

## ส่วนที่ 1

### ข้อมูลสรุป

บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) ("บริษัท" หรือ "เจมาร์ท") ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2531 โดยกลุ่มคุณอดิศักดิ์ สุขุมวิทยา และคุณยุวดี พงษ์อัมมา ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่และผู้บริหารหลักของบริษัท ณ วันที่ 30 กันยายน 2554 มีสัดส่วนการถือหุ้นรวมร้อยละ 67.6 และจะมีสัดส่วนการถือหุ้นหลังจากขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับประชาชนที่ร้อยละ 58.8 บริษัทมีบริษัทย่อย 2 บริษัท ซึ่งบริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 ได้แก่ บริษัท เจเอเอส แอสเซ็ท จำกัด ("เจเอเอส") และ บริษัท เจ เอ็ม ที เน็ทเวอร์ค เซอร์วิส เซ็ส จำกัด ("เจเอ็มที")

ปัจจุบัน บริษัทประกอบธุรกิจ 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ 1) ธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมและสินค้าเทคโนโลยี ของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่หลักทุกรายและผู้ให้บริการเครือข่ายทุกระบบ ทั้งในลักษณะค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งมีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91 ของรายได้รวมของบริษัทปี 2554 2) ธุรกิจบริหารพื้นที่สำหรับพื้นที่ค้าปลีก โทรศัพท์เคลื่อนที่และพื้นที่ค้าปลีกทั่วไป มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 ของรายได้รวมของบริษัทปี 2554 และ 3) ธุรกิจบริการติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ รวมถึงการฟ้องสิบททรัพย์ บังคับคดี ทั่วประเทศไทย ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทย่อยของบริษัท มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5 ของรายได้รวมของบริษัทปี 2554

รายละเอียดของธุรกิจหลักได้แก่

ธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่อุปกรณ์เสริมและสินค้าเทคโนโลยี: บริษัทเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นทุกระบบ สินค้าของบริษัท ได้แก่ เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซูดซิมการ์ด และบัตรเติมเงิน รวมทั้งอุปกรณ์เสริมต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทยังมีรายได้จากการให้บริการ Pay Point และ Drop Point เพื่อหาประโยชน์จากการใช้พื้นที่ร้านค้าให้มากที่สุด โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีสาขารวม 201 สาขา

สำหรับรายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบด้วยรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณร้อยละ 81-84 รายได้จากการขายบัตรเติมเงินและซูดซิมการ์ดร้อยละ 13-15 และรายได้จากการขายอุปกรณ์เสริมร้อยละ 2-3 (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ)

ปัจจุบัน บริษัทเน้นการจำหน่ายสินค้าใน 5 แปรนด์หลัก ได้แก่ Nokia, Samsung, Blackberry, iPhone และ LG โดยร้านค้าปลีกของบริษัทมีการวางจำหน่ายสินค้าแบรนด์หลักครบทุกรุ่นมากที่สุดเทียบกับร้านค้าอื่นในประเทศ ในปี 2554 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5 แปรนด์หลักร้อยละ 95 ของรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่รวม และหากพิจารณาตามประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทจำหน่ายโทรศัพท์ Feature Phone คิดเป็นร้อยละ 29 โทรศัพท์ Smart Phone ร้อยละ 61 Tablet ประมาณร้อยละ 8 และ House Brand ร้อยละ 2 (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ)

บริษัทจะสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรงหรือจากผู้แทนจำหน่าย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละราย และความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่รายนั้นๆ โดยปี 2554 บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าในประเทศร้อยละ 99 และมีการนำสินค้าเข้าโดยตรงที่ร้อยละ 1 (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.1.2 การสรรหาผลิตภัณฑ์และบริการ)

บริษัทขายสินค้าในประเทศเป็นหลัก โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในลักษณะการค้าส่งและค้าปลีก ในของปี 2554 บริษัทมีรายได้จากการขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบค้าปลีกมากกว่าร้อยละ 73 และมีรายได้จากการขายผ่านช่องทางการค้าส่งที่ร้อยละ 27

บริษัทมีช่องทางค้าปลีกที่สำคัญที่สุดคือการขายผ่านร้านค้า (Shop) ร้านค้าย่อย (Kiosk) และ ร้านค้าฝากขาย (GP Shop) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีสาขาในรูปแบบของร้านค้าปลีกจำนวน 112 สาขา ร้านค้าย่อยจำนวน 15

ร้านค้าปลีกขายจำนวน 74 สาขา นอกจากนี้บริษัทยังมีการค้าปลีกผ่านอินเทอร์เน็ต ผ่าน Exhibition และผ่านบัตรสมาชิก (Member Card) (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย)

ในการเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้า บริษัทจะได้รับการสนับสนุนในด้านการตลาดจากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ในหลายรูปแบบดังนี้

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

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

บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยขยายส่วนแบ่งการตลาดในตลาดค้าปลีกเพื่อก้าวเป็นผู้นำในธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมและสินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีเป้าหมายที่จะขยายส่วนแบ่งการตลาด ปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านให้มีความทันสมัยมากขึ้นและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น โดยการเพิ่มประสิทธิภาพและจำนวนของช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เพิ่มขึ้นโดยมีเป้าหมายที่จะขยายสาขาเพิ่มเติม โดยเน้นขยายสาขาในส่วน Modern Trade และสาขาที่ขยายตาม IT Junction เป็นหลัก (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 2.4 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ)

**ธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีก:** บริษัทดำเนินธุรกิจการบริหารพื้นที่เช่าค้าปลีกของห้างสรรพสินค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีภายใต้ชื่อ IT Junction (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมี IT Junction จำนวนทั้งสิ้น 27 สาขา ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ ต่างจังหวัด โดยบริษัททำสัญญาเช่าพื้นที่กับผู้บริหารพื้นที่หลักหรือห้างสรรพสินค้าหลายราย ได้แก่ บิ๊กซี เซ็นทรัล และบีทีเอส

