2561 จำนวน 10,421 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30.3% (YoY)
- 25 ล้านเลขหมายผู้ใช้งานประจำ และ 2.2 ล้านรายการต่อวัน

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

	ไตรมาส 1/2560	ไตรมาส 2/2560	ไตรมาส 3/2560	ไตรมาส 4/2560	ไตรมาส 1/2561
มูลค่าเติมเงินรวมผ่าน “ผู้บุญเต็ม” (ล้านบาท)	8,001	8,779	9,311	10,084	10,421
จำนวน “ผู้บุญเต็ม” ณ วันสิ้นงวด (ผู้)	100,022	110,563	119,166	124,653	130,404

ภาพรวมในไตรมาส 1/2561 การดำเนินธุรกิจของบริษัทยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และรักษาอันดับ 1 ตลาดผู้เติมเงินออนไลน์ ทั้งในส่วนของจำนวนผู้และมูลค่าการเติมเงิน ทั้งนี้ บริษัทใช้กลยุทธ์เน้นจัดตั้งผู้บุญเต็มที่มีคุณภาพ โดยในไตรมาส 1/2561 บริษัทติดตั้งผู้เพิ่มขึ้น 5,751 ผู้ เพื่อขยายจุดให้บริการในพื้นที่ใหม่ ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศมากขึ้น รวมถึง กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายด้วยการจัดแคมเปญรายการสะสมแต้มเพื่อชิงโชคและแลกของรางวัล เป็นการกระตุ้นลูกค้ารายใหม่และรักษาฐานลูกค้าเดิม บริษัทยังคงดำเนินการได้สูงกว่าแผนและสามารถทำผลงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ผลการดำเนินงานในไตรมาส 1/2561 บริษัทติดตั้งผู้บุญเต็มเพิ่มขึ้น 5,751 ผู้ โดยมีจำนวนผู้สะสมทั้งสิ้น 130,404 ผู้ เพิ่มขึ้น 30.4% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ในส่วนของมูลค่าเติมเงิน จากบริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ และบริการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องแล้ว บริการเติมเงินออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ก็มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น อาทิ บริการเติมเงินเข้า E-Wallet บริการรับชำระบิลอื่น ๆ โดยมีมูลค่าเติมเงินรวม 10,421 ล้านบาท หรือคิดเป็น 30.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีจำนวนผู้ให้บริการประจำถึง 25 ล้านเลขหมาย และจำนวนการทำรายการผ่านผู้บุญเต็ม 2.2 ล้านรายการต่อวัน ส่งผลให้มีรายได้จากธุรกิจหลัก 842.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.8% และกำไรสุทธิเท่ากับ 145.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

