

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ผู้ลงทุนควรพิจารณาปัจจัยความเสี่ยง รวมทั้งรายละเอียดข้อมูลอื่นๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้อย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจลงทุน ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้เป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทและมูลค่าหุ้นของบริษัทได้ ซึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้อาจไม่เป็นปัจจัยความเสี่ยงทั้งหมดที่มีอยู่ เพราะอาจมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทยังไม่อาจทราบได้ และอาจมีปัจจัยความเสี่ยงบางประการที่บริษัทเห็นว่าไม่มีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทในขณะนี้ แต่ในอนาคตอาจกลายเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้ ผลกำไร ของบริษัทได้ ดังนั้น ก่อนการตัดสินใจลงทุน ผู้ลงทุนควรใช้วิจารณญาณในการพิจารณาข้อมูลอย่างรอบคอบ เพราะปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทได้ไม่จำกัดเฉพาะแต่เพียงปัจจัยความเสี่ยงตามที่ได้กล่าวไว้ในเอกสารฉบับนี้เท่านั้น

นอกจากนี้ ข้อความในลักษณะการคาดการณ์ในอนาคต การประมาณการ ความประสงค์ หรือเจตนารมณ์ของบริษัทที่ปรากฏอยู่ในเอกสารฉบับนี้ อาทิ “มีแผนการ” “ประสงค์” “ต้องการ” “คาดว่า” “เห็นว่า” “เชื่อว่า” “ประมาณ” “อาจจะ” หรือคำหรือข้อความอื่นใดในทำนองเดียวกัน เป็นคำหรือข้อความที่บ่งชี้ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมีความไม่แน่นอน และผลที่เกิดขึ้นอาจแตกต่างจากการคาดการณ์ได้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทมีรายได้หลักจากการผลิตรายการเพื่อสร้างรายได้จากการขายเวลาโฆษณาให้กับเจ้าของสินค้าและบริการ ที่สนใจประชาสัมพันธ์สินค้าของตน โดยในปี 2556 และงวด 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2557 บริษัทมีรายได้ค่าโฆษณาเท่ากับ 548.15 ล้านบาท และ 378.93 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 86.60 และร้อยละ 85.56 ตามลำดับ โดยบริษัทมีกลุ่มลูกค้าแบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการ (Direct Customer) และกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) ซึ่งในงวด 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2557 บริษัทมีส่วนสร้างรายได้ลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการ และกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 51.02 และร้อยละ 48.98 ของรายได้ค่าโฆษณา โดยมีรายได้ค่าโฆษณาจากลูกค้ารายหนึ่งในกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (ไม่มีความเกี่ยวข้องใดๆ กับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารของบริษัท) เกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้ค่าโฆษณา ซึ่งบริษัทอาจได้รับความเสี่ยงจากการถูกลดปริมาณการซื้อเวลาโฆษณา หรือยกเลิกการซื้อเวลาโฆษณากับทางบริษัทอันเนื่องมาจากนโยบายภายในของลูกค้าเอง ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายดังกล่าว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว โดยได้กำหนดแนวทางในการป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยการให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า ผ่านการผลิตรายการที่ดีมีคุณภาพและอยู่ในกระแสนิยม ควบคู่ไปกับการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทั้งกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ และกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา โดยลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัท มีระยะเวลาการเป็นคู่ค้ามายาวนานกว่า 10 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในคุณภาพและความนิยมรายการของบริษัท นอกจากนี้ เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น บริษัทได้กำหนดให้ทีมตลาดของบริษัทจัดทำแผนการขายโฆษณารายปี เพื่อเสนอต่อฝ่ายบริหารสำหรับการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการเสนอลูกค้า

ในช่วงปลายปี โดยแผนโฆษณาดังกล่าว จะระบุรายการและช่วงเวลาออกอากาศทั้งหมดเพื่อเสนอขายเวลาในปีถัดไป ซึ่งโดยปกติธุรกิจ ลูกค้าจะซื้อเวลาโฆษณาเป็นรายปี เพื่อให้สามารถบริหารจัดการและควบคุมงบประมาณประชาสัมพันธ์ได้ง่าย ซึ่งลูกค้าจะแจ้งกำหนดการและแผนงานเบื้องต้นเกี่ยวกับวัน/เวลาที่ออกอากาศมาอย่างชัดเจน และก่อนออกอากาศ ทางบริษัทจะจัดส่งใบลำดับการโฆษณาไปยังสถานีเป็นรายเทปหรือรายตอน เพื่อเป็นการยืนยันและแจ้งให้ทราบถึงการโฆษณาในรายการนั้นๆ อย่างชัดเจน

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงสถานีโทรทัศน์เพื่อออกอากาศรายการ