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

บริษัทมีเป้าหมายที่จะขยายสาขาสำหรับพื้นที่ค้าปลีก ในรูปแบบ IT Junction โดยจะพิจารณาผลตอบแทนจากการลงทุนและแผนการตลาดให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยเน้นพื้นที่ในกลุ่มห้างสรรพสินค้า ดิสเคาท์สโตร์ และคอมมูนิตีคอมเพล็กซ์ที่มีพื้นที่ขาย แผนการตลาด และทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าของสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี โดยในเบื้องต้นมุ่งเน้นเข้าไปบริหารพื้นที่ในส่วนสินค้าไอที ของ บิ๊กซี

**ธุรกิจบริการติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ:** บริษัทดำเนินธุรกิจในการรับจ้างติดตามเร่งรัดหนี้สถาบันการเงินหรือบริษัททั่วไป และการซื้อหนี้ด้วยคุณภาพจากสถาบันการเงินเพื่อมาบริหารและติดตามเร่งรัดชำระหนี้

- ส่วนการให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้

บริษัทเป็นผู้ให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้ในส่วนหนี้สินภาคผู้บริโภค (Consumer Finance) ที่มีความเชี่ยวชาญในการติดตามเร่งรัดหนี้สินจากสินเชื่อทุกประเภท ได้แก่ สินเชื่อซื้อบ้าน สินเชื่อบุคคล สินเชื่อบัตรเครดิต สินเชื่อเช่าซื้อ สินเชื่อค่าสาธารณูปโภคและค่าโทรศัพท์ และหนี้สินอื่นๆ และเป็นบริษัทที่มียอดมูลหนี้ที่ดำเนินการติดตาม (Debt Portfolio) สูงที่สุดในประเทศไทย โดยมียอดมูลหนี้ภายใต้การติดตาม ในปี 2554 จำนวน 10,140 ล้านบาท ซึ่งมีบัญชีลูกหนี้ที่ติดตามจำนวน 657,195 บัญชี

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

กลุ่มผู้ว่าจ้างที่บริษัทให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้และกลุ่มเจ้าหนี้ผู้ขายหนี้ที่เป็นคู่ค้ากับบริษัท อาจแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มธนาคารและสถาบันการเงินอื่นๆ กลุ่มบริษัทเช่าซื้อ และกลุ่มบริษัทผู้ให้บริการขายส่งสินค้าหรือขายตรง ในปี 2554 บริษัทติดตามหนี้กลุ่มธนาคารและสถาบันการเงินอื่นๆ มากที่สุดที่ร้อยละ 56 กลุ่มบริษัทเช่าซื้อที่ร้อยละ 35 และกลุ่มบริษัทผู้ให้บริการขายส่งสินค้าหรือขายตรงที่ร้อยละ 9 (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.3.1.2 การสรรหาผลิตภัณฑ์และบริการ)

บริษัทมีกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจบริการติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ ได้แก่ เน้นคุณภาพการให้บริการ การมีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ และการเสนอบริการติดตามหนี้ภายใต้แนวคิดที่ไม่เพิ่มต้นทุนกับผู้ว่าจ้าง บริษัทมีเป้าหมายที่จะรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจรับจ้างติดตามเร่งรัดหนี้สิน โดยมีแผนที่จะรักษาระดับหนี้สินที่ติดตามจำนวน 8,400 ล้านบาท

- ส่วนการบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ:

บริษัทดำเนินธุรกิจบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ โดยซื้อหนี้ด้วยคุณภาพจากสถาบันการเงินที่มีนโยบายขายหนี้ดังกล่าวและนำมาบริหารจัดการเก็บหนี้ โดยทั่วไป สถาบันการเงินจะใช้วิธีการประมูลขายหนี้ หากบริษัทเป็นผู้ชนะการประมูล บริษัทจะเข้าไปตรวจสอบรายละเอียดของมูลหนี้ เช่น สัญญาเงินกู้ อายุหนี้ และข้อมูลลูกหนี้ หากข้อมูลเป็นไปตามที่ได้ศึกษาและตกลงในช่วงก่อนประมูล บริษัทก็ดำเนินการโอนหนี้สินดังกล่าวมาเป็นสินทรัพย์ของบริษัท และจะดำเนินการติดตามเร่งรัดหนี้เพื่อให้ได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้

ปัจจุบัน บริษัทได้ประมูลซื้อหนี้เพื่อบริหารและติดตามจัดเก็บหนี้รวมจำนวน 32 สัญญาหลัก (Portfolio) โดยมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 684 ล้านบาทและ ในปี 2554 บริษัทมีเงินลงทุนในลูกหนี้คงเหลือสุทธิจำนวน 359 ล้านบาท โดยหนี้ทั้งหมด อยู่ในขั้นตอนการจัดเก็บหนี้ (รายละเอียดแสดงในส่วนที่ 2 ข้อ 3.3.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ)

จากการประกอบธุรกิจของบริษัท ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทหรือการลงทุนของผู้ลงทุน สามารถสรุปได้ดังนี้

#### ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความเสี่ยงจากการต่อค่างของสินค้าคงคลัง บริษัทต้องจัดเก็บสินค้าคงคลังในจำนวนที่เพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกในการกระจายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทได้รับแต่งตั้งเป็นผู้แทนจำหน่าย ในระหว่างปี 2552 – 2554 บริษัทจัดเก็บสินค้าคงคลังคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29 - 47 ของสินทรัพย์รวม สินค้าหลักของบริษัท ได้แก่ เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม เป็นสินค้าเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ซึ่งโดยปกติสินค้าแต่ละตัวจะมีอายุเฉลี่ยในการวางจำหน่ายหน้าร้านประมาณ 20-25 วัน ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการต่อค่างของสินค้าคงคลัง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีหรือการออกสินค้านวัตกรรมใหม่ที่ดีกว่า หรือกรณีพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป จนทำให้สินค้าคงคลังที่มีอยู่ไม่สามารถขายได้หรือมีมูลค่าลดลง

