

## สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาส 2/2561

- รายได้รวมจากธุรกิจหลัก 848.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.4% (YoY)
- กำไรสุทธิ 150.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.7% (YoY)
- จำนวน "ตู้บุญเติม" 130,348 ตู้
- มูลค่าเติมเงินในไตรมาส 2/2561 จำนวน 10,611 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20.9% (YoY)
- จำนวนรายการโอนเงินเฉลี่ย จำนวน 27,287 รายการต่อวัน เพิ่มขึ้น 104.4% (YoY)
- 25 ล้านเลขหมายผู้ใช้งานประจำ และ 2.2 ล้านรายการต่อวัน

## ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

	ไตรมาส 2/2560	ไตรมาส 3/2560	ไตรมาส 4/2560	ไตรมาส 1/2561	ไตรมาส 2/2561
มูลค่าเติมเงินรวมผ่าน "ตู้บุญเติม" (ล้านบาท)	8,779	9,311	10,084	10,421	10,611
จำนวน "ตู้บุญเติม" ณ วันสิ้นงวด (ตู้)	110,563	119,166	124,653	130,404	130,348
จำนวนรายการโอนเงินเฉลี่ยต่อวัน	13,353	18,065	23,062	25,985	27,287

ภาพรวมในไตรมาส 2/2561 การดำเนินธุรกิจของบริษัทยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และรักษาอันดับ 1 ตลาดตู้เติมเงินออนไลน์ ทั้งในส่วนของจำนวนตู้และมูลค่าการเติมเงิน ทั้งนี้ บริษัทใช้กลยุทธ์เน้นจุดตั้งตู้บุญเติมที่มีคุณภาพ รวมถึง กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายด้วยการจัดแคมเปญรายการสะสมแต้มเพื่อชิงโชคและแลกของรางวัล เป็นการกระตุ้นลูกค้ารายใหม่และรักษาฐานลูกค้าเดิม บริษัทยังคงดำเนินการได้สูงกว่าแผนและสามารถทำผลงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ผลการดำเนินงานในไตรมาส 2/2561 บริษัทมีจำนวนตู้สะสมทั้งสิ้น 130,348 ตู้ เพิ่มขึ้น 17.9% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ในส่วนของมูลค่าเติมเงิน จากบริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ และบริการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องแล้ว บริการเติมเงินออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ก็มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น อาทิ บริการเติมเงินเข้า E-Wallet บริการรับชำระบิลอื่น ๆ โดยมีมูลค่าเติมเงินรวม 10,611 ล้านบาท หรือคิดเป็น 20.9% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จำนวนรายการโอนเงินเฉลี่ย จำนวน 27,287 รายการต่อวัน หรือคิดเป็น 104.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการประจำถึง 25 ล้านเลขหมาย และจำนวนการทำรายการผ่านตู้บุญเติม 2.2 ล้านรายการต่อวัน ส่งผลให้มีรายได้จากธุรกิจหลัก 848.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.4% และกำไรสุทธิเท่ากับ 150.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

บริษัท ฟอรัท สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)  
คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน  
ประจำไตรมาส 2/2561



