

ส่วนที่ 1

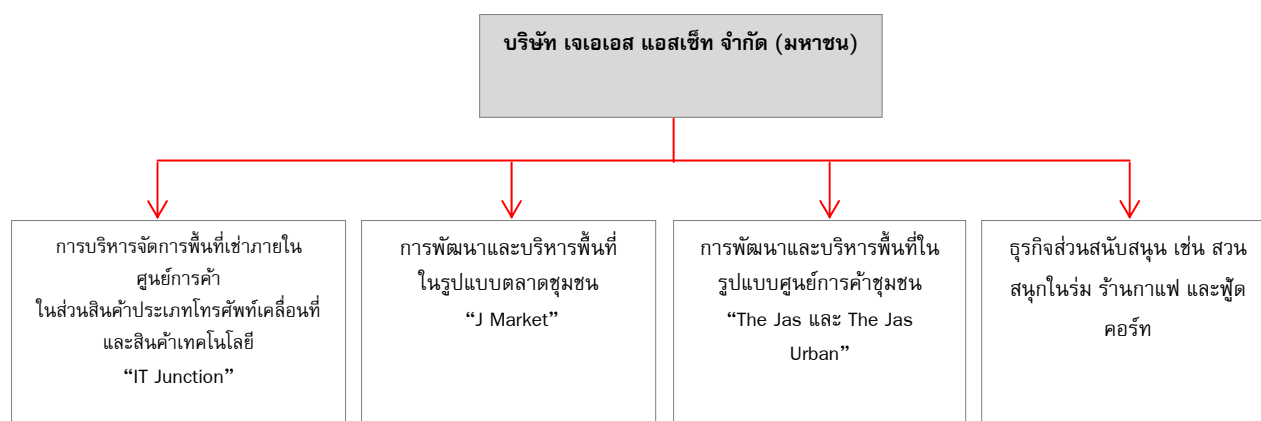
การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เจเอเอส แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2555 ด้วยทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 1 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจด้านการบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี โดยธุรกิจของบริษัทเริ่มต้นตั้งแต่ปี 2543 จากการเป็นหน่วยงานหนึ่งใน บริษัท เจ มาร์เก็ต จำกัด (มหาชน) (“เจมาร์เก็ต”) ซึ่งในขณะนั้นเจมาร์เก็ตได้ขยายธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าโดยเริ่มเช่าพื้นที่ในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีในศูนย์การค้าบิ๊กซี จังหวัดนครปฐม เป็นแห่งแรก ภายใต้ชื่อ “IT Junction” เพื่อนำมาจัดสรรให้เช่าต่อกับผู้ประกอบการธุรกิจประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่ ต่อมาธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าดังกล่าวได้ขยายตัวและเติบโตจนเป็นธุรกิจหลักของบริษัทในปัจจุบัน นอกจากนี้ ในปี 2555 และปี 2558 บริษัทได้ขยายธุรกิจไปสู่การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชนและศูนย์การค้าชุมชน ตามลำดับ

ปัจจุบันธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบหลัก คือ 1) การบริหารพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี เพื่อนำมาจัดสรรและให้เช่าต่อกับผู้ประกอบการ ภายใต้ชื่อ IT Junction 2) การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน ภายใต้ชื่อ J Market 3) การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ภายใต้ชื่อ The Jas และ The Jas Urban และ 4) ธุรกิจส่วนสนับสนุน เช่น การบริหารฟู้ดคอร์ท ภายใต้แบรนด์ “Urban Foodville” สวนสนุกในร่ม แบรนด์ “Totem Kingdom” และร้านกาแฟ แบรนด์ Casa Lapin



1. การบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี ภายใต้ชื่อ “IT Junction”

บริษัทเป็นผู้บริหารจัดการพื้นที่เช่าในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี ภายในศูนย์การค้าหรือพื้นที่ขายสินค้าที่มีศักยภาพ เช่น บิ๊กซี เซ็นทรัล เพื่อจัดสรรให้เช่าต่อกับผู้ประกอบการ โดยเริ่มต้นจากการเช่าพื้นที่บางส่วนกับศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ เพื่อนำมาปรับปรุงตกแต่งก่อนจัดสรรให้เช่าต่อกับลูกค้ารายย่อย พร้อมทั้งดูแล บริหาร จัดการพื้นที่ดังกล่าวตลอดอายุสัญญาเช่า เพื่อจัดเป็นศูนย์จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีต่างๆ หรือสินค้าที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ชื่อ IT Junction

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีโครงการบริหารพื้นที่ในรูปแบบ IT Junction จำนวน 52 สาขา มีพื้นที่ให้เช่ารวม 11,168 ตร.ม. ครอบคลุมพื้นที่ของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจังหวัดสำคัญทั่วประเทศ

2. การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน ภายใต้ชื่อ “J Market”

ในปี 2555 บริษัทมีแนวคิดที่จะขยายธุรกิจสู่การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และบริหารพื้นที่บริเวณโดยรอบตลาดที่เป็นแหล่งชุมชน เช่น ตลาดนัด หรือตลาดสด เป็นต้น โดยบริษัทจะเช่าที่ดินและ/หรืออาคารจากเจ้าของพื้นที่เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงตกแต่งก่อนจัดสรรให้เช่าต่อกับลูกค้ารายย่อยที่ต้องการเช่าพื้นที่ต่อไป ภายใต้ชื่อ J Market โดยบริษัทได้เริ่มดำเนินการโครงการตลาดชุมชนสาขาแรกที่ ตลาดอมรพันธ์ ตรงข้ามกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ภายใต้ชื่อ “J Market @ อมรพันธ์ เกษตร” ต่อมาในปี 2557 บริษัทมีโครงการเพิ่มเติมอีก 2 แห่ง ที่บริเวณหมู่บ้านเคหะธานี 4 ถ.ราษฎร์พัฒนา และที่ ถ.บ้านไทรมา และในปี 2558 มีโครงการ J Market ตลาดปลาเค้า (โครงการตลาดนัด J Night) อีก 1 โครงการ ที่บริเวณถนนลาดปลาเค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีจำนวนโครงการตลาดชุมชน ภายใต้ชื่อ J Market จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ (1) J Market @ อมรพันธ์ เกษตร (2) J Market ราษฎร์พัฒนา (3) J Market ไทรมา (4) ตลาดนัดเดินเพลิน

3. การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน ภายใต้ชื่อ “The Jas”

ในปี 2557 บริษัทเริ่มดำเนินการพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) แห่งแรก ในโครงการ “The Jas วังหิน” ซึ่งตั้งอยู่บน ถ.ลาดพร้าว-วังหิน เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ โดยมีขนาดพื้นที่โครงการทั้งหมด 5 ไร่ 2 งาน 20 ตารางวา และมีพื้นที่ให้เช่าทั้งหมด ประมาณ 5,750 ตร.ม. และเปิดให้บริการตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2557 ต่อมาบริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการศูนย์การค้าชุมชนแห่งที่ 2 คือ โครงการ The Jas รามอินทรา ซึ่งตั้งอยู่ที่ ถ.ลาดปลาเค้า เขตบางเขน กรุงเทพฯ โดยมีขนาดพื้นที่โครงการประมาณ 9 ไร่ มีพื้นที่ให้เช่าทั้งหมดประมาณ 12,000 ตร.ม. และเปิดให้บริการตั้งแต่เดือน กันยายน 2558