ความเสี่ยงจากการพึ่งพากลุ่มลูกค้า (Supplier) รายสำคัญ บริษัทสั่งซื้อสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่จากผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือผู้แทนจำหน่าย ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทขายเป็นของ 5 แรนด์หลัก ได้แก่ Nokia, Samsung, LG, Blackberry และ iPhone บริษัทจึงจำเป็นต้องพึ่งพาผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มดังกล่าว ในปี 2554 สัดส่วนการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทประกอบด้วย Nokia ร้อยละ 26 Samsung ร้อยละ 36 LG ร้อยละ 7 Blackberry ร้อยละ 21 และ iPhone ร้อยละ 5 ทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับกลุ่มดังกล่าวไม่มากนัก และอาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถหาสินค้ามาขายทดแทนได้หากบริษัทมีข้อขัดแย้งกับกลุ่มดังกล่าว

นอกจากนี้ ในปี 2554 บริษัทได้ทำการสั่งซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบรนด์ Nokia จากผู้จัดจำหน่ายรายหนึ่ง (จากผู้จัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ Nokia 3 ราย) จำนวนมากเกินกว่าร้อยละ 30 ซึ่งอาจพิจารณาเข้าข่ายพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าว

ความเสี่ยงจากการที่ธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันในธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนักและมีโครงสร้างการดำเนินธุรกิจไม่ซับซ้อน ซึ่งผู้ที่เข้ามาแข่งขันอาจเป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ เช่น ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ให้บริการเครือข่าย หรือ ผู้ให้เช่าพื้นที่ค้าปลีก เป็นต้น ทำให้บริษัทเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่สูงและอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ

ความเสี่ยงจากการเกิดความเสียหายจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัท ประกอบ ธุรกิจ ค้าปลีก โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งจำเป็นต้องมีการกระจายสินค้าไปตามสาขาในพื้นที่ต่างๆ ประกอบกับตัวสินค้ามีมูลค่าพอสมควร เคลื่อนย้ายสะดวกและเป็นที่ต้องการโดยทั่วไป จากลักษณะดังกล่าว บริษัทอาจเผชิญความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานระดับปฏิบัติงาน เช่น พนักงานขายประจำสาขา และพนักงานเก็บสินค้า เป็นต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลประกอบการของบริษัทซึ่งตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา บริษัทไม่มีความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตพนักงานเลย คงมีแต่ความเสียหายเล็กน้อยที่เกิดจากการผิดพลาดในการขาย ซึ่งบริษัทก็ได้เรียกเก็บค่าเสียหายดังกล่าวจากพนักงานที่ปฏิบัติผิดพลาดซึ่งเป็นไปตามข้อตกลง นอกจากนี้บริษัทได้มีการทำประกันความซื่อสัตย์ของพนักงาน ซึ่งหากบริษัทได้รับความเสียหายจากการทุจริตของพนักงาน โดยมีทุนประกัน 305 ล้านบาท ซึ่งหากบริษัทได้รับความเสียหายจากการทุจริตของพนักงาน ก็จะได้รับสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันสูงสุด 500,000 บาท ต่อสาขา

#### ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงเจ้าของพื้นที่ และความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญา บริษัทดำเนินธุรกิจในการบริหารพื้นที่เช่าใน รูปแบบการบริหารพื้นที่เฉพาะส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีในนาม IT Junction โดยบริษัทจะเช่าช่วงมาจากห้างสรรพสินค้าและโมเดิร์นเทรด เช่น บิ๊กซี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสัญญาเช่าพื้นที่ระยะสั้นระหว่าง 1-3 ปี ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่อสัญญาหรือถูกเรียก租ค่าเช่าเพิ่มขึ้น หากสัญญาดังกล่าวสิ้นสุดลง

### ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจบริการติดตามเร้งรัดหนี้สิน

ความเสี่ยงจากการฟ้องร้องดำเนินคดีอันเกิดจากการติดตามหนี้ บริษัทมีความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องดำเนินคดีจากลูกหนี้ อันเป็นผลจากการติดตามเร้งรัดหนี้ของบริษัทซึ่งอาจทำให้เกิดข้อขัดแย้งกับลูกหนี้ที่ถูกติดตามหนี้

ความเสี่ยงจากการดำเนินงานที่อาจก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อสังคม บริษัทดำเนินธุรกิจติดตามเร้งรัดหนี้สิน ทำให้ในการเจรจากับลูกหนี้อาจมีการโต้แย้งหรือสร้างความไม่พึงพอใจกับผู้ที่ถูกติดตามหนี้สิน ประกอบกับการที่มีผู้เร้งรัดหนี้สินบางรายในกลุ่มอุตสาหกรรมกระทำการเร้งรัดหนี้สินในแนวทางที่ไม่เหมาะสม เช่น ใช้คำไม่สุภาพ ติดตามหนี้ในลักษณะที่สร้างความรำคาญและก่อกวน จนถึงขั้นทำการข่มขู่ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจะถูกกล่าวหาหรือถูกจัดรวมว่ามี การดำเนินธุรกิจไม่เหมาะสมจนอาจเสื่อมเสียถึงภาพลักษณ์ของบริษัท

### ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ

ความเสี่ยงจากการลงทุนซื้อหนี้ด้วยคุณภาพมาบริหาร บริษัทดำเนินธุรกิจในการซื้อหนี้ด้วยคุณภาพจากบริษัทเช่าซื้อ บริษัทเงินทุน และธนาคาร มาดำเนินการจัดเก็บหนี้และติดตามด้วยตนเอง โดยบริษัทจะลงทุนซื้อหนี้ด้วยคุณภาพดังกล่าวโดยพิจารณาจากคุณภาพของมูลหนี้แต่ละชนิด ระยะเวลาที่ค้างชำระ และลักษณะลูกหนี้ ปัจจุบันบริษัทมีการซื้อหนี้จากบริษัทเช่าซื้อ และซื้อหนี้จากสถาบันการเงินรวม 32 สัญญา ทั้งนี้ บริษัทอาจเผชิญความเสี่ยงจากการที่บริษัทไม่สามารถจะเก็บหนี้ได้ตามเป้าหมายและประสบปัญหาขาดทุนจากการดำเนินงานดังกล่าว

### ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากดำเนินธุรกิจโดยมีอัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิต่ำ ผลประกอบการของบริษัทโดยรวมมีอัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิที่ต่ำ โดยในปี 2552 – 2554 บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 13.3 – 14.5 อัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 1.7 – 2.8 ตามลำดับ หากบริษัทเผชิญกับความผันผวนทั้งทางด้านธุรกิจ เช่น การปรับลดราคาของสินค้า หรือได้รับคำสั่งเสริมการขายน้อยลง ก็อาจทำให้บริษัทมีผลประกอบการขาดทุนทันที

### ความเสี่ยงสำหรับผู้ลงทุน

ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ถือหุ้นในบริษัท มากกว่าร้อยละ 50 บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้แก่ กลุ่มของนายอดิศักดิ์ สุขุมวิทยาและนางสาวยุวดี พงษ์อัชฌา ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 67.3 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดก่อนการกระจายหุ้นเพิ่มทุน อย่างไรก็ตามหลังจากที่บริษัทเพิ่มทุนและกระจายหุ้นให้กับประชาชน ประมาณร้อยละ 13.0 สัดส่วนของกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ดังกล่าวจะลดลงเหลือประมาณร้อยละ 58.5 ของทุนชำระแล้วทั้งหมด ซึ่งยังคงสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดตั้งกรรมการบริษัท หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัท จึงมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลหรือตรวจสอบเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาได้

### ความเสี่ยงเรื่องความผันผวนของราคาใบสำคัญแสดงสิทธิ

การที่ผู้ลงทุนเข้าซื้อหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้จะได้รับการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัท JMART-W1 จำนวน 9,000,000 หน่วย ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเพิ่มทุน 5 หุ้นต่อใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย ซึ่งการได้รับ JMART-W1 ในมูลค่า 0 บาทซึ่งขายพร้อมกับหุ้นเพิ่มทุนในคราวนี้ อาจเข้าใจว่าไม่มีความเสี่ยงด้านราคา แต่ทั้งนี้ในทางทฤษฎีจะถือว่าตราสารดังกล่าวมีมูลค่าจำนวนหนึ่ง ซึ่งการขายหุ้นเพิ่มทุนพร้อมใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งนี้เสมือนผู้ลงทุนซื้อหุ้นเพิ่มทุนส่วนหนึ่งและลงทุนในใบสำคัญแสดงสิทธิส่วนหนึ่ง จึงทำให้ผู้ลงทุนอาจมีความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาใบสำคัญแสดงสิทธิที่ขึ้นกับความเสี่ยงด้านตลาด (Market Risk) ส่วนอื่น ๆ นอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลงราคาหุ้น เช่น ความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาหุ้น (Volatility Risk) และความเสี่ยงอัตราดอกเบี้ยเป็นต้น อาจส่งผลให้มูลค่าใบสำคัญแสดงสิทธิ JMART-W1 มีมูลค่าลดลง และผู้ลงทุนอาจได้รับความเสียหายจากผลขาดทุนดังกล่าวได้

## ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน

### ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

ในช่วงปี 2552-2554 บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 5,169 ล้านบาท ในปี 2552 เป็น 6,056 ล้านบาทในปี 2554 อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 8.2 เปรียบเทียบกับกลุ่มบริษัทจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์<sup>1</sup> ที่มีรายได้รวมลดลงคิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยลดลงร้อยละ 5 ในระหว่างปี 2552-2554 ปัจจัยหลักที่ทำให้รายได้รวมปรับตัวเพิ่มขึ้น รายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริม และสินค้าเทคโนโลยี (“ธุรกิจจัดจำหน่าย”) ซึ่งเป็นรายได้หลักของบริษัทที่ร้อยละ 91-93 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 6.7 รายได้จากธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.7 ของรายได้รวมของบริษัท มีอัตราการเติบโตระหว่างปี 2552-2554 เฉลี่ยร้อยละ 13 เนื่องจากบริษัทมีปริมาณพื้นที่เช่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับธุรกิจติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ (“ธุรกิจติดตามเร่งรัดหนี้”) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.3 ของรายได้รวม มีอัตราการเติบโตระหว่างปี 2552-2554 เฉลี่ยร้อยละ 44 เนื่องจาก บริษัทมีการลงทุนประมูลซื้อหนี้ได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ได้เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด

บริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น จาก 90.17 ล้านบาทในปี 2552 เป็น 171.09 ล้านบาทในปี 2554 หรือคิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 38 เนื่องจากรายได้จากทุกกลุ่มธุรกิจปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ ธุรกิจติดตามหนี้สิน และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ

เมื่อพิจารณาแยกรายธุรกิจ ส่วนของธุรกิจจัดจำหน่ายฯ ในช่วงปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับ 3,901 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 2.7 จากปี 2552 ซึ่งเป็นผลมาจากยอดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ปรับตัวร้อยละ 11.9 เมื่อเทียบกับปี 2552 ในขณะที่ราคาขายเฉลี่ยต่อเครื่องปรับตัวลดลงตามภาวะอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ร้อยละ 8.2 ในขณะที่ปี 2554 บริษัทมีรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เท่ากับ 4,523 ล้านบาทเติบโตร้อยละ 15.9 จากปี 2553 ซึ่งเป็นผลมากระแสความนิยม Smart Phone และ Tablet ของผู้บริโภคจึงส่งผลให้บริษัทมียอดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น และ สินค้าประเภท Smart Phone และ Tablet เป็นสินค้าที่มีราคาสูงจึงส่งผลให้ราคาขายเฉลี่ยต่อเครื่องของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น