สรุปงบการเงิน สำหรับไตรมาส 2/2561

งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 2/2560		ไตรมาส 1/2561		ไตรมาส 2/2561		%QoQ	%YoY
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%		
รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์								
ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่นๆ	338.31	44.0%	358.29	42.6%	356.42	42.0%	-0.5%	5.4%
รายได้จากการให้บริการผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ	428.87	55.8%	481.50	57.2%	481.87	56.8%	0.1%	12.4%
รายได้ค่าบริการพัฒนาระบบ	-	0.0%	-	0.0%	3.00	0.4%	100.0%	100.0%
รายได้ค่าโฆษณา	1.95	0.3%	2.35	0.3%	7.52	0.9%	220.0%	285.6%
รายได้รวมจากธุรกิจหลัก (4 รายการ)	769.13	100.0%	842.14	100.0%	848.81	100.0%	0.8%	10.4%
ต้นทุนการบริการ	(574.89)	-74.8%	(658.33)	-78.2%	(664.22)	-78.2%	0.9%	15.5%
กำไรขั้นต้น	194.24	25.3%	183.81	21.8%	184.59	21.8%	0.4%	-5.0%
ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร	(60.76)	-7.9%	(66.14)	-7.9%	(61.36)	-7.2%	-7.2%	1.0%
กำไรจากการดำเนินงาน	133.48	17.4%	117.67	14.0%	123.23	14.5%	4.7%	-7.7%
รายได้อื่น	44.46	5.8%	61.61	7.3%	63.52	7.5%	3.1%	42.9%
กำไรจากการขายสินค้า	1.44	0.2%	0.43	0.1%	0.88	0.1%	104.7%	-38.9%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	179.38	23.3%	179.71	21.3%	187.63	22.1%	4.4%	4.6%
ค่าธรรมเนียมธนาคาร	(6.24)	-0.8%	(6.30)	-0.8%	(5.09)	-0.6%	-19.2%	-18.4%
ดอกเบี้ยจ่าย	(7.48)	-1.0%	(10.64)	-1.3%	(11.56)	-1.4%	8.7%	54.6%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	165.66	21.5%	162.77	19.3%	170.98	20.1%	5.0%	3.2%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(21.94)	-2.9%	(19.00)	-2.3%	(20.16)	-2.4%	6.1%	-8.1%
กำไรสุทธิ	143.72	18.7%	143.77	17.1%	150.82	17.8%	4.9%	4.9%
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	-	0.0%	(1.24)	-0.2%	0.42	0.1%	100.0%	100.0%
กำไรสุทธิ-ส่วนที่เป็นของบริษัท	143.72	18.7%	145.01	17.2%	150.40	17.7%	3.7%	4.7%

รายได้รวม

รายได้รวมจากธุรกิจหลักในไตรมาส 2/2561 เท่ากับ 848.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนการทำรายการและผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น และการเน้นจุดติดตั้งตู้บุญเติมที่มีคุณภาพและเป็นไปตามเป้าหมาย ส่งผลให้มูลค่าเติมเงินผ่านตู้บุญเติมเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

- 1) รายได้ผลตอบแทนจากการให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบเติมเงินล่วงหน้าและรับชำระเงินออนไลน์อื่น ๆ (Commission) เท่ากับ 356.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาจากรายได้ผลตอบแทนจากการเติมเงินโทรศัพท์
- 2) รายได้จากการให้บริการผ่านตู้บุญเติม (Service Charge) เท่ากับ 481.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเติบโตของจำนวนการทำรายการผ่านตู้บุญเติมที่เพิ่มขึ้น และจากบริการโอนเงินที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- 3) รายได้ค่าโฆษณา เท่ากับ 7.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 285.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากสถานการณ์ของประเทศไทยในไตรมาส 2/2560 อยู่ในสภาวะชะงักงานเรื้อรัง สื่อด้านบันเทิงต่าง ๆ ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่อย่างไรก็ตาม ในไตรมาส 2/2561 บริษัทมีการวางแผนปรับกลยุทธ์ธุรกิจโฆษณา ทำให้ในไตรมาสนี้สามารถทำรายได้ได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้
- 4) รายได้ค่าบริการพัฒนาระบบ เท่ากับ 3.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 100% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เกิดจากบริษัทย่อย ได้พัฒนาระบบและแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อตอบโจทย์ในยุคดิจิทัลแก่ลูกค้า

5) รายได้อื่น เท่ากับ 63.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 42.9% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเติบโตตามการขยายจำนวนผู้บุณเดิม และเพิ่มบริการอื่น ๆ มากขึ้น ทำให้มูลค่าการใช้บริการผ่านผู้บุณเดิมเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับบริษัทย่อย ได้พัฒนาระบบและแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อตอบโจทยในยุคดิจิทัลแก่ลูกค้า

#### ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

1) ต้นทุนการบริการ เท่ากับ 664.22 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 78.2% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น จากไตรมาส 2/2560 ที่ 74.8% ต่อเนื่องจากการกลยุทธิปี 2560 ที่มีการเร่งขึ้นผู้บุณเดิมให้ครอบคลุมทุกพื้นที่มากที่สุด เพื่อขยายฐานลูกค้าและรายได้ในอนาคต ขณะเดียวกันก็ลดโอกาสในการขยายตัวของคู่แข่งรายอื่น ๆ ที่จะเข้ามาทำตลาดไปพร้อมกัน รวมถึงการซื้อผู้เข้ามาช่วงปลายปี เพื่อให้บริษัทได้สิทธิประโยชน์ตามมาตรการภาษี การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับรายจ่ายที่จ่ายไปเพื่อการลงทุนในทรัพย์สินได้รับสิทธิหักรายจ่าย 1.5 เท่า การติดตั้งผู้ใช้เวลาประมาณ 4-6 เดือน จึงจะทำให้รายได้ถึงเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทวางไว้ ดังนั้น ค่าเสื่อมราคาที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวจึงได้ไม่ทันรายได้ในช่วงต้นของการติดตั้ง ส่งผลให้สัดส่วนของค่าเสื่อมราคาสูงกว่าปกติในช่วงไตรมาส 1 และ 2/2561 แต่อย่างไรก็ตามในไตรมาสถัดไปของปี 2561 สัดส่วนค่าเสื่อมราคาต่อรายได้หลักจะมีแนวโน้มที่ลดลง จากรายได้ถึงเกณฑ์มาตรฐานที่วางไว้ และผู้ที่ทยอยครบอายุ 8 ปี

2) ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหาร เท่ากับ 61.36 ล้านบาท คิดเป็น 7.2% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก โดยมีอัตราที่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 7.9% เนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการบริการที่ลดลงสอดคล้องกับกลยุทธิในปีที่เน้นยอด ARPU ในขณะที่ปี 2560 บริษัทจ่ายค่าส่งเสริมการขายตัวแทนจากการขึ้นผู้เป็นหลัก

#### กำไร

1) กำไรขั้นต้น เท่ากับ 184.59 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 2/2560 ที่ทำได้อยู่ที่ 194.24 ล้านบาท และอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ 21.8% ของรายได้รวมจากธุรกิจหลัก ลดลงจาก 25.3% ในไตรมาส 2/2560 จากค่าเสื่อมราคาที่เพิ่มขึ้นจากการขยายผู้บุณเดิม

2) กำไรจากการขายสินค้า เท่ากับ 0.88 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 2/2560 ที่ทำได้อยู่ที่ 1.44 ล้านบาท หรือลดลง 38.9% โดยในปี 2561 เราเน้นกลยุทธิจัดตั้งผู้บุณเดิมคุณภาพ ในขณะที่ไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วเน้นเร่งขึ้นผู้ให้ครอบคลุมพื้นที่ และป้องกันไม่ให้คู่แข่งเข้ามาทำตลาดได้ ส่งผลให้กำไรจากการจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับผู้บุณเดิม อาทิ ขาดัง หลังคา ฐานปูน เครื่องนับเหรียญ เป็นต้น ในไตรมาส 2/2560 สูงกว่าในไตรมาส 2/2561

3) กำไรสุทธิ เท่ากับ 150.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2/2560 ที่ทำได้อยู่ที่ 143.72 ล้านบาท ทั้งนี้มาจากการที่บริษัทมีการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

#### งบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน	31 ธันวาคม 2560		30 มิถุนายน 2561		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,348.32	31.7%	1,310.04	32.5%	(38)	-2.8%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,912.13	68.4%	2,720.71	67.5%	(191)	-6.6%
<b>สินทรัพย์รวม</b>	<b>4,260.45</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,030.75</b>	<b>100.0%</b>	<b>(230)</b>	<b>-5.4%</b>
หนี้สินหมุนเวียน	2,492.76	58.5%	2,451.35	60.8%	(41)	-1.7%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	433.70	10.2%	377.80	9.4%	(56)	-12.9%
<b>หนี้สินรวม</b>	<b>2,926.46</b>	<b>68.7%</b>	<b>2,829.15</b>	<b>70.2%</b>	<b>(97)</b>	<b>-3.3%</b>
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,333.99	31.3%	1,201.60	29.8%	(132)	-9.9%
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>4,260.45</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,030.75</b>	<b>100.0%</b>	<b>(230)</b>	<b>-5.4%</b>

**บริษัท ฟอรัท สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)**  
**คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน**  
**ประจำไตรมาส 2/2561**



บริษัทมีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 เท่ากับ 4,030.75 ล้านบาท ลดลงจากปีที่แล้ว 5.4% สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ลดลงเกิดจากการค่าเสื่อมราคาผู้เติมเงิน

บริษัทมีหนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 เท่ากับ 2,829.15 ล้านบาท ลดลงจากปีที่แล้ว 3.3% หนี้สินหมุนเวียนที่ลดลงเกิดจากการคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 101 ล้านบาท

บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 เท่ากับ 1,201.60 ล้านบาท ลดลงจากปีที่แล้ว 9.9% จากการจ่ายเงินปันผล 239.95 ล้านบาท หุ้นทุนซื้อคืน 187.02 ล้านบาท และกำไรสุทธิในปี 2561 เท่ากับ 294.58 ล้านบาท

**อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ**

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส
	2/2560	1/2561	2/2561
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current ratio)	0.54	0.59	0.53
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio)	1.91	1.77	2.35
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt ratio)	0.67	0.79	0.95
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	20.5%	13.3%	13.6%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	48.5%	39.6%	44.4%

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.53 เท่า ลดลงจากไตรมาสก่อน เกิดจากหนี้สินหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 2.35 เท่า เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน จากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน และส่วนของผู้ถือหุ้นที่ลดลงจากไตรมาสก่อนเนื่องจากการจ่ายเงินปันผล และหุ้นทุนซื้อคืน

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.95 เท่า เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน จากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน และส่วนของผู้ถือหุ้นที่ลดลงจากไตรมาสก่อนเนื่องจากการจ่ายเงินปันผล และหุ้นทุนซื้อคืน

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 13.6% เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน เกิดจากการบริหารสินทรัพย์ให้เกิดรายได้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 44.4% เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน เกิดจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่ลดลงจากไตรมาสก่อนเนื่องจากการจ่ายเงินปันผลและหุ้นทุนซื้อคืน ประกอบกับกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้น

## มุมมองของผู้บริหารสำหรับแนวโน้มของธุรกิจในปี 2561

- เน้นจุดตั้งตู้บุญเติมที่มีคุณภาพ โดยบริหารจัดการยอดเติมเงินเฉลี่ยต่อตู้ต่อเดือน (ARPU) ให้เติบโต ไม่ต่ำกว่า 5% จากปี 2560
- จำนวนตู้บุญเติมเพิ่มขึ้น 10,000 ตู้ เพื่อให้ ณ สิ้นปี 2561 มีตู้บุญเติมครอบคลุมทุกพื้นที่ 134,653 ตู้
- มูลค่าการใช้บริการผ่านตู้บุญเติมเติบโต ไม่ต่ำกว่า 10% จากปี 2560
- พัฒนาตู้เติมเงินอัจฉริยะเพื่อรองรับธุรกิจใหม่
- ขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ในรูปแบบแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือ (E-wallet) ภายใต้ชื่อ “Be Wallet” โดยมีเป้าหมายผู้ใช้บริการ ไม่ต่ำกว่า 200,000 ราย

ทิศทางการดำเนินงานในปี 2561 บริษัทจะเน้นและให้ความสำคัญกับจุดตั้งตู้บุญเติมที่มีคุณภาพ โดยบริหารจัดการยอดเติมเงินเฉลี่ยต่อตู้ต่อเดือน (ARPU) โดยเฉพาะยอดเติมเงินมือถือให้เติบโตไม่ต่ำกว่า 5% จากปี 2560 พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายขยายเครือข่ายตู้บุญเติมเพิ่มขึ้น 10,000 ตู้ เพื่อให้ ณ สิ้นปี 2561 มีตู้บุญเติมครอบคลุมทุกพื้นที่ 134,653 ตู้ และมูลค่าการใช้บริการผ่านตู้บุญเติมเติบโต ไม่ต่ำกว่า 10% จากปี 2560 ด้วยกลยุทธ์การเพิ่มบริการให้หลากหลาย และพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ ให้ได้รับความสะดวกในการใช้บริการหน้าตู้เพิ่มขึ้น อีกทั้งจะเพิ่มความถี่ในการใช้บริการ ด้วยการจัดแคมเปญรายการสะสมแต้มเพื่อชิงโชคและแลกของรางวัลตลอดทั้งปี