ในปี 2559 บริษัทได้พัฒนาโครงการ The Jas Urban ศรีนครินทร์ ซึ่งตั้งอยู่บนถนนศรีนครินทร์ โดยมีขนาดพื้นที่โครงการประมาณ 11 ไร่ มีพื้นที่ให้เช่า (Leasable Area) ทั้งหมดประมาณ 19,850 ตร.ม. โดยเปิดให้บริการแล้วตั้งแต่เดือนปลายเดือน พฤศจิกายน 2559 เป็นต้นมา

1.2 วิสัยทัศน์ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

วิสัยทัศน์ (Vision)

- มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านการบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้า และเป็นผู้พัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อชุมชนที่น่าอยู่ยิ่งขึ้น

พันธกิจ (Mission)

- เป็นผู้บริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าที่มีสาขามากที่สุดในประเทศ
- พัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน
- ดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล และเอาใจใส่ต่อพนักงาน คู่ค้า ผู้ถือหุ้น และสังคม

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีเป้าหมายในการเป็นผู้นำในธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี ภายใต้ชื่อ “IT Junction” โดยมุ่งเน้นการขยายพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าที่มีศักยภาพทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด นอกจากนี้ บริษัทได้ขยายธุรกิจเพิ่มเติมอีก 2 รูปแบบ คือ รูปแบบตลาดชุมชน ภายใต้ชื่อ “J Market” และรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน ภายใต้ชื่อ “The Jas”

ปัจจุบันบริษัทมีพื้นที่เข้าร่วมทั้งสิ้นมากกว่า 53,000 ตร.ม. โดยมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เติบโต ดังนี้

1. ขยายธุรกิจการบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีให้ครอบคลุมสาขาปัจจุบันของศูนย์การค้า รวมถึงการขยายสาขาของศูนย์การค้าในอนาคตโดยพิจารณาทำเลที่ตั้ง และศักยภาพของศูนย์การค้า รวมทั้งวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของแต่ละโครงการ ก่อนการพิจารณาตัดสินใจลงทุน
2. ลงทุนเพิ่มเติมในรูปแบบตลาดชุมชน และศูนย์การค้าชุมชน โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง และศักยภาพของที่ดิน รวมทั้งอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

1.3 การเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
2543	- เจ มาร์ทเริ่มต้นธุรกิจการบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี จากการเช่าพื้นที่บางส่วนของศูนย์การค้า บิ๊กซี จังหวัดนครปฐม เพื่อนำมาปรับปรุงและจัดสรรให้ลูกค้ารายย่อยเช่า ภายใต้ชื่อ “IT Junction” จากนั้น เจ มาร์ทได้ขยายธุรกิจการบริหารจัดการพื้นที่เช่าในลักษณะดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2552 เจ มาร์ทมีจำนวนสาขา IT Junction จำนวน 26 สาขาทั่วประเทศ และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 (ก่อนการจัดตั้งบริษัท) เจ มาร์ทมีสาขา IT Junction ทั้งหมด 28 สาขาทั่วประเทศ
2555	- เดือนมกราคม 2555 เจมาร์ท จัดตั้ง บริษัท เจเอเอส แอสเซ็ท จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 10 บาท/หุ้น เพื่อดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยในปีเดียวกันเจมาร์ทปรับโครงสร้างธุรกิจโดยโอนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทั้งหมดให้แก่บริษัท และต่อมาในเดือนตุลาคม 2555 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 50 ล้านบาท (Par 10 บาท) - เดือนกันยายน 2555 บริษัทเริ่มโครงการตลาดชุมชนแห่งแรกที่ตลาดอมรพันธ์ ตรงข้ามกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ภายใต้ชื่อ “J Market @ อมรพันธ์ เกษตร”
2556	- บริษัทมีจำนวนสาขา IT Junction เพิ่มขึ้นจาก 30 สาขา ในปี 2555 เป็น 42 สาขาทั่วประเทศ ณ สิ้นปี 2556

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
2557	<ul style="list-style-type: none"> - เดือนเมษายน 2557 บริษัทจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เจเอเอส แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2557 มีมติเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ (par) จากเดิม 10 บาท/หุ้น เป็น 1 บาท/หุ้น และเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 320.39 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 50 ล้านบาท เป็น 370.39 ล้านบาท - เดือนพฤษภาคม 2557 บริษัทได้เริ่มดำเนินการโครงการตลาดชุมชนแห่งที่สอง ที่บริเวณหมู่บ้านเคหะธานี 4 ถนนราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง ภายใต้ชื่อ “J Market ราษฎร์พัฒนา” - เดือนพฤศจิกายน 2557 บริษัทเปิดตัวโครงการ “The Jas วังหิน” ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาและบริหารพื้นที่ศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) แห่งแรกของบริษัท นอกจากนี้ ในเดือนเดียวกันบริษัทได้เริ่มดำเนินการโครงการตลาดชุมชนแห่งที่สาม ที่บริเวณ ถ.บ้านไทรมา ภายใต้ชื่อ “J Market ไทรมา”
2558	<ul style="list-style-type: none"> - เดือน กันยายน 2558 บริษัทเปิดตัวโครงการ “The Jas รามอินทรา” Community Mall แห่งที่ 2 นอกจากนี้ในเดือนเดียวกันบริษัทได้เปิดตัวโครงการตลาดนัด “J night” ที่บริเวณถนนลาดปลาเค้า
2559	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทได้รับอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2559 ให้เข้าลงทุนในโครงการ The Jas Urban ศรีนครินทร์ - เดือน พฤศจิกายน 2559 บริษัทได้เปิดตัวโครงการ “The Jas Urban ศรีนครินทร์” Community Mall แห่งที่ 3 โดยถือเป็นโครงการ Community Mall ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดที่บริษัทได้เปิดดำเนินการ และได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า และร้านค้าต่างๆ
2560	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทจัดตั้งบริษัท ปีนัส แอนด์ บรานด์ จำกัด เพื่อลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ ภายใต้แบรนด์ Casa Lapin และ Rabb Coffee - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2560 ได้อนุมัติการเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป ซึ่งทำให้บริษัทสามารถระดมทุนโดยการออกหุ้นเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท ปีนัส แอนด์ บรานด์ จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ประเภทกาแฟ ภายใต้แบรนด์ Casa Lapin และ Rabb Coffee

