

1. ปัจจัยความเสี่ยง

1.1 ความเสี่ยงด้านการพึ่งพิงทรัพยากรบุคคลที่มีความชำนาญเฉพาะทาง

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้ผู้บริหารหลัก คือ นายนิมิตร หมดราศี ซึ่งถือเป็นผู้ที่มีความสำคัญในการบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากนายนิมิตรเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท อีกทั้งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์ในงานด้านที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี รวมถึงบุคลากรสำคัญที่เป็นหัวหน้าทีมประชาสัมพันธ์จำนวน 5 ท่าน ซึ่งบุคลากรดังกล่าวเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านประชาสัมพันธ์มายาวนาน ดังนั้น หากขาดผู้บริหารหลักและบุคลากรด้านที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานและผลการดำเนินงานของบริษัทได้ บริษัทจึงหาแนวทางป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โดยการจัดโครงสร้างองค์กรให้มีการกระจายอำนาจการบริหารไปยังผู้บริหารและบุคลากรท่านอื่นๆ เพื่อให้มีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจ รวมถึงการสร้างทีมงานที่แข็งแกร่ง โดยแต่ละทีมจะประกอบด้วยพนักงานหลายระดับ ที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ประมาณ 3-6 คน ซึ่งสมาชิกในทีมสามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะสามารถลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้บริหารท่านใดท่านหนึ่งได้

จากการที่ธุรกิจของบริษัทเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญ มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ มีความรอบรู้ด้านการบริหาร มีความเข้าใจในธุรกิจต่างๆ ทั้งในด้านลึกและด้านกว้าง มีความถนัดด้านภาษา มีความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ให้กับลูกค้า ดังนั้น บุคลากรจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งซึ่งช่วยให้การดำเนินงานของบริษัทมีประสิทธิภาพ หากเกิดการสูญเสียบุคลากรที่มีคุณภาพ อาจทำให้บริษัทเกิดความเสี่ยงจากการดำเนินงานไม่ต่อเนื่องและเกิดผลกระทบกับการปฏิบัติงานได้ บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงหาทางป้องกันความเสี่ยงโดยแบ่งการทำงานออกเป็นทีม ซึ่งแต่ละทีมจะประกอบด้วยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในหลายธุรกิจ มีความถนัดที่หลากหลาย ทำให้เกิดการโอนถ่ายและแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ระหว่างกันเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง และเมื่อมีการเข้าออกของสมาชิกในทีม บุคลากรในแต่ละทีมสามารถปฏิบัติงานที่ทดแทนกันได้ทั้งในเรื่องการดำเนินงานตามแผนงานและการติดต่อลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง จึงสามารถลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรคนใดคนหนึ่งได้

นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายในการพัฒนาประสิทธิภาพและความสามารถของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ โดยจัดให้มีการฝึกอบรม ไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หรือด้านอื่นๆ ที่สนับสนุนการให้บริการ ร่วมกับโครงการต่างๆ และพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้พนักงานมีการพัฒนาความรู้และทักษะต่างๆ มีความเข้าใจในธุรกิจ และเป็นการเพิ่มคุณค่าในตัวบุคลากรของบริษัท ในขณะเดียวกัน บริษัทมีการให้สวัสดิการและอัตราค่าจ้างที่ไม่ต่ำกว่าผู้ให้บริการอื่นๆ ในธุรกิจประเภทเดียวกัน ตลอดจนมีรายได้คอมมิชชั่นตามผลงาน และการเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่กรรมการและพนักงานเมื่อเดือนมิถุนายน 2548 ที่ผ่านมา ทำให้บุคลากรมีความภาคภูมิใจและผูกพันกับบริษัท พร้อมทั้งจะร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานให้กับลูกค้าต่อไป นอกจากนี้ บริษัทยังเสนอแนวทางความก้าวหน้าทางตำแหน่งงานต่างๆ ที่ชัดเจน ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการสูญเสียทีมงานและบุคลากรให้น้อยลงได้ ที่ผ่านมาบริษัทมีอัตราการลาออกของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 24.49 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด ณ สิ้นปี 2547 เนื่องจากในเดือนกรกฎาคม 2547 บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้น โดยกลุ่มนางสาวสุพรทิพย์ ชววงษ์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นเดิม ได้ขายหุ้นให้แก่กายนนิมิตรและกลุ่มนักลงทุนรายใหม่ จึงทำให้มีพนักงานบางส่วนได้ลาออกในช่วงดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัท แต่กลับทำให้บริษัทสามารถกำหนดทิศทางในการทำธุรกิจได้ชัดเจนมากขึ้น โดยเน้นการทำธุรกิจที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ซึ่งกำลังขยายตัวและก่อให้เกิดรายได้ ส่งผลให้บริษัทมีผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้น โดยผลการดำเนินงานของบริษัทเติบโตขึ้นจาก 90.09 ล้านบาทในปี 2546 เป็น 134.21 ล้านบาทในปี 2547 และอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.70 ในปี 2546 เป็นร้อยละ 24.52 ในปี 2547 สำหรับ 9 เดือนแรกของปี 2548 อัตราการลาออกของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 23.08 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด ทั้งนี้ การลาออกไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทมากนัก เนื่องจากร้อยละ 50.00 ของพนักงานที่ลาออกในปี 2548 เป็นพนักงานในงานสนับสนุนแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงยุทธ์ ซึ่ง