บริษัทยังคงเชื่อมั่นว่า ฐานลูกค้าส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการระบบโทรศัพท์มือถือแบบเติมเงินยังคงเป็นกลุ่มผู้ใช้เงินสด 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 ของลูกค้าในตลาดซึ่งบริษัทมองเป็นโอกาสในการที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2561

สำหรับการเพิ่มบริการของตู้บุญเติมในปี 2561 ได้แก่ มีจำนวนธนาคารสำหรับโอนเงินเพิ่มขึ้น การจ่ายค่าตัวโดยสาร การชำระบิลสาธารณูปโภค ประกันสังคมมาตรา 40 (3) การขายประกันภัย/ประกันอุบัติเหตุ และบริการอื่น ๆ ซึ่งบริการใหม่ในส่วนของขายประกันต่าง ๆ จะมีค่าคอมมิชชั่นที่สูง ในส่วนของการให้บริการใหม่อื่นๆ ที่เพิ่มมาจะช่วยทำให้ตู้บุญเติมเป็นช่องทางที่เพิ่มความสะดวกและตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ในส่วนของบริการโอนเงิน บริษัทจะร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์รายใหม่อีก 2 ราย ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา บริษัทมีนโยบายที่จะให้บริการประเภทโอนเงินบนตู้เติมเงินกับธนาคารขนาดใหญ่ 4 แห่งของประเทศ ซึ่งคิดเป็น 80% ของตลาดธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และฐานลูกค้าให้รู้จักกับตู้บุญเติม ซึ่งจะเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าได้ใช้บริการอื่น ๆ เพิ่มขึ้น

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 บริษัทเน้นการบริหารจัดการตู้ที่มีให้เกิดรายได้และกำไรทุกตู้ โดยเน้นจุดติดตั้งตู้บุญเติมที่มีคุณภาพ จึงมีการปรับจำนวนตู้จาก 20,000 เป็น 10,000 ตู้ ในปี 2561 และปรับมูลค่าการใช้บริการผ่านตู้บุญเติมเติบโตจาก 20% เป็น 10% จากปี 2560 เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินงานที่วางไว้

ในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2561 บริษัทเน้นการเพิ่มตู้แบบมีคุณภาพ และพัฒนาตู้บุญเติมให้เป็นตู้อัจฉริยะ พร้อมรุก 2 ธุรกิจใหม่ ได้แก่ บริการขายชิมโทรศัพท์หน้าตู้ โดยลูกค้าสามารถเลือกเบอร์ เลือกค่ายและลงทะเบียนผ่านหน้าตู้ และบริการ Electronic Know Your Customer (e-KYC) ซึ่งเป็นการนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในขั้นตอนการแสดงผลตน/ระบุตัวตน (Identification) และการตรวจสอบข้อมูลการแสดงผลตน (Verification) เพื่อรองรับการเปิดบัญชีเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์และลงทะเบียนชิม

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งเน้นที่จะขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ในรูปแบบแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือ (E-wallet) ภายใต้ชื่อ “Be Wallet” โดยมีเป้าหมายผู้ใช้บริการ ไม่ต่ำกว่า 200,000 ราย ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการต่อยอดธุรกิจใหม่ของกลุ่มลูกค้าที่สนใจในเทคโนโลยีและมีรายได้ประจำ ซึ่งแนวโน้มการใช้สมาร์ทโฟนมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การบริการในรูปแบบดังกล่าวจะมีบริการทุกอย่างที่ผู้เติมเงินมี และจะมีบริการบางประเภทที่เพิ่มเติมขึ้นมาด้วย เพื่อรองรับการค้าเงินธุรกรรมเป็นตลาดกลางในการซื้อขายออนไลน์ (e-Marketplace) ภายใต้ชื่อ “Be Mall” และรองรับการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยชำระค่าบริการผ่านแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือที่รองรับการใช้งานทั้งระบบ iOS และ Android และยังสามารถใช้ชำระเงินเมื่อซื้อสินค้าจากตู้กดเครื่องดื่มอัตโนมัติ (Vending Machine) ได้อีกด้วย ในขณะเดียวกัน การขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ ในรูปแบบแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนมือถือจะเป็นการเรียนรู้พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าไร้เงินสด (Cashless) และผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าคนละกลุ่มกับผู้บุญเติม

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