

2. การบริหารจัดการความเสี่ยง

2.1 นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทกำหนดให้คณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบายการประเมินความเสี่ยง และมอบหมายให้ฝ่ายตรวจสอบภายในทำการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยประเมินความเสี่ยงการทุจริต คอรัปชันออกจากความเสี่ยงด้านอื่น ๆ และรายงานความเสี่ยงต่อคณะกรรมการ เพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงต่อไป มีการกำหนดแผนการตรวจสอบระบบการทำงาน โดยเฉพาะระบบการจัดซื้อจัดจ้าง การรับ-จ่ายเงินที่ต้องตรวจเป็นประจำทุกปีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตาม ประเมินผลปฏิบัติงานและการควบคุมภายในให้เกิดประสิทธิภาพตามระบบการบริหารความเสี่ยงของบริษัท

ในปี 2567 ฝ่ายตรวจสอบภายในได้พิจารณาแล้วเห็นว่า บริษัทบริหารความเสี่ยงดำเนินการอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงการควบคุมภายในที่เพียงพอและเหมาะสมกับธุรกิจ พร้อมทั้งมีการติดตามความเสี่ยงอย่างใกล้ชิด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้บริษัทสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจตามแผนธุรกิจที่กำหนดไว้ ตลอดจนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท เพื่อส่งมอบให้ผู้ถือหุ้น และมีส่วนได้เสียของบริษัทได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานทุกคน และจัดปฐมนิเทศอบรมพนักงานใหม่ทุกเดือน เพื่อรับทราบระเบียบ ข้อบังคับ จริยธรรม นโยบายการต่อต้านคอรัปชัน แนวปฏิบัติการทำงาน ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง และสวัสดิการต่าง ๆ ของบริษัท พร้อมแนวทางการแจ้งเบาะแส และช่องทางเรียน

2.2 ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

2.2.1 ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือกลุ่มบริษัทในปัจจุบัน

ความเสี่ยงที่ 1 ความเสี่ยงจากความสับสนและสภาวะการไม่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดการแข่งขันทางการค้า

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- การแข่งขัน / การเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง / การเข้ามาดำเนินธุรกิจได้โดยง่ายของผู้ค้ารายใหม่

ลักษณะความเสี่ยง

ด้วยรูปแบบของสื่อสมัยใหม่ทำให้ทุกคนสามารถปฏิบัติตัวเป็นสื่อได้ด้วยตัวเองซึ่งอาจเป็นบุคคลคนเดียว หรือองค์กร โดยที่สื่อเหล่านั้นสามารถนำเสนอเนื้อหาได้ตรงใจผู้บริโภคก็อาจได้รับความนิยมจากทั้งผู้อ่าน และดึงดูดผู้ลงโฆษณาหรือผู้สนับสนุนได้

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ทำให้เกิดคู่แข่งทางการค้ากับบริษัท

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทตระหนักถึงความง่ายในการเป็นคู่แข่งทางการค้าสำหรับสื่อยุคใหม่ เพราะไม่ว่าบุคคลใดก็สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อได้ แต่สิ่งหนึ่งที่มีผลต่อผู้บริโภค คือ ความเชื่อมั่น และความถูกต้อง รวมทั้งความเป็นมืออาชีพ เนื่องจากบริษัทเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ จึงต้องรับผิดชอบต่อสิ่งที่นำเสนอ ดังนั้นเนื้อหาที่บริษัทได้นำเสนอจึงต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

ความเสี่ยงที่ 2 ความเสี่ยงเรื่องสถานที่จัดงานแสดงสินค้า

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- ธุรกิจของคู่ค้าหรือผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน
- การแพร่ระบาดของโรคติดต่อ
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเกิดภัยพิบัติ

ลักษณะความเสี่ยง

ในการจัดงานแสดงสินค้า จำเป็นต้องใช้สถานที่ขนาดใหญ่ รองรับปริมาณผู้ออกบูธและผู้เข้าชมงาน สถานที่จอดรถ การคมนาคมสะดวก โดยทุกปีบริษัทจะทำการคัดเลือกสถานที่จัดงานและทำการจองวันจัดงานล่วงหน้าทั้งปี อย่างไรก็ตาม อาจมีความเสี่ยงเรื่องสถานที่ หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดกับสถานที่จัดงานที่คัดเลือกไว้

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ทำให้บริษัทอาจไม่สามารถหาสถานที่จัดงานที่เหมาะสมได้ หรือต้องจัดในสถานที่ไกลออกไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ซื้อพื้นที่ และจำนวนผู้เข้าชมงาน หรืออาจทำให้ค่าเช่าสถานที่สูงขึ้นได้ ส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