รายได้ค่าโฆษณา ซึ่งเกิดจากธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ถือเป็นรายได้หลักของบริษัทที่เกิดจากการเช่าเวลาจากสถานีเพื่อออกอากาศรายการที่บริษัทเป็นผู้ผลิต โดยการได้มาซึ่งเวลาออกอากาศของสถานี จะเป็นไปตามขั้นตอนและข้อกำหนดในการอนุมัติรายการของแต่ละสถานีที่แตกต่างกัน โดยรูปแบบของสัญญาและการกำหนดค่าเช่าเวลาสถานีก็จะมี ความแตกต่างกันด้วย ซึ่งรูปแบบค่าเช่าเวลาสามารถแยกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ 1) การเช่าเวลาออกอากาศจากทางสถานีใน อัตราคงที่ต่อตอน 2) การแบ่งเวลาโฆษณาต่อตอนกับทางสถานี (Time Sharing) และ 3) การแบ่งรายได้ค่าโฆษณาต่อตอน กับทางสถานี (Revenue Sharing) โดยบางสถานีจะกำหนดให้มีการลงนามสัญญาเพื่อผูกพันการทำงาน ซึ่งเนื้อหาสำคัญใน สัญญาจะครอบคลุมถึงสิทธิ หน้าที่ เงื่อนไขการชำระค่าเช่าเวลา รวมถึงระยะเวลาในการเช่าช่วงเวลาของสถานีในการ ดำเนินงาน ซึ่งระยะเวลาของสัญญาจะมีตั้งแต่ 6 เดือน ถึง 1 ปี และต่อสัญญาเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาตามสัญญา ในขณะที่บาง สถานีไม่มีสัญญาการผลิตรายการ (รายละเอียดเพิ่มเติมความเสี่ยงหัวข้อ 3) นอกจากนี้ ด้วยความนิยมในการรับชมรายการ ของสถานีโทรทัศน์ในปัจจุบันยังคงกระจุกตัว แม้ว่าจะมีทีวีดิจิตอลเพิ่มขึ้นถึง 24 ช่อง แต่ผู้ชมรายการยังคงเคยชินกับการ รับชมรายการโทรทัศน์ผ่านสถานีเพียงไม่กี่สถานี ซึ่งล้วนแต่เป็นสถานีที่มีเรตติ้งการรับชมสูง ซึ่งรายการของบริษัทส่วนใหญ่ ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ในกลุ่มเรตติ้งดีดังกล่าว โดยในปี 2556 และงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2557 บริษัท มีค่าเช่าเวลากับสถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่งมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าต้นทุนขายและบริการรวม ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการออกอากาศรายการที่ผลิตผ่านสถานีดังกล่าว หากรายการของบริษัทถูกยกเลิกการออกอากาศ ด้วยเหตุผลภายในของสถานี หรือถูกยกเลิกการเช่าเวลาออกอากาศ ซึ่งอาจทำให้บริษัทต้องหาสถานีใหม่เพื่อออกอากาศ รายการที่ผลิต ทำให้เกิดส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของรายการ และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้ ในที่สุด

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวเป็นอย่างดี โดยกำหนดแนวทางในการป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจจะ เกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว โดยการพัฒนารายการให้มีคุณภาพดี น่าสนใจ มีรูปแบบรายการที่แตกต่างเพื่อสร้างความ ประทับใจ และสอดแทรกสาระความรู้เพื่อสร้างสรรค์สังคม ควบคู่ไปกับการเพิ่มความบันเทิงแก่ผู้ชมในทุกกลุ่มเป้าหมาย รวมถึง การสรรหารายการที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ ผ่านการซื้อลิขสิทธิ์รายการโดย CMED มาผลิตเพื่อ ออกอากาศ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะช่วยเพิ่มฐานจำนวนผู้ชมรายการ ซึ่งสะท้อนผ่านการเพิ่มขึ้นของเรตติ้งรายการ ที่จะ ส่งผลทำให้มีการเพิ่มขึ้นของผู้สนับสนุนรายการ (ลูกค้าโฆษณา) ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักของสถานีในการพิจารณาให้ บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่อสัญญาเวลาออกอากาศ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ทางสถานีทุกสถานี ผ่านการปฏิบัติตามเงื่อนไขการเช่าช่วงเวลาที่ได้ตกลงร่วมกันอย่างเคร่งครัด อาทิ คุณภาพและรูปแบบ

รายการที่จะนำมาออกอากาศ รวมถึงการชำระเงินค่าเช่าตามระยะเวลาที่กำหนด และการสรรหาโฆษณาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับช่วงเวลาออกอากาศได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ซึ่งบริษัทได้ยึดถือแนวทางปฏิบัติดังกล่าวมาโดยต่อเนื่อง และบริษัทไม่เคยถูกยกเลิกการเช่าเวลาออกอากาศกับสถานีโทรทัศน์ใดๆ ดังนั้น บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าจะได้รับผลกระทบจากความเสียดังกล่าวไม่มากนัก

