1. ปัจจัยเสี่ยง

1.1 การต่อสัญญากับสถานีโทรทัศน์หรือการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญา

บริษัทฯเป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเช่าเวลาจากสถานีโทรทัศน์เพื่อออกอากาศรายการ ซึ่งเป็นปกติธุรกิจที่การทำสัญญาเช่าเวลาระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะมีระยะเวลาการทำสัญญา 6 เดือนถึง 1 ปี และต่อสัญญาเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาตามสัญญา การทำสัญญากับแต่ละสถานีจะมีลักษณะแตกต่างกัน ตามรายละเอียดในหัวข้อที่ 3 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์ ซึ่งหากสถานีโทรทัศน์ไม่ให้บริษัทฯต่อสัญญาเช่าเวลาในรายการใด อาจทำให้บริษัทฯมีความเสี่ยงที่จะต้องสรรหาสถานีเพื่อออกอากาศใหม่ ซึ่งอาจกระทบต่อความต่อเนื่องของการออกอากาศของรายการโทรทัศน์และรายได้ของบริษัทฯ นอกจากนี้ยังรวมถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญา เช่น การขึ้นค่าเช่าเวลาออกอากาศโทรทัศน์ การลดสัดส่วนรายได้หรือสัดส่วนเวลาโฆษณาของบริษัทฯ เป็นต้น ซึ่งอาจกระทบต่อผลประโยชน์และรายได้ของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม การพิจารณาให้เช่าเวลาหรือต่อสัญญาเช่าเวลาของแต่ละสถานีจะมีหลักเกณฑ์แตกต่างกันไป โดยมีหลักใหญ่ๆในการพิจารณา คือ รูปแบบรายการ ความนิยมของรายการ และความสามารถในการชำระค่าเช่าเวลา ซึ่งบริษัทฯมิได้ละเลยถึงความเสี่ยงดังกล่าวและพยายามลดโอกาสที่รายการของบริษัทฯจะไม่ได้รับการต่อสัญญาจากสถานีหรือการต่อสัญญาด้วยเงื่อนไขที่ด้อยลงจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญา โดยการพัฒนารายการอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้รายการของบริษัทฯได้รับความนิยมโดยตลอด การรักษาเครดิตในเรื่องการชำระเงินค่าเช่าเวลาและปฏิบัติตามเงื่อนไขการเช่าเวลาอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับสถานีโทรทัศน์

1.2 การที่รายการโทรทัศน์เสื่อมความนิยม หรือกระแสความนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง

รายได้จากการผลิตรายการโทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะแปรผันตามระดับความนิยมของแต่ละรายการ เนื่องจากการตัดสินใจเลือกลงโฆษณาหรือโปรโมตสินค้าหรือบริการกับรายการโทรทัศน์ใด บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) และเจ้าของสินค้าหรือบริการส่วนมากจะพิจารณาความคุ้มค่าของการใช้งบโฆษณาจากอัตราค่าใช้จ่ายโฆษณาต่อจำนวนผู้ชมรายการ และ/หรือพิจารณาจากระดับความนิยมของแต่ละรายการ ในขณะที่การผลิตรายการโทรทัศน์แต่ละรายการมีต้นทุนคงที่ค่อนข้างสูง ได้แก่ ค่าเช่าเวลาสถานี ค่าดำเนินรายการโทรทัศน์ เงินเดือนพนักงานฝ่ายผลิต เป็นต้น ดังนั้นหากรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯไม่เป็นที่นิยมหรือเสื่อมความนิยมลง อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯสามารถลดความเสี่ยงดังกล่าวจากการมีรายการโทรทัศน์หลายรายการ ซึ่งแต่ละรายการที่บริษัทฯสร้างสรรค์มีรูปแบบและการนำเสนอที่แปลกใหม่และมีความหลากหลาย นอกจากนี้ บริษัทฯยังมีกระบวนการพิจารณากลั่นกรองก่อนการตัดสินใจผลิตแต่ละรายการโทรทัศน์แต่ละเทปที่ออกอากาศ และการตรวจสอบคุณภาพก่อนออกอากาศ ตลอดจนมีการติดตามประเมินผลระดับความนิยมและกระแสตอบรับของแต่ละรายการของบริษัทฯและคู่แข่งขันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาพัฒนารายการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้รายการโทรทัศน์ของบริษัทฯได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างต่อเนื่องยาวนานเสมอมา

1.3 การพึ่งพิงตัวพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ และบุคลากรฝ่ายผลิต

