

ปัจจัยความเสี่ยง

Risk Factors

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมทั้งองค์กร โดยได้มีกำหนดนโยบายบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมทางธุรกิจและผลักดันให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการทำงานในบริษัท ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจอาจมาจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยได้วางแผนบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ การปฏิบัติงาน การตัดสินใจลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจใหม่ๆ รวมถึงการควบคุมและติดตามเพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ปัจจัยความเสี่ยงหลักๆ ที่เมื่ออาจส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจ มีดังนี้

ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่อสัญญาสัมปทาน หรือสัญญาเช่าพื้นที่ หรือสัญญากับพันธมิตรทางธุรกิจ

เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยในระยะยาว บริษัทมีความจำเป็นต้องพิจารณาสรรหาพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณาในทำเลที่มีศักยภาพ มีผู้เดินทางและสัญจรผ่านเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลต่อมูลค่าของสื่อโฆษณาของบริษัท บริษัทจึงต้องสรรหาพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณาที่มีศักยภาพจากสัญญาเช่าภาคเอกชน สัมปทานต่างๆ สัญญาเช่าพื้นที่รัฐ รวมถึงจากสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสื่อโฆษณากับบริษัทเอกชน ซึ่งบริษัทมีหน้าที่หาลูกค้าและรับรายได้จากส่วนแบ่งรายได้จากการขายสื่อโฆษณา โดยในปี 2563 คู่สัญญาที่สร้างรายได้สูงสุดคือ บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ซึ่งสร้างรายได้ให้บริษัทคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 13.6 ของรายได้รวมทั้งหมด โดยที่ มาสเตอร์ แอด ให้สิทธิแก่บริษัทเป็นระยะเวลาของสัญญาสิ้นสุดตอนสิ้นปี 2567

ทั้งนี้ เงื่อนไขในสัญญาเช่าหรือสัญญาสัมปทานต่างๆ บริษัทจะต้องปฏิบัติตามภาระผูกพันเงื่อนไขตามที่ระบุ บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงหากไม่สามารถต่ออายุสัญญาทางธุรกิจรายได้รายหนึ่งจากการไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือความเสี่ยงจากการผิดสัญญาเช่าหรือผู้ให้สิทธิมีสิทธิบอกเลิกสัญญา หรือการบอกเลิกสัญญาอันเนื่องมาจากผู้ให้เช่าหรือผู้ให้สิทธิมีความจำเป็นต้องใช้สถานที่เช่า/ให้สิทธิ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท รวมถึงต้นทุนที่บริษัทได้ลงทุนไปกับการติดตั้งและรื้อถอนสื่อโฆษณาก่อนสิ้นสุดสัญญา

ทั้งนี้ จากการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ผ่านมา บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นไปตามข้อกำหนดในสัญญาตลอด และไม่เคยกระทำใดๆ ที่เป็นการผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใดในส่วนที่เป็นสาระสำคัญจนเป็นเหตุให้เกิดผลกระทบร้ายแรงต่อบริษัท และจากประสบการณ์ในธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย สามารถมั่นใจได้ว่าบริษัทได้มีการพิจารณาอย่างรอบคอบถึงผลประโยชน์ที่บริษัทจะได้รับควบคู่ไปกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขได้อย่างครบถ้วน

โดยในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายและครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร และอีกกว่า 52 จังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งอยู่ภายใต้สัญญาเช่าพื้นที่หรือสัญญาสัมปทาน โดยไม่มีสัญญาใดที่สร้างรายได้เป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวม ดังนั้นหากเกิดผลกระทบจากการยกเลิกสัญญาใดๆ บริษัทจึงมั่นใจว่าไม่มีผลต่อรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัท

นอกเหนือจากนี้บริษัทยังร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับเจ้าของพื้นที่ อาทิ เจ้าของสัมปทาน ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้า เจ้าของอาคาร โดยไม่เพียงแต่การให้บริการสื่อโฆษณาในพื้นที่ดังกล่าวเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเจ้าของพื้นที่ จากการร่วมกันพัฒนาสื่อโฆษณาผ่านนวัตกรรมและการออกแบบที่ทันสมัย รวมถึงรูปแบบการนำเสนอสื่อโฆษณาที่น่าสนใจ จึงทำให้เงื่อนไขสัญญาส่วนใหญ่จะให้อำนาจการต่อสัญญากับบริษัทเป็นลำดับแรก (First Right) ทำให้บริษัทสามารถต่ออายุสัญญาที่สำคัญมาได้โดยตลอด อีกทั้งขยายอายุสัญญาเพิ่มเติม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นและไว้วางใจจากคู่สัญญาด้วยดีเสมอมา

The Company is fully attentive of risk factors resulted from its business undertakings and places importance on organization-wide risk management. The Company set forth a risk management policy that covers all business activities and integrated it as a part of the Company's work culture. Risks from business conduct arising from both internal and external factors may affect the business directly and indirectly. Risk management is undertaken effectively from strategy formulation, operations, decision-making for new business investments to control and monitoring of risks to be within acceptable levels. Key risk factors that may affect business undertakings are outlined below.

Risk from inability to renew or extend concessions, area lease contracts or other contracts with business partners.

In order to build trust in the long run for its out-of-home media services, the Company must select best locations especially in high-traffic areas with many commuters and passers-by that will enhance exposure of the Company's advertising media and thus the value of its media. This is the reason why the Company has to be active in searching for locations to install high-potential media both from private lease contracts, concessions or government lease contracts. Apart from those, business partnership contracts such as being a distributor of advertising media for private companies are another source of revenue where the Company conducts business development with clients and generate income from revenue sharing agreement through advertising sales. In 2020, Master Ad Public Company Limited contributed the most to the Company in terms of revenue and delivered about 13.6% of total revenue respectively for the Company. Master Ad Public Company Limited granted the right to the Company for another 3 years contract to finish at the end of 2024.

The Company must comply with obligations as specified in the contracts. In this case, risks can be incurred for events that the Company fails to extend or renew lease contracts with any of its contractual parties or conform to duties, conditions or obligations as stated in the contracts. This includes the case when lessors/ right grantors terminate contracts in case that the lessors/ grantors are required to use the areas/rights for other purposes. Those incidents can impact not only the Company's revenue but also costs as the Company has to invest in installations and removals of advertising media before the contracts expire.

Nevertheless, there was no breach of contract regarding any significant clauses that severely impacted the Company in the past. Furthermore, thanks to its experience in out-of-home advertising media industry, the Company is prudent in making decisions for the best interests of the Company as well as strictly complies with contractual requirements and conditions.

The Company is currently a service provider of out of home media with diversified portfolio covering Bangkok and 52 other provinces nationwide under lease contracts or concession contracts. None of the contract generated more than 30% of total revenue of the Company. Therefore, revenue impact from any particular termination of contract is not significant to the Company's overall revenue.

In addition, the Company formed business partnerships with area owners such as concessionaires, department store operators and building owners. The Company does not only provide advertising media for those areas but also co-develops advertising media through innovations and modern designs as well as introduces appealing media that create value added to the area owners. Through this advantage, clauses in most contracts granted first rights to the Company to renew the contracts before other parties. As a result, the Company managed to renew all major contracts as well as extend other contracts. This verifies that Company continued to gain trust among its contractual parties.