เป็นธุรกิจที่บริษัทไม่เน้นการให้บริการ ที่มีอายุงานเฉลี่ย 6.36 ปี อีกส่วนหนึ่งพนักงานในธุรกิจที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ที่มีอายุงานเฉลี่ยประมาณ 0.5 ปี

1.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันและการเข้ามาดำเนินธุรกิจได้ง่ายของผู้ประกอบการรายใหม่

ธุรกิจที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากหลายหน่วยงานที่เห็นถึงประโยชน์และความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กลุ่มเป้าหมายและสาธารณะ จึงทำให้ปริมาณงานและความต้องการใช้บริการด้านประชาสัมพันธ์เพิ่มสูงขึ้น เป็นเหตุจูงใจให้ผู้ประกอบการจำนวนมากสนใจที่จะเข้ามาทำธุรกิจที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเห็นว่าสามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่ายและไม่ต้องใช้เงินทุนสูงมากนัก ซึ่งคู่แข่งของบริษัทมีทั้งที่เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง และบริษัทที่ทำธุรกิจโฆษณาที่มีการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ด้วย ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่งและการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ จึงอาจทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดกันรวมทั้งอาจแข่งขันกันในเรื่องราคา ซึ่งอาจทำให้รายได้ของบริษัทลดลงได้ในอนาคต บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงจากการแข่งขันและการเข้ามาดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ได้ อย่างไรก็ตาม งานที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องใช้บุคลากรหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจหลายแขนง มีความรอบรู้ในหลากหลายสาขาวิชา ผู้ประกอบการต้องมีผลงานที่เป็นที่ยอมรับ และมีเครือข่ายที่แข็งแกร่ง ซึ่งจากการที่บริษัทให้บริการงานที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์มานานกว่า 16 ปี ทำให้บริษัทมีความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง มีทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี มีเครือข่ายทางธุรกิจที่ดีทั้งในและต่างประเทศ และมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เชื่อมโยงกับแหล่งข้อมูลสำคัญของโลก โดยผ่านระบบฐานข้อมูลของพันธมิตรทางการค้า ได้แก่ Ketchum และ Fleishman-Hillard ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ภาวะอุตสาหกรรม และแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ในอนาคต เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ ส่งผลให้บริษัทเป็นหนึ่งในบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ระดับแนวหน้าของประเทศ และทำให้บริษัทมีความได้เปรียบผู้ให้บริการที่ยังไม่มีผลงานเป็นที่ยอมรับหรือไม่มีความรู้อย่างแท้จริงในการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ เนื่องจากลูกค้าหลายรายไม่ได้พิจารณาว่าจ้างผู้ให้บริการจากการเสนอค่าบริการที่มีราคาต่ำเพียงอย่างเดียว จึงสามารถลดความเสี่ยงจากการแข่งขันได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ บริษัทมีกลุ่มลูกค้าที่มีชื่อเสียงและกระจายตัวอยู่ในหลายธุรกิจ และจากการสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพเหมาะสมกับลักษณะธุรกิจของลูกค้าแต่ละราย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าในการใช้บริการคำปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์จากบริษัทอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน บริษัทมีลูกค้าที่ใช้บริการที่ปรึกษางานประชาสัมพันธ์ประมาณ 30 ราย โดยส่วนหนึ่งเป็นลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการและกลับมาใช้อีก คิดเป็นมากกว่าร้อยละ 45 ของลูกค้าทั้งหมดของบริษัท ลูกค้าเหล่านี้ลงนามในสัญญาบริการ ซึ่งจะจ่ายค่าบริการที่ปรึกษาเป็นรายเดือนตลอดอายุของสัญญาประมาณ 3 ถึง 36 เดือน โดยไม่รวมค่าใช้จ่ายที่จะใช้เพิ่มเติมในการจัดงานสนับสนุนแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงยุทธ์ จึงทำให้บริษัทมีกระแสเงินสดที่มั่นคงต่อเนื่องตลอดมา โดยไม่ต้องกู้เงินจากสถาบันการเงินหรือธนาคาร บริษัทมีรายได้จากการให้บริการตามสัญญาการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ ประมาณร้อยละ 50 ของรายได้รวมใน 9 เดือนแรกของปี 2548 ทั้งนี้ รายได้จากการเก็บค่าบริการตามสัญญาเป็นรายได้ที่ค่อนข้างแน่นอน ครอบคลุมต้นทุนการให้บริการและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่ โดยต้นทุนการให้บริการและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่ที่สำคัญ ได้แก่ เงินเดือนและสวัสดิการพนักงานในแต่ละฝ่าย เป็นต้น ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงหากมีลูกค้าบางรายเลิกสัญญา ก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของบริษัท ประกอบกับบริษัทมีนโยบายที่จะนำเสนอผลงานให้สูงกว่าความคาดหวังและสนองตอบต่อความพอใจของกลุ่มลูกค้าให้มากที่สุด ทำให้ลูกค้ามีความต้องการที่จะใช้บริการต่างๆ ของบริษัทต่อไป ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงจากการสูญเสียลูกค้าได้

บริษัทได้ขยายขอบเขตการบริการที่มีลักษณะแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น ได้แก่ งานที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์เพื่อการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("ตลาดหลักทรัพย์ฯ") งานที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์เพื่อนักลงทุน และบริษัทได้

ลงนามในสัญญาแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากสำนักข่าวและสถานีโทรทัศน์เครือข่าย CNBC ให้เป็นผู้แทนในการวางกลยุทธ์ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ ให้กับองค์กรเอกชนขนาดใหญ่ผ่านเครือข่าย CNBC และเป็นผู้แทนแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย สำหรับกลุ่มลูกค้าหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ รวมถึงการขยายการให้บริการไปในกลุ่มลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และวิสาหกิจขนาดใหญ่มากขึ้น โดยบริษัทได้จัดตั้งทีมงานสำหรับการให้คำปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจโดยเฉพาะ ช่วยให้บริการขยายตลาดการให้บริการ และฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาสวนแบ่งตลาด รวมทั้งขยายการดำเนินธุรกิจการให้คำปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ต่อไปได้

1.3 ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ

การให้บริการงานที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์อาจได้รับผลกระทบบ้างเล็กน้อยจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ กล่าวคือ ในกรณีที่สภาพเศรษฐกิจมีการเติบโตขึ้น ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น องค์กรต่างๆ ก็จะจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายมากขึ้น เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ในกรณีที่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ความต้องการซื้อสินค้าและกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง บริษัทเอกชนบางแห่งที่ได้รับผลกระทบอาจปรับลดงบประมาณด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อลดค่าใช้จ่ายลง แต่หน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ยังคงจัดสรรงบประมาณการทำประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือ เชื่อมั่นในตัวองค์กร และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อสาธารณชน จึงทำให้ธุรกิจที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ยังสามารถสร้างรายได้แม้ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ ประกอบกับการที่ลูกค้าของบริษัทมีการกระจายตัวอยู่ในหลายธุรกิจ ซึ่งหากเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำกับธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง บริษัทยังมีลูกค้าในธุรกิจอื่นๆ เพื่อช่วยลดความเสี่ยงได้ นอกจากนี้ ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ซึ่งงบประมาณไม่สูงมากและสามารถสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรในสายตาของกลุ่มเป้าหมายได้ จึงทำให้งานที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่ดีขึ้นในอนาคต ตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา สภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากข้อมูลตัวเลขรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคด้านภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้นจาก 3,717.17 พันล้านบาทในปี 2545 เป็น 4,379.65 พันล้านบาทในปี 2547 ตัวเลขดังกล่าวแสดงถึงการใช้จ่ายของภาครัฐบาลและเอกชนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นการใช้จ่ายในด้านการประชาสัมพันธ์

