

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป

บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) ("บริษัท" หรือ "เจมาร์ท") ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2531 โดยกลุ่มคุณอดีศักดิ์ สุขุมวิท และคุณยุวดี พงษ์อัชฌา ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่และผู้บริหารหลักของบริษัท ณ 31 มีนาคม 2554 มีสัดส่วนการถือหุ้นรวมร้อยละ 67.6 และจะมีสัดส่วนการถือหุ้นหลังจากขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับประชาชนที่ร้อยละ 58.8 บริษัทมีบริษัทย่อยหนึ่งบริษัท ถือหุ้นร้อยละ 100 ได้แก่ บริษัท เจ เอ็ม ที เน็ทเวอร์ค เซอร์วิส เซส จำกัด ("บริษัทย่อย" หรือ "เจเอ็มที")

ปัจจุบัน บริษัทประกอบธุรกิจ 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ 1) ธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมและสินค้าเทคโนโลยี ของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่หลักทุกรายและผู้ให้บริการเครือข่ายทุกระบบ ทั้งในลักษณะค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งมีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92 ของรายได้รวมของบริษัท 2) ธุรกิจบริหารพื้นที่สำหรับพื้นที่ค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่และพื้นที่ค้าปลีกทั่วไป มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 ของรายได้รวมของบริษัท และ 3) ธุรกิจบริการติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ รวมถึงการฟ้องสิบทริพย์ บังคับคดี ทั่วประเทศไทย ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทย่อยของบริษัท มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 ของรายได้รวมของบริษัท

รายละเอียดของธุรกิจหลักได้แก่

ธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมและสินค้าเทคโนโลยี: บริษัทเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่น ทุกระบบ สินค้าของบริษัท ได้แก่ เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซูดซิมการ์ด และบัตรเครดิตเงิน รวมทั้งอุปกรณ์เสริมต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทยังมี รายได้จากการให้บริการ Pay Point และ Drop Point เพื่อหาประโยชน์จากการใช้พื้นที่ร้านค้าให้มากที่สุด โดย ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทมีสาขารวม 208 สาขา

สำหรับรายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบด้วยรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณร้อยละ 71-83 รายได้จากการขายบัตรเครดิตเงินและซูดซิมการ์ดร้อยละ 14-17 และรายได้จากการขายอุปกรณ์เสริมร้อยละ 2-5 (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ)

ปัจจุบัน บริษัทเน้นการจำหน่ายสินค้าใน 5 แปรนด์หลัก ได้แก่ Nokia, Samsung, Blackberry, iPhone และ LG โดยร้านค้าปลีกของบริษัทมีการวางจำหน่ายสินค้าแบรนด์หลักครบทุกรุ่นมากที่สุดเทียบกับร้านค้าอื่นในประเทศ ในไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5 แปรนด์หลักร้อยละ 93 ของรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม และหากพิจารณาตามประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทจำหน่ายโทรศัพท์ Feature Phone คิดเป็นร้อยละ 46 โทรศัพท์ Smart Phone ร้อยละ 45 Tablet ประมาณร้อยละ 5 และ House Brand ร้อยละ 4 (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ)

บริษัทจะสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรงหรือจากตัวแทนจำหน่าย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละราย และความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่รายนั้นๆ โดยปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ค้าส่งของ Samsung ส่วนผลิตภัณฑ์ของ Nokia บริษัทซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายของ Nokia ณ สิ้น ไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าในประเทศร้อยละ 99 และมีการนำสินค้าเข้าโดยตรงที่ร้อยละ 1 (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.1.2 การสรรหาผลิตภัณฑ์และบริการ)

บริษัทขายสินค้าในประเทศเป็นหลัก โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในลักษณะการค้าส่งและค้าปลีก ในไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีรายได้จากการขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบค้าปลีกมากกว่าร้อยละ 75 และมีรายได้จากการขายผ่านช่องทางการค้าส่งที่ร้อยละ 25

บริษัทมีช่องทางค้าปลีกที่สำคัญที่สุดคือการขายผ่านร้านค้า (Shop) ร้านค้าย่อย (Kiosk) และ ร้านค้าฝากขาย (GP Shop) ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทมีสาขาในรูปแบบของร้านค้าปลีกจำนวน 120 สาขา ร้านค้าย่อยจำนวน 17 ร้านค้าฝากขายจำนวน 71 สาขา นอกจากนี้บริษัทยังมีการค้าปลีกผ่านอินเทอร์เน็ต ผ่าน Exhibition และผ่านบัตรสมาชิก (Member Card) (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย)

ในการเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้า บริษัทจะได้รับการสนับสนุนในด้านการตลาดจากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ในหลายรูปแบบดังนี้

- 1) ค่าส่งเสริมการทำกิจกรรม (Event Support) เป็นเงินสนับสนุนจากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้บริษัทใช้ในการทำการตลาดในรูปแบบ Marketing Event โดยบริษัทจะเป็นผู้พิจารณาจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ และสามารถขอเงินสนับสนุนได้ตามประมาณการค่าใช้จ่ายที่บริษัทนำเสนอและขออนุมัติจากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งบริษัทจะบันทึกเป็นรายได้ค่าส่งเสริมการทำกิจกรรม
- 2) ค่าคอมมิชชั่นขาย (Sale Incentive) เป็นเงินที่ได้รับจากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อเป็น Incentive ให้แก่บริษัทในการขายสินค้าของผู้ผลิตรายนั้นๆ โดยมุ่งหวังให้พนักงานขายของบริษัทสนับสนุนสินค้าแบรนด์หรือรุ่นใดๆ เป็นพิเศษ ซึ่งบริษัทจะบันทึกเป็นรายได้ค่าคอมมิชชั่นขายและเป็นผู้พิจารณาจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้พนักงานขายของบริษัทตามความเหมาะสม
- 3) ค่าส่งเสริมการตลาด (Marketing Support) เป็นเงินสนับสนุนจากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้บริษัทใช้ในการตลาด (Marketing Tool) เพื่อโปรโมทสินค้าในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ หรือของแถม ซึ่งบริษัทสามารถเลือกใช้รูปแบบการทำการตลาดตามที่เห็นสมควร โดยปกติ ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สนับสนุนค่าส่งเสริมการตลาดเป็นจำนวนเหมารวมรายไตรมาส หรือให้เพื่อสนับสนุนเฉพาะรุ่น แล้วแต่กรณี ซึ่งบริษัทจะบันทึกเป็นรายได้ค่าส่งเสริมการตลาด
- 4) ส่วนลดคืนจากการขายได้ตามเป้าหมาย (Sale Volume Rebate) เป็นเงินที่บริษัทได้รับในกรณีการขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่บริษัทตกลงกับผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้ ซึ่งบริษัทจะบันทึกโดยนำไปหักลดกับต้นทุนสินค้า
- 5) ส่วนลดคืนจากการลดราคาสินค้า (Price Protection Rebate) เป็นเงินที่บริษัทได้รับในกรณีที่ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ประกาศลดราคาสินค้าภายในช่วงเวลาที่ยอมรับกันได้ โดยผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำการชดเชยให้บริษัทเป็นจำนวนเงินตามราคาสินค้าที่ลดลงและปริมาณสินค้าที่คงเหลืออยู่กับบริษัท ซึ่งบริษัทจะบันทึกโดยนำไปหักลดกับต้นทุนสินค้า

บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค่าส่งโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ นโยบายการตลาดเต็มรูปแบบและต่อเนื่อง การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ การให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า การให้บริการที่แตกต่าง การสร้างแบรนด์ให้เข้มแข็ง การบริหารสินค้าคงคลังที่ดี การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และการขยายธุรกิจที่ก่อให้เกิด Synergy (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.2.4 นโยบายการตลาดและกลยุทธ์การแข่งขัน)

บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค่าส่งโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยขยายส่วนแบ่งการตลาดในตลาดค้าปลีก เพื่อก้าวเป็นผู้นำในธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมและสินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นๆ โดยมีเป้าหมายที่จะขยายส่วนแบ่งการตลาดจากร้อยละ 12 ในไตรมาส 1 ปี 2554 เป็นร้อยละ 15-20 ภายในระยะเวลา 2 ปี (ภายในปี 2556) โดยการเพิ่มประสิทธิภาพและจำนวนของช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เพิ่มขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะขยายสาขาจาก 208 สาขา เป็น 250 สาขาภายในระยะเวลา 2 ปี (ภายในปี 2556) (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 2.4 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ)

ธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีก: บริษัทดำเนินธุรกิจการบริหารพื้นที่เช่าค้าปลีกของห้างสรรพสินค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีภายใต้ชื่อ IT Junction (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ)

ณ สิ้น ไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมี IT Junction จำนวนทั้งสิ้น 28 สาขา ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ ต่างจังหวัด โดยบริษัททำสัญญาเช่าพื้นที่กับผู้บริหารพื้นที่หลักหรือห้างสรรพสินค้าหลายราย ได้แก่ บิ๊กซี เซ็นทรัล และบีทีเอส โดยในปัจจุบันบริษัทได้การปิด IT Junction ไป 1 สาขา

บริษัทมีกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจบริหารพื้นที่ดังต่อไปนี้ คือ นโยบายการสนับสนุนการตลาดที่หลากหลาย การเลือกทำเลที่ตั้งที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง และการมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เช่าพื้นที่ (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.2.4 นโยบายการตลาดและกลยุทธ์การแข่งขัน)

บริษัทมีเป้าหมายที่จะขยายสาขาสำหรับพื้นที่ค้าปลีก ในรูปแบบ IT Junction จากจำนวน 27 สาขาเป็น 35 สาขาในระยะเวลา 2 ปี โดยจะพิจารณาผลตอบแทนจากการลงทุนและแผนการตลาดให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และบริษัทมีเป้าหมาย

ที่จะรักษาอัตราค่าไของพื้นที่บริหารของทุกสาขาให้มีกำไร โดยบริษัทจะหยุดบริหารพื้นที่ที่มีผลการดำเนินงานขาดทุนติดต่อกันเกิน 3 ปี

ธุรกิจบริการติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้โดยคุณภาพ: บริษัทดำเนินธุรกิจในการรับจ้างติดตามเร่งรัดหนี้สถาบันการเงินหรือบริษัททั่วไป และการซื้อหนี้โดยคุณภาพจากสถาบันการเงินเพื่อมาบริหารและติดตามเร่งรัดชำระหนี้

- ส่วนการให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้

บริษัทเป็นผู้ให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้ในส่วนหนี้สินภาคผู้บริโภค (Consumer Finance) ที่มีความเชี่ยวชาญในการติดตามเร่งรัดหนี้สินจากสินเชื่อทุกประเภท ได้แก่ สินเชื่อซื้อบ้าน สินเชื่อบุคคล สินเชื่อบัตรเครดิต สินเชื่อเช่าซื้อสินเชื่อค่าสาธารณูปโภคและค่าโทรศัพท์ และหนี้สินอื่นๆ และเป็นบริษัทที่มียอดมูลหนี้ที่ดำเนินการติดตาม (Debt Portfolio) สูงที่สุดในประเทศไทย โดยมียอดมูลหนี้ภายใต้การติดตามในไตรมาส 1 ปี 2554 จำนวน 8,396 ล้านบาท ซึ่งมีบัญชีลูกหนี้ที่ติดตามจำนวน 803,415 บัญชี

สำหรับรายได้จากการติดตามเร่งรัดหนี้จะขึ้นกับความสำเร็จในการติดตามหนี้ (Success Rate) และอัตราค่าคอมมิชชั่น (commission Rate) ที่ตกลงกับผู้ว่าจ้าง ดังนี้ รายได้ที่ติดตามหนี้ในแต่ละกลุ่ม = มูลหนี้ที่ติดตาม x Success Rate x Commission Rate ซึ่งหนี้แต่ละประเภทจะมีอัตราความสำเร็จในการติดตามหนี้และค่าคอมมิชชั่นแตกต่างกัน เช่น หนี้ค้างชำระเป็นเวลานาน จะมีโอกาสติดตามชำระหนี้ได้ยาก ก็จะมีค่าคอมมิชชั่นที่สูง แต่ก็จะมีอัตราความสำเร็จในการติดตามหนี้ต่ำ (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ)