ในส่วนธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีก บริษัทมีนโยบายเน้นการขยายสาขาของ IT Junction โดยการเลือกทำเลที่เหมาะสมทำให้บริษัทมีสาขา IT Junction ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมี IT Junction ทั้งสิ้น 27 สาขา สำหรับราคาเช่าเข้ามีการปรับตัวเพิ่มขึ้น จากปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้บริษัทมีรายได้จากธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีกเพิ่มขึ้นจาก 172 ล้านบาทในปี 2552 และยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2554 มีรายได้จากธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีก 221 ล้านบาท

สำหรับธุรกิจติดตามเร่งรัดหนี้และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 157 ล้านบาท ในปี 2552 เป็น 324 ล้านบาทในปี 2554 อัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 44 เนื่องจากบริษัทได้ประมูลซื้อหนี้คุณภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีกระบวนการจัดเก็บหนี้ที่มีประสิทธิภาพ

### ธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมและสินค้าเทคโนโลยี

ในปี 2552 – 2554 บริษัทมีรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 3,796 ล้านบาท ในปี 2552 เป็น 4,523 ล้านบาท ในปี 2554 หรือ เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9.2 ต่อปี

ปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับ 3,901 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 2.7 จากปี 2552 ซึ่งเป็นผลมาจากยอดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น เป็น 955,913 เครื่อง หรือปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9 เมื่อเทียบกับปี 2552 ในขณะที่ราคาขายเฉลี่ยต่อเครื่องปรับตัวลดลงตามภาวะอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ร้อยละ 8.2

ในขณะที่ปี 2554 บริษัทมีรายได้จากการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เท่ากับ 4,523 ล้านบาทเติบโตร้อยละ 15.9 จากปี 2553 ซึ่งเป็นผลมากระแสความนิยม Smart Phone และ Tablet ของผู้บริโภคจึงส่งผลให้บริษัทมียอดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

<sup>1</sup>

กลุ่มบริษัทจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ประกอบด้วย SIM, BLISS, TWZ และ MLINK

ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น เป็น 994,108 เครื่อง หรือปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0 และ สินค้าประเภท Smart Phone และ Tablet เป็นสินค้าที่มีราคาสูงจึงส่งผลให้ราคาขายเฉลี่ยต่อเครื่องของบริษัทเพิ่มสูงขึ้นเป็น 4,550 บาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5

ในช่วงปี 2552-2554 บริษัทมีรายได้จากการขายบัตรเติมเงิน ซิมการ์ด และ E-Refill เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพียงร้อยละ 0.5 ต่อปี ตามการแข่งขันที่สูง ประกอบกับมีผู้ประกอบการใหม่เข้ามาจำหน่ายบัตรเติมเงินเพิ่มขึ้น อีกทั้งบริษัทไม่ได้มุ่งเน้นเนื่องจากการจำหน่ายบัตรเติมเงินมีอัตรากำไรที่ต่ำ

ตารางแสดงสัดส่วนและอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากการขายแยกตามผลิตภัณฑ์ ระหว่างปี 2552- 2554

หน่วย: ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์	2552	2553	2554	CAGR 2552-2554
โทรศัพท์เคลื่อนที่	3,796	3,901	4,523	9.2%
ชุดซิมการ์ด/บัตรเติมเงิน/E-Refill	707	718	715	0.5%
อุปกรณ์เสริม	127	120	120	-3.1%
สินค้าอื่นๆ	28	8	5	-56.4%
รวม	4,659	4,746	5,363	7.3%

ตารางแสดงจำนวนและราคาขายเฉลี่ยของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่

หน่วย: ล้านบาท

รายการ	2552	2553	2554	CAGR 2552-2554
รายได้ (ล้านบาท)	3,796	3,901	4,523	9.2%
จำนวนเครื่องที่ขาย (เครื่อง)	854,497	955,913	994,108	7.9%
ราคาขายเฉลี่ย (บาทต่อเครื่อง)	4,442	4,079	4,550	1.2%

### ธุรกิจบริหารพื้นที่ค้าปลีก

สำหรับปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการบริหารพื้นที่ค้าปลีกจำนวน 196 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.68 ของรายได้รวมเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่มีรายได้จากการบริหารพื้นที่ค้าปลีก เท่ากับ 172 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทมีการจัดการบริหารพื้นที่ ที่ได้รับมาใหม่และพื้นที่เดิมได้ดีขึ้นทำให้อัตราราคาเช่าต่อเดือนเพิ่มสูงขึ้นจาก 1,413 บาท/ตรม. เป็น 1,624 บาท/ตรม. ประกอบกับบริษัทได้เปิดโครงการ IT Junction เพิ่มอีก 1 สาขา ทำให้พื้นที่เพิ่มขึ้นจาก 9,420 ตรม. เป็น 10,053 ตรม. หรือ เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 6.7 และในปี 2554 บริษัทมีรายได้จากการบริหารพื้นที่ค้าปลีกเท่ากับ 221 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.9 เมื่อเทียบกับปี 2553 เนื่องจากบริษัทสามารถบริหารจัดการพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพจึงส่งผลให้อัตราราคาเช่าปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.9 เมื่อเทียบกับปี 2553

ตารางแสดงรายละเอียดพื้นที่บริหารในส่วน IT Junction

รายการ	2552	2553	2554	CAGR 2552-2554
จำนวนสาขา (แห่ง)	27	28	27	n/a
รายได้บริหารพื้นที่ IT Junction (ล้านบาท)	161	196	221	32.73%
จำนวนพื้นที่ (ตารางเมตร)	9,420	10,053	9,466	46.22%
อัตราราคาเช่า (บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน)	1,413	1,624	1,947	-9.23%