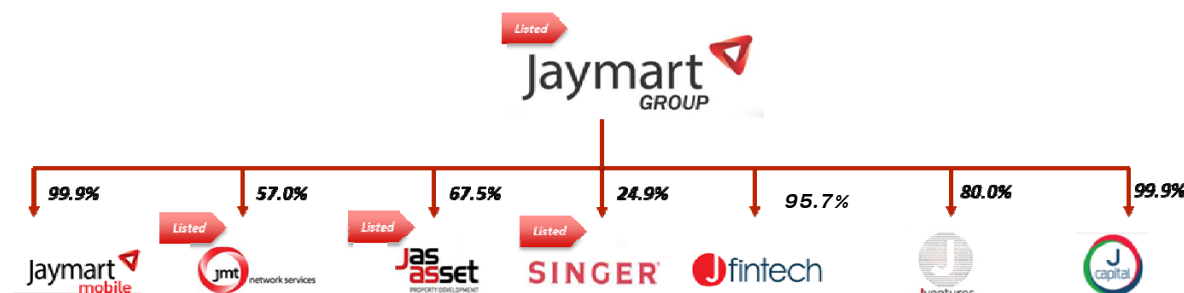
1.5 ความสัมพันธ์ของกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทเป็นบริษัทย่อยในกลุ่มเจมาร์ท ซึ่งประกอบด้วย บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) บริษัท เจเอ็มที เน็ทเวอร์ค เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (“JMT”) บริษัท เจ ฟินเทค จำกัด (“J Fintech”) และบริษัท เจ แคปปิตอล จำกัด (“J Capital”) โดยเจมาร์ทเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทร้อยละ 67.51 ของทุนชำระแล้ว

สำหรับในด้านการดำเนินธุรกิจ บริษัทดำเนินธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสินค้าเทคโนโลยี และมีรายได้หลักมาจากการให้เช่าพื้นที่ ในขณะที่เจมาร์ทดำเนินธุรกิจจัด

จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริม และสินค้าเทคโนโลยี ผ่านร้านค้าของเจมาร์ท JMT ประกอบธุรกิจให้บริการติดตามเร่ร่อนหนี้ และบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ และให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และ J Capital ประกอบธุรกิจการลงทุนในต่างประเทศเพื่อสนับสนุนธุรกิจของเจ มาร์ทเป็นหลัก บริษัทในกลุ่มเจ มาร์ทจึงไม่มีความสัมพันธ์หรือแข่งขันกันในด้านธุรกิจกับบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทและเจ มาร์ทมีรายการระหว่างกันที่สำคัญ คือ รายการเข้าพื้นที่ของบริษัทเพื่อขยายสาขาของเจ มาร์ท ซึ่งรายการดังกล่าวเป็นรายการธุรกิจปกติและมีอัตราค่าเช่าเทียบเคียงได้กับอัตราตลาดทั่วไป ทั้งนี้ โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มเจ มาร์ท สรุปได้ดังนี้

ภาพรวมการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทเจ มาร์ท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทประกอบธุรกิจโดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ (1) การบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี (ภายใต้ชื่อ “IT Junction”) และ (2) การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน (“ภายใต้ชื่อ J Market”) และ (3) การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน (“ภายใต้ชื่อ The Jas”) โดยปัจจุบันธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท คือ การบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี ซึ่งมีสัดส่วนรายได้เฉลี่ยประมาณร้อยละ 70 ของรายได้รวมของบริษัท เนื่องจากธุรกิจพัฒนาและบริหารพื้นที่ตลาดชุมชนและศูนย์การค้าชุมชนของบริษัทยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น โดยโครงสร้างรายได้ของบริษัทแยกตามกลุ่มธุรกิจ สำหรับปี 2558 - 2560 สรุปได้ดังนี้

	รายได้ตามประเภทธุรกิจ	2558		2559		2560	
		ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1	ธุรกิจบริหารพื้นที่เช่า (IT Junction)	396.1	77%	394.5	70.5%	396.5	53.1%
2	ธุรกิจตลาดชุมชน (J Market)	22.1	4%	22.2	4.0%	27.1	3.6%
3	ธุรกิจศูนย์การค้าชุมชน (The Jas)	71.9	14%	122.2	21.8%	222.5	29.9%
4	รายได้ค่าส่งเสริมการขายและรายได้อื่น*	26.4	5%	20.7	3.7%	100.2	13.4%
	รวม	516.5	100%	559.6	100%	746.3	100%

หมายเหตุ : รายได้ค่าส่งเสริมการขายและรายได้อื่น ได้แก่ รายได้ค่าโฆษณาในพื้นที่ส่วนกลาง และค่าปรับลูกค้าเช่าพื้นที่ที่ชำระเงินล่าช้า

2.1. การบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสินค้าเทคโนโลยี (ภายใต้ชื่อ IT Junction)

ธุรกิจการบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีเป็นธุรกิจหลักของบริษัทที่เริ่มตั้งแต่ปี 2543 จากการที่เจ มาร์ทซึ่งเป็นบริษัทแม่ เข้าพื้นที่ในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี ในศูนย์การค้า บิ๊กซี จังหวัดนครปฐม เพื่อนำมาบริหารจัดการและให้เช่าต่อ ภายใต้ชื่อ “IT Junction” โดยในช่วงแรกธุรกิจดังกล่าวยังดำเนินการภายใต้เจมาร์ท ต่อมาในปี 2555 ผู้บริหารของเจ มาร์ทได้เล็งเห็นถึงโอกาสการเติบโตในธุรกิจดังกล่าว จึงได้จัดตั้งบริษัทขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับองค์หาริมทรัพย์ที่จะขยายตัวต่อไปในอนาคต เพื่อให้การบริหารงานรวมทั้งการขยายงานในอนาคตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทเป็นผู้บริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีเพื่อจัดสรรให้ลูกค้ารายย่อยเช่าต่อ โดยเริ่มต้นจากการเช่าพื้นที่บางส่วนจากเจ้าของพื้นที่ที่อาจเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่หรือพื้นที่ขายสินค้าที่มีศักยภาพ เช่น ภายในศูนย์การค้า บิ๊กซี และ เซ็นทรัล เป็นต้น เพื่อนำมาปรับปรุงตกแต่งก่อนจัดสรรให้ลูกค้ารายย่อยของบริษัทซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบกิจการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่และ/หรืออุปกรณ์เสริม โดยบริษัทจะเป็นผู้ดูแล บริหาร จัดการพื้นที่ดังกล่าวตลอดอายุสัญญาเช่า

ในปี 2555 บริษัทมีสาขา IT Junction รวมทั้งสิ้น 30 สาขา และเพิ่มขึ้นเป็น 42 สาขา และ 44 สาขา ในปี 2556 และปี 2557 ตามลำดับ และในปี 2558 บริษัทมีสาขา IT Junction รวมทั้งสิ้น 47 สาขา การที่บริษัทสามารถขยายสาขา IT Junction ได้เพิ่มมากขึ้นมาจากการประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการพื้นที่ของบริษัทและความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของพื้นที่ ซึ่งทำให้เจ้าของพื้นที่เชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมี 52 สาขา และมีพื้นที่ให้เช่าใน IT Junction ทั้งหมดรวม 11,168 ตร.ม. ครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด

(2) การตลาดและการแข่งขัน

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. กลุ่มผู้เช่าพื้นที่รายย่อยทั่วไป และ 2. กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ประเภทกิจการขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ที่มีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง โดยลูกค้าแต่ละประเภทมีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มผู้เช่าพื้นที่รายย่อยทั่วไป