กลุ่มผู้ว่าจ้างที่บริษัทให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้และกลุ่มเจ้าหนี้ผู้ขายหนี้ที่เป็นคู่ค้ากับบริษัท อาจแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มธนาคาร กลุ่มบริษัทเช่าซื้อ กลุ่มบริษัทสื่อสาร และกลุ่มบริษัทผู้ให้บริการขายส่งสินค้าหรือขายตรง ในไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทติดตามหนี้กลุ่มธนาคารมากที่สุดที่ร้อยละ 65 กลุ่มบริษัทเช่าซื้อที่ร้อยละ 24 ที่เหลือเป็นกลุ่มอื่นๆ (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.3.1.2 การสรรหาผลิตภัณฑ์และบริการ)

บริษัทมีกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจบริการติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้โดยคุณภาพ ได้แก่ เน้นคุณภาพการให้บริการ การมีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ และการเสนอบริการติดตามหนี้ภายใต้แนวคิดที่ไม่เพิ่มต้นทุนกับผู้ว่าจ้าง บริษัทมีเป้าหมายที่จะรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจรับจ้างติดตามเร่งรัดหนี้สิน โดยมีแผนที่จะรักษาระดับหนี้สินที่ติดตามจำนวน 8,400 ล้านบาท

- ส่วนการบริหารหนี้โดยคุณภาพ:

บริษัทดำเนินธุรกิจบริหารหนี้โดยคุณภาพ โดยซื้อหนี้โดยคุณภาพจากสถาบันการเงินที่มีนโยบายขายหนี้ดังกล่าว และนำมาบริหารจัดการเก็บหนี้ โดยทั่วไป สถาบันการเงินจะใช้วิธีการประมูลขายหนี้ หากบริษัทเป็นผู้ชนะการประมูล บริษัทจะเข้าไปตรวจสอบรายละเอียดของมูลหนี้ เช่น สัญญาเงินกู้ อายุหนี้ และข้อมูลลูกหนี้ หากข้อมูลเป็นไปตามที่ได้ศึกษาและตกลงในช่วงก่อนประมูล บริษัทก็ดำเนินการโอนหนี้สินดังกล่าวมาเป็นสินทรัพย์ของบริษัท และจะดำเนินการติดตามเร่งรัดหนี้เพื่อให้ได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้

ปัจจุบัน บริษัทได้ประมูลซื้อหนี้เพื่อบริหารและติดตามจัดเก็บหนี้รวมจำนวน 31 สัญญา โดยมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 645 ล้านบาทและ ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีเงินลงทุนในลูกหนี้ค้างเหลือสุทธิจำนวน 430 ล้านบาท โดยหนี้ทั้งหมด อยู่ในขั้นตอนการจัดเก็บหนี้ (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.3.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ)

บริษัทมีเป้าหมายที่จะซื้อหนี้โดยคุณภาพเพื่อบริหารเพิ่มเติมให้ได้ 600 ล้านบาท ภายใน 2 ปี

จากการประกอบธุรกิจของบริษัท ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานของบริษัทหรือการลงทุนของผู้ลงทุน สามารถสรุปได้ดังนี้

ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง บริษัทต้องจัดเก็บสินค้าคงคลังในจำนวนที่เพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกในการกระจายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทได้รับแต่งตั้งเป็นผู้แทนจำหน่าย ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทจัดเก็บสินค้าคงคลังคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.6 ของสินทรัพย์รวม สินค้าหลักของบริษัท ได้แก่ เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม เป็นสินค้าเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ซึ่งโดยปกติสินค้าแต่ละตัวจะมีอายุเฉลี่ยในการวางจำหน่ายหน้าร้านประมาณ 20-25 วัน ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีหรือการออกสินค้านวัตกรรมใหม่ที่ดีกว่า หรือกรณีพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป จนทำให้สินค้าคงคลังที่มีอยู่ไม่สามารถขายได้หรือมีมูลค่าลดลง

ความเสี่ยงจากการพึ่งพากลุ่มลูกค้า (Supplier) รายสำคัญ บริษัทสั่งซื้อสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่จากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือผู้แทนจำหน่าย ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทขายเป็นของ 5 แปรนด์หลัก ได้แก่ Nokia, Samsung, LG, Blackberry และ iPhone บริษัทจึงจำเป็นต้องพึ่งพากลุ่มผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มดังกล่าว ในไตรมาส 1 ปี 2554 สัดส่วนการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทประกอบด้วย Nokia ร้อยละ 38 Samsung ร้อยละ 31 LG ร้อยละ 7 Blackberry ร้อยละ 14 และ iPhone ร้อยละ 4 ทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับกลุ่มดังกล่าวไม่มากนัก และอาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถหาสินค้ามาขายทดแทนได้หากบริษัทมีข้อขัดแย้งกับกลุ่มดังกล่าว

ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันในธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนักและมีโครงสร้างการดำเนินธุรกิจไม่ซับซ้อน ซึ่งผู้ที่เข้ามาแข่งขันอาจเป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ให้บริการเครือข่าย หรือ ผู้ให้เช่าพื้นที่ค้าปลีก เป็นต้น ทำให้บริษัทเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่สูงและอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ

ความเสี่ยงจากการเกิดความเสียหายจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน บริษัทประกอบธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งจำเป็นต้องมีการกระจายสินค้าไปตามสาขาในพื้นที่ต่างๆ ประกอบกับตัวสินค้ามีมูลค่าพอสมควร เคลื่อนย้ายสะดวกและเป็นที่ต้องการโดยทั่วไป จากลักษณะดังกล่าว บริษัทอาจเผชิญความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน เช่น พนักงานขายประจำสาขา และพนักงานเก็บสินค้า เป็นต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลประกอบการของบริษัทซึ่งตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา บริษัทไม่มีความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตพนักงานเลย คงมีแต่ความเสียหายเล็กน้อยที่เกิดจากการผิดพลาดในการขาย ซึ่งบริษัทก็ได้เรียกเก็บค่าเสียหายดังกล่าวจากพนักงานที่ปฏิบัติผิดพลาดซึ่งเป็นไปตามข้อตกลง นอกจากนี้บริษัทได้มีการทำประกันความซื่อสัตย์ของพนักงาน ซึ่งหากบริษัทได้รับความเสียหายจากการทุจริตของพนักงาน ก็จะได้รับสินไหมทดแทนจากบริษัทประกัน

ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงเจ้าของพื้นที่ และความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญา บริษัทดำเนินธุรกิจในการบริหารพื้นที่เช่าในรูปแบบการบริหารพื้นที่เฉพาะส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีในนาม IT Junction โดยบริษัทจะเช่าช่วงมาจากห้างสรรพสินค้าและโมเดิร์นเทรด เช่น บิ๊กซี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสัญญาเช่าพื้นที่ระยะสั้นระหว่าง 1-3 ปี ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่อสัญญาหรือถูกเรียกปรับค่าเช่าเพิ่มขึ้น หากสัญญาดังกล่าวสิ้นสุดลง

ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจบริการติดตามเร่งรัดหนี้สิน

ความเสี่ยงจากการฟ้องร้องดำเนินคดีอันเกิดจากการติดตามหนี้ บริษัทมีความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องดำเนินคดีจากลูกหนี้ อันเป็นผลจากการติดตามเร่งรัดหนี้ของบริษัทซึ่งอาจทำให้เกิดข้อขัดแย้งกับลูกหนี้ที่ถูกติดตามหนี้

ความเสี่ยงจากการดำเนินงานที่อาจก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อสังคม บริษัทดำเนินธุรกิจติดตามเร่งรัดหนี้สิน ทำให้ในการเจรจากับลูกหนี้ อาจมีการโต้แย้งหรือสร้างความไม่พึงพอใจกับผู้ที่ถูกติดตามหนี้สิน ประกอบกับการที่มีผู้เร่งรัดหนี้สินบางรายในกลุ่มอุตสาหกรรมกระทำการเร่งรัดหนี้สินในแนวทางที่ไม่เหมาะสม เช่น ใช้คำไม่สุภาพ ติดตามหนี้ในลักษณะที่สร้างความรำคาญและก่อกวน จนถึงขั้นทำการข่มขู่ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจะถูกกล่าวหาหรือถูกจัดรวมว่ามีการดำเนินธุรกิจไม่เหมาะสมจนอาจเสื่อมเสียถึงภาพลักษณ์ของบริษัท

ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ

ความเสี่ยงจากการลงทุนซื้อหนี้ด้วยคุณภาพมาบริหาร บริษัทดำเนินธุรกิจในการซื้อหนี้ด้วยคุณภาพจากบริษัทเช่าซื้อ บริษัทเงินทุน และธนาคาร มาดำเนินการจัดเก็บหนี้และติดตามด้วยตนเอง โดยบริษัทจะลงทุนซื้อหนี้ด้วยคุณภาพดังกล่าวโดยพิจารณาจากคุณภาพของมูลหนี้แต่ละชนิด ระยะเวลาที่ค้างชำระ และลักษณะลูกหนี้ ปัจจุบันบริษัทมีการซื้อหนี้จากบริษัทเช่าซื้อ และซื้อหนี้จากสถาบันการเงินรวม 31 สัญญา ทั้งนี้ บริษัทอาจเผชิญความเสี่ยงจากการที่บริษัทไม่สามารถจะเก็บหนี้ได้ตามเป้าหมาย และประสบปัญหาขาดทุนจากการดำเนินงานดังกล่าว

ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากการดำเนินงานโดยมีอัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิต่ำ ผลประกอบการของบริษัทโดยรวมมีอัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิที่ต่ำ โดยในปี 2551 – ไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 12.3 – 14.5 อัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 1.75 - 1.91 ตามลำดับ หากบริษัทเผชิญกับความผันผวนทั้งทางด้านธุรกิจ เช่น การปรับลดราคาของสินค้า หรือได้รับคำสั่งเสริมการขายน้อยลง ก็อาจทำให้บริษัทมีผลประกอบการขาดทุนทันที

ความเสี่ยงสำหรับผู้ลงทุน

ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ถือหุ้นในบริษัท มากกว่าร้อยละ 50 บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้แก่ กลุ่มของนายอดิศักดิ์ สุขุมวิทยาและนางสาวยุวดี พงษ์อัชฌา ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 67.6 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดก่อนการกระจายหุ้นเพิ่มทุน อย่างไรก็ตามภายหลังจากที่บริษัทเพิ่มทุนและกระจายหุ้นให้กับประชาชน ประมาณร้อยละ 15.0 สัดส่วนของกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ดังกล่าวจะลดลงเหลือประมาณร้อยละ 58.8 ของทุนชำระแล้วทั้งหมด ซึ่งยังคงสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการบริษัท หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบริษัท กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัท จึงมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลหรือตรวจสอบเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาได้

ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินการ

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

ในช่วง 2551-2553 บริษัทมีรายได้ลดลงจาก 5,534 ล้านบาท ในปี 2551 เป็น 5,330 ล้านบาทในปี 2553 อัตราการเติบโตเฉลี่ยลดลง (CAGR) ร้อยละ 1.9 เปรียบเทียบกับกลุ่มบริษัทจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์¹ ที่มีรายได้รวมลดลงคิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยลดลงร้อยละ 13 ในระหว่างปี 2551-2553 ปัจจัยหลักที่ทำให้รายได้รวมปรับตัวลดลงเนื่องจากภาวะการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรม รายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริม และสินค้าเทคโนโลยี (“ธุรกิจจัดจำหน่ายฯ”) ซึ่งเป็นรายได้หลักของบริษัทที่ร้อยละ 92.39 มีอัตราการเติบโตลดลงเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 3.37 เนื่องจากราคาขายเฉลี่ยต่อเครื่องลดลงอย่างต่อเนื่องตามการแข่งขันที่สูงขึ้น รายได้จากธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.7 ของรายได้รวมของบริษัท มีอัตราการเติบโตระหว่างปี 2551-2553 เฉลี่ยร้อยละ 23.6 เนื่องจากบริษัทมีปริมาณพื้นที่เช่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับธุรกิจติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ (“ธุรกิจติดตามเร่งรัดหนี้”) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.8 ของรายได้รวม มีอัตราการเติบโตระหว่างปี 2551-2553 เฉลี่ยร้อยละ 34.2 เนื่องจาก บริษัทมีการลงทุนประมูลซื้อหนี้ได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้มาโดยตลอด