มาตรการจัดการความเสี่ยง

จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษาและวางแผนกลยุทธ์ โดยได้จัดทำแผนการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ทั้งในส่วนการจัดหาสถานที่ใหม่เพิ่มเติม รูปแบบการจัดงาน ตลอดจนแผนประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ ๆ เพื่อชี้แจงและขยายฐานกลุ่มผู้ชมงานเพิ่มขึ้น

ความเสี่ยงที่ 3 ความเสี่ยงจากจำนวนลูกค้าในกลุ่มเทคโนโลยีมีจำนวนจำกัด

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- ธุรกิจของคู่ค้าหรือผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน
- การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

ลักษณะความเสี่ยง

เป็นที่ทราบกันว่ากลุ่มเทคโนโลยีเป็นกลุ่มธุรกิจที่มี Barrier สำหรับรายใหม่สูงมาก ทำให้จำนวนของลูกค้าเป้าหมายในการขายทั้งส่วนของสื่อและบูธมีจำนวนจำกัดส่งผลให้การขยายตลาดและสร้างยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมายยากขึ้น

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ทำให้พื้นที่การขายลดลง ส่งผลต่อรายได้ และความน่าสนใจของผู้บริโภคในการเข้าชมงาน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้ให้ความสำคัญกับเรื่องการเพิ่มจำนวนลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จึงวางแผนในการขยายไปสู่กลุ่มตลาดใหม่ที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกับสื่อและงานคอมพิวเตอร์ของบริษัทซึ่งมีกำลังซื้อ อาทิ ไอโอที, สมาร์ทโฮม โดยวางแผนขยายพื้นที่ ตลอดจนจัดเป็นอีกหนึ่งงานในอนาคต

ความเสี่ยงที่ 4 ตลาดระบบการจัดการเรียนรู้ Learning Management System (LMS) มีการแข่งขันสูง

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า / ผู้บริโภค
- การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี
- การแข่งขัน / การเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง / การเข้ามาดำเนินธุรกิจได้โดยง่ายของผู้รายใหม่

ลักษณะความเสี่ยง

การเกิดโรคระบาด Covid-19 บวกกับกระแส Life Long Learning และ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ระบบการเรียนรู้ออนไลน์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันสูงขึ้นในหลากหลายมิติ ทั้งเรื่องคุณสมบัติและราคา

ผลกระทบจากความเสี่ยง

การแข่งขันที่สูงขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนในการขาย และราคาขายที่ต้องลดลงเพื่อการแข่งขัน รวมถึงโอกาสในการขยายตลาดของบริษัทลดลงด้วย

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ระบบการจัดการเรียนรู้ (Wisimo) เป็นที่รู้จักมากขึ้น และเพิ่มการวิจัยเพื่อพัฒนา (Research & Development) เพื่อพัฒนาฟังก์ชัน และฟีเจอร์การใช้งานที่แตกต่างจากคู่แข่ง ตรงกับความต้องการของลูกค้า และมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เช่น AI, OCR

ความเสี่ยงที่ 5 ความเสี่ยงจากการใช้แพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ที่ไม่สามารถควบคุมนโยบายได้

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า / ผู้บริโภค
- การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

ลักษณะความเสี่ยง

จากค่านิยมของสื่อสังคมออนไลน์สมัยใหม่ ทำให้เกิดช่องทางใหม่ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายของผู้ลงโฆษณา แต่ช่องทางดังกล่าวเป็นแพลตฟอร์มที่บริษัทไม่ได้เป็นเจ้าของ จึงไม่สามารถกำหนดหรือควบคุมนโยบายต่าง ๆ ได้

ผลกระทบจากความเสี่ยง

จำนวนผู้ใช้เว็บไซต์หรือผู้เข้าชมคอนเทนต์ของบริษัทลดลง ส่งผลต่อต้นทุนและรายได้ของบริษัท

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงสร้างทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับแพลตฟอร์มที่บริษัทไม่ได้เป็นเจ้าของ เพื่อปรับรูปแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และลดผลกระทบต่อการบริหารสื่อโฆษณาที่สุด รวมไปถึงนำเสนอสื่อที่หลากหลายให้กับผู้ลงโฆษณา เพื่อตอบสนองความต้องการและกระจายความเสี่ยงไม่ให้อยู่กับสื่อใดสื่อหนึ่ง

ความเสี่ยงที่ 6 ความเสี่ยงเรื่องการแพร่ระบาดของเชื้อโรค

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- นโยบายของรัฐ
- ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)
- การแพร่ระบาดของโรคติดต่อ

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- การปฏิบัติงานของพนักงาน
- ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- การแพร