เป็นกลุ่มลูกค้าประเภทนิติบุคคลขนาดเล็ก หรือบุคคลธรรมดา ที่เปิดร้านค้าย่อยสำหรับขายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวอาจมีร้านค้าย่อยเพียงร้านเดียว หรืออาจมีมากกว่า 1 ร้านได้ ร้านค้าย่อยส่วนใหญ่จะไม่มีแบรนด์สินค้า และใช้เงินลงทุนต่อร้านค้าในจำนวนที่ไม่มากนัก ปัจจัยหลักที่มีผลในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ของลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านค้า กล่าวคือ ผู้เช่าพื้นที่รายย่อยส่วนใหญ่ต้องการให้ร้านอยู่ในแนวทางเดินที่สามารถเห็นได้ชัดเจนและอยู่ใกล้กับพื้นที่ที่ใช้จัดกิจกรรม เนื่องจากการจัดกิจกรรมทางการตลาดจะช่วยดึงดูดและสร้างความสนใจให้กับผู้บริโภคมาเดินในโครงการได้มากขึ้น นอกจากนี้ หากผู้เช่าพื้นที่รายย่อยรายใดที่เปิดให้บริการในสาขาของบริษัทแล้วประสบความสำเร็จ ก็มีแนวโน้มสูงที่จะเช่าพื้นที่ในสาขาอื่นๆ ของบริษัทต่อไป หรือขยายพื้นที่เพิ่มเติมในสาขาเดิมของบริษัท โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทจะอยู่ในกลุ่มผู้เช่าพื้นที่รายย่อยทั่วไป

2. กลุ่มผู้เข้าพื้นที่ประเภทกิจการขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ที่มีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง

เป็นกลุ่มลูกค้านิติบุคคลที่เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงต่างๆ เช่น เจ มาร์ท ออปโป้ (Oppo) ดีแทค (Dtac) และร้านเทเลวิซ (Telewiz) เป็นต้น ที่เปิดร้านค้าสำหรับขายโทรศัพท์เคลื่อนที่และ/หรืออุปกรณ์เสริม หรือเพื่อให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัจจัยในการพิจารณาตัดสินใจเข้าพื้นที่ของลูกค้ากลุ่มดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับพื้นที่เช่าและราคาเช่าเป็นหลัก ลักษณะของกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ต้องการพื้นที่เช่าในขนาดใหญ่กว่ากลุ่มผู้เข้าพื้นที่รายย่อยทั่วไป และผู้ประกอบการกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการตกแต่งร้านค้า ดังนั้น จึงใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง และมีระยะเวลาในการเช่าที่นานกว่ากลุ่มผู้เข้าพื้นที่รายย่อยทั่วไป

(3) ภาวะอุตสาหกรรม

เนื่องจากธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนของการค้าปลีกและสินค้าเทคโนโลยี ยังไม่มีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเฉพาะธุรกิจ เช่น ความต้องการพื้นที่ ปริมาณพื้นที่เช่าทั้งหมด ทำให้ยังไม่สามารถวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจดังกล่าวโดยเฉพาะเจาะจงได้ อย่างไรก็ตาม ฝ่ายบริหารของบริษัทประเมินว่าอัตราการเติบโตของธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนของการค้าปลีกและสินค้าเทคโนโลยีจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับธุรกิจค้าปลีก เนื่องจากเป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งของศูนย์การค้าเช่นเดียวกับธุรกิจค้าปลีก และมีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการพื้นที่ค้าปลีกเหมือนกัน คือ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาเฉพาะผู้เล่นในธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าที่อาจเป็นคู่แข่งกับบริษัท สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การบริหารพื้นที่ในศูนย์การค้าหรือศูนย์การค้าเฉพาะทาง เช่น เดอะมอลล์ เซ็นทรัล บิ๊กซี เทสโก้ โลตัส ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า หรือ ดิเกคอม เป็นต้น ซึ่งศูนย์การค้าลักษณะดังกล่าวในบางแห่งจะมีการแยกโซนสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีออกจากโซนปกติ โดยเจ้าของศูนย์การค้ามักจะเป็นผู้ดำเนินการบริหารพื้นที่เองทั้งหมด

2. การบริหารพื้นที่โดยผู้เชี่ยวชาญในการบริหารพื้นที่ในลักษณะเดียวกันกับโครงการ IT Junction ซึ่งผู้ประกอบการในลักษณะนี้ ยกตัวอย่างเช่น บริษัท ไอที พลาซ่า จำกัด หรือ บริษัท ทีจี เซลล์ลาร์เวิลด์ จำกัด เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทเป็นผู้ประกอบการรายเดียวที่เป็นผู้บริหารจัดการพื้นที่เช่าในส่วนสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีในศูนย์การค้าบิ๊กซี

2.2. การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน (J Market)

ธุรกิจการพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน เป็นโครงการที่เกิดจากแนวคิดที่บริษัทต้องการขยายธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และบริหารพื้นที่บริเวณโดยรอบตลาดหรือศูนย์การค้าที่เป็นแหล่งชุมชน เช่น ตลาดนัด หรือตลาดสด เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้บริษัทอีกช่องทางหนึ่ง โดยบริษัทจะเช่าพื้นที่จากเจ้าของพื้นที่เพื่อนำมาปรับปรุงและจัดสรรโดยมีทั้งรูปแบบการให้ผู้บริหารพื้นที่เข้ามาเช่าพื้นที่เพื่อไปจัดสรรต่อ หรือบริหารพื้นที่ในโครงการดังกล่าวเอง โดยรูปแบบของตลาดชุมชนจะจับกลุ่มลูกค้าระดับกลาง-ล่าง ซึ่งเป็นฐานลูกค้าที่มีจำนวนมาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมี J Market รวมทั้งสิ้น 4 โครงการ ได้แก่ (1) โครงการ J Market @อมรพันธ์ เกษตร (2) โครงการ J Market ราษฎร์พัฒนา และ (3) โครงการ J Market ไทรมา (4) โครงการ J Market ตลาดปลาเค้า (โครงการเดินเพลินมาร์เก็ต) ที่บริเวณถนนลาดปลาเค้า เขตบางเขน กรุงเทพฯ โดยมีรูปแบบเป็นตลาดนัดกลางคืน

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

โครงการ J Market @ อมรพันธ์ เกษตร

เป็นโครงการแห่งแรกที่บริษัทพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน ตั้งอยู่ที่ตลาดอมรพันธ์ ถนนพหลโยธิน เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยบริษัททำสัญญาเช่าที่ดินและอาคารบริเวณตลาดอมรพันธ์จากเจ้าของ

พื้นที่เดิม เพื่อนำมาปรับปรุงตกแต่งและจัดสรรพื้นที่ให้เช่า โครงการดังกล่าวมีพื้นที่ให้เช่ารวม 3,800 ตารางเมตร ร้านค้าผู้เช่าภายในโครงการ J Market @ อมรพันธ์ เกษตร ประกอบด้วย ตลาดสด ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และร้านเสริมความงาม เป็นต้น โดยบริษัทเป็นผู้บริหารพื้นที่โครงการดังกล่าวเองทั้งหมด

โครงการ J Market ราษฎร์พัฒนา

เป็นโครงการแห่งที่สองที่บริษัทพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน ซึ่งเริ่มดำเนินการในเดือนกันยายนปี 2557 ตั้งอยู่ที่บริเวณหมู่บ้านเคหะธานี 4 ถนนราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง โดยบริษัททำสัญญาเช่าพื้นที่โดยรอบมินิบิ๊กซี (Mini Big C) เพื่อนำมาปรับปรุงและจัดสรรพื้นที่ให้เช่าแก่ผู้สนใจ พื้นที่รวม 1,490 ตารางเมตร ปัจจุบันโครงการ J Market ราษฎร์พัฒนา ยังอยู่ในช่วงการทำการตลาดเพื่อให้ได้รับความนิยมและมีผู้เช่าพื้นที่มากขึ้น โดยเริ่มมีร้านค้า เช่น ร้านอาหารและร้านค้าเบ็ดเตล็ด เข้ามาเปิดในพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