การที่บริษัทมีฐานลูกค้ากระจายตามธุรกิจต่างๆ หลากหลายธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโทรคมนาคมและการสื่อสาร ธุรกิจการเงินและการธนาคาร ธุรกิจยานยนต์ ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจเหล็ก ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งมีฐานลูกค้าซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และวิสาหกิจขนาดใหญ่ ทำให้ช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้าในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งโดยเฉพาะ เนื่องจากหากธุรกิจใดได้รับผลกระทบรุนแรงจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ บริษัทยังสามารถให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าในธุรกิจอื่นๆทดแทนได้และยังสามารถเสนอบริการที่หลากหลายประเภทแก่กลุ่มลูกค้าในธุรกิจอื่นต่อไป

1.4 ความเสี่ยงจากการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ที่ค้างชำระเกินกำหนดไม่ได้หรือล่าช้ากว่ากำหนด

บริษัทให้บริการแก่ลูกค้าทั้งที่เป็นหน่วยงานราชการและบริษัทเอกชน โดยมีนโยบายในการให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้าที่เป็นบริษัทเอกชน 30 วัน และลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ 60 วัน ซึ่ง ณ สิ้นปี 2547 และ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2548 ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับที่เกินกำหนดชำระมากกว่า 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 24.18 และ 9.00 ของลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ-สุทธิตามลำดับ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ที่ค้างชำระเกินกำหนดไม่ได้หรือล่าช้ากว่ากำหนด อย่างไรก็ตาม ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก บริษัทมีการคัดเลือกลูกค้าที่มีความน่าเชื่อถือ มีฐานะการเงินที่มั่นคง และบริษัทมีการวิเคราะห์ฐานะการเงินและตรวจสอบเครดิตทางการเงินของลูกค้าตั้งแต่ก่อนที่จะให้บริการ ในกรณีที่ลูกค้าค้างชำระเกินกำหนด เจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีของบริษัทจะติดตามให้ลูกหนี้รายดังกล่าวชำระเงินโดยเร็วที่สุด โดยประสานงานกับเจ้าหน้าที่ที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดูแลลูกค้ารายนั้นๆ เพื่อช่วยติดตามอีกทางหนึ่ง จากนั้นจึงรายงานผลการติดตามให้แก่

หัวหน้างานเพื่อหาทางแก้ไขอย่างทันด่วนที่ ที่ผ่านมามีลูกค้าเพียง 2 รายเท่านั้นที่ค้างชำระเงินเกินกว่า 180 วัน ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญเสียของลูกค้าทั้งสองรายแล้วจำนวน 1.82 ล้านบาท และบริษัทมีการตัดหนี้สูญของลูกค้าหนึ่งรายหนึ่งในสองรายนั้น จำนวน 0.28 ล้านบาท โดยบริษัทได้ดำเนินคดีกับลูกค้าทั้ง 2 ราย โดยรายหนึ่งคดีสามารถไกล่เกลี่ยกันได้ โดยลูกหนี้ขอผ่อนชำระหนี้ ส่วนลูกหนี้อีกรายหนึ่งอยู่ระหว่างขั้นตอนการฟ้องดำเนินคดี