### ธุรกิจติดตามเร้งรัดหนี้และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ

ส่วนให้บริการติดตามเร้งรัดหนี้

สำหรับปี 2553 บริษัทมีรายได้จากธุรกิจติดตามเร้งรัดหนี้ 100 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 จากปี 2552 เป็น เพราะบริษัทสามารถติดตามหนี้ได้เพิ่มสูงขึ้นโดยมี Success Rate เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.27 เป็น ร้อยละ 4.94 เนื่องจากทางกลุ่มผู้ว่าจ้างมีนโยบายในการระบายนหนี้ที่ค้างนานโดยเสนอส่วนลดให้แก่กลุ่มลูกหนี้ ประกอบกับความสามารถในการชำระหนี้ของกลุ่มลูกหนี้ปรับตัวเพิ่มขึ้น

สำหรับปี 2554 รายได้จากบริการติดตามเร้งรัดหนี้ เท่ากับ 89 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 11 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจาก บริษัทได้รับว่าจ้างให้ติดตามหนี้ที่ค้างยาวนานมากขึ้น อีกทั้งผู้ว่าจ้างไม่มีนโยบายให้ส่วนลดแก่หนี้ดังกล่าวเช่นปี 2553 จึงส่งผลให้บริษัทมี Success Rate ปรับตัวลดลงเหลือร้อยละ 3.70

### ตารางแสดงรายละเอียดการให้บริการติดตามเร้งรัดหนี้

รายการ	2552	2553	2554	CAGR 2552-2554
มูลหนี้ที่ติดตามระหว่างปี (ล้านบาท)	11,167	9,256	10,140	-4.71%
Success Rate (ต่อปี)	3.27%	4.94%	3.70%	N/A
มูลหนี้ที่ติดตามได้	365	457	375	1.41%
Average Commission Rate	21.97%	21.93%	23.59%	3.62%
รายได้จากบริการติดตามเร้งรัดหนี้ (ล้านบาท)	80	100	89	5.20%

ส่วนบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ :

ตั้งแต่ปี 2549 - 2554 เจเอ็มทีได้ประมูลซื้อหนี้เพื่อบริหารและติดตามจัดเก็บหนี้รวมจำนวน 32 กลุ่มหลัก (Portfolio) ซึ่งมีมูลหนี้ทั้งสิ้น 13,543 ล้านบาท โดยมีมูลค่าเงินลงทุนรวม 684 ล้านบาท โดยเจเอ็มทีจะไม่สามารถรับรู้รายได้จากเงินสดทั้งหมดที่ติดตามได้ แต่รับรู้เพียงบางส่วนตามอัตราความสำเร็จที่คาดว่าจะได้รับในเบื้องต้น สำหรับส่วนที่เหลือจะนำไปตัดเงินลงทุนในลูกหนี้ด้วยคุณภาพ ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีเงินลงทุนในลูกหนี้สุทธิเท่ากับ 359 ล้านบาท

รายการ	2552	2553	2554	CAGR 2552-2554
มูลหนี้เต็มจำนวน (ล้านบาท)	3,758	4,137	12,342	81.23%
Success Rate (ต่อปี)	2.16%	3.70%	3.21%	N/A
มูลหนี้ที่ติดตามได้	81	153	396	121.24%
รายได้จากบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ(ล้านบาท)	54	74	215	99.51%
ส่วนที่นำไปตัดเงินลงทุน (ล้านบาท)	27	82	182	159.31%

ในปี 2552 บริษัทมีการลงทุนในลูกหนี้เพิ่มมากขึ้นจำนวน 74 ล้านบาททำให้บริษัทมีมูลหนี้เต็มจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเป็น 3,758 ล้านบาท ประกอบกับบริษัทสามารถติดตามหนี้สินด้วยคุณภาพได้เพิ่มสูงขึ้นโดยมี Success Rate เท่ากับร้อยละ 2.16 จึงส่งผลให้บริษัทสามารถรับรู้รายได้จำนวน 54 ล้านบาท สำหรับปี 2553 บริษัทลงทุนในหนี้ด้วยคุณภาพเพิ่มเติมจำนวน 122 ล้านบาท และส่งผลให้บริษัทมีมูลหนี้เต็มจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 4,137 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.1 และด้วย Success Rate ที่เพิ่มสูงขึ้นเป็น ร้อยละ 3.70 จึงส่งผลให้บริษัทรับรู้รายได้เพิ่มขึ้นเป็น 74 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 37.0 ปัจจัยหลักที่ทำให้ Success Rate ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2552-2553 เนื่องมาจากบริษัทมีการซื้อหนี้เพิ่มเติม ทำให้บริษัทมีฐานลูกหนี้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งความมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บหนี้เพิ่มสูงขึ้น สำหรับปี 2554บริษัทลงทุนซื้อหนี้ด้วยคุณภาพเพิ่มเติมจำนวน 384 ล้านบาท ทำให้บริษัทมีมูลหนี้เต็มจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 12,342 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่า และ ด้วย Success Rate ที่ลดลงเพียงเล็กน้อยจากร้อยละ 3.70 ในปี 2553 เหลือ



ร้อยละ 3.21 ในปี 2554 จึงส่งผลให้บริษัทสามารถจัดเก็บมูลหนี้ด้วยคุณภาพได้เท่ากับ 396 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนกว่า 1.5 เท่า และทำให้บริษัทมีรายได้จากการบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ 182 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่า

#### กำไรจากการดำเนินงานและกำไรสุทธิ

ในปี 2553 บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานเท่ากับ 152 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากปี 2552 ที่เท่ากับ 173 ล้านบาท โดยมีสาเหตุจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจากความไม่สงบทางการเมือง อีกทั้งอัตราการแข่งขันของโทรศัพท์ House Brand ที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้บริษัทไม่สามารถขายสินค้าตามราคาที่ต้องการได้ รวมถึงบริษัทมีการลดปริมาณสินค้าคงเหลือ ทำให้บริษัทต้องขายสินค้าในราคาต่ำกว่าทุนในบางรุ่น สำหรับปี 2554 บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจากปี 2553 เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากทุกธุรกิจเพิ่มสูงขึ้นและบริษัทมีการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ดีขึ้น