โครงการ J Market ไทรมา

เป็นโครงการแห่งที่สามที่บริษัทพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน ซึ่งเริ่มดำเนินการในเดือนพฤศจิกายน 2557 ถ.บ้านไทรมา อ.เมือง จ.นนทบุรี โดยบริษัททำสัญญาเช่าพื้นที่กับทางเจ้าของพื้นที่ซึ่งบริเวณโดยรอบมีทั้งมินิบิ๊กซี (Mini Big C) และร้านสะดวกซื้อ 7-eleven แล้ว นำมาปรับปรุงและจัดสรรพื้นที่ให้เช่าแก่ผู้เช่าที่สนใจ โดยสภาพปัจจุบันของโครงการ J Market ไทรมา เป็นตลาดนัดชุมชนที่มีร้านค้าผู้เช่าภายในโครงการได้แก่ ร้านค้าย่อย ร้านอาหาร และร้านค้าเบ็ดเตล็ด

โครงการ J Market (เดินเพลินมาร์เก็ต) ตลาดปลาเค้า

เป็นโครงการแห่งที่สี่ที่บริษัทพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน เปิดดำเนินการในเดือนกันยายน 2558 ที่ผ่านมา สำหรับโครงการ J Market ตลาดปลาเค้า (โครงการเดินเพลินมาร์เก็ต) บริเวณถนนลาดปลาเค้า เขตบางเขน กรุงเทพฯ รูปแบบโครงการจะแตกต่างจาก 3 โครงการที่ผ่านมา เป็นรูปแบบตลาดนัดกลางคืน เปิดให้บริการเวลา 17:00 – 24:00 น. ซึ่งประกอบไปด้วย โซนตลาดนัด โซนอาหาร และร้านค้าเบ็ดเตล็ด เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนบริเวณใกล้เคียงที่มีผู้พักอาศัยจำนวนมาก และด้วยทำเลที่อยู่ฝั่งตรงข้ามโครงการ The Jas งามอินทรา จึงสามารถช่วยเสริมกันทั้งในด้านการตลาดและการเพิ่ม traffic ลูกค้า

(2) การตลาดและการแข่งขัน

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทในธุรกิจพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทตามลักษณะของโครงการ ดังนี้

โครงการ J Market @ อมรพันธ์ เกษตร

เนื่องจากโครงการ J Market @ อมรพันธ์ เกษตร มีลักษณะเป็นพื้นที่ให้เช่าภายในอาคารพาณิชย์และบริเวณโดยรอบกลุ่มผู้เช่าพื้นที่แบ่งออกได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้เช่าพื้นที่รายย่อยทั่วไป - ผู้เช่ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าบุคคลหรือนิติบุคคลขนาดเล็กที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง เช่น ร้านเกมส์, โรงเรียนกวดวิชา, ร้านขายของชำ, ร้านขายอาหาร, ตลาดสด ซึ่งไม่มีแบรนด์สินค้าของตนเอง
2. กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ที่มีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง - ผู้เช่าพื้นที่กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มผู้เช่าที่มีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง เช่น ร้าน Watson เป็นต้น ผู้เช่าพื้นที่กลุ่มนี้ต้องการพื้นที่เช่าที่มีขนาดเหมาะสมกับการทำธุรกิจและอยู่ในทำเลที่ดี

โครงการ J Market ราษฎร์พัฒนา และไทรมา

โครงการ J Market ราชบุรีพัฒนา และไทรมา มีลักษณะพื้นที่ให้เช่าเป็นพื้นที่เปิดโล่งซึ่งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน จึงมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างจาก โครงการ J Market @ ออมรินทร์ เกษตร โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้เช่าพื้นที่รายย่อยทั่วไป - ผู้เช่าพื้นที่กลุ่มนี้จะเป็นลูกค้าบุคคลที่ต้องการมีร้านของตนเอง เช่น ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม, ร้านค้าสินค้าเบ็ดเตล็ด
2. กลุ่มผู้บริหารพื้นที่ตลาดนัดรายย่อย - ผู้เช่าพื้นที่กลุ่มนี้จะเป็นผู้เช่าพื้นที่ที่มีประสบการณ์การบริหารจัดการตลาดนัด หรือตลาดสด โดยจะเช่าพื้นที่ไปเพื่อนำไปจัดสรร และแบ่งให้ผู้เช่ารายย่อยเช่าต่อไป

โครงการตลาดนัดเดินเพลิน ตลาดปลาเค้า

โครงการ J Market ตลาดปลาเค้า (ตลาดนัดเดินเพลิน) มีลักษณะพื้นที่ให้เช่าทั้งเป็นพื้นที่เปิดโล่ง และเป็นห้อง ซึ่งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้เช่าพื้นที่รายย่อยทั่วไป - ทั้งในรูปแบบร้านแบบพื้นที่โล่ง และแบบห้อง ผู้เช่าพื้นที่กลุ่มนี้จะเป็นลูกค้าบุคคลที่ต้องการมีร้านของตนเอง เช่นร้านเสื้อผ้า แฟชั่น , ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม, ร้านค้าสินค้าเบ็ดเตล็ด
2. กลุ่มผู้เช่าพื้นที่ที่สร้างแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง - ผู้เช่าพื้นที่กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มผู้เช่าที่มีการสร้างแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง อาจมีสาขามากกว่า 1 แห่ง และต้องการพื้นที่เป็นห้องขนาดใหญ่ เช่น ร้านอาหาร , ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้เช่าพื้นที่กลุ่มนี้จะต้องพื้นที่เช่าที่มีขนาดใหญ่กับการทำธุรกิจและอยู่ในทำเลที่ดี

(3) ภาวะอุตสาหกรรม

ธุรกิจพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน เป็นธุรกิจที่กระจายตัวลงไปตามแหล่งชุมชนย่อยต่างๆ ซึ่งยังไม่มีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงลึกเฉพาะธุรกิจ หรือข้อมูลผู้เล่นในธุรกิจดังกล่าวเพียงพอที่จะสามารถวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจดังกล่าวได้ อย่างไรก็ตาม ฝ่ายบริหารของบริษัทประเมินว่าคู่แข่งของบริษัทในธุรกิจดังกล่าวโดยมากจะเป็นเจ้าของพื้นที่ที่ให้เช่าทำตลาดนัดบริเวณใกล้เคียงซึ่งส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา และอัตราการเติบโตของธุรกิจดังกล่าวจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับธุรกิจค้าปลีก เนื่องจากการอัตราการเช่าพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชนมีปัจจัยที่มีผลกระทบเช่นเดียวกันกับความต้องการพื้นที่ค้าปลีก คือ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

2.3. การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน (The Jas)

ธุรกิจพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน (“ภายใต้ชื่อ The Jas”) เป็นโครงการที่เกิดจากแนวคิดของบริษัทที่ต้องการขยายธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่สร้างรายได้ให้แก่บริษัทอย่างต่อเนื่อง (Recurring Income) ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้ลงทุนซื้อที่ดินหรือทำสัญญาเช่าที่ดินระยะยาวเพื่อพัฒนาและบริหารโครงการในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) โดยในปี 2555 บริษัทได้ลงทุนซื้อที่ดินบริเวณ ถนนลาดพร้าววังหิน แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว เนื้อที่ 5 ไร่ 2 งาน 20 ตารางวา (รวม 2,220 ตารางวา) เพื่อพัฒนาโครงการศูนย์การค้า The Jas วังหิน ต่อมาทางบริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการที่ 2 โดยได้ทำสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว โดยในปี 2558 ได้เปิดดำเนินการโครงการ The Jas สาขาที่ 2 คือ The Jas รามอินทรา บริเวณถนนลาดปลาเค้า เขตบางเขน กรุงเทพฯ เนื้อที่กว่า 9 ไร่ และในปี 2559 บริษัทได้ทำสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว ที่มีทำเลในย่านถนนศรีนครินทร์เพื่อเปิดดำเนินการโครงการ The Jas Urban ศรีนครินทร์ เนื้อที่กว่า 11 ไร่

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

โครงการ The Jas วังหิน

เป็นศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ในรูปแบบศูนย์การค้าแบบเปิด (Open Shopping Center) จุดเด่นของโครงการคือทำเลที่ตั้งของโครงการที่รายล้อมไปด้วยที่พักอาศัย เป็นย่านที่มีความหนาแน่นของประชากรสูงและมีเส้นการคมนาคมที่เข้าถึงได้หลายเส้นทาง รวมทั้งการจัดสรรพื้นที่ (Tenant Mix) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน ครอบครัว และผู้ที่พักอาศัยในบริเวณดังกล่าว โดยจะเน้นไปยังร้านค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มซึ่งคิดเป็นร้อยละ 60 ของพื้นที่ให้เช่า นอกจากนี้ โครงการยังมีอาคารจอดรถมากกว่า 250 คัน เพียงพอที่จะรองรับกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ

โครงการ The Jas งามอินทรา

เป็นศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ในรูปแบบศูนย์การค้าแบบเปิด (Open Shopping Center) แห่งที่สองของบริษัท จุดเด่นของโครงการคือทำเลที่ตั้งของโครงการที่รายล้อมไปด้วยที่พักอาศัยที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าสายสีชมพูที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อีกทั้งมีโครงการหมู่บ้านและคอนโดมิเนียมอยู่โดยรอบโครงการ ด้านการจัดสรรพื้นที่เช่าได้บริหารให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าประเภทอาหาร ศูนย์ความงาม, fitness และด้านการศึกษา อาทิ เช่น Starbucks, Max Value 24 hours, Wine Connection, MK restaurant เป็นต้น และมีอาคารจอดรถมากกว่า 350 คัน เพียงพอที่จะรองรับกลุ่มลูกค้าที่จะมาใช้บริการ

โครงการ The Jas Urban

เป็นศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) รูปแบบผสมโดยมีทั้งศูนย์การค้าแบบเปิด และแบบปิด บนย่านศรีนครินทร์ โดยเป็นศูนย์การค้าที่เน้นการออกแบบที่ทันสมัย มีพื้นที่สีเขียวทั้งภายใน และภายนอกอาคาร เพื่อให้ลูกค้าสัมผัสถึงความร่มรื่น ไม่แออัด โดยมีร้านค้าที่เป็นผู้เช่าหลัก เช่น Starbuck Top Super Market โรงภาพยนตร์ SF เป็นต้น

การตลาดและการแข่งขัน

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของโครงการ The Jas ทั้ง 2 โครงการ บริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มผู้เช่าหลัก และกลุ่มผู้เช่ารายย่อย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มผู้เช่าหลัก - โครงการ The Jas มีกลุ่มผู้เช่าหลัก ได้แก่ Tops Market, Starbucks, Max value MK Restaurant, Yayoi, Swensens เป็นต้น ซึ่งบริษัทจะพิจารณาคัดเลือกผู้เช่าหลักแต่ละรายอย่างรอบคอบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เช่าใช้บริการ อันจะส่งผลให้ภาพลักษณ์ของโครงการ โดยผู้เช่าในกลุ่มนี้มีความสำคัญและจำเป็นต่อโครงการ เนื่องจากเป็นร้านค้าที่ดึงดูดผู้เช่ารายย่อย และผู้ใช้บริการของโครงการ
2. กลุ่มผู้เช่ารายย่อย - โครงการ The Jas มีกลุ่มผู้เช่ารายย่อยที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการอื่นๆ นอกจากสินค้าหรือบริการของกลุ่มผู้เช่าหลัก ซึ่งจะช่วยให้โครงการมีสินค้าและบริการที่หลากหลายครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

ทั้งนี้ บริษัทจะติดตามการดำเนินธุรกิจของผู้เช่าและวิเคราะห์ศึกษาข้อมูลทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ส่วนผสมผู้เช่าทั้งหมดเหมาะสมกับผู้ให้บริการมากที่สุด รวมทั้งการหาผู้เช่ารายใหม่ที่มีสินค้าหรือบริการที่ได้รับความนิยม เพื่อสร้างความแปลกใหม่และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการในโครงการ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ผู้ใช้บริการโครงการ The JAS)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการโครงการ The Jas ทั้ง 3 โครงการ จะเป็นกลุ่มครอบครัวและผู้ที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในบริเวณใกล้เคียงประมาณ 3-5 กม. โดยรอบ เนื่องจากในบริเวณดังกล่าวมีหมู่บ้านจัดสรรอยู่เป็นจำนวนมากและมีการคมนาคมที่สามารถเข้าถึงได้หลายเส้นทาง

ภาวะอุตสาหกรรม

ภาพรวมของธุรกิจค้าปลีกในปี 2560 ถือได้ว่าทรงตัวจากปี 2559 ที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองที่คงที่มากขึ้น และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐในการกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภคซึ่งส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีกโดยตรง รวมถึงการเร่งอัดกลยุทธิ์ทางการตลาดกันอย่างเข้มข้นและต่อเนื่องของผู้ประกอบการ แต่ยังคงมีปัจจัยเชิงลบที่กระทบต่อธุรกิจค้าปลีก เช่น การฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจในภาพรวมที่ล่าช้า ภาวะหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ราคาพืชผลทางการเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งความวิตกกังวลของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคโดยทั่วไป แนวโน้มธุรกิจค้าปลีกไทยในอนาคตจึงยังคงขึ้นอยู่กับความสำเร็จของนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเป็นหลัก รวมถึงความเชื่อมั่นผู้บริโภค

3. ปัจจัยเสี่ยง

การประกอบธุรกิจของบริษัทแบ่งเป็นการบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี (IT Junction) การพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน (The Jas) และการพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน (J Market) ซึ่งมีปัจจัยความเสี่ยงในแต่ละธุรกิจและแนวทางในการป้องกันความเสี่ยง ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี (IT Junction)

3.1.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิง บริษัท บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