1.5 ความเสี่ยงจากการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

บริษัทมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อให้บริการบางประเภทที่ต้องใช้อุปกรณ์ที่มีราคาสูง เช่น การจัดทำเวทีและฉาก งานระบบแสง เสียง จ้างช่างภาพอิสระ จัดทำวีดิทัศน์เพื่อนำเสนอข้อมูล งานผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ และงานผลิตสื่อโฆษณา เป็นต้น เนื่องจากบริษัทไม่ต้องการแบกรับต้นทุนในการจัดหา ซ่อมแซมอุปกรณ์ต่างๆ และการเสื่อมสภาพของอุปกรณ์อันเป็นเหตุจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีอยู่ตลอดเวลา โดยบริษัทมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน คิดเป็นประมาณร้อยละ 55.59 และร้อยละ 15.23 ของต้นทุนทั้งหมดในปี 2547 และ 9 เดือนแรกของปี 2548 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตงานโฆษณา การจัดทำเวทีและฉาก การเช่าอุปกรณ์เสียงและแสง การจัดทำวีดิทัศน์ เป็นต้น ซึ่งการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการได้รับงานที่ไม่มีคุณภาพหรือได้รับงานล่าช้ากว่ากำหนด หรือการเกิดต้นทุนหากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านไม่สามารถทำงานให้กับบริษัทได้ เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว บริษัทมีการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเฉพาะรายที่มีประวัติการทำงานที่ดี มีผลงานที่มีคุณภาพตามที่บริษัทกำหนด มีชื่อเสียงและมีความเชี่ยวชาญในด้านนั้นๆ ตลอดจนส่งงานตรงตามกำหนดเวลา นอกจากนี้ การที่บริษัททำธุรกิจมานานทำให้บริษัทได้ร่วมงานกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจำนวนมาก ณ 30 กันยายน 2548 บริษัทมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่บริษัทสามารถเลือกใช้บริการได้ประมาณ 5-10 ราย ในแต่ละประเภทบริการ อีกทั้งบริษัทมีการจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านแต่ละบริการ เพื่อที่จะสามารถเลือกใช้บริการจากผู้เชี่ยวชาญได้อย่างเหมาะสมกับแผนงานและงบประมาณที่กำหนดไว้ และหากผู้เชี่ยวชาญรายใดไม่สามารถให้บริการแก่บริษัทได้ บริษัทก็สามารถเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นทดแทนได้ เนื่องจากบริษัทไม่ได้มีการพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ ทั้งนี้ ใน 9 เดือนแรกของปี 2548 บริษัทไม่มีสัดส่วนการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญรายใดมากกว่าร้อยละ 30 ของต้นทุนรวม

1.6 ความเสี่ยงจากการเสนอขายหลักทรัพย์ในราคาต่ำให้แก่กรรมการและพนักงานก่อนการเสนอขายหลักทรัพย์ให้แก่ประชาชน

ก่อนการเสนอขายหุ้นสามัญแก่ประชาชนในครั้งนี้ ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 3/2548 เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2548 ได้มีมติให้เสนอขายหุ้นสามัญให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท จำนวน 2 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 5 บาท ซึ่งมีระยะเวลาการเสนอขายในวันที่ 6-17 มิถุนายน 2548 ทั้งนี้ ราคาเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่กรรมการและพนักงานเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาเสนอขายแก่ประชาชน ทำให้ผู้จองซื้ออาจได้รับความเสี่ยงจากลดลงของราคารับรองหุ้นภายหลังจากการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ อย่างไรก็ตาม หุ้นที่จัดสรรให้แก่กรรมการและพนักงานดังกล่าวจะถูกห้ามซื้อขายเป็นระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน นับแต่วันที่หุ้นของบริษัทเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ซึ่งเป็นไปตามแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ กำหนด โดยกรรมการและพนักงานสามารถทยอยขายหุ้นได้ร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นที่ถูกสั่งห้ามซื้อขายเมื่อครบกำหนดทุกๆ 6 เดือน นับตั้งแต่วันที่หุ้นของบริษัทเริ่มเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ และสามารถขายหุ้นทั้งหมดได้เมื่อครบกำหนด 1 ปี 6 เดือน