3. ความเสี่ยงจากการไม่มีสัญญาหรือข้อตกลงการผลิตรายการกับสถานีโทรทัศน์บางสถานี

ณ วันที่ 30 กันยายน 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายการที่ผลิตและออกอากาศ เพื่อสร้างรายได้จากค่าโฆษณา รวมทั้งสิ้น 5 รายการ ได้แก่ รายการมาสเตอร์คีย์ เวทีแจ้งเกิด รายการแอมไนท์ วาไรตี้ รายการหลวงตามหาชน รายการบ้านอุ่นอุ่นไอรัก และรายการเทค มี เอARTH ไทยแลนด์ โดย 4 รายการ เป็นรายการที่บริษัทผลิตและออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยมีรูปแบบการจ่ายค่าตอบแทนเป็นการแบ่งเวลาโฆษณา (Time Sharing) และการแบ่งรายได้ค่าโฆษณา กับสถานี (Revenue Sharing) ซึ่งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 (ช่อง 3) มีแนวปฏิบัติในการให้เช่าเวลาสถานีที่แตกต่างจากสถานีอื่น กล่าวคือจะไม่มีการทำสัญญาหรือข้อตกลงในการให้เช่าเวลาออกอากาศอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรกับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ยกเว้นการว่าจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ จากสาเหตุภายในของสถานี โดยปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยมีรายการออกอากาศกับช่อง 3 และช่อง 3 Family (33 SD) ดังนั้น บริษัทและบริษัทย่อยจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากการไม่มีเอกสารที่เป็นหลักฐานเพื่อแสดงให้เห็นถึงภาระผูกพันที่มีกับทางสถานีจากการออกอากาศรายการ ซึ่งบริษัทอาจถูกแจ้งเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในการให้เช่าช่วงเวลา รวมถึงอาจถูกยกเลิกการออกอากาศของรายการ หรือถูกเปลี่ยนแปลงเวลาการออกอากาศไปในช่วงที่มีการรับชมที่น้อย ซึ่งประเด็นดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อยอดขายได้ค่าโฆษณา ที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อถือของบริษัทต่อกลุ่มลูกค้าผู้ซื้อโฆษณาในรายการ รวมถึงอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

ด้วยลักษณะข้อตกลงการผลิตรายการเพื่อออกอากาศผ่านสถานีดังกล่าว มีแนวปฏิบัติในลักษณะไม่มีสัญญาหรือข้อตกลงมาโดยต่อเนื่อง และเป็นแนวปฏิบัติที่สถานีใช้กับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ทุกรายในอุตสาหกรรม กอปรกับตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ก่อนที่บริษัทจะผลิตรายการแต่ละรายการ ทีมตลาดของบริษัทจะสำรวจความต้องการและความนิยมในการรับชมรายการของผู้ชม ผ่านการหารือกับสถานีและลูกค้ากลุ่มผู้ซื้อโฆษณา ก่อนนำรูปแบบที่ได้มาหารือกับฝ่ายบริหารเพื่อผลิตรายการ นอกจากนี้ ในระหว่างการผลิต ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทซึ่งมีประสบการณ์ในการทำงานมาอย่างยาวนาน จะเข้าควบคุมการผลิตเพื่อให้รายการที่ได้เป็นไปอย่างมีคุณภาพ อยู่ในกระแสนิยม และเป็นที่ยอมรับของผู้ชมรายการ รวมถึงสถานี ทั้งนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจมากกว่า 22 ปี โดยผลิตรายการและออกอากาศผ่านการเช่าเวลากับสถานีดังกล่าวมากกว่า 10 รายการ โดยไม่เคยดำเนินการอันใดที่แตกต่างไปจากที่ได้ตกลงร่วมกัน จึงไม่เคยได้รับผลกระทบจากการไม่มีสัญญาหรือข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรแต่อย่างใด แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการออกอากาศรายการและโฆษณาที่บริษัทขายได้ บริษัทจะกำกับดูแลผ่านการจัดส่งตารางแผนการออกอากาศโฆษณาในตอนนั้นๆ ของรายการให้กับทางสถานี เพื่อเป็นการยืนยันแผนการออก Spot โฆษณาของลูกค้าบริษัท โดยจะระบุนยอดรวมของเวลาโฆษณาตามที่ตกลงกัน ทั้งนี้ บริษัทยังไม่เคยถูกยกเลิกการผลิตรายการหรือยกเลิกการออกอากาศจากสถานีดังกล่าว