กำไรสุทธิในปี 2553 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 95 ล้านบาทจากปี 2552 ที่เท่ากับ 90 เนื่องมาจากค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยที่ลดต่ำลงสำหรับปี 2554 บริษัทมีกำไรสุทธิ 171 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 เนื่องจากบริษัทมีผลการดำเนินงานจากทุกธุรกิจดีขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และชุดติดตามหนี้สิน และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ อีกทั้งจากการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีค่าใช้จ่ายทางภาษีเพิ่มสูงขึ้นโดยมีอัตราภาษีสุทธิ ("Tax Effective Rate") เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18 เป็นร้อยละ 29 เนื่องจากในช่วงปี 2554 บริษัทมีการลงทุนในหนี้สินด้วยคุณภาพจำนวนมาก และหนี้สินดังกล่าวอยู่ระหว่างขั้นตอนในการตัดหนี้สูญทำให้บริษัทไม่สามารถนำค่าใช้จ่ายประเภทดังกล่าวไปใช้ลดหย่อนทางภาษีได้

#### สภาพคล่อง

สำหรับปี 2552-2554 บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน โดยมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 1.19 เท่า 1.29 เท่า และ 1.07 เท่า ตามลำดับ ซึ่งพบว่าบริษัทมีสภาพคล่องในระดับมาตรฐาน บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนเพียงพอที่จะชำระหนี้สินหมุนเวียนที่เกิดขึ้นได้ นอกจากนั้นหากพิจารณาสินทรัพย์ประเภทเงินฝากที่มีข้อจำกัดในการใช้ ซึ่งเป็นเงินฝากเพื่อเป็นหลักประกันเงินกู้ระยะสั้นจำนวน 103.2 ล้านบาทในปี 2552 และ จำนวน 18.1 ล้านบาทในปี 2553 และ 3.1 ล้านบาทในปี 2554 พบว่าบริษัทมีสภาพคล่องอยู่ในช่วง 1.08-1.31 เท่า ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง สำหรับอัตราส่วนสภาพคล่อง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 1.08 เท่า

สำหรับอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (Quick Ratio) ในปี 2552 -2554 เท่ากับ 0.21 เท่า 0.31 เท่า และ 0.27 เท่า ตามลำดับ ซึ่งหากพิจารณาภายหลังการปรับปรุงเงินฝากที่มีข้อจำกัดจะมีค่าระหว่าง 0.29 – 0.33 เท่า ปัจจัยหลักที่ทำให้อัตราส่วนดังกล่าวมีค่าต่ำกว่า 1 เท่า เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงจำเป็นต้องมีสินค้าคงคลังเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็วเทียบกับอุตสาหกรรมในช่วงปี 2552- 2554 ที่อยู่ในช่วงระหว่าง 0.51 – 0.60 เท่า ซึ่งสูงกว่าค่าของบริษัทเล็กน้อย

#### ความสามารถในการชำระหนี้

ในปี 2552 อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อกำไรก่อนหักภาษี ดอกเบี้ยและค่าเสื่อมราคา (Net Debt/EBITDA) มีค่าอยู่ที่ระดับ 3.6 เท่า เนื่องจากบริษัทมีการกู้ยืมระยะสั้นเพื่อสำรองสินค้าคงเหลือ ณ สิ้นปี จำนวนมาก และ ปี 2553 Net Debt/EBITDA ลดลงเหลือ 3.1 เท่า เนื่องจากบริษัทคืนเงินกู้ยืมจากการลดปริมาณการสำรองสินค้าคงเหลือ สำหรับปี 2554 อัตราส่วน Net Debt/EBITDA ลดลงเนื่องจากผลการดำเนินงานจากทุกกลุ่มธุรกิจปรับตัวเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้กำไรก่อนหักภาษี ดอกเบี้ยและค่าเสื่อมราคา ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 75 จาก 173 ล้านบาทในปี 2553 เป็น 303 ล้านบาท ในปี 2554 ในขณะที่หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยปรับเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 21

ปี 2552 ความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทอยู่ที่ระดับ 4.4 เท่า เนื่องจากรายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายลดลง อย่างไรก็ตามในปี 2553 ความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทพลิกกลับมาอยู่ที่ระดับ 6.2 เท่า ซึ่งเป็นผลจากอัตรา

ดอกเบี้ยและจำนวนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยลดลง สำหรับปี 2554 บริษัทมีความสามารถในการชำระดอกเบี้ยอยู่ในระดับ 10.1 เท่า ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง

#### ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 1,722 ล้านบาท โดยสินทรัพย์ส่วนใหญ่ประกอบด้วย สินค้าคงเหลือจำนวน 506 ล้านบาท เงินลงทุนในลูกหนี้ จำนวน 359 ล้านบาท ลูกหนี้การค้า จำนวน 199 ล้านบาท อาคารและอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานสุทธิจำนวน 206 ล้านบาท และรายได้ค้างรับจำนวน 152 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้าและค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีลูกหนี้การค้าสุทธิ และลูกหนี้การค้า-บริษัทที่เกี่ยวข้องรวม เท่ากับ 199 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12 ของสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัทและบริษัทย่อย บริษัทมีลูกหนี้จากการขายสินค้าจำนวน 154 ล้านบาท รองลงมาเป็นลูกหนี้จากการขายสินค้าแบบผ่อนชำระ จำนวน 20 ล้านบาท ซึ่งมีอายุของสัญญาโดยเฉลี่ยประมาณ 6-18 เดือน ลูกหนี้ค่าบริการติดตามหนี้สิน จำนวน 9 ล้านบาท ลูกหนี้ค่าเช่าและค่าบริการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 7 ล้านบาท และลูกหนี้การค้าบริษัทที่เกี่ยวข้อง 10 ล้านบาทบริษัทมีนโยบายให้ลูกค้าชำระเงินสดเป็นส่วนใหญ่ เว้นแต่ลูกค้าที่มีการซื้อขายกันมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน บริษัทจะให้เครดิตการค้าไม่เกิน 30 วัน ทั้งนี้บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงจากการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้อย่างสม่ำเสมอ