สรุปงบการเงิน สำหรับไตรมาส 1/2561

งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 1/2560		ไตรมาส 4/2560		ไตรมาส 1/2561		%QoQ	%YoY
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%		
รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์								
ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่นๆ	312.60	43.7%	353.01	42.4%	358.29	42.6%	1.5%	14.6%
รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ	398.66	55.8%	475.20	57.1%	481.50	57.2%	1.3%	20.8%
รายได้ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0.0%
รายได้ค่าโฆษณา	3.65	0.5%	4.61	0.6%	2.35	0.3%	-49.0%	-35.6%
รายได้รวมจากธุรกิจหลัก (4 รายการ)	714.91	100.0%	832.82	100.0%	842.14	100.0%	1.1%	17.8%
ต้นทุนการบริการ	(535.72)	-74.9%	(658.51)	-79.1%	(658.33)	-78.2%	0.0%	22.9%
กำไรขั้นต้น	179.19	25.1%	174.31	20.9%	183.81	21.8%	5.5%	2.6%
ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	(59.91)	-8.4%	(86.99)	-10.5%	(66.14)	-7.9%	-24.0%	10.4%
กำไรจากการดำเนินงาน	119.28	16.7%	87.32	10.5%	117.67	14.0%	34.8%	-1.4%
รายได้อื่น	44.82	6.3%	59.08	7.1%	61.61	7.3%	4.3%	37.5%
กำไรจากการขายสินค้า	1.44	0.2%	0.61	0.1%	0.43	0.1%	-29.5%	-70.1%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	165.54	23.2%	147.01	17.7%	179.71	21.3%	22.2%	8.6%
ค่าธรรมเนียมธนาคาร	(5.24)	-0.7%	(5.97)	-0.7%	(6.30)	-0.8%	5.5%	20.2%
ดอกเบี้ยจ่าย	(6.58)	-0.9%	(10.60)	-1.3%	(10.64)	-1.3%	0.4%	61.7%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	153.72	21.5%	130.44	15.7%	162.77	19.3%	24.8%	5.9%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(22.03)	-3.1%	(9.17)	-1.1%	(19.00)	-2.3%	107.2%	-13.8%
กำไรสุทธิ	131.69	18.4%	121.27	14.6%	143.77	17.1%	18.6%	9.2%
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	-	0.0%	(1.09)	-0.1%	(1.24)	-0.2%	100.0%	100.0%
กำไรสุทธิ-ส่วนที่เป็นของบริษัท	131.69	18.4%	122.36	14.7%	145.01	17.2%	18.5%	10.1%

รายได้รวม

รายได้รวมจากธุรกิจหลักในไตรมาส 1/2561 เท่ากับ 842.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.8% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนการทำรายการและผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น และการขยายจำนวนผู้เติมที่เป็นไปตามเป้าหมาย ส่งผลให้มูลค่าเติมเงินผ่านผู้เติมเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

- 1) รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่น ๆ (Commission) เท่ากับ 358.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาจากรายได้ผลตอบแทนจากการเติมเงินโทรศัพท์
- 2) รายได้จากการให้บริการผ่านผู้เติม (Service Charge) เท่ากับ 481.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20.8% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเติบโตของจำนวนการทำรายการผ่านผู้เติมที่เพิ่มขึ้น และจากบริการโอนเงินที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- 3) รายได้ค่าโฆษณา เท่ากับ 2.35 ล้านบาท ลดลง 49.0% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจาก ปี 2560 บริษัทได้โฆษณาจากของค่ายมือถือรายใหญ่แห่งหนึ่งเข้ามา ในขณะที่ไตรมาส 1/2561 มีรายได้จากธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กเท่านั้น อย่างไรก็ตาม บริษัทมีลูกค้าที่ทยอยปิดยอดขายโฆษณาในไตรมาส 2, 3 และ 4 รวมถึงมีลูกค้ารายใหม่ ๆ ที่จะทยอยปิดยอดขายโฆษณาในปี 2561 ซึ่งคาดว่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 4) รายได้อื่น เท่ากับ 61.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเติบโตตามการขยายจำนวนผู้เติม และเพิ่มบริการอื่น ๆ มากขึ้น ทำให้มูลค่าการให้บริการผ่านผู้เติมเพิ่มมากขึ้น

ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

1) ต้นทุนการบริการ เท่ากับ 658.33 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 78.2% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น จากไตรมาส 1/2560 ที่ 74.9% ต่อเนื่องจากการกักตุนเรือปี 2560 มีการเร่งขึ้นต้นทุนเดิมให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อป้องกันไม่ให้คู่แข่งเข้ามาทำตลาดได้ และการซื้อตู้เข้ามาช่วงปลายปี เพื่อให้บริษัทได้สิทธิประโยชน์ตามมาตรการภาษี การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับรายจ่ายที่จ่ายไปเพื่อการลงทุนในทรัพย์สินได้รับสิทธิหักรายจ่าย 1.5 เท่า การติดตั้งตู้ใช้เวลาประมาณ 4-6 เดือน จึงจะทำให้รายได้ถึงเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทวางไว้ ดังนั้น ค่าเสื่อมราคาที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวจึงได้ไม่ทันรายได้ในช่วงต้นของการติดตั้งตู้ ส่งผลให้สัดส่วนของค่าเสื่อมราคาสูงกว่าปกติในช่วงไตรมาส 1/2561 แต่อย่างไรก็ตามในไตรมาสถัดไปของปี 2561 สัดส่วนค่าเสื่อมราคาต่อรายได้หลักจะมีแนวโน้มที่ลดลงเรื่อย ๆ

2) ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร เท่ากับ 66.14 ล้านบาท คิดเป็น 7.9% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก โดยมีอัตราที่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 8.4% เนื่องจาก การควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

กำไร

1) กำไรขั้นต้น เท่ากับ 183.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1/2560 ที่ทำได้อยู่ที่ 179.19 ล้านบาท และอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ 21.8% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก ลดลงจาก 25.1% ในไตรมาส 1/2560 จากค่าเสื่อมราคาที่เพิ่มขึ้นจากการขยายตู้บูธเดิม

2) กำไรจากการขายสินค้า เท่ากับ 0.43 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 1/2560 ที่ทำได้อยู่ที่ 1.44 ล้านบาท หรือลดลง 70.1% โดยในไตรมาส 1/2561 เราเน้นกลยุทธ์จัดตั้งตู้บูธเดิมคุณภาพ ในขณะที่ไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วเน้นเร่งขึ้นตู้ให้ครอบคลุมพื้นที่ และป้องกันไม่ให้คู่แข่งเข้ามาทำตลาดได้ ส่งผลให้กำไรจําหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับตู้บูธเดิม อาทิ ขาดตั้ง หลังคา ฐานปูน เครื่องนับเหรียญ เป็นต้น ในไตรมาส 1/2560 สูงกว่าในไตรมาส 1/2561

3) กำไรสุทธิ เท่ากับ 145.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1/2560 ที่ทำได้อยู่ที่ 131.69 ล้านบาท และอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ 17.2% ลดลงจาก 18.4% ในไตรมาส 1/2560 ทั้งนี้มาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง ในขณะที่ บริษัทมีการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

งบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน	31 ธันวาคม 2560		31 มีนาคม 2561		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,348.32	31.7%	1,251.66	30.6%	(97)	-7.2%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,912.13	68.4%	2,837.18	69.4%	(75)	-2.6%
สินทรัพย์รวม	4,260.45	100.0%	4,088.84	100.0%	(172)	-4.0%
หนี้สินหมุนเวียน	2,492.76	58.5%	2,137.90	52.3%	(355)	-14.2%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	433.70	10.2%	473.19	11.6%	39	9.1%
หนี้สินรวม	2,926.46	68.7%	2,611.09	63.9%	(315)	-10.8%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,333.99	31.3%	1,477.75	36.1%	144	10.8%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,260.45	100.0%	4,088.84	100.0%	(172)	-4.0%

บริษัทมีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 เท่ากับ 4,088.84 ล้านบาท ลดลงจากปีที่แล้ว 4.0% สินทรัพย์หมุนเวียนที่ลดลงเกิดจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจากการคืนเงินกู้ยืม

บริษัทมีหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 เท่ากับ 2,611.09 ล้านบาท ลดลงจากปีที่แล้ว 10.8% หนี้สินหมุนเวียนที่ลดลงเกิดจากการคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 450 ล้านบาท

บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 เท่ากับ 1,477.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 10.8% จากกำไรสุทธิในไตรมาส 1/2561

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส
	1/2560	4/2560	1/2561
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current ratio)	0.52	0.54	0.59
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio)	2.00	2.19	1.77
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt ratio)	0.58	1.13	1.13
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	20.3%	14.6%	13.3%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	45.9%	43.1%	39.5%

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.59 เท่า เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน เกิดจากหนี้สินหมุนเวียนที่ลดลงจากการคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 450 ล้านบาท