4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา

สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพล และส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าอุปโภคและบริโภคของผู้บริโภคทั่วไปมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ โดยในปี 2557 AC NIELSEN ได้คาดการณ์มูลค่าตลาดของโฆษณาทางโทรทัศน์มีมูลค่าสูงกว่า 53,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าอุตสาหกรรมโฆษณาในประเทศ โดยการเปลี่ยนแปลงของดังกล่าว ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางเศรษฐกิจและการเมืองเป็นสำคัญ โดยในไตรมาสที่ 3 ปี 2557 อุตสาหกรรมโฆษณาภายในประเทศยังคงปรับตัวลดลงประมาณร้อยละ 9.7 อันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ซึ่งรายได้ค่าโฆษณาถือเป็นรายได้หลักของบริษัท โดยในงวด 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2557 บริษัทมีรายได้ค่าโฆษณาเท่ากับ 378.93 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 85.56 ของรายได้รวมของบริษัท ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบรายได้ค่าโฆษณาจากไตรมาสเดียวกันของปี 2556 จะพบว่า บริษัทมีรายได้ค่าโฆษณาลดลงคิดเป็นร้อยละ 9.98 ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจและความไม่มั่นคงทางการเมืองในช่วงที่ผ่านมา ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าผลการดำเนินงานของบริษัทจะผันแปรไปตามการตัดสินใจของผู้ซื้อเวลาโฆษณา ซึ่งจะกำหนดค่าใช้จ่ายในการโฆษณามันแปรไปตามภาวะเศรษฐกิจและการเมือง กล่าวคือ หากทิศทางภาพรวมของเศรษฐกิจและการเมืองมีแนวโน้มดี จะส่งผลให้งบประมาณโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะขยายตัวตามไปด้วย ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของเจ้าของสินค้าและบริการได้

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และเพื่อเป็นการลดผลกระทบจากความเสี่ยงข้างต้น บริษัทได้กำหนดแผนการดำเนินงานรวมถึงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ของบริษัทซึ่งมุ่งเน้น 1) สร้างการพัฒนาคุณภาพและความน่าสนใจของรายการเพื่อตอบโจทย์การแข่งขัน 2) รักษาและเพิ่มฐานผู้ชมรายการเพื่อให้เกิดความมั่นคงในฐานรายได้ของบริษัท โดยการตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทางตรงคือลูกค้าโฆษณาและลูกค้าทางอ้อมคือกลุ่มผู้ชมรายการ 3) ขยายช่องทางการดำเนินธุรกิจโดยเพิ่มสัดส่วนการดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังมีส่วนของธุรกิจบริหารศิลป์ที่มีแผนจะพัฒนาต่อไปในอนาคต 4) การศึกษาเพื่อมองหาโอกาสในการผลิตคอนเทนต์บันเทิงในสื่ออื่นๆ อาทิ สื่อออนไลน์ ทั้งนี้ บริษัทเชื่อว่าการคงไว้ซึ่งการผสมผสานการดำเนินธุรกิจจะช่วยลดความเสี่ยงดังกล่าวได้ระดับหนึ่ง

5. ความเสี่ยงจากลิขสิทธิ์รายการที่ซื้อมาจากต่างประเทศ

บริษัท ศรีเอทีเอส มีเดีย จำกัด (CMED) ในฐานะบริษัทย่อย ซึ่งบริษัทถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนบริษัท ซึ่ง CMED มีรายได้หลักจากรายได้ค่าโฆษณาที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ประเภทซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศทั้งหมด โดยรายการที่ CMED ซื้อลิขสิทธิ์จะเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศและเป็นรายการที่มีรูปแบบสอดคล้องและเหมาะสมกับการรับชมของผู้ชมในประเทศ โดยจ่ายชำระค่าตอบแทนระหว่างการผลิตรายการทั้งจำนวน (รายละเอียดเพิ่มเติมส่วนที่ 2.2 การประกอบธุรกิจ หัวข้อที่ 5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ) ซึ่ง CMED จะว่าจ้างบริษัทและผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จากภายนอก (ไม่มีความเกี่ยวข้องใดๆ กับผู้ถือหุ้น กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารบริษัท) เป็นผู้ผลิตรายการ ซึ่งที่ผ่านมา CMED ซื้อลิขสิทธิ์รายการที่นำมาผลิตและออกอากาศจำนวน 3 รายการ ได้แก่ รายการแดนซ์ ยั้ว แพท ออฟ (Dance Your Fat Off) เต้นเปลี่ยนชีวิต รายการไทยแลนด์แดนซ์ นาว (Thailand Dance now)