บริษัทมีกำไรสุทธิลดลงเล็กน้อยจาก 97.1 ล้านบาทในปี 2551 เป็น 95.0 ล้านบาทในปี 2553 หรือคิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยลดลงต่อปี (CAGR) ร้อยละ 1.1 เนื่องจากรายได้จากการจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ปรับตัวลดลง อีกทั้งบริษัทอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่สูงขึ้นเนื่องจากบริษัทมีการโฆษณาทางโทรทัศน์ แต่อย่างไรก็ผลประกอบการธุรกิจติดตามหนี้ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง

¹ กลุ่มบริษัทจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ประกอบด้วย SIM, BLISS, TWZ และ MLINK

สำหรับในไตรมาสที่ 1 ปี 2554 บริษัทมีรายได้ 1,329 ล้านบาท ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2553 เท่ากับ 1,340 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากบริษัทได้เลื่อนการจัดงาน Bangkok Mobile เพราะสถานที่จัดงานเดิม (เซ็นทรัล ลาดพร้าว) ได้ปิดปรับปรุงชั่วคราว บริษัทจึงได้ย้ายสถานที่จัดงานไปยัง เดอะมอลล์ บางกะปิ ในช่วงไตรมาส 3 ปี 2554

ในไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีกำไรสุทธิ 25.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 23.3 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทมีการบริหารจัดการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่มีประสิทธิภาพ

ธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมและสินค้าเทคโนโลยี

รายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ปรับตัวลดลงเล็กน้อย โดยในปี 2552 มีรายได้ 3,796 ล้านบาท ลดร้อยละ 2.0 จากปี 2551 ในขณะที่มียอดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นเป็น 854,497 เครื่อง หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 ในขณะที่แนวโน้มราคาขายต่อเครื่องปรับตัวลดลงร้อยละ 5.7 ซึ่งมากกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของปริมาณการจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท

ในปี 2553 มีรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับ 3,900 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 2.7 จากปี 2552 ซึ่งเป็นผลมาจากยอดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น เป็น 955,913 เครื่อง หรือปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9 เมื่อเทียบกับปี 2552 ในขณะที่ราคาขายเฉลี่ยต่อเครื่องปรับตัวลดลงตามภาวะอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ร้อยละ 8

อย่างไรก็ดี จากแนวโน้มราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีแนวโน้มลดต่ำลง ทำให้บริษัทจึงเน้นไปในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดและการขยายสาขาเพื่อชดเชยรายได้ที่ลดลงจากราคาขายเฉลี่ยที่ต่ำลงและรักษาการเติบโตของปริมาณขายซึ่งเป็นแนวโน้มที่บริษัทจะดำเนินการต่อไปในอนาคต อีกทั้งมุ่งเน้นจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคและมีราคาเฉลี่ยต่อเครื่องที่สูง

สำหรับไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับ 965 ล้านบาท ปรับตัวลดลงร้อยละ 3.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากในช่วงไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทได้เลื่อนการจัดงาน Bangkok Mobile เพราะสถานที่จัดงานเดิม (เซ็นทรัล ลาดพร้าว) ได้ปิดปรับปรุงชั่วคราว บริษัทจึงได้ย้ายสถานที่จัดงานไปยัง เดอะมอลล์ บางกะปิ ในช่วงไตรมาส 3 ปี 2554

ตารางแสดงสัดส่วนและอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากการขายฯ แยกตามผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี 2551-2553

หน่วย: บาท

ผลิตภัณฑ์	2551	2552	2553	ไตรมาส1 2553	ไตรมาส1 2554	CAGR 2551-2553
โทรศัพท์เคลื่อนที่	3,868,638,010	3,795,768,200	3,899,522,491	996,825,077	964,859,286	0.42%
ชุดซิมส์การ์ด/บัตรเติมเงิน และ E-Refill	869,287,631	707,360,183	717,841,757	174,745,761	167,728,940	-9.13%
อุปกรณ์เสริม	267,191,280	127,487,012	119,784,646	34,439,739	28,353,774	-33.04%
สินค้าอื่นๆ	49,816,967	27,959,676	9,272,894	2,538,196	705,311	-61.13%
รวม	5,054,933,888	4,658,575,071	4,746,421,788	1,208,548,773	1,158,647,311	-3.10%

ตารางแสดงจำนวนและราคาขายเฉลี่ยของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่

หน่วย: บาท

รายการ	2551	2552	2553	ไตรมาส1 2553	ไตรมาส1 2554	CAGR 2551-2553
โทรศัพท์เคลื่อนที่	3,868,638,010	3,795,768,200	3,899,522,491	996,825,077	964,859,286	0.40%
จำนวนเครื่องที่ขาย (เครื่อง)	821,131	854,497	955,913	228,295	227,323	7.90%
ราคาขายเฉลี่ย (บาทต่อเครื่อง)	4,711	4,442	4,079	4,366	4,244	-6.95%

ธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีก

ในปี 2552 บริษัทมีรายได้จากการบริหารพื้นที่ค้าปลีก จำนวน 172 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.3 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ร้อยละ 44 ซึ่งเป็นผลจากการที่ในเดือน เมษายน 2552 บริษัทได้ตกลงทำสัญญาเช่าพื้นที่กับบีบีซีเพื่อดำเนินการโครงการ IT Junction ทำให้จำนวนสาขา IT Junction เพิ่มจาก 6 สาขา ณ สิ้นปี 2551 เป็น 27 สาขาในปี 2552 หรือ พื้นที่ ที่บริหารเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 100 จาก 4,702 ตรม. เป็น 9,420 ตรม. อย่างไรก็ตามจากการเข้ารับพื้นที่ใหม่ขนาดใหญ่กว่าเดิมเกือบ 1 เท่าส่งผลให้อัตราราคาเช่าต่อเดือนเฉลี่ยลดลงเล็กน้อย สำหรับปี 2553 บริษัทมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นเป็น 195.89 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทมีการจัดการบริหารพื้นที่ ที่ได้รับมาใหม่และพื้นที่เดิมได้ดีขึ้นทำให้อัตราราคาเช่าต่อเดือนเพิ่มสูงขึ้นจาก 1,413 บาท/ตรม. เป็น 1,624 บาท/ตรม.

สำหรับไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นจาก ช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการขยายสาขาจากเดิม 26 สาขา เป็น 28 สาขา อีกทั้งบริษัทมีการบริหารจัดการที่ดีจึงส่งผลให้ มีอัตราราคาเช่า (Occupancy Rate) เพิ่มสูงขึ้น และ ทำให้บริษัทสามารถปรับอัตราราคาเช่าเพิ่มขึ้นได้

ตารางแสดงรายละเอียดพื้นที่บริหารในส่วน IT Junction

รายการ	2551	2552	2553	ไตรมาส 1 2553	ไตรมาส 1 2554	CAGR 2551-2553
จำนวนสาขา (แห่ง)	6	27	28	26	28	n/a
รายได้บริหารพื้นที่ IT Junction	111.20	161	195.89	47.59	54.20	32.73%
จำนวนพื้นที่ (ตารางเมตร)	4,702	9,420	10,053	9,464	9,574	46.22%
อัตราราคาเช่า (บาทต่อตารางเมตรต่อ)	1,971	1,413	1,624	1,676	1,887	-9.23%

ธุรกิจติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้ด้อยคุณภาพ

ส่วนให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้

ปี 2552 บริษัทมีรายได้จากธุรกิจติดตามเร่งรัดหนี้ 80 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2551 ร้อยละ 5.26 โดยมีสาเหตุหลักจากมูลหนี้ที่ติดตามเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 16.71 จาก 9,568 ล้านบาท เป็น 11,167 ล้านบาท ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของ Commission Rate จากร้อยละ 19.28 ในปี 2551 เป็น ร้อยละ 21.97 ในปี 2552 ถึงแม้ว่า Success Rate จะลดลงเล็กน้อยจาก ร้อยละ 4.10 ในปี 2551 เหลือ ร้อยละ 3.27 ในปี 2552

สำหรับปี 2553 บริษัทมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 25.00 เพิ่มจาก 80 ล้านบาทเป็น 100 ล้านบาท เนื่องจาก บริษัทสามารถติดตามหนี้ได้เพิ่มสูงขึ้นโดยมี Success Rate เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.27 เป็น ร้อยละ 4.94 ถึงแม้ว่าจะมีมูลหนี้ที่ติดตามลดลงจากปี 2553 เหลือ 9,256 ล้านบาท

สำหรับไตรมาส 1 ปี 2554 รายได้จากการให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้ เท่ากับ 25 ล้านบาท ปรับตัวลดลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมูลหนี้ที่ติดตาม และอัตราราคาคอมมิชชั่นเฉลี่ยปรับลดลงเล็กน้อย

ตารางแสดงรายละเอียดการให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้

รายการ	2551	2552	2553	ไตรมาส 1 2553	ไตรมาส 1 2554	CAGR 2551-2553
มูลหนี้ที่ติดตามระหว่างปี (ล้านบาท)	9,568	11,167	9,256	10,272	8,396	1.64%
Success Rate (ต่อปี)	4.10%	3.27%	4.94%	3.94%	4.51%	N/A
มูลหนี้ที่ติดตามได้	393	365	457	101	101	7.84%
Average Commission Rate	19.28%	21.97%	21.93%	27.69%	24.84%	6.65%
รายได้จากการติดตามเร่งรัดหนี้ (ล้านบาท)	76	80	100	28	25	14.71%

ส่วนบริหารหนี้ต่อคุณภาพ :

ตั้งแต่ปี 2549 ถึง 31 มีนาคม 2554 เจเอ็มที่ได้ประมวลซื้อหนี้เพื่อบริหารและติดตามจัดเก็บหนี้รวมจำนวน 31 สัญญา ซึ่งมีมูลค่าเต็มทั้งสิ้น 12,737 ล้านบาท โดยมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 645 ล้านบาท โดยเจเอ็มที่จะไม่สามารถรับรู้รายได้จากเงินสดทั้งหมดที่ติดตามได้ แต่รับรู้เพียงบางส่วนตามอัตราความสำเร็จที่คาดว่าจะได้รับในเบื้องต้นเท่านั้น สำหรับส่วนที่เหลือจะนำไปตัดเงินลงทุนในลูกหนี้ต่อคุณภาพ ส่งผลให้ ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทมีเงินลงทุนสุทธิเท่ากับ 430 ล้านบาท

รายการ	2551	2552	2553	ไตรมาส 1 2553	ไตรมาส 1 2554	CAGR 2551-2553
มูลค่าเต็มจำนวน (ล้านบาท)	2,101	3,758	4,137	4,223	12,135	40%
Success Rate (ต่อปี)	1.86%	2.16%	3.70%	2.84%	4.15%	n./a.
มูลค่าที่ติดตามได้	39	81	153	30	126	99%
รายได้จากบริการติดตามเร่รัดหนี้ (ล้านบาท)	23	54	74	17	59	78%
ส่วนที่นำไปตัดเงินลงทุน (ล้านบาท)	15	27	82	13	73	132%

ในปี 2551 บริษัทสามารถจัดเก็บมูลค่าหนี้ต่อคุณภาพได้จำนวน 39 ล้านบาท คิดเป็น Success Rate ร้อยละ 1.86 เนื่องจากบริษัทอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการติดตามหนี้สิน และ ในปี 2552 บริษัทมีการลงทุนในลูกหนี้เพิ่มมากขึ้นจำนวน 49 ล้านบาททำให้บริษัทมีมูลค่าหนี้เต็มจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเป็น 3,758 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 79 ประกอบกับบริษัทสามารถติดตามหนี้สินต่อคุณภาพได้เพิ่มสูงขึ้นโดยมี Success Rate เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 2.16 จึงส่งผลให้บริษัทสามารถรับรู้รายได้เพิ่มสูงขึ้นเป็น 54 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 135

สำหรับปี 2553 บริษัทลงทุนในหนี้ต่อคุณภาพเพิ่มเติมจำนวน 74 ล้านบาท และส่งผลให้บริษัทมีมูลค่าหนี้เต็มจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 4,137 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และด้วย Success Rate ที่เพิ่มสูงขึ้นเป็น ร้อยละ 3.70 จึงส่งผลให้บริษัทรับรู้รายได้เพิ่มขึ้นเป็น 74 ล้านบาท

สำหรับไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 59 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ของปี 2553 กว่าร้อยละ 247 เนื่องจาก Success Rate ที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 4.15 จากร้อยละ 2.84 ประกอบกับมูลค่าหนี้จำนวนเต็มที่เพิ่มสูงขึ้นจาก 4,223 ล้านบาท เป็น 12,135 ล้านบาท เนื่องจากในไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทลงทุนเพิ่มเติมจำนวน 345 ล้านบาท

กำไรจากการดำเนินงานและกำไรสุทธิ

ในปี 2553 บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานเท่ากับ 138 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากปี 2552 ที่เท่ากับ 159 ล้านบาท โดยมีสาเหตุจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจากความไม่สงบทางการเมือง อีกทั้งอัตราการแข่งขันของโทรศัพท์ House Brand ที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้บริษัทไม่สามารถขายสินค้าตามราคาที่ต้องการได้ รวมถึงบริษัทมีการลดปริมาณสินค้าคงเหลือ ทำให้บริษัทต้องขายสินค้าในราคาต่ำกว่าทุนในบางรุ่น

สำหรับไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากบริษัทมีการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ดีขึ้น อีกทั้งบริษัทรับรู้รายได้เพิ่มสูงขึ้นจากธุรกิจบริหารหนี้ต่อคุณภาพซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงประมาณร้อยละ 39

ในปี 2552 บริษัทมีกำไรสุทธิลดลงจาก 97 ล้านบาทในปี 2551 เป็น 90 ล้านบาท เป็นผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโดยทั่วไป ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจจัดจำหน่าย ซึ่งถือเป็นธุรกิจหลักของบริษัท แต่ในขณะที่ธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีกและธุรกิจติดตามเร่รัดหนี้มีผลประกอบการดีขึ้น อย่างไรก็ตามกำไรสุทธิในปี 2553 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 95 ล้านบาท เนื่องจากกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเนื่องจากการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สภาพคล่อง

ในปี 2551 บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนน้อยกว่าหนี้สินหมุนเวียน โดยมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.92 เท่า ซึ่งต่ำกว่ามาตรฐาน สาเหตุหลักมาจากบริษัทมีการกู้เงินระยะสั้นมากถึง 778 ล้านบาท ซึ่งหากพิจารณาในเบื้องต้นพบว่าบริษัทมีความเสี่ยงทางการเงินจากการ Mismatch Funding อย่างไรก็ตามหากพิจารณาสินทรัพย์ของบริษัทประเภทเงินฝากที่มีชื่อจำกัด ซึ่งบริษัทใช้เป็นหลักประกันสำหรับวงเงินกู้ระยะสั้น ซึ่งภายใต้มาตรฐานบัญชีจัดเป็นสินทรัพย์ระยะยาว หากแต่การดำรงอยู่ของสินทรัพย์ดังกล่าวเป็นเพียงเงินประกันสำหรับการกู้เงินระยะสั้น หากไม่มีเงินกู้ระยะสั้นก็ไม่มีสินทรัพย์ดังกล่าว ในด้านการวิเคราะห์จึงควรปรับรายการดังกล่าวโดยนับรวมเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนเพื่อให้สะท้อนสภาพคล่องที่แท้จริง จากการปรับรายการดังกล่าวแล้วพบว่าอัตราส่วนสภาพคล่องในปี 2551 เท่ากับ 1.21 เท่า ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

สำหรับปี 2552-2553 บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน โดยมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 1.19 เท่า และ 1.29 เท่า ตามลำดับ ซึ่งพิจารณาในเบื้องต้นพบว่าบริษัทมีสภาพคล่องในระดับมาตรฐาน บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนเพียงพอที่จะชำระหนี้สินหมุนเวียนที่เกิดขึ้นได้ นอกจากนี้หากพิจารณาสินทรัพย์ประเภทเงินฝากที่มีชื่อจำกัดในการใช้ ซึ่งเป็นเงินฝากเพื่อเป็นหลักประกันเงินกู้ระยะสั้นจำนวน 103.2 ล้านบาทในปี 2552 และ จำนวน 18.1 ล้านบาทในปี 2553 พบว่าบริษัทมีสภาพคล่องอยู่ในช่วง 1.28-1.31 เท่า ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง สำหรับอัตราส่วนสภาพคล่อง ณ ไตรมาส 1 ปี 2554 เท่ากับ 1.03 เท่า

สำหรับอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (Quick Ratio) ในปี 2551 -2553 เท่ากับ 0.18 เท่า 0.21 เท่า และ 0.31 เท่า ตามลำดับ ซึ่งหากพิจารณาภายหลังการปรับปรุงเงินฝากที่มีชื่อจำกัดจะมีค่าระหว่าง 0.30 – 0.48 เท่า ปัจจัยหลักที่ทำให้อัตราส่วนดังกล่าวมีค่าต่ำกว่า 1 เท่า เนื่องจากบริษัทดำเนินการจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงจำเป็นต้องมีสินค้าคงคลังเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็วเทียบกับอุตสาหกรรมในช่วงปี 2551- 2553 ที่อยู่ในช่วงระหว่าง 0.49 - 0.53 เท่า ซึ่งสูงกว่าค่าของบริษัทเล็กน้อย สำหรับอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็วในไตรมาส 1 ปี 2554 มีค่าอยู่เท่ากับ 0.24 เท่า

ความสามารถในการชำระหนี้

ในปี 2551 อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อกำไรก่อนหักภาษี ดอกเบี้ยและค่าเสื่อมราคา (Net Debt/EBITDA) มีค่าอยู่ที่ระดับ 2.3 เท่า ในขณะที่ในปี 2552 ปรับตัวสูงขึ้นเป็น 3.6 เท่า เนื่องจากบริษัทมีการกู้ยืมระยะสั้นเพื่อสำรองสินค้าคงเหลือ ณ สิ้นปี จำนวนมาก และ ปี 2553 Net Debt/EBITDA ลดลงเหลือ 3.1 เท่า เนื่องจากบริษัทคืนเงินกู้ยืมโดยลดปริมาณการสำรองสินค้าคงเหลือ สำหรับไตรมาส 1 ปี 2554 อัตราส่วน Net Debt/EBITDA สูงขึ้นเล็กน้อยเนื่องจากไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีการลงทุนในหนี้สินด้วยคุณภาพ และ ซื้อที่ดินเพื่อก่อสร้างเป็นอาคารสำนักงาน

บริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้ที่อยู่ในเกณฑ์ดีในช่วงปี 2551 โดยมีอัตราส่วน EBIT/ มีค่าอยู่ที่ระดับ 5 เท่า ในขณะที่ปี 2552 ความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากปี 2551 มาอยู่ที่ระดับ 4.4 เท่า เนื่องจากรายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายลดลง อย่างไรก็ตามในปี 2553 ความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทพลิกกลับมาอยู่ที่ระดับ 6.2 เท่า ซึ่งเป็นผลจากอัตราดอกเบี้ยและจำนวนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยลดลง สำหรับไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีความสามารถในการชำระดอกเบี้ยอยู่ในเกณฑ์ดีเทียบเท่ากับปี 2553

ฐานะทางการเงิน

ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 1,600 ล้านบาท โดยสินทรัพย์ส่วนใหญ่ประกอบด้วย สินค้าคงเหลือจำนวน 441 ล้านบาท เงินลงทุนในลูกหนี้ จำนวน 429 ล้านบาท ลูกหนี้การค้า จำนวน 178 ล้านบาท รายได้ค้างรับจำนวน 179 ล้านบาท และ อาคารและอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานสุทธิจำนวน 152 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้าและค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ

บริษัทมีลูกหนี้การค้าสุทธิรวม เท่ากับ 178 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11 ของสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้การค้าที่เกิดจากการค้าขายปกติ ได้แก่ ลูกหนี้จากการขายสินค้า ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายให้ลูกค้าชำระเงินสดเป็นส่วนใหญ่ เว้นแต่ลูกค้าที่มีการซื้อขายกันมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน บริษัทจะให้เครดิตการค้าไม่เกิน 30 วัน บริษัทตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญโดยประมาณการหนี้สูญที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บเงินจากลูกหนี้ไม่ได้โดยพิจารณาจากประสบการณ์ในการเก็บหนี้และสถานะปัจจุบันของลูกหนี้ค้าง โดยมีการประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ

สินค้าคงเหลือ สินค้าคงเหลือของบริษัทประกอบด้วย โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริม บัตรเติมเงินและสินค้าเทคโนโลยีอื่นๆ ณ ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทมีสินค้าคงเหลือจำนวน 441 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 ของสินทรัพย์รวม รายการดังกล่าวมีจำนวนมากเนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจเป็นทั้งตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์และผู้ค้าปลีกรายใหญ่ ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องเก็บสินค้าในปริมาณที่เพียงพอแก่การจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม นับได้ว่าบริษัทมีการบริหารสินค้าคงคลังที่ดีจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการวางแผนการตลาดที่ดี มีการให้ความสำคัญกับการจัดการสินค้าคงเหลือให้อยู่ในระดับเหมาะสมเพื่อลดความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้า โดย ณ 31 มีนาคม 2554 นั้น บริษัทมีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย 35 วันซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อาคารและอุปกรณ์ ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทมีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 152 ล้านบาท ประกอบด้วย ส่วนปรับปรุงอาคาร ค่าตกแต่งสำนักงาน เครื่องใช้สำนักงาน และยานพาหนะเป็นหลัก

เงินฝากธนาคารที่มีข้อจำกัดการใช้ ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีเงินฝากประจำที่วางไว้กับธนาคารเพื่อเป็นหลักประกันการกู้ยืมจากธนาคารเป็นจำนวนเงิน 5 ล้านบาท

เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเป็นจำนวน 622 ล้านบาท ลดลงจาก ณ 31 ธันวาคม 2553 ที่เท่ากับ 576 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 31 มีนาคม 2554 บริษัทมีส่วนผู้ถือหุ้นเป็นจำนวน 630 ล้านบาท ประกอบด้วย ทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว 300 ล้าน มีกำไรสะสมรวมทั้งสิ้น 277 ล้านบาท อนึ่ง เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2553 บริษัทมีมติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากผลประกอบการรอบครึ่งปีแรกของปี 2553 ในอัตราหุ้นละ 0.06 บาท รวมเป็นเงิน 18 ล้านบาท และในที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ครั้งที่ 1 ปี 2554 เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2554 มีมติให้จ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการในรอบครึ่งปีหลังของปี 2553 ในอัตราหุ้นละ 0.18 บาท รวมเป็นเงิน 54 ล้านบาท รวมบริษัทจ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการปี 2553 รวม 72 ล้านบาท หรือในอัตราหุ้นละ 0.24

กำไรสุทธิต่อหุ้น (Fully Diluted) ในปี 2553 บริษัทมีกำไรสุทธิต่อหุ้นเท่ากับ 0.32 บาทต่อหุ้น สำหรับไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีกำไรสุทธิต่อหุ้นเท่ากับ 0.08 บาทต่อหุ้น และมีกำไรสุทธิต่อหุ้นปรับลดเท่ากับ 0.06 บาทต่อหุ้น ซึ่งคำนวณจากหุ้นสามัญหลังเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 345 ล้านหุ้น และหุ้นสามัญหลังจากมีการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 69 ล้านหุ้น

มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (Fully Diluted) สำหรับ ไตรมาส 1 ปี 2554 บริษัทมีมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นเท่ากับ 2.1 บาทต่อหุ้น และมีมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นปรับลดเท่ากับ 1.83 บาทต่อหุ้น ซึ่งคำนวณจากจำนวนหุ้นสามัญ 345 ล้านหุ้น และหุ้นสามัญหลังจากมีการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 69 ล้านหุ้น

การเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทครั้งนี้ ประกอบด้วย การเสนอขายต่อประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อหนี้ด้อยคุณภาพมาบริหารและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ

(ผู้ลงทุนควรอ่านรายละเอียดข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ก่อนการตัดสินใจลงทุน)