สินค้าคงคลัง สินค้าคงเหลือของบริษัทประกอบด้วย โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริม บัตรเติมเงินและสินค้าเทคโนโลยีอื่นๆ โดยระหว่างปี 2552 – 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินค้าคงเหลือคิดเป็นร้อยละ 29-48 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้สินค้าคงเหลือมีจำนวนมากเนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจเป็นทั้งตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์และผู้ค้าปลีกรายใหญ่ ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องเก็บสินค้าในปริมาณที่เพียงพอแก่การจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม นับได้ว่าบริษัทมีการบริหารสินค้าคงคลังที่ดีจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการวางแผนการตลาดที่ดี มีการให้ความสำคัญกับการจัดการสินค้าคงเหลือให้อยู่ในระดับเหมาะสมเพื่อลดความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้า ในระหว่างปี 2552 – 2553 บริษัทมีระยะเวลาการขายสินค้าคงเหลือเฉลี่ย 51-54 วัน ซึ่งนับว่าค่อนข้างสูงเนื่องจากบริษัทจำเป็นต้องสำรองสินค้าประเภท House Brand ให้เพียงพอต่อการจัดจำหน่ายของบริษัท สำหรับปี 2554 บริษัทสามารถบริหารจัดการสินค้าคงเหลือได้ดีขึ้น ทำให้บริษัทมีระยะเวลาขายสินค้าคงเหลือเฉลี่ยที่ 34 วัน ซึ่งต่ำกว่านโยบายของบริษัทที่จะสำรองสินค้าคงคลังไม่เกิน 45 วัน

อาคารและอุปกรณ์ ณ สิ้นปี 2554 บริษัทมีอาคารและอุปกรณ์สุทธิเพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2552 และ 2553 อย่างชัดเจน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีอาคารและอุปกรณ์สุทธิทั้งสิ้น 206 ล้านบาท ประกอบด้วย ที่ดิน ส่วนปรับปรุงอาคารและเครื่องใช้สำนักงาน เป็นหลัก เนื่องจากปี 2554 บริษัทซื้อที่ดินมูลค่า 80 ล้านบาท เพื่อก่อสร้างอาคารสำนักงานแห่งใหม่ (รายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2.12 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานในอนาคต)

เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ณ สิ้นปี 2553 บริษัทมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ลดลงจาก ณ สิ้นปี 2552 ที่ 853 ล้านบาท เหลือ 576 ล้านบาท จากการลดลงของปริมาณสินค้าคงคลัง และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเป็นจำนวน 617 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยตามปริมาณสินค้าคงคลังที่เพิ่มสูงขึ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีส่วนผู้ถือหุ้นเป็นจำนวน 673 ล้านบาท ประกอบด้วย ทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว 300 ล้าน มีกำไรสะสมรวมทั้งสิ้น 321 ล้านบาท หนึ่งเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2554 มีมติให้จ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการในรอบครึ่งปีหลังของปี 2553 ในอัตราหุ้นละ 0.18 บาท รวมเป็นเงิน 54 ล้านบาท รวมบริษัทจ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการปี 2553 รวม 72 ล้านบาท หรือในอัตราหุ้นละ 0.24 เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2554 คณะกรรมการบริษัทมีมติให้จ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการในรอบครึ่งปีแรกของปี 2554 ในอัตราหุ้นละ 0.16 บาท รวมเป็นเงิน 48 ล้านบาท

กำไรสุทธิต่อหุ้น (Fully Diluted) ในปี 2553 และปี 2554 บริษัทมีกำไรสุทธิต่อหุ้นเท่ากับ 0.32 และ 0.57 บาทต่อหุ้นตามลำดับ และมีกำไรสุทธิต่อหุ้นปรับลดเท่ากับ 0.23 และ 0.41 บาทต่อหุ้นตามลำดับ ซึ่งคำนวณจากจำนวนหุ้นสามัญภายหลังการเสนอขายหลักทรัพย์ในครั้งนี้ และภายหลังใบสำคัญแสดงสิทธิ JMART-W1 ใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญครบถ้วน

ทั้งนี้หากนับรวมการรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญซึ่งจัดสรรให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยตามโครงการ ESOP ครั้งที่ 1 จำนวน 6 ล้านหุ้น จะส่งผลให้กำไรต่อหุ้นปรับลดเท่ากับ 0.23 และ 0.41 บาท/หุ้น

มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (Fully Diluted) สำหรับปี 2554 บริษัทมีมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นเท่ากับ 2.24 บาทต่อหุ้น และมีมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นปรับลดเท่ากับ 1.63 บาทต่อหุ้น ซึ่งคำนวณจากจำนวนหุ้นสามัญภายหลังการเสนอขายหลักทรัพย์ในครั้งนี้ และภายหลังใบสำคัญแสดงสิทธิ JMART-W1 ใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญครบถ้วน ทั้งนี้หากนับรวมการรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญซึ่งจัดสรรให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยตามโครงการ ESOP ครั้งที่ 1 จำนวน 6 ล้านหุ้น จะส่งผลให้มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นปรับลดเท่ากับ 1.60 บาทต่อหุ้น

การเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทครั้งนี้ ประกอบด้วยการเสนอขายต่อประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อหนี้ด้อยคุณภาพมาบริหารและใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ

(ผู้ลงทุนควรอ่านรายละเอียดข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ก่อนการตัดสินใจลงทุน)