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.77 เท่า ลดลงจากไตรมาสก่อน จากการจ่ายคืนเงินกู้สถาบันการเงิน และส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นตามกำไรสุทธิในไตรมาส 1/2561

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.13 เท่า ไม่เปลี่ยนแปลงจากไตรมาสก่อน

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 13.3% ลดลงจากไตรมาสก่อน เกิดจากมูลค่าสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นจากการขยายตัวในปี 2560

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 39.5% ลดลงจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้น

มุมมองของผู้บริหารสำหรับแนวโน้มของธุรกิจในปี 2561

- เน้นจุดตั้งผู้บุญเดิมที่มีคุณภาพ โดยบริหารจัดการยอดเดบิตเงินเฉลี่ยต่อผู้ต่อเดือน (ARPU) ให้เติบโต ไม่ต่ำกว่า 5% จากปี 2560
- จำนวนผู้บุญเดิมเพิ่มขึ้น 20,000 ผู้ เพื่อให้ ณ สิ้นปี 2561 มีผู้บุญเดิมครอบคลุมทุกพื้นที่ 144,653 ผู้
- มูลค่าการใช้บริการผ่านผู้บุญเดิมเติบโต ไม่ต่ำกว่า 20% จากปี 2560
- ขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ในรูปแบบแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือ (E-wallet) ภายใต้ชื่อ “Be Wallet” โดยมีเป้าหมายผู้ใช้บริการ ไม่ต่ำกว่า 200,000 ราย

ทิศทางการดำเนินงานในปี 2561 บริษัทจะเน้นและให้ความสำคัญกับจุดตั้งผู้บุญเดิมที่มีคุณภาพ โดยบริหารจัดการยอดเดบิตเงินเฉลี่ยต่อผู้ต่อเดือน (ARPU) โดยเฉพาะยอดเดบิตเงินมือถือให้เติบโตไม่ต่ำกว่า 5% จากปี 2560 พร้อมทั้งตั้งเป้าขยายเครือข่ายผู้บุญเดิมเพิ่มขึ้น 20,000 ผู้ เพื่อให้ ณ สิ้นปี 2561 มีผู้บุญเดิมครอบคลุมทุกพื้นที่ 144,653 ผู้ และมูลค่าการใช้บริการผ่านผู้บุญเดิมเติบโต ไม่ต่ำกว่า 20% จากปี 2560 ด้วยกลยุทธ์การเพิ่มบริการให้หลากหลาย และพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิม ให้ได้รับความสะดวกในการใช้บริการหน้าผู้เพิ่มขึ้น อีกทั้งจะเพิ่มความถี่ในการให้บริการ ด้วยการจัดแคมเปญรายการสะสมแต้มเพื่อชิงโชคและแลกของรางวัลตลอดทั้งปี

บริษัทยังคงเชื่อมั่นว่า ฐานลูกค้าผู้ใช้บริการระบบโทรศัพท์มือถือแบบเดบิตเงินยังคงเป็นกลุ่มผู้ใช้เงินสด แนวโน้มที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้บริการโทรศัพท์แบบรายเดือนยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก ปัจจัยหลักที่จะทำให้เปลี่ยนคือ การมีฐานรายได้ที่สูงขึ้น ดังนั้น บริษัทยังคงรักษาความเป็นผู้นำตลาดผู้เดบิตเงินได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 บริษัทครองส่วนแบ่งทางการตลาดจากมูลค่าตลาดบริการโทรศัพท์มือถือประเภทเดบิตเงินล่วงหน้า (Pre-Paid) ผ่านผู้บุญเดิม คิดเป็นสัดส่วนกว่า 22% ซึ่งเพิ่มขึ้น 5% จากปีแล้ว ซึ่งอยู่ที่ 16% จากมูลค่าตลาดประมาณการกว่า 1.33 แสนล้านบาท ทั้งนี้ หากพิจารณาในด้านของจำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศ พบว่า ณ สิ้นปี 2560 มีเลขหมายโทรศัพท์มือถือประเภทเดบิตเงินล่วงหน้า (Pre-Paid) ประมาณการอยู่ที่ 70 ล้านเลขหมาย โดยมีผู้ใช้บริการเดบิตเงินผ่านผู้บุญเดิม จำนวน 25 ล้านเลขหมาย หรือคิดเป็นสัดส่วนที่ 35% จากจำนวนเลขหมายโทรศัพท์ประเภทเดบิตเงินล่วงหน้าในประเทศ ยังคงเหลือประมาณ 2 ใน 3 ของลูกค้าในตลาด ซึ่งบริษัทมองเป็นโอกาสในการที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2561