บริษัทฯประกอบธุรกิจหลักในการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยให้ความสำคัญกับผลงานและคุณภาพรายการเป็นสำคัญ ดังนั้นบุคลากรฝ่ายผลิตและทีมสร้างสรรค์นับเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของบริษัทฯ นอกจากนี้รายการส่วนใหญ่ของบริษัทฯเป็นประเภทควิซโชว์หรือเกมโชว์ ซึ่งการมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีความสามารถเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและมีผลต่อความสำเร็จของรายการ และเป็นจุดแข็งที่เสริมสร้างศักยภาพในแข่งขันให้กับรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯเรื่อยมา ซึ่งหากบริษัทฯสูญเสียบุคลากรหลักในฝ่ายผลิตและผู้ดำเนินรายการดังกล่าวไปอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพผลงานและผลประกอบการของบริษัทฯ

ทั้งนี้ บริษัทฯตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น บริษัทฯจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องและส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นทีม สำหรับการพึ่งพิงตัวพิธีกรและผู้ดำเนินรายการ บริษัทฯได้มีมาตรการเพื่อลด

ความเสี่ยงดังกล่าวโดยการออกแบบรายการโดยให้ความสำคัญกับรูปแบบรายการและรูปแบบการนำเสนอมากกว่าการผูกติดกับพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการคนใดคนหนึ่ง นอกจากนี้ บริษัทฯได้มีการกระจายงานไปสู่พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่หลากหลายมากขึ้น พร้อมทั้งสร้างพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการใหม่ๆขึ้นมาเสริมรายการอยู่เสมอ ประกอบกับการที่พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการหลักของบริษัทฯ และบุคลากรหลักของฝ่ายผลิตเป็นทั้งผู้ก่อตั้งบริษัทฯและเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ทำให้มีความผูกพันและภักดีต่อองค์กรในการอยู่กับบริษัทฯเพื่อร่วมสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องต่อไป

1.4 การขยายตัวของสื่อโฆษณาอื่นและสื่อโฆษณาใหม่

รายได้จากการผลิตรายการโทรทัศน์ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการขยายตัวของการอุตสาหกรรมโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งจากการที่มีสื่อโฆษณาใหม่ๆเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการขยายตัวของธุรกิจสื่อประเภทอื่นที่ไม่ใช่โทรทัศน์ ส่งผลให้บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) และเจ้าของสินค้าหรือบริการ มีโอกาสเลือกลงโฆษณาผ่านสื่อหลากหลายประเภทมากขึ้น และทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ถูกแบ่งไปยังสื่อประเภทอื่นบ้าง

อย่างไรก็ตาม มูลค่าการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยังครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่น โดยระหว่างปี 2543 ถึง ปี 2546 มีส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าตลาดรวม[1]

ทั้งนี้ นอกจากบริษัทฯจะมุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการผลิตรายการโทรทัศน์ให้เติบโตอย่างมั่นคงและเป็นรายได้หลักของบริษัทฯต่อไป บริษัทฯมีแผนขยายธุรกิจไปยังสื่อประเภทอื่นเพิ่มเติม โดยเริ่มต้นเมื่อเดือนธันวาคม 2546 บริษัทฯขยายธุรกิจไปยังสื่อสิ่งพิมพ์โดยการลงทุนในบริษัท เวิร์คพอยท์ พับลิชชิ่ง จำกัด เพื่อเพิ่มรายได้และลดความเสี่ยงทางธุรกิจลง

1.5 ความเสี่ยงในเรื่องของตลาดรองสำหรับการซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัท

เนื่องจากหุ้นเพิ่มทุนที่บริษัทฯเสนอขายต่อประชาชนทั่วไปในครั้งนี้เป็นการเสนอขายหุ้นสามัญก่อนที่จะได้รับอนุมัติให้นำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์) เกี่ยวกับการขอจดทะเบียนหุ้นของบริษัทฯ ในตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ยื่นคำขออนุญาตนำหลักทรัพย์เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แล้ว และบริษัทหลักทรัพย์ ธนชาติ จำกัด ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงินได้พิจารณาคุณสมบัติของบริษัทฯในเบื้องต้นและเห็นว่าบริษัทฯมีคุณสมบัติครบถ้วนที่จะสามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้ บริษัทฯยังคงมีความไม่แน่นอนที่จะได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์ให้เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน ดังนั้น ผู้ลงทุนอาจมีความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นของบริษัทในตลาดรองและอาจไม่ได้รับผลตอบแทนจากการขายหุ้นได้ตามราคาที่คาดการณ์ไว้หากหลักทรัพย์ของบริษัทฯไม่สามารถจดทะเบียนได้

[1] ที่มา: Nielsen Media Research