

**ร**วิจรับชำระค่าสินค้าและบริการ หรือ Bill Payment เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมาถือเป็นภาคเติบโตแบบก้าวกระโดด ส่งผลให้ผู้ประกอบการหันมาให้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยรูปแบบการชำระเงินจะมีทั้งการชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร/จุดบริการของ Non-bank เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส, เอ็ม เพย์, เพย์ แอท โฟสต์, ทรูมันนี่ เป็นต้น, การชำระผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Payment เช่น การชำระเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม การชำระเงินผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) และการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) และสุดท้ายเป็นการชำระเงินด้วยการหักบัญชีอัตโนมัติผ่านบัตรเครดิตบัญชีเงินฝาก (Direct Credit/Direct Debit)

แม้ที่ผ่านมาจะไม่มีผู้ประกอบการรายรายจ่ายบิลมากกว่า 400 ล้านบิลต่อปี มีการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนกว่า 20% และในปีนี้มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่เลือกใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านจุดรับชำระเงินต่างๆ ด้วยเหตุผลที่สะดวก ง่าย และประหยัดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนาระบบการรับชำระเงินให้มีความหลากหลาย และมีรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

**บิลเพย์เมนต์ ยอดใช้บริการพุ่ง**  
นายบุญแผนก วิจิตรกุลวงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรูมันนี่ จำกัด หนึ่งในผู้ให้บริการบิลเพย์เมนต์ เปิดเผยว่า ในปีที่ผ่านมาทรูมันนี่มีมูลค่าการชำระเงินมากกว่า 2.3 หมื่นล้านบาท จากจำนวนบิลทั้งหมด 23.5 ล้านใบ คิดเป็นเดือนละ 2.7 ล้านใบ โดยในปีนี้ ระบบทรูมันนี่จะรับชำระสินค้าได้มากกว่า 75 รายการ ทั้งบิลในกลุ่มทรูคอร์ป, ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำประปา, ค่าไฟฟ้า ฯลฯ), เครดิต การ์ด, ประกันภัย, ประกันชีวิต และสินเชื่อเช่าซื้อ เป็นต้น

โดยปัจจุบันทรูมันนี่ มีรายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมทั้ง 3 ธุรกิจ คือ การเติมเงิน (ท็อปอัพ) 55% การชำระบิลแจ้งหนี้ (บิล เพย์เมนต์) 28% บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (อี-วอลเลต) 14% และตัวกลางรับชำระค่าสินค้า (เพย์เมนต์เกตเวย์) 3% ซึ่งในปีนี้มีบริษัทตั้งเป้าที่จะมีรายได้รวม 2.1 พันล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น 15% จากปีก่อนที่มีรายได้ 1.87 พันล้านบาท



**ทรูมันนี่เชื่อมั่นในศักยภาพของคนรุ่นใหม่ ที่สามารถสร้างสรรคผลงานที่น่าทึ่งได้ เพียงแต่ต้องได้รับการแนะนำและฝึกฝนอย่างถูกต้อง ทรูมันนี่จึงได้ร่วมมือกับ มาสเตอร์การ์ด และเทรนเนอร์มืออาชีพจาก ADxercise Workshop เพื่อร่วมกัน**

เชื่อมั่นในศักยภาพของคนรุ่นใหม่ ที่สามารถสร้างสรรคผลงานที่น่าทึ่งได้ เพียงแต่ต้องได้รับการแนะนำและฝึกฝนอย่างถูกต้อง ทรูมันนี่จึงได้ร่วมมือกับ มาสเตอร์การ์ด และเทรนเนอร์มืออาชีพจาก ADxercise Workshop เพื่อร่วมกัน

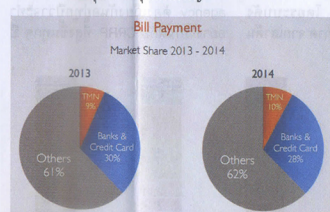
อย่างไรก็ดี แนวโน้มการใช้บริการบิลเพย์เมนต์ที่เพิ่มขึ้น เกิดจากความสะดวก สบาย ใช้งานง่าย และมีรูปแบบที่หลากหลายโดยเฉพาะการให้บริการผ่านสมาร์ตโฟน โดยในปีนี้คาดว่าจะเติบโตราว 22%

**หนุนเยาวชนร่วมแชร์ไอเดีย**

นายบุญแผนก กล่าวอีกว่า นอกจากการเพิ่มบริการที่หลากหลายของทรูมันนี่แล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งในแต่ละปีจะมีกิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย และล่าสุดบริษัทจัดทำโครงการ “ทรูมันนี่ ไอเดีย ชาเลนจ์ 2014 ครั้งที่ 1” ขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษา ได้ส่งมอบคุณคิดสร้างสรรค์ ไอเดียที่จับต้องได้ และเป็นการสร้างประสบการณ์นอกห้องเรียน โดยตั้งมีอาสาสมัครคอยเสนอชื่อส่งมาให้คำแนะนำและเสริมความแกร่งของไอเดียให้กับน้องๆ

“โครงการนี้เกิดขึ้นเพราะทรูมันนี่

# ‘ทรูมันนี่’ แชร้อิเดียของคนรุ่นใหม่ รุกธุรกิจครบวงจร



ปลูกความคิดสร้างสรรค์ของน้องๆ ให้เกิดเป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพ ผ่านการตีพิมพ์ Pre-paid Card ภายใต้โจทย์ที่ต้องการนำเสนอสินค้าที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน และมีความแปลกใหม่ โดยโครงการนี้ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก มีผู้ส่งผลงานเข้าร่วมประกวดรวม 102 ทีมจาก 24 สถาบันทั่วประเทศ ซึ่งทีมที่ชนะเลิศได้แก่ ทีม SEVEN HOUSE จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่นำเสนอไอเดียออกมาคอนโจทย์การตลาดมากที่สุด