สำหรับการเพิ่มบริการของผู้บุญเดิมในปี 2561 ได้แก่ มีจำนวนธนาคารสำหรับโอนเงินเพิ่มขึ้น การจ่ายค่าตัวโดยสาร การชำระบิลสาธารณูปโภค การขายประกันภัย/ประกันอุบัติเหตุ และบริการอื่น ๆ ซึ่งบริการใหม่ในส่วนของการขายประกันต่าง ๆ จะมีค่าคอมมิชชั่นที่สูง ในส่วนของการให้บริการใหม่อื่นๆ ที่เพิ่มมาจะช่วยทำให้ผู้บุญเดิมเป็นช่องทางที่เพิ่มความสะดวกและตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ในส่วนของการโอนเงิน บริษัทจะร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์รายใหม่อีก 2 ราย ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา บริษัทมีนโยบายที่จะให้บริการประเภทโอนเงินบนผู้เดบิตเดบิตเงินกับธนาคารขนาดใหญ่ 4 แห่งของประเทศ ซึ่งคิดเป็น 80% ของตลาดธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และฐานลูกค้าให้รู้จักกับผู้บุญเดิม ซึ่งจะเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าได้ใช้บริการอื่น ๆ เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งเน้นที่จะขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ในรูปแบบแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือ (E-wallet) ภายใต้ชื่อ “Be Wallet” โดยมีเป้าหมายผู้ใช้บริการ ไม่ต่ำกว่า 200,000 ราย ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการต่อยอดธุรกิจใหม่ของกลุ่มลูกค้าที่สนใจในเทคโนโลยีและมีรายได้ประจำ ซึ่งแนวโน้มการใช้สมาร์ตโฟนมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การบริการในรูปแบบดังกล่าวจะมีบริการทุกอย่างที่ผู้เดบิตเงินมี และจะมีบริการบางประเภทที่เพิ่มเติมขึ้นมาด้วย เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายออนไลน์ (e-Marketplace) ภายใต้ชื่อ “Be Mall” และรองรับการขายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยชำระค่าบริการผ่านแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือที่รองรับการใช้งานทั้งระบบ iOS และ Android และยังสามารถใช้ชำระเงินเมื่อซื้อสินค้าจากตู้กดเครื่องดื่มอัตโนมัติ (Vending Machine) ได้อีกด้วย ในขณะที่เดียวกัน การขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ในรูปแบบแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือจะเป็นการเรียนรู้พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าไร้เงินสด (Cashless) และผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าคนกลุ่มกับผู้บุญเดิม

สุดท้ายนี้ ผู้บุญเดิมจะเจาะกลุ่มฐานใหญ่ของตลาดผู้ใช้เงินสดและไม่ชื่นชอบเทคโนโลยี ส่วน Be-Wallet จะเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ประจำ และใช้เทคโนโลยีในการอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายและชำระเงิน ซึ่งจะช่วยขยายฐานลูกค้าและสร้างความเชื่อมโยงของระบบนิเวศน์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ในขณะที่ FSMART จะมีฐานข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อไปในอนาคต