เนื่องจากสาขา IT Junction ของบริษัทจำนวน 51 สาขา จาก 52 สาขา เปิดภายในศูนย์การค้าบิ๊กซี ซึ่งมีบริษัท บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (“Big C”) เป็นเจ้าของพื้นที่ บริษัทจึงมีความเสี่ยงในเรื่องการพึ่งพิงการเช่าพื้นที่จาก Big C ซึ่งหาก Big C ยกเลิกสัญญาเช่าพื้นที่ หรือไม่ต่อสัญญาเช่าพื้นที่ หรือเข้ามาเป็นผู้บริหารพื้นที่ดังกล่าวแทนบริษัท ก็ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท หรือหาก Big C มีการปรับลดหรือเปลี่ยนแปลงแผนการขยายสาขา ก็อาจส่งผลทำให้การขยายสาขาของบริษัทไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้และอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้

อย่างไรก็ดี จากที่บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับ Big C มาเป็นระยะเวลายาวนานมากกว่า 10 ปี โดยที่ผ่านมาบริษัทไม่มีประวัติในการถูกยกเลิกพื้นที่จาก Big C แต่อย่างใด ประกอบกับบริษัทมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการบริหารพื้นที่ในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีมากกว่า Big C ดังจะเห็นได้จากความสำเร็จในการบริหารพื้นที่ในห้าง Big C ที่ผ่านมาของบริษัท และจากการที่ Big C ได้มีหนังสือแสดงความจำนงที่จะให้บริษัทต่อสัญญาเช่าพื้นที่ IT Junction ได้

อีก 2 คราวๆ ละ 3 ปี ต่อเนื่องจากสัญญาฉบับปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่า Big C ยังคงเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีกับบริษัท และไม่ได้มีแผนในการเข้ามาบริหารพื้นที่ในส่วนของบริษัทที่เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยีเช่นเดียวกันกับบริษัท

3.1.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันทางธุรกิจ

บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันในธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนของบริษัทที่เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนักและมีโครงสร้างการดำเนินธุรกิจที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งผู้ที่เข้ามาแข่งขันอาจเป็นศูนย์การค้าซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ เช่น Big C หรือเจ้าของพื้นที่ในโครงการต่างๆ ซึ่งอาจทำให้บริษัทเผชิญกับการแข่งขันที่สูงและอาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทเห็นว่าความเสี่ยงข้างต้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทมากนัก เนื่องจากการเข้ามาทำธุรกิจดังกล่าว นอกเหนือจากการมีทั้งเงินทุนและพื้นที่แล้ว สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือ ประสบการณ์ในการบริหารพื้นที่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้เช่าพื้นที่กับผู้เช่ารายย่อย รวมถึงความสัมพันธ์กับผู้ผลิตและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งมีส่วนสำคัญในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งบริษัทเองเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าในส่วนของบริษัทที่เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยี มากกว่า 10 ปี รวมทั้งมีความสัมพันธ์อันดีกับทั้งเจ้าของพื้นที่ผู้เช่ารายย่อยและผู้ผลิตและผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มาโดยตลอด

3.1.3 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าพื้นที่

บริษัทดำเนินธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าโดยการเช่าพื้นที่บางส่วนในศูนย์การค้า และนำมาให้ผู้ประกอบการรายย่อยเช่าพื้นที่ต่อ โดยสัญญาเช่าพื้นที่ส่วนใหญ่ของบริษัทจะเป็นสัญญาเช่าระยะสั้นไม่เกิน 3 ปี ดังนั้น หากเจ้าของพื้นที่ไม่ยินยอมให้บริษัทต่อสัญญาเช่าพื้นที่ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทได้

เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว บริษัทได้เจรจาร่วมกับ Big C ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่รายใหญ่ และได้รับหนังสือแจ้งความจำนงค์จากเจ้าของพื้นที่รายใหญ่ที่จะให้บริษัทต่อสัญญาเช่าพื้นที่ได้อีก 2 คราวๆ ละ 3 ปี ต่อเนื่องจากสัญญาฉบับปัจจุบัน ทำให้บริษัทสามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ในปัจจุบันต่อไปได้อีกอย่างน้อย 6 ปี ประกอบกับจากความสำเร็จในการบริหารพื้นที่ที่ผ่านมาของบริษัท และการเป็นคู่ค้าที่ดีกับเจ้าของพื้นที่มาโดยตลอดกว่า 10 ปี ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวค่อนข้างน้อย นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบตลาดชุมชน (J Market) และศูนย์การค้าชุมชน (The Jas) เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงอีกทางหนึ่ง

3.1.4 ความเสี่ยงเรื่องการจัดหาผู้เช่าพื้นที่ให้เต็มพื้นที่โครงการ

ผู้เช่าพื้นที่รายย่อยนับเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ IT Junction หากโครงการใดที่มีอัตราการเช่าพื้นที่ต่ำจะทำให้ภาพรวมของทั้งโครงการไม่เป็นที่น่าสนใจ และส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของโครงการและของบริษัท บริษัทจึงมีความเสี่ยงในการที่จะต้องจัดหาผู้เช่าพื้นที่ให้เต็มโครงการ บริษัทเห็นว่าความเสี่ยงดังกล่าวจะไม่น่าส่งผลกระทบต่อบริษัท เนื่องจากบริษัทมีช่องทางในการจัดหาผู้เช่าพื้นที่หลายช่องทาง เช่น ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ของบริษัท หรือส่งข่าวสารไปยังลูกค้าผู้เช่าพื้นที่เดิมของบริษัท โดยเฉพาะกลุ่มผู้เช่าพื้นที่รายย่อยทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก หรือบุคคลธรรมดาที่เปิดร้านค้าย่อย สำหรับขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ/หรืออุปกรณ์เสริม โดยที่ผ่านมามีผู้เช่าพื้นที่ที่มีการ

เข้าพื้นที่ติดต่อกันเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี เฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนผู้เข้าพื้นที่ทั้งหมด ประกอบกับสินค้าประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าเทคโนโลยียังคงเป็นสินค้าที่มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นทุกปีส่งผลให้ร้านค้ารายย่อยที่ต้องการจำหน่ายสินค้าดังกล่าวมีจำนวนเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

ธุรกิจพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน (The Jas) และตลาดชุมชน (J Market)

3.1.5 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการพัฒนาโครงการ และผลตอบแทนของโครงการ The Jas และ J Market ไม่