โดยผลิตเป็นจำนวน 2 ซีซั่น และ 1 ซีซั่น ตามลำดับ (ปัจจุบัน CMED ได้เจรจาเบื้องต้นกับเจ้าของลิขสิทธิ์รายการแดนซ์ ยัวร์ แพท ออฟ เพื่อผลิตเป็นซีซั่นที่ 3 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยได้ลงนามสัญญาการให้สิทธิ์ในการเป็นผู้ผลิตในไตรมาสที่ 4 ปี 2557 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และคาดว่าจะออกอากาศในเดือนกรกฎาคม 2558 นี้) และรายการเทค มี เอาท์ ไทยแลนด์ (Take Me Out Thailand) ซึ่งปัจจุบันออกอากาศเป็นซีซั่นที่ 7 ทั้งนี้ การผลิตรายการดังกล่าวจะต้องมีรูปแบบการผลิตที่เป็นไปตามที่เจ้าของลิขสิทธิ์เป็นผู้กำหนดเท่านั้น (International Format) อาทิ รูปแบบหรือลักษณะของเวที แสง เสียง รวมถึง ภาพประกอบต่างๆ โดยหาก CMED ต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบใดๆ จะต้องได้รับการอนุมัติจากเจ้าของลิขสิทธิ์รายการก่อนจึงจะสามารถดำเนินการได้ อาทิ รายการเทค มี เอาท์ ไทยแลนด์ ซึ่งมีรูปแบบตามที่กำหนดให้ชายหนุ่มจากทางบ้านที่มีคุณสมบัติโดดเด่น 1 คน มาพูดถึงคุณสมบัติของตนเอง เพื่อให้หญิงสาวหน้าตาดี คุณสมบัติเด่นจำนวน 30 คนเลือกเป็นคู่เดทของเธอ หรือเป็นหญิงสาวคุณสมบัติโดดเด่น 1 คน มาพูดถึงคุณสมบัติของตนเอง เพื่อให้ชายหนุ่มหน้าตาดี คุณสมบัติเด่นจำนวน 30 คนเลือกเป็นคู่เดท เป็นต้น ทั้งนี้ CMED มีรายได้จากค่าโฆษณาเป็นหลัก โดยในงวด 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2557 CMED มีรายได้ค่าโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 99.98 ของรายได้รวม ดังนั้น หาก CMED ไม่ได้รับการต่อสัญญาจากเจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อสร้างซีซั่นต่อไป หรือไม่สามารถจัดหารายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศเพื่อมาผลิตตามนโยบายได้ จะมีผลทำให้ CMED สูญเสียโอกาสในการผลิตรายการที่เป็นที่นิยม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของ CMED และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงในส่วนนี้เป็นอย่างดี โดยการต่อสัญญา เนื่องจากอำนาจการตัดสินใจเป็นของเจ้าของลิขสิทธิ์ ดังนั้น ทางที่ดีที่สุดที่บริษัทจะป้องกันและลดโอกาสในการถูกยกเลิกสัญญาให้ใช้ลิขสิทธิ์ คือ การดำเนินการผลิตรายการภายใต้ข้อตกลงและข้อกำหนดต่างๆ ที่ระบุในสัญญาอย่างเคร่งครัด เพื่อให้รายการที่ผลิตออกมาตรงตามรูปแบบและข้อตกลงที่ได้ทำไว้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ เพื่อให้รายการที่ออกอากาศมีรูปแบบที่เป็นไปตามมาตรฐานที่ได้รับการพิสูจน์ความนิยมจากประเทศต่างๆ มาแล้ว ซึ่งทุกรายการที่ CMED ซื้อลิขสิทธิ์มาผลิต ได้รับความนิยมและสร้างกระแสการติดตามจากผู้ชมด้วยดีอย่างต่อเนื่องในทุกซีซั่น ดังจะเห็นจากการได้รับเรตติ้งรายการในระหว่างออกอากาศโดยเฉลี่ยประมาณ 3.9 ซึ่งทำให้ CMED สามารถสร้างรายได้ค่าโฆษณาได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการไม่ต่ออายุสัญญาการให้ลิขสิทธิ์ผลิตรายการที่มีในปัจจุบัน ฝ่ายบริหารของ CMED ยังกำหนดให้ทีมงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์รายการ เฟ้นหารายการที่มีคุณภาพดี รูปแบบโดดเด่นและแตกต่างจากรายการที่ผลิตและออกอากาศในประเทศ โดยต้องมีลักษณะและรูปแบบรายการที่สอดคล้องและไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมของคนไทย เพื่อนำมาผลิตและออกอากาศในประเทศไทย ดังนั้น CMED จึงมั่นใจว่าจะได้รับความเสี่ยงจากประเด็นดังกล่าวไม่มาก

6. ความเสี่ยงด้านการผลิตรายการ

ในส่วนของการผลิตรายการโทรทัศน์ มีองค์ประกอบที่เป็นสาระสำคัญ ที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยง ดังนี้

- ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรด้านการผลิตที่มีคุณภาพ

เนื่องจากธุรกิจที่ดำเนินอยู่ต้องอาศัยบุคลากรที่มีมุมมองทางความคิดที่กว้างไกล สร้างสรรค์ มีความเป็นมืออาชีพ และมีประสบการณ์ ดังนั้น หากขาดบุคลากรด้านการผลิตที่มีคุณภาพ บริษัทอาจจะได้รับผลกระทบจากการขาดรายการที่มีความน่าสนใจ หรือผลกระทบจากการมีรายการที่ผลิตออกอากาศ

น้อยหรือมีรายการออกอากาศ แต่ไม่เป็นที่นิยมหรือเรตติ้งไม่ดี ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการดำเนินงานของบริษัทได้ ซึ่งบริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงในด้านนี้เป็นอย่างดี และได้กำหนดแนวทางการแก้ไข โดยการกำหนดหลักเกณฑ์ในการปรับเพิ่มตำแหน่งและผลตอบแทนสำหรับบุคลากรในแต่ละฝ่ายงานอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจและแรงจูงใจในการทำงานให้กับบุคลากรของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาและให้โอกาสบุคลากรในการสร้างสรรค์ผลงานอย่างเป็นอิสระภายใต้รูปแบบรายการที่กำหนด เพื่อสร้างทีมงานหน้าใหม่สำหรับรองรับการเติบโตของบริษัทในอนาคต

- ความเสี่ยงจากการว่าจ้างทีมจากภายนอก

เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์ ส่วนหนึ่งบริษัทจำเป็นต้องว่าจ้างทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อผลิตรายการ อาทิ ทีมระบบแสง ระบบเสียง และระบบกล้อง เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันบริษัทยังไม่มีระบบแสง เสียง และกล้องถ่ายทำรายการที่สามารถรองรับการถ่ายทำที่มีคุณภาพสูงได้ เนื่องจากการลงทุนดังกล่าวต้องใช้เงินทุนเป็นจำนวนมาก ดังนั้น บริษัทจึงจำเป็นต้องว่าจ้างทีมงานจากภายนอกเข้ามาร่วมงาน ซึ่งบริษัทอาจได้รับความเสี่ยงหากไม่สามารถจัดหาทีมงานที่มีคุณภาพได้ตามที่ต้องการ โดยอาจส่งผลกระทบต่อกำหนดการถ่ายทำรายการ และอาจส่งผลกระทบต่อรายการที่ต้องออกอากาศ รวมถึงรายการที่ต้องส่งมอบให้กับผู้ว่าจ้างได้ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดแนวทางในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ผ่านการวางแผนงานการถ่ายทำรายการล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางให้กับทีมงานผลิตที่เกี่ยวข้อง สำหรับใช้ในการประสานงานไปยังส่วนงานต่างๆ ที่มีส่วนในการผลิตและถ่ายทำรายการ เป็นผลทำให้บริษัทสามารถควบคุมจัดการและบริหารการจ้างงานบุคลากรเฉพาะด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงสามารถป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าวได้ระดับหนึ่ง ทั้งนี้ บริษัทมีแผนที่จะลงทุนในระบบการถ่ายทำ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ประมาณร้อยละ 10-20 ของต้นทุนการผลิตปัจจุบัน นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมจากการให้บริการเช่าระบบหรือจัดการระบบให้แก่ผู้ผลิตรายอื่นได้อีกด้วย (รายละเอียดเพิ่มเติมส่วนที่ 2.2 การประกอบธุรกิจ หัวข้อ 6 โครงการในอนาคต)

- ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

เทคโนโลยีในการผลิตรายการหรือการถ่ายทำรายการ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ต้องให้ความสำคัญ และจำเป็นต้องพัฒนาให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับชมรายการ รวมถึงนโยบายของภาครัฐเกี่ยวกับระบบการออกอากาศของสื่อโทรทัศน์ของประเทศ อาทิ การพัฒนาความคมชัดของภาพและเสียง เพื่อการเข้าถึงในการรับชมและรับฟังผ่านสื่อโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวถือว่ามีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต้องลงทุนสูงเพื่อพัฒนาคุณภาพได้ตามต้องการ ซึ่งบริษัทเล็งเห็นถึงความเสี่ยงดังกล่าว และมีแนวทางในการป้องกันความเสี่ยงผ่านการว่าจ้างส่วนงานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีกับผู้ชำนาญเฉพาะทาง ซึ่งมีทีมงานที่มีประสบการณ์ และมีอุปกรณ์คุณภาพสูงให้เลือกใช้หลายระดับ ทั้งนี้ เพื่อลดต้นทุนการลงทุนที่อาจสร้างภาระให้กับกิจการในอนาคต อาทิ งานระบบกล้อง งานระบบไฟ และระบบเสียง เป็นต้น

7. ความเสี่ยงจากการเสื่อมความนิยมหรือกระแสความนิยมของผู้บริโภคในรายการของบริษัท

เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์แต่ละรายการมีต้นทุนในการดำเนินงานคงที่ค่อนข้างสูง ได้แก่ ค่าเช่าเวลาสถานี ค่าดำเนินรายการโทรทัศน์ ค่าตัวนักแสดง และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เป็นต้น ในขณะที่รายได้ของบริษัทจะเกิดจากรายได้ค่าโฆษณาและค่ารับจ้างผลิต ซึ่งรายได้ค่าโฆษณาจะผันแปรตามความนิยมในการรับชมรายการของผู้ชม โดยการตัดสินใจเลือกลงโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของตัวแทนโฆษณาหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ จะพิจารณาจากความคุ้มค่าของเม็ดเงินที่เสียไปกับโอกาสในการรับรู้ของผู้ชมรายการ ดังนั้น หากรายการมีเรตติ้งสูง นั้นหมายถึงมีฐานผู้ชมมาก ช่วงเวลาโฆษณาของรายการดังกล่าวก็ย่อมเป็นที่ต้องการของตัวแทนโฆษณาหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากโฆษณาที่ออกอากาศสามารถสร้างการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้เป็นอย่างดี แต่ในทางตรงกันข้าม หากรายการที่ออกอากาศมีความนิยมที่ถดถอยลง ย่อมส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการซื้อเวลาโฆษณาของตัวแทนโฆษณาและเจ้าของกิจการ ที่อาจปรับลดงบประมาณโฆษณาในรายการลง ในขณะที่บริษัทยังคงต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตที่เท่าเดิม

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงในประเด็นดังกล่าว โดยก่อนการพิจารณาผลิตรายการใดๆ ที่ทีมงานตลาดของบริษัทจะหารือกับสถานีและตัวแทนโฆษณา เพื่อทราบถึงแนวโน้มความนิยมในการบริโภคของผู้ชมในปัจจุบัน ควบคู่ไปกับการกำหนดแนวทางการสร้างสรรค์รูปแบบที่แตกต่าง และน่าสนใจเพียงพอที่จะดึงดูดฐานผู้ชมรายการได้ นอกจากนี้ ในระหว่างการผลิตฝ่ายบริหารของบริษัทซึ่งมีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์รายการมาอย่างยาวนาน จะเข้ามาควบคุมการผลิตอย่างใกล้ชิด เพื่อให้รายการที่ผลิตได้มีคุณภาพและรูปแบบตามที่ได้วางแผนไว้ ซึ่งรายการโทรทัศน์ของบริษัทมีความหลากหลาย โดยแต่ละรายการจะมีรูปแบบและการนำเสนอที่แตกต่างกันไป และทุกรายการในทุกเทปจะมีจุดขายที่น่าสนใจและอยู่ในกระแสสังคมในช่วงนั้นๆ เพื่อดึงดูดผู้ชมให้เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทยังทำการตรวจสอบคุณภาพและเรตติ้งของรายการที่ออกอากาศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำผลที่ได้รับกลับมาปรับปรุงรายการ ดังนั้น บริษัทจึงเชื่อว่าจะได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวน้อย

8. ความเสี่ยงจากการขยายตัวของสื่อโฆษณาประเภทอื่น

ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมโฆษณา ซึ่งปัจจุบันมีสื่อโฆษณาใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อในห้าง หรือสื่อเคลื่อนที่ เป็นต้น ส่งผลให้บริษัทตัวแทนโฆษณาและเจ้าของสินค้าและ/หรือบริการ มีทางเลือกในการโฆษณาในหลากหลายช่องทางมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้งบประมาณการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ถูกแบ่งไปลงในสื่อประเภทอื่น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายได้และผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และได้กำหนดแนวทางเพื่อลดความเสี่ยงจากการปรับลดงบประมาณการโฆษณาผ่านรายการโทรทัศน์ของบริษัท โดยเน้นการพัฒนาและสร้างสรรค์รายการให้มีรูปแบบโดดเด่น เป็นที่น่าสนใจ และแตกต่างจากรายการอื่นๆ รวมถึงมีคุณภาพการผลิตที่ดี สามารถแข่งขันได้ เพื่อสร้างความประทับใจและดึงดูดฐานผู้ชมรายการ อันจะนำมาซึ่งการซื้อเวลาโฆษณาในช่วงเวลาของบริษัท ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการในลักษณะดังกล่าวมาโดยต่อเนื่อง นอกจากนี้ จากผลสำรวจของบริษัท เดอะนิลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด ยังแสดงให้เห็นว่าแม้ตลาดโฆษณาจะมีรูปแบบช่องทางโฆษณาที่เพิ่มมากขึ้น แต่สัดส่วนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ยังคง

เป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาสที่ 3 ปี 2557 มูลค่าตลาดโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์มีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63 ของมูลค่าโฆษณารวมในประเทศ (ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย) เนื่องจาก สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างกว้างขวาง และได้ประสิทธิผลกว่าสื่อโฆษณาในรูปแบบอื่น ดังนั้น บริษัทจึงมั่นใจว่าจะได้รับผลกระทบจากความเสียดังกล่าวน้อย

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหาร การจัดการ

1. ความเสี่ยงด้านการพึ่งพิงผู้บริหารหลัก

บริษัทก่อตั้งในปี 2535 โดยมีนายสมพงษ์ วรรณภิญโญ ผู้มีประสบการณ์ในสายธุรกิจบันเทิงมาอย่างยาวนาน ทั้งนี้ปัจจุบันกลุ่มครอบครัววรรณภิญโญถือเป็นผู้บริหารหลัก และเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 100.00 ของทุนจดทะเบียนบริษัท โดยมี 1) นางภัทรร วรรณภิญโญ ประธานกรรมการ ประธานกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร 2) นายพิรุฬ เย็นสุดใจ กรรมการ กรรมการบริหาร และรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร 3) นายณัฐกฤต วรรณภิญโญ กรรมการ กรรมการบริหาร และผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานการพัฒนาธุรกิจ 4) นางสาวณภัทร วรรณภิญโญ กรรมการบริหาร และผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานการตลาดและการขาย ซึ่งทั้ง 4 ท่านล้วนแต่เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อบันเทิงเป็นอย่างดี โดยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัท และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ามาโดยต่อเนื่อง ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลักอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบและอำนาจอนุมัติในแต่ละตำแหน่งและส่วนงานต่างๆ อย่างชัดเจน โดยมีการกระจายอำนาจในการบริหารและการจัดการอย่างเป็นระบบผ่านผังอำนาจอนุมัติที่กำหนดไว้ อีกทั้งยังมีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบต่างๆ ให้กับพนักงานที่มีความรู้และความสามารถในแต่ละฝ่ายงานอย่างเหมาะสม โดยบริษัทมีระบบจัดเก็บข้อมูลและฐานข้อมูลที่ดี ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลที่จำเป็นต่างๆ รวมถึงบริษัทยังกำหนดแนวทางเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและทักษะในการทำงานของพนักงานผ่านการอบรมในหลักสูตรต่างๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้แก่พนักงานและลดการพึ่งพิงพนักงานรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมให้พนักงานรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ด้วยการดูแลและจัดสวัสดิการที่เหมาะสมให้แก่พนักงานแต่ละระดับเพื่อสร้างแรงจูงใจ รวมถึงสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน อีกด้วย

3.3 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

1. ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

บริษัทมีกลุ่มครอบครัววรรณภิญโญ เป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ โดยถือหุ้นรวมคิดเป็นร้อยละ 75 ของทุนชำระแล้ว (หลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชน) ดังนั้น บริษัท และ/หรือผู้ถือหุ้นรายย่อยจึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงานไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เนื่องจากการถือหุ้นรวมกันเกินกว่ากึ่ง

หนึ่ง ยกเว้นการกระทำใดก็ตามที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นมากกว่า 3 ใน 4 ของทุนจดทะเบียนที่ออกชำระแล้ว

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 8 ท่าน ซึ่งกรรมการตรวจสอบทุกท่านล้วนแต่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม โดยกรรมการตรวจสอบของบริษัทมีหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการของบริษัท ซึ่งเป็นไปตามประกาศตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง คุณสมบัติและขอบเขตการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ พ.ศ. 2551 และมีความสัมพันธ์เป็นกรรมการอิสระที่มีคุณสมบัติตามข้อ 16 ของประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ.28/2551 ซึ่งถือเป็นการช่วยเสริมประสิทธิภาพและสร้างการตรวจสอบและถ่วงดุลที่ดี รวมถึงสร้างความปลอดภัยในการบริหารจัดการของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังได้ว่าจ้างบริษัท ผู้ความสำเร็จ จำกัด เพื่อเข้าทำหน้าที่เป็นหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ นอกจากนี้ คณะกรรมการของบริษัทยังคำนึงถึงการให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยการปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเคร่งครัด และสม่ำเสมอ ดังนั้น บริษัทจึงมั่นใจว่าผู้ถือหุ้น รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท จะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมกัน

3.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับเสนอขายหลักทรัพย์

1. ความเสี่ยงจากการที่บริษัทอยู่ระหว่างการยื่นคำขออนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

บริษัทมีความประสงค์จะเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้อย่างที่กล่าวมาข้างต้น ก่อนที่จะได้รับทราบผลการพิจารณาการรับหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (“mai”) ทั้งนี้ บริษัทได้ยื่นคำขอให้รับหุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แล้วเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2557 โดยบริษัท แอสเซท โปร แมเนจเม้นท์ จำกัด (Asset Pro Management Co.,Ltd. : APM) ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงิน ได้พิจารณาคุณสมบัติของบริษัทในเบื้องต้นแล้ว เห็นว่าหุ้นของบริษัทมีคุณสมบัติครบถ้วน ตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เรื่อง การรับหลักทรัพย์จดทะเบียนใน “ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ” ยกเว้นคุณสมบัติเรื่องการกระจายการถือหุ้นรายย่อย ซึ่งบริษัทจะต้องมีผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อยไม่น้อยกว่า 300 ราย และถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของทุนชำระแล้ว ดังนั้น บริษัทยังคงมีความไม่แน่นอนในการที่จะได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้หุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทั้งนี้ ผู้ลงทุนจึงยังคงมีความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องในการซื้อหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดรอง หากหุ้นสามัญของบริษัทไม่ได้รับอนุญาตให้เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ หรือหากบริษัทไม่สามารถกระจายหุ้นต่อประชาชนตามหลักเกณฑ์ ซึ่งจะทำให้บริษัทมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วนตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ หรืออาจไม่ได้รับผลตอบแทนจากการขายหุ้นตามราคาที่คาดการณ์ไว้