ความเสี่ยงจากการมีภาระผูกพันกับคู่สัญญาที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ให้บริการสื่อโฆษณาเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันในธุรกิจสื่อโฆษณามีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้นเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการให้บริการสื่อโฆษณาของบริษัทในระยะยาว บริษัทได้มีการวางแผนกลยุทธ์จากการขยายเครือข่ายสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นบริษัทจึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำสัญญาเช่าหรือสัญญารับสิทธิดำเนินการระยะยาวกับเจ้าของพื้นที่สื่อโฆษณาเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน แต่อย่างไรก็ตาม การทำสัญญาระยะยาวดังกล่าว ทำให้เกิดการผูกพันการชำระเงินในอนาคตของบริษัทซึ่งต้องทยอยรับรู้ค่าใช้จ่ายตลอดอายุสัญญา ในขณะที่รายได้ของบริษัทที่จะเกิดขึ้นในอนาคตขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกอื่นๆ อาทิ สภาพเศรษฐกิจ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นต้น ดังนั้น ในกรณีที่รายได้จากการขายสื่อโฆษณาลดลงอย่างมีนัยสำคัญ จึงอาจเกิดความเสี่ยงที่จะกระทบต่อฐานะทางการเงินของบริษัท ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท มีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายในอนาคตรวมทั้งสิ้น 4,909 ล้านบาท โดยภาระผูกพันหลักได้แก่ สัญญาให้สิทธิบริหารสื่อโฆษณา บริษัททำสัญญาระยะยาวกับบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) จำนวน 2,800 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 57.0 ของสัญญาที่มีภาระผูกพันของบริษัท และสัญญาเช่าสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชนประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ที่บริษัท ทำสัญญาระยะยาวกับองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพหรือ ขสมก. จำนวน 1,016 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20.7 ของสัญญาที่มีภาระผูกพันของบริษัท ซึ่งหากเกิดความเสี่ยงรายได้จากสื่อจากมาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และสื่อโฆษณาบนรถโดยสารประจำทางปรับอากาศลดลงอาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของบริษัทได้ในอนาคต

ความเสี่ยงจากความผันผวนและการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจไทยส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้ประกอบการของบริษัทซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพในประเทศเป็นหลัก ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบจากการปรับตัวของเศรษฐกิจในประเทศจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงการชะลอตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ การส่งออก สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้และกำลังซื้อ พฤติกรรมการใช้จ่าย และระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการอาจปรับลดงบประมาณสำหรับสื่อโฆษณา เนื่องจากการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มลดลง

ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะพิจารณาจัดสรรงบประมาณในสื่อโฆษณาเมื่อมั่นใจว่าเป็นการลงทุนที่มีประสิทธิภาพและคุ้มค่า นำมาซึ่งรายได้ของเจ้าของแบรนด์สินค้าด้วยการเลือกใช้ประเภทของสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และเป็นต้นทุนสื่อโฆษณาที่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาอื่นๆ แต่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในอัตราที่สูง ซึ่งสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยมีผลตอบแทนจากการลงทุนคุ้มค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์

บริษัทยังเชื่อมั่นว่าถึงแม้จะมีความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ แต่การให้บริการสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพและการให้บริการหลังการขาย จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยรักษาอัตราการเติบโตของบริษัทได้ท่ามกลางความท้าทายของความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ

ความเสี่ยงจากการพึ่งพาสื่อโฆษณาดิจิทัลกลางแจ้งของบริษัท

สื่อโฆษณาดิจิทัลประเภทหนึ่งของบริษัทคือสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล ซึ่งบริษัทได้ให้บริการสื่อดังกล่าวมาตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดเป็นจำนวนมาก โดยสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัท ในปี 2563 เป็นจำนวนประมาณ 1,638 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 43.5 ของรายได้รวมของบริษัท ดังนั้น หากสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลได้รับผลกระทบไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม อาจเกิดความเสี่ยงต่อผลการดำเนินงานในภาพรวมของบริษัท และส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินของบริษัทได้ ทั้งนี้สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล เป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมี Utilization Rate อยู่ในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของสื่อโฆษณาโดยรวมของบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณาที่สามารถช่วยให้เจ้าของแบรนด์สินค้าและนักการตลาดสามารถประหยัดงบประมาณ หรือจัดสรรงบประมาณสื่อโฆษณาได้อย่างคุ้มค่า อีกทั้งมีรูปแบบที่ทันสมัยและสามารถปรับเปลี่ยนข้อความทางการตลาดที่นำเสนอได้อย่างรวดเร็วสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบต่างๆ

นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการวางแผนบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสำหรับสื่อโฆษณาดิจิทัลให้มีความทันสมัย มีเสถียรภาพ และสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เจ้าของแบรนด์สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างตรงจุด

Risk from obligations with contractual parties that may affect the Company's performance

At present, the competition in advertising business has intensified as the number of media service providers continues to increase. To ensure its confidence in offering media services in the long run, the Company formulated strategic plans to expand its out-of-home media network to better serve customers. As a result, it is imperative that the Company enters into long-term lease/right granting contracts with media area owners to maintain its competitiveness. However, this results in financial obligations that the Company has to pay in the future under those lease/right-granting contracts that the Company must realize these expenses throughout contract durations while future revenue depends on a number of external factors such as economic conditions, technological changes, and consumer behaviour. Therefore, in the case that advertising media sales revenue materially drops, it will inevitably affect Company's performance and financial position. As of 31 December 2020, the Company held a total future obligation of 4,909 million baht. Key obligations included Rights of Advertising Media Management and Service Agreement which the Company made a long-term contract with Master Ad Public Company Limited worth 2,800 million baht or equivalent to 57.0% of all obligations and under operating lease contracts on mass transit system for air-conditioned buses with BMTA worth 1,016 million baht or equivalent to 20.7% of all obligation with the Company. The Company's business and operating performance may be significantly impacted if this revenue from Master Ad Public Company and streams from advertising media in these air-conditioned buses are to decline materially.

Risk from Thailand's fluctuations and slowdown of overall economic conditions

Volatilities in domestic economy significantly affect local entrepreneurs and businesses. The Company's business performance highly depends on domestic demand that is directly correlated with adjustments of the domestic economy to internal and external factors including GDP, inflation rate, export and political situations. These factors adversely impact income, purchasing power, purchasing behavior and level of consumer confidence. Advertising budget cuts from product and service owners are likely to happen as consumer spending adjusts downward.

Under this unfavourable circumstance, businesses must ensure that their advertising budgets are spent effectively to generate satisfactory revenue. The selected media must be appealing to consumers, directly accessible by target groups and require low budget compared to other advertising media but still yield similar or higher brand awareness. Regarding media effectiveness, it is evident that out of home advertising media delivered higher return of investment (ROI) compared to print ads and TV ads.

The Company has a strong belief that effective out-of-home media with high quality and after-sales services are key to maintain the Company's growth amidst challenges from economic uncertainties.

Risk from reliance on outdoor digital media

Digital media is considered one of the key media categories the Company has invested in since 2013 both in Bangkok and upcountry. Digital media generated 1,638 million baht or equivalent to 43.5% of total revenue in 2020. Therefore, if there is anything impacting these media directly or indirectly, the Company's performance as well as its financial position will be at risk and affected. Nevertheless, digital media are gaining popularity, and this helps push the utilization rate to be higher than the average of overall advertising media the Company was offering. Additionally, lower production costs of digital media save marketers' budget spending or offers better value for money. Digital media also offer modern formats that allow speedy adjustments in marketing messages consistent with various marketing strategies.

Moreover, the Company put in place risk management plans to respond to changes in technology to ensure that its digital media are modern, stable and adjustable to customer needs so that brand owners can communicate with their customers effectively.

ความเสี่ยงด้านกฎหมายควบคุมป้ายโฆษณาและอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นกับป้ายโฆษณาของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญและมีการติดตามความคืบหน้าการของการเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณา เพื่อเตรียมมาตรการรองรับให้การให้บริการสื่อโฆษณาของบริษัทถูกต้องตามกฎหมายและข้อกำหนดซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการให้บริการของบริษัท

สำหรับความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นกับป้ายโฆษณาของบริษัทอันจะส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่าย ภาพลักษณ์และความเชื่อถือในการให้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทตระหนักถึงความปลอดภัยต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมบริเวณที่ติดตั้งสื่อโฆษณาสูงสุด ด้วยการคำนึงถึงการออกแบบสื่อโฆษณาและก่อสร้างป้ายโฆษณาให้เป็นไปตามมาตรฐานที่หน่วยงานผู้ดูแลกำหนด เพื่อให้การติดตั้งสื่อโฆษณามีมาตรฐานทั้งรูปแบบและโครงสร้างที่ปลอดภัยต่อสภาพแวดล้อมและชุมชน รวมไปถึงมาตรการตรวจรับและการตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพตามกำหนดระยะเวลา อีกทั้ง บริษัทยังพิจารณาจัดทำประกันภัยจากอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินและบุคคลภายนอกร่วมด้วย ซึ่งจากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา บริษัทไม่มีข้อพิพาท ที่เกิดจากการดำเนินการขัดกับกฎหมายหรือข้อกำหนดและกฎระเบียบต่างๆ เกิดขึ้น

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงเอเจนซีโฆษณารายใหญ่

การให้บริการธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทซึ่งทางรายได้จากการขายสื่อโฆษณามาจาก 2 ช่องทางหลัก คือ การซื้อโฆษณาโดยตรงกับเจ้าของสินค้าและบริการ และอีกช่องทางคือการขายสื่อโฆษณาผ่านเอเจนซีโฆษณา ซึ่งเป็นตัวแทนเจ้าของสินค้าและบริการ การเจรจาต่อรองซื้อขายสื่อโฆษณา การวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา รวมถึงกำหนดแผนการใช้งบประมาณโฆษณาและตัดสินใจจัดสรรงบประมาณ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการเลือกซื้อสื่อโฆษณาจะก่อให้เกิดผลตอบแทนจากการลงทุนได้อย่างสูงสุด โดยสัดส่วนรายได้จากกลุ่มเอเจนซีและเจ้าของสินค้าและบริการคิดเป็นประมาณร้อยละ 70.0 และร้อยละ 30.0 ของรายได้จากการให้บริการทั้งหมดในปี 2563 ตามลำดับ

ในธุรกิจสื่อโฆษณา เอเจนซีโฆษณาจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ให้บริการสื่อโฆษณาและเจ้าของสินค้าและบริการ หน้าที่หลักของเอเจนซีคือการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงกำหนดแผนการใช้งบประมาณโฆษณา และตัดสินใจเลือกซื้อสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ ให้กับเจ้าของสินค้าและบริการ ทั้งนี้เอเจนซีจะไม่ทำสัญญาระยะยาวกับบริษัทผู้ให้บริการสื่อโฆษณา แต่จะพิจารณาแผนการใช้สื่อโฆษณาตามแผนการตลาด และการโฆษณาของเจ้าของสินค้าและบริการแต่ละรายการตามความเหมาะสม ถึงแม้ว่าจะไม่มีเอเจนซีที่รายได้ที่มีสัดส่วนรายได้เกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมทั้งหมด แต่รายได้จากเอเจนซี 10 รายแรก ในปี 2563 มีมูลค่าเป็นร้อยละ 41.1 ของรายได้

บริษัทเชื่อว่าสื่อโฆษณาใหม่ของบริษัทจะได้รับความนิยมและการตอบรับที่ดีจากลูกค้าในทุกกลุ่มสินค้าและบริการ ด้วยระบบบริหารจัดการสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว รวมถึงระบบการตรวจสอบและดูแลการซ่อมแซมสื่อโฆษณา และการรายงานสภาพป้ายโฆษณาให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการเลือกใช้บริการสื่อโฆษณาของบริษัท

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

ความเสี่ยงจากกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัท มากกว่าร้อยละ 25

บริษัทมีกลุ่มนายบริหาร โสจนะโกสินทร์ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทรวมร้อยละ 25.09 ของทุนจดทะเบียนและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ถือหุ้นกลุ่มดังกล่าวรวมคะแนนเสียงเพื่อลงมติในที่ประชุมที่จะสามารถควบคุมเสียงข้างมากในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ ของบริษัท อาจได้รับความเสี่ยงในการรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลและตรวจสอบเรื่องที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้

อย่างไรก็ดีบริษัทได้มีการจัดการโครงสร้างการบริหารจัดการโดยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ โดยได้มีการกำหนดขอบเขตในการดำเนินงาน หน้าที่และความรับผิดชอบ การแบ่งแยกหน้าที่ระหว่างกรรมการและผู้บริหารอย่างชัดเจนและโปร่งใส รวมถึงมีการกำหนดมาตรการการทำการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้ที่อำนาจควบคุมกิจการ รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งบุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิในการออกเสียงเพื่ออนุมัติรายการนั้นๆ

เพื่อความโปร่งใส บริษัทได้มีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลภายนอกเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระตามขั้นตอนจำนวน 3 ท่าน จากกรรมการทั้งหมด 8 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ ถ่วงดุลการตัดสินใจ และพิจารณาสอบทานรายการต่างๆ ก่อนนำเสนออนุมัติต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้นในโครงสร้างการบริหารจัดการของกรรมการ ฝ่ายจัดการที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปด้วยความถูกต้อง โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

Risk related to legal provisions on billboard control and accidents with billboards

The Company emphasizes on legal compliance and regularly follows up on updates and amendments related to billboard in order that the Company can set guidelines and formulate supporting plans to ensure compliance with laws and regulations that may affect the Company's business continuity in offering services.

Risk arises from accidents that may happen to the Company's billboards as these unfortunate events can incur expenses, destroy image, and break trust in its services. Therefore, the Company places value on maximum safety of communities and environment around areas with its media installations. Highest standards are met as required by regulators and quality works are guaranteed for the design and installation of billboards so that safety of communities and environment can be guaranteed including quality check and assurance according to timelines. In addition, the Company has insurance policies that protect against accidents that may happen to its properties and third parties. In the past, there was no record of any litigation on violations of or incompliance with related laws and regulations.

Risk from over-reliance on major advertising agencies

There are two main sources of revenue for the Company's advertising media services; directly through product and service owners and through advertising agencies who represent product and service owners in negotiations for media buying, strategic media planning, media budget planning, and budget allocations. Advertising agencies make sure that their selection of advertising media will maximize return on investment for their clients. In 2020, proportions of revenue between the two sources were at 70.0% and 30.0% of total service revenue for advertising agencies and product and service owners respectively.

In advertising media business, advertising agencies act as middlemen between advertising media service providers and product and service owners. Advertising agencies assist product and service owners in their media strategy planning, advertising budget planning as well as media selection. Typically, advertising agencies will not engage in long-term contracts with advertising media service providers but will consider and implement advertising media plans based on its marketing plans as well as suitability of advertising plans of individual product and service owner. Even though no particular advertising agency's revenue contribution exceeded 30% of total revenue, the proportion of revenue generated from top 10 advertising agencies was at 41.1% of total revenue in 2020.

The Company trusts that new media will be well-received by customers for all product and service categories thanks to its efficient media management system that can serve customers accurately and quickly. Additionally, systems for quality check as well as repair and maintenance of advertising media are in place and conditions of billboards are regularly reported to clients so they can be confident in choosing the Company's media services.

Management Risks

Risk from controlling majority shareholders with more than 25% share ownership

Mr. Palin Lojanagosin and his group together held a total of 25.09% of the registered and distributed capital of the Company. This may result in an ability to control majority votes at the shareholders' meeting in case that the votes are cast in the same direction for a resolution. Consequently, other shareholders face the risk of failure to gather votes to provide checks and balances or review agenda items proposed by this group of majority shareholders at the shareholders' meeting.

Nevertheless, the Company has carefully organized its management structure filled with capable personnel. Scope of work, roles and responsibilities including delegation of authorities of directors and executives were clearly and transparently defined. Moreover, related party transactions regarding its directors, majority shareholders, authorized persons as well as interested persons with conflict of interest are closely monitored. Measures to prevent such conflicts of interest are taken seriously and such persons with conflict of interest have no right to vote or approve respective transactions.

To foster transparency, the Company appointed 3 independent directors from outside among a total of 8 directors to review, deliberate and approve transactions/items before being proposed to the shareholders' meeting. The objective is to promote checks and balances, transparency and accountability to further build confidence of shareholders in the Company's management structure.

ความเสี่ยงด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ตามที่วางแผนไว้ ซึ่งธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยของบริษัทต้องพึ่งพิงบุคลากรในการดำเนินงานจำนวนมาก เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับเอเจนซีโฆษณา เจ้าของแบรนด์สินค้า รวมถึงพนักงานที่ดูแล บำรุงรักษาสื่อโฆษณาของบริษัทให้มีประสิทธิภาพสามารถนำเสนอโฆษณาได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างดีที่สุด ซึ่งต้องอาศัยความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ทำงาน โดยที่ตลาดแรงงานคุณภาพมีการแข่งขันสูง บริษัทจึงมีมาตรการเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวที่อาจเกิดขึ้น ดังนี้

- การสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทด้วยโครงการ Employee Referral Program เพื่อให้บริษัทสามารถสรรหาบุคลากรได้ในแบบที่บริษัทต้องการ ร่วมกับสถาบันการศึกษาจัดกิจกรรม Road Show และนำบริษัทรวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย
- การพัฒนาและสนับสนุนให้บุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ได้มีโอกาสแสดงความสามารถผ่าน Talent Program พร้อมโอกาสในการพัฒนา เรียนรู้ และความก้าวหน้าในการทำงาน
- การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor Program) เพื่อเตรียมความพร้อมให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องเมื่อมีตำแหน่งงานสำคัญว่างลง

ความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทมุ่งเน้นแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและกระบวนการควบคุมภายในที่เหมาะสมเพียงพอ โดยได้มีการกำหนดนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy) ที่มีความชัดเจนและครอบคลุมทุกกิจกรรมของบริษัทและมีการกำหนดค่านิยมของการคอร์รัปชันที่ชัดเจน และแนวทางปฏิบัติในกิจกรรมการที่อาจทำให้นำไปสู่การทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงมีการสื่อสารให้บุคคลภายในและภายนอกองค์กรได้รับทราบ

ทั้งนี้บริษัทมีการตรวจสอบป้องกันและประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัท มีการกำหนดมาตรการในการควบคุมและติดตามกระบวนการทำงานที่อาจเกิดการทุจริตได้ เพื่อยืนยันความถูกต้องของการปฏิบัติงานให้มีความสุจริตโปร่งใส ป้องกันการทุจริต รวมทั้งเปิดช่องทางการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแส ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับทุจริตได้โดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (CAC) แล้ว

Risk related to Human Resource Management

Human capital is considered an enabler that drives businesses toward desired success.

Out-of-home media business rely on a considerable size of workforce to operate in order to introduce products and services to advertising agencies and brand owners as well as maintain and repair advertising media to remain effective in serving media needs of customers. Knowledge, skills and work experience are required in this business and labor market is highly competitive. As a result, the Company issued the following measures to manage probable risks in the future.

- Search for talents with knowledge, expertise and skills that are beneficial to the Company through an employee referral program to ensure that the Company attracts right people. Furthermore, the Company teamed up with education institutions in organizing road shows to introduce the Company as well as conduct public relations through various channels such as website and social media.
- Development and support for employees to have adequate knowledge and expertise to perform through talent programs that provide learning and development opportunities and career advancement.
- Successor program to prepare for business continuity in case of vacancies in key positions.

Corruption Risk

The Company is in active pursuit of sustainable business conduct stressing on good corporate governance as well as sufficient and proper internal control processes. The Company set forth a clear anti-corruption policy covering all activities and undertakings of the Company. Corruption and guidelines for activities that are prone to corruption are well-defined and communicated with both internal and external parties.

Note that the Company is concerned of corruption risk from its activities and required that this risk must be examined, assessed and prevented. The Company issued control and monitoring measures for activities with potential corruption risk to ensure that its undertakings are honest and transparent as well as preventive of corruption. Communication channels were put in place for stakeholders to blow the whistle, send suggestions and file complaints related to corruption directly with the Audit Committee. Finally, the Company recently became a certified member of the Thai Private Sector's Collective Action Coalition Against Corruption (CAC).