เป็นไปตามเป้าหมาย

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจพัฒนาและบริหารพื้นที่ในรูปแบบศูนย์การค้าชุมชน (The Jas) ต้องใช้เงินลงทุนต่อโครงการค่อนข้างสูง และต้องใช้ระยะเวลาดำเนินงานพอสมควร หากผลตอบแทนจากการดำเนินการโครงการไม่เป็นไปตามแผนงานที่บริษัทประเมินไว้ ไม่ว่าจะเป็นเกิดจากสภาพการแข่งขันที่รุนแรงหรือปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลให้จำนวนผู้เช่าในโครงการหรืออัตราการเช่าพื้นที่ลดลงก็อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทได้เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี บริษัทได้เล็งเห็นความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว จึงได้กำหนดนโยบายให้ก่อนเริ่มพัฒนาโครงการบริษัทต้องมีการศึกษาและประเมินความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ ซึ่งรวมถึงความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง จำนวนประชากร กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคและคู่แข่งบริเวณโดยรอบโครงการ และจะมีการประยุกต์ใช้แผนการตลาดและแผนธุรกิจให้เหมาะสมกับแต่ละโครงการ นอกจากนี้ ในการทำสัญญาเช่าพื้นที่โครงการบริษัทจะทำสัญญาเช่าในลักษณะระยะยาวมากกว่า 3 ปี เพื่อให้ผู้เช่าพื้นที่เช่าพื้นที่กับบริษัทอย่างต่อเนื่องและสำหรับโครงการ J Market ที่เปิดดำเนินการไปแล้ว บริษัทยังคงมีความเสี่ยงในกรณีที่บริษัทไม่สามารถหาผู้เช่าพื้นที่ได้ตามที่คาดการณ์ไว้หรือมีผู้เช่าพื้นที่ย้ายออกจากโครงการจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลให้ผลตอบแทนของโครงการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม สำหรับโครงการ J Market ตลาดปลาเค้า บริษัทได้ศึกษาและประเมินความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการก่อนเริ่มดำเนินการโครงการ โดย ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2558 โครงการดังกล่าวมียอดจองพื้นที่สำหรับพื้นที่ตลาดนัดเต็ม 100% และสำหรับโครงการ J Market ราษฎร์พัฒนา และ J Market ไทรมา เป็นโครงการที่ใช้เงินลงทุนในโครงการไม่เกิน 5 ล้านบาท หากโครงการดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จก็จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทไม่มากนัก

3.1.6 ความเสี่ยงเนื่องจากการผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้างและต้นทุนการพัฒนาโครงการ

ในการดำเนินโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ นอกจากที่ดินซึ่งเป็นต้นทุนหลักแล้ว ราคาวัสดุก่อสร้างก็นับเป็นต้นทุนที่มีความสำคัญเช่นกัน โดยราคาวัสดุก่อสร้างจะผันแปรไปตามภาวะราคาน้ำมันและปัจจัยทางเศรษฐกิจอื่นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ไม่สามารถควบคุมได้ เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว บริษัทจึงมีมาตรการในการควบคุมและลดความเสี่ยงอันเกิดจากการผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้างอย่างรัดกุม โดยในการว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างโครงการบริษัทได้กำหนดรูปแบบ ประเภท และลักษณะของวัสดุก่อสร้างเพื่อให้ผู้รับเหมาประเมินราคาก่อสร้างทั้งโครงการ ดังนั้นหากในภายหลังราคาวัสดุก่อสร้างมีการเปลี่ยนแปลง ผู้รับเหมาก่อสร้างจะเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารต้นทุนดังกล่าว

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

3.2.1 ความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เจ มาร์ทเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในบริษัทร้อยละ 67.5 ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัท ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวส่งผลให้เจ มาร์ท สามารถควบคุมมติในที่ประชุมผู้ถือหุ้น

ได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องได้รับเสียงส่วนใหญ่ ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทอาจมีความเสี่ยงในการรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุล และตรวจสอบเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการถ่วงดุลอำนาจ จึงได้กำหนดขอบเขตอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการชุดต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน และโปร่งใส และมีการกำหนดมาตรการ การทำรายการที่เกี่ยวข้องกันกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้บริหาร รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ซึ่ง บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการนั้นๆ รวมทั้งการจัดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบ ที่มีความเป็นอิสระเข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัท เพื่อความโปร่งใสและเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ถือหุ้นว่า จะสามารถสอบทานการทำงานและมีการถ่วงดุลอำนาจในฐานะตัวแทนของผู้ถือหุ้นรายย่อยได้ในระดับ หนึ่ง รวมทั้งช่วยในการกลั่นกรองเรื่องต่างๆ ในการนำเสนอเรื่องต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นอีกด้วย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีทรัพย์สินหลัก ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

4.1 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน - สุทธิ

ที่ตั้ง	มูลค่าทางบัญชี- สุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคารโครงการ The Jas วังหิน	520.3	บริษัทได้จดจำนองที่ดิน และอาคารสิ่งปลูกสร้าง เพื่อเป็นหลักประกันสินเชื่อในวงเงินรวม 258 ล้านบาท
รวม	520.3	

4.2 สิทธิการเช่า

	โครงการ	ระยะ เวลาเช่า (ปี)	วันเริ่มสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสิทธิการเช่า (ล้านบาท)
					2559
1.	The Jas งามอินทรา	30	1 ต.ค. 2556	30 ก.ย. 2586	485.7
2.	J Market ไทรมา	12	1 ต.ค. 2557	30 ก.ย. 2569	ไม่มี
3	J Market ตลาดปลาเค้า	12	1 ก.ค. 2558	30 มิ.ย. 2570	28.0
4	The Jar Urban ศรีนครินทร์	24	1 ก.พ. 2559	30 ก.ย. 2583	817.1

4.3 เครื่องตกแต่ง ที่ดินและอุปกรณ์ - สุทธิ

รายการทรัพย์สิน	ราคาทุน ^{1/} (ล้านบาท)	ค่าเสื่อมราคา สะสม (ล้านบาท)	สำรองการ ด้อยค่า ทรัพย์สิน	มูลค่าสุทธิ ^{2/} (ล้านบาท)
1. เครื่องตกแต่ง	140.3	56.9	-	83.4
2. อุปกรณ์สำนักงาน	77.7	21.9	-	55.8
3. ยานพาหนะ	8.7	4.1	-	4.6
4. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	4.9	0.0	-	4.9
5. ที่ดิน	3.0	-	-	3.0
รวม	234.6	82.9	-	151.7

4.4 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์มูลค่าสุทธิ เท่ากับ 4.37 ล้านบาท และเครื่องหมายการค้า 2.23 ล้านบาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ในปี 2560 บริษัทไม่มีกรณีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ก. บริษัท

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท เจเอเอส แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 325/7 อาคารเจมาร์ท ชั้น 8 ถนนรามคำแหง แขวง ราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240
ประเภทธุรกิจ	:	บริหารพื้นที่เช่าภายในศูนย์การค้าและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107557000136
โทรศัพท์	:	02-308-9000
โทรสาร	:	02-308-8118
เว็บไซต์	:	www.jasasset.co.th

ข. บุคคลอื่น ๆ

1) นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	ชั้น 4,7 เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	02-229-2800
โทรสาร	:	02-359-1259

2) ผู้สอบบัญชี

บริษัท	:	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด นาย โสภณ เพิ่มศิริวิมลกุล เลขทะเบียน 3182 นางสาว รุ่งนภา เลิศสุวรรณกุล เลขทะเบียน 3516 นางสาว พิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ เลขทะเบียน 4521 นางสาว รสพร เดชอาคม เลขทะเบียน 5659 นางสาว สุมณา พันธุ์พงษ์สานนท์ เลขทะเบียน 5872
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	193/136-137 อาคารเลคริชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33 ถ.รัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	0-2264-0777 0-2661-9190
โทรสาร	:	0-2264-0789-90

3) ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท	:	บริษัท ซีเอ็มที คอนซัลติ้ง จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่		75 ซอยพื้งมี 11 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260
โทรศัพท์	:	08-1836-7236
โทรสาร	:	-

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -