ปัจจัยความเสี่ยง
Risk Factors

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่อสัญญาสัมปทาน หรือสัญญาเช่าพื้นที่

ธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาสัมปทานหรือสัญญาการเช่าพื้นที่จากภาครัฐ หรือสัญญาการเช่าพื้นที่จากเอกชน เพื่อติดตั้งสื่อโฆษณาและหารายได้จากการขายโฆษณาบนพื้นที่ดังกล่าว นอกจากนี้ยังต้องพึ่งพิงสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสื่อโฆษณากับบริษัทเอกชนต่างๆ ซึ่งบริษัทมีหน้าที่หาลูกค้าและได้รับส่วนแบ่งรายได้จากการขายโฆษณาเป็นค่าตอบแทน โดยในปี 2559 คู่สัญญาที่สร้างรายได้ให้กับบริษัทสูงสุด คือ บริษัท ฮัลโลบางกอก แอลอีดี จำกัด ซึ่งสร้างรายได้ให้บริษัท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.8 ของรายได้รวมทั้งหมด สัญญาดังกล่าวมีระยะเวลา 3 ปี โดยที่ฮัลโลบางกอกให้สิทธิแก่บริษัทเป็นรายแรกในการพิจารณาต่อสัญญาเพิ่มเติมได้อีก 3 ปี ส่งผลให้ระยะเวลาของสัญญายาวนานไปจนถึงกลางปี 2564

เนื่องจากบริษัทจะต้องปฏิบัติตามภาระผูกพันเงื่อนไขที่ระบุในสัญญาเหล่านั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงหากไม่สามารถต่ออายุสัญญากับคู่สัญญาทางธุรกิจรายใดรายหนึ่งจากการปฏิบัติไม่ตรงตามหน้าที่ เงื่อนไข หรือ ภาระผูกพันตามที่สัญญาดังกล่าวกำหนด หรือความเสี่ยงในกรณีที่ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิมีสิทธิบอกเลิกสัญญาหากการให้เช่า/ให้สิทธิมีผลกระทบต่อการดำเนินการหรือภาพพจน์ของผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ หรือการบอกเลิกสัญญาหากผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิมีความจำเป็นต้องใช้สถานที่เช่า/ให้สิทธิโดยต้องมีการแจ้งล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการหารายได้ของบริษัท และฐานะทางการเงินของบริษัทในอนาคต

อย่างไรก็ดี ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยกระทำการใดๆที่เป็นการผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใดในส่วนที่เป็นสาระสำคัญที่ระบุไว้ในสัญญาจนเป็นเหตุให้เกิดผลกระทบร้ายแรงต่อบริษัท นอกจากนี้ ผู้บริหารของบริษัท เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมด้านสื่อโฆษณามาเป็นเวลานาน จึงมั่นใจได้ว่าสัญญาต่างๆ ที่ทำกับคู่สัญญาได้ผ่านการไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วน เพื่อที่บริษัทจะสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขได้อย่างครบถ้วน ซึ่งถือเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังที่กล่าวมาข้างต้น

ทั้งนี้ จากการที่ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยที่มีหลากหลายของประเภทสื่อโฆษณาสูงที่สุด นอกจากนี้ยังครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพฯ และอีกกว่า 45 จังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งอยู่ภายใต้สัญญาเช่าพื้นที่ หรือสัญญาสัมปทานมากกว่า 150 ฉบับ โดยที่ไม่มีสัญญาใดสัญญาหนึ่งสร้างรายได้ให้กับบริษัท เกินร้อยละ 30 ของรายได้รวม ดังนั้นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการยกเลิกสัญญาใดๆ จึงจะไม่ให้มีผลต่อรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัท

นอกจากนี้บริษัท ได้ให้ความสำคัญการร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับเจ้าของพื้นที่ อาทิ เจ้าของสัมปทาน ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้า หรือเจ้าของอาคาร โดยได้ร่วมพัฒนาสื่อโฆษณาโดยนำเสนอนวัตกรรม การออกแบบที่ทันสมัยรวมไปถึงการนำเสนอสื่อโฆษณาที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเจ้าของพื้นที่ได้อย่างลงตัว จึงทำให้เงื่อนไขในสัญญาส่วนใหญ่จะให้สิทธิการต่อสัญญาของบริษัท เป็นอันดับแรก (First Right) บริษัทจึงสามารถต่อสัญญาที่สำคัญทุกสัญญามาได้โดยตลอด พร้อมทั้งยังสามารถขยายอายุสัญญาได้อีกด้วย ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ให้เห็นว่า บริษัท ได้รับความไว้วางใจจากคู่สัญญาทางธุรกิจเสมอมา เช่น ในปี 2556 ทางบริษัท ได้ต่อสัญญากับ ขสมก. ไปถึงปี 2570 และ ได้ต่อสัญญาป้ายโฆษณา Gateway Billboard กับ การทางพิเศษแห่งประเทศไทย ไปถึงปี 2562, ในปี 2558 ได้ต่อสัญญาสื่อโฆษณาดิจิตอลในบริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไปถึงปี 2564 และในปี 2559 ได้ต่อสัญญาสื่อโฆษณาบนตู้โทรศัพท์สาธารณะของ บมจ. ทีโอที ไปถึงปี 2562 เป็นต้น

ความเสี่ยงจากการมีภาระผูกพันกับคู่สัญญาที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

ด้วยกลยุทธ์การขยายสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง และการสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณาที่มีความมั่นคงเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในระยะยาว บริษัทมีความจำเป็นในการทำสัญญาเช่า/รับสิทธิดำเนินงานระยะยาวกับเจ้าของพื้นที่สื่อโฆษณาในระยะยาว เพื่อป้องกันการเข้ามาในตลาดของคู่แข่งขัน จึงส่งผลให้มีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายในอนาคตภายใต้สัญญาเช่า/รับสิทธิดำเนินงาน ซึ่งบริษัทต้องทยอยรับรู้ค่าใช้จ่ายดังกล่าวตลอดอายุของสัญญา ดังนั้นในกรณีที่รายได้จากการขายสื่อโฆษณาลดต่ำลงอย่างมีนัยสำคัญ จึงอาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท และฐานะทางการเงินของบริษัทได้ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัท มีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายในอนาคตภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานทั้งสิ้นจำนวน 6,643 ล้านบาท ซึ่งภาระผูกพันหลักของบริษัท ได้แก่ สัญญาเช่าดำเนินงานสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชนประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ที่บริษัท ทำสัญญาระยะยาวกับ ขสมก. จำนวน 1,920.4 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 28.9 ของภาระผูกพันภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานของบริษัท โดยสัญญาดังกล่าวจะสิ้นสุดในกลางปี 2570 ซึ่งหากรายได้จากสื่อโฆษณาบนรถโดยสารปรับอากาศลดลงอาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัท

อย่างไรก็ดี การทำสัญญาระยะยาวกับคู่สัญญา และการมีภาระผูกพันดังกล่าวเป็นการดำเนินธุรกิจปกติสำหรับการให้บริการสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน และการทำสัญญาระยะยาวยังเป็นการช่วยให้บริษัทมีแหล่งรายได้ที่แน่นอน และเป็นการสร้างอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barrier to Entry) ที่สูงเพื่อป้องกันผู้ประกอบการรายอื่นจากการเข้ามาแย่งสิทธิที่บริษัทเป็นเจ้าของ นอกจากนี้ยังมีความมั่นใจว่าบริษัทมีความเสี่ยงในระดับต่ำจากการทำสัญญาเช่าระยะยาวกับขสมก. เนื่องจากรถโดยสารประจำทางเป็นระบบการขนส่งมวลชนหลักของกรุงเทพฯเพื่อใช้เชื่อมต่อพื้นที่รอบนอกกับระบบขนส่งมวลชนอื่น เช่น รถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที และรถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นต้น และด้วยคุณสมบัติของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศที่เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายบนเส้นทางหลักครอบคลุมทั่วกรุงเทพฯ สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชนประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศจะยังเป็นที่สนใจของลูกค้าในระยะยาว

ความเสี่ยงจากการพึ่งพาสื่อโฆษณาดิจิตอลกลางแจ้งของบริษัท

ตั้งแต่ปี 2556 บริษัทได้ลงทุนเพื่อขยายพื้นที่ให้บริการของสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทดิจิตอลทั้งในกรุงเทพ และต่างจังหวัดเป็นจำนวนมาก โดยบริษัทมีรายได้จากสื่อประเภทนี้สำหรับปี 2559 เป็นจำนวน 1,040.2 ล้านบาท หรือคิดเป็น 42.5% ดังนั้นหากสื่อได้รับกระทบใดใดจนเป็นสาเหตุให้รายได้ของสื่อโฆษณาดิจิตอลลดลงอย่างมีนัยสำคัญ อาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท และกระทบต่อฐานะทางการเงินของบริษัทได้

อย่างไรก็ดี ตั้งแต่เริ่มให้บริการสื่อโฆษณาดิจิตอลในปี 2556 สื่อโฆษณาดิจิตอลก็ได้รับความนิยมที่สูงขึ้นเรื่อยๆ โดยมีอัตรา Utilization Rate อยู่ในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของสื่อโฆษณารวมของบริษัท นอกจากนี้ ในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว สื่อโฆษณาดิจิตอลก็ยังได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อย เนื่องจากเป็นสื่อโฆษณาที่มีค่าใช้จ่ายในการผลิตที่ต่ำ สามารถช่วยให้นักการตลาดประหยัดงบประมาณ นอกจากนี้สื่อโฆษณาดิจิตอลยังเป็นสื่อที่มีรูปแบบทันสมัยและสามารถปรับเปลี่ยนข้อความทางการตลาดที่นำเสนออย่างรวดเร็วทันท่วงทีจึงเหมาะสมกับกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบต่างๆ และเป็นที่นิยมสำหรับนักการตลาดในปัจจุบัน

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทเอเจนซี่รายใหญ่

เอเจนซี่โฆษณามีบทบาทที่สำคัญในธุรกิจสื่อโฆษณา โดยจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ให้บริการโฆษณาและเจ้าของสินค้าและบริการ หน้าที่หลักของเอเจนซี่คือการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงกำหนดแผนการใช้งบโฆษณาและตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ ทั้งนี้เอเจนซี่จะไม่ทำสัญญาระยะยาวกับบริษัทผู้ให้บริการสื่อโฆษณา แต่จะพิจารณาแผนการใช้สื่อโฆษณาตามแผนการตลาด และการโฆษณาของเจ้าของสินค้าและบริการแต่ละรายตามความเหมาะสม ณ ขณะนั้น

ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าของบริษัท สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลักคือ 1) กลุ่มลูกค้าเอเจนซี่ และ 2) กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ โดยบริษัท มีสัดส่วนรายได้จากลูกค้าเอเจนซี่และจากลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ ประมาณ 60.7% และ 39.3 % ของรายได้จากการให้บริการของบริษัท ในปี 2559 ตามลำดับ บริษัท มีรายได้จากการให้บริการสื่อโฆษณาผ่านทางเอเจนซี่จากเอเจนซี่ 10 รายแรก ของปี 2558 และปี 2559 ในสัดส่วนร้อยละ 59.7 และร้อยละ 56.6 ของรายได้รวมทั้งหมด ตามลำดับ และไม่มีการพึ่งพิงเอเจนซี่รายใดคิดเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมทั้งหมด อย่างไรก็ดี บริษัท อาจมีความเสี่ยงหากเอเจนซี่ไม่แนะนำให้เจ้าของสินค้าและบริการใช้เครือข่ายสื่อโฆษณาของบริษัท ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ และผลการดำเนินงานของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

ตามกลยุทธ์ของบริษัทในการให้บริการสื่อโฆษณาอย่างครบวงจร และครอบคลุมพื้นที่โฆษณาที่หลากหลายทั่วประเทศ ส่งผลให้สื่อโฆษณาของบริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการอย่างทั่วถึง โดยครอบคลุมทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ และทุกวัย ให้สามารถพบเห็นสื่อโฆษณาของบริษัตลอดการเดินทางชณะอยู่นอกที่อยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถตอบสนองลูกค้าผู้ซื้อสื่อโฆษณาในด้านของความคุ้มค่าและความมีประสิทธิผลของการใช้งบโฆษณา บริษัท จึงเชื่อว่า เครือข่ายและช่องทางโฆษณาของบริษัทที่ได้รับการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องยังคงได้รับความนิยมจากผู้ลงสื่อโฆษณาต่อไป นอกจากนี้จากการที่บริษัท ให้ความสำคัญในด้านนวัตกรรม (Innovation) ในการพัฒนาและนำเสนอเพื่อให้บริการสื่อโฆษณาเป็นที่น่าสนใจ โดยการนำเสนอสื่อโฆษณาที่แปลกใหม่และมีประสิทธิภาพสูง นอกเหนือขอบเขตแนวความคิดของเอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการ ส่งผลให้สื่อโฆษณาของบริษัท ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และได้สร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจให้กับเจ้าของสินค้าและบริการ

อย่างไรก็ดี บริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถบริหารความเสี่ยงดังกล่าวได้อีกทางหนึ่งด้วยการบริหารความสัมพันธ์อันดีกับเอเจนซี่ โดยการร่วมในการพัฒนาสื่อโฆษณากับเอเจนซี่ต่างๆ เพื่อที่บริษัทจะสามารถเข้าใจแนวโน้มความต้องการของตลาดและสามารถพัฒนาสื่อโฆษณาที่ตรงกับความต้องการของเอเจนซี่ได้ อีกทั้งบริษัท มีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่ดูแลลูกค้า รวมถึงมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้า อันเป็นการสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นอีกทางหนึ่ง

ความเสี่ยงจากการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทมีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมโฆษณาและภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ในภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว การใช้จ่ายงบประมาณในสื่อโฆษณามีทิศทางที่จะเพิ่มสูงตามการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจของบริษัท แต่ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว หรือมีเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองไทย หรือเกิดเหตุการณ์อื่นใดที่กระทบความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภค อาจจะส่งผลให้เจ้าของสินค้าและบริการปรับลดงบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อโฆษณาต่างๆ ซึ่งอาจส่งผลให้ยอดขายสื่อโฆษณาของบริษัทปรับลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

โครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในปัจจุบันมีโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยผู้ผลิตสินค้าและบริการมีแนวโน้มในการจัดสรรงบประมาณโฆษณาไปยังสื่อโฆษณาประเภทใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อในพื้นที่เมืองได้เป็นอย่างดี และยังเป็นสื่อโฆษณาที่มีต้นทุนอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ แต่สามารถส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ชมได้สูง โดยจากการศึกษาของ Outdoor Advertising Association of America (OAAA) ซึ่งศึกษาความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในสื่อภายนอกที่อยู่อาศัยในประเทศอเมริกา ประเทศแถบยุโรป และประเทศออสเตรเลีย พบว่าสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยมีผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) ที่คุ้มค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ ดังเห็นได้จากในช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวในช่วงปี 2558-2559 ลูกค้าเจ้าของสินค้าและบริการยังคงใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยในการประชาสัมพันธ์สินค้าอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยถึงแม้ค่าใช้จ่ายการโฆษณาโดยรวมจะลดลง แต่ค่าใช้จ่ายการโฆษณาในสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดี บริษัทไม่สามารถรับรองได้ว่าผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทจะไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ หากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวยังคงดำเนินต่อไป หรือมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นในอนาคต

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารและบุคลากร

ธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาของบริษัท เป็นธุรกิจให้บริการซึ่งต้องพึ่งพิงบุคลากรในการติดต่อ สร้างสรรค์ผลงาน และนำเสนอผลิตภัณฑ์ ให้แก่เอเจนซี่และเจ้าของสินค้าและบริการ ดังนั้น ผู้บริหารของบริษัท ฝ่ายขายและการตลาด และฝ่ายปฏิบัติการที่มีประสบการณ์และมีความชำนาญจึงมีความสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้พื้นที่โฆษณาและการสร้างสรรค์รูปแบบของสื่อโฆษณาเพื่อนำเสนอต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้ตรงตามความต้องการของเจ้าของสินค้าและบริการ บุคคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเหล่านี้จึงเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของบริษัทที่ผ่านมา หากบริษัท ไม่สามารถรักษาผู้บริหารและบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญไว้ได้ บริษัท อาจได้รับผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวที่อาจเกิดขึ้น จึงได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและสนับสนุนให้บุคลากรเติบโตไปพร้อมกับความสำเร็จของบริษัท นอกจากนี้บริษัท ได้แบ่งลักษณะการทำงานเป็นทีม ซึ่งบุคลากรภายในทีมจะสามารถทำงานทดแทนกันได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ บริษัท มีนโยบายสนับสนุนให้ทีมงานผู้บริหารระดับกลางได้มีส่วนร่วมในการวางแผนบริหารจัดการของบริษัท ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงด้านการพึ่งพิงตัวบุคคลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ได้ในระดับหนึ่ง สำหรับผู้บริหารระดับสูงของบริษัท เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง และเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท ทำให้มีความผูกพันต่อบริษัท ในการร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ ในระหว่างปี 2558- 2559 บริษัท ได้จัดสรรหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 40,000,000 หุ้น และจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิในการซื้อหุ้นสามัญจำนวน 30,000,000 หน่วย เพื่อเสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหารของบริษัท และพนักงานของบริษัทพื่อเป็นการตอบแทนการทำงานของ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานดังกล่าว และเพื่อให้มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของบริษัท

ความเสี่ยงในด้านข้อกฎหมายควบคุมป้ายโฆษณาและอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากภัยธรรมชาติ หรือจากการกระทำของบุคคลที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวกับธุรกิจโฆษณาอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งนี้บริษัทให้ความสำคัญและติดตามการปรับปรุงข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณาโดยเฉพาะในส่วนของกฎหมายที่เกี่ยวกับควบคุมป้ายโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่บริษัทจะสามารถกำหนดแนวทางการดำเนินงานและเตรียมแผนการรองรับในกรณีที่ข้อกฎหมายดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลง และเพื่อมิให้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวต้องมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับป้ายโฆษณาทั้งในด้านข้อกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมป้ายโฆษณา และอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากภัยธรรมชาติหรือจากการกระทำของบุคคลที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต บริษัทให้ความสำคัญในการออกแบบ และก่อสร้างในการติดตั้งป้ายโฆษณาเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดโดยหน่วยงาน หรือผู้ให้เช่าต่างๆ โดยบริษัท มีนโยบายที่จะใช้วิศวกรผู้ออกแบบ และผู้รับเหมาชั้นนำที่มีผลงานระดับประเทศ ดำเนินการออกแบบ และติดตั้งเพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ นอกจากนี้คู่สัญญาให้เช่าพื้นที่ในการติดตั้งป้ายโฆษณาของบริษัท มีการกำหนดมาตรฐานการตรวจรับที่สูง รวมถึงมีการตรวจสอบคุณภาพเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานทุกปี อาทิเช่น สยามพารากอน สยามเซ็นเตอร์ สยามสแควร์ เซ็นทรัลเวิลด์ อาคารดิจิตอลเกตเวย์ อาคารไซเบอร์เวิร์ล อาคารอินเตอร์เชนจ์ และอาคารสีลมคอมเพล็กซ์ เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัท ยังได้ทำประกันภัยที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพย์สิน และบุคคลภายนอกอีกด้วย โดยปัจจุบัน บริษัท ไม่มีข้อพิพาทที่เกิดจากการดำเนินการขัดกับกฎหมาย ข้อบังคับ และกฎระเบียบดังกล่าว

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

ความเสี่ยงจากกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัท มากกว่าร้อยละ 25

บริษัท มีกลุ่มนายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์ ถือหุ้นในบริษัท จำนวนรวมทั้งสิ้นร้อยละ 45.8 ของทุนที่จดทะเบียนและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท ทำให้หากผู้ถือหุ้นกลุ่มดังกล่าวรวมคะแนนเสียงเพื่อลงมติในที่ประชุมก็จะสามารถควบคุมเสียงข้างมากในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัท อาจมีความเสี่ยงในการรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลและตรวจสอบเรื่องที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้

อย่างไรก็ดี บริษัท ได้มีการจัดโครงสร้างการบริหารจัดการโดยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และได้มีการกำหนดขอบเขตในการดำเนินงาน หน้าที่ และความรับผิดชอบ การมอบอำนาจให้แก่กรรมการและผู้บริหารอย่างชัดเจนและโปร่งใส และมีการกำหนดมาตรการการทำรายการที่เกี่ยวโยงกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมกิจการ รวมถึงบุคคลที่มีความขัดแย้ง ซึ่งบุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิในการออกเสียงในการอนุมัติรายการนั้นๆ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัท เป็นไปอย่างโปร่งใส นอกจากนี้ บริษัท ยังได้มีการแต่งตั้งบุคคลภายนอกเป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 คน จากกรรมการทั้งหมด 9 คน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ ถ่วงดุลการตัดสินใจ และพิจารณาอนุมัติรายการต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ถือหุ้นว่าโครงสร้างการจัดการของบริษัท มีการถ่วงดุลอำนาจ โปร่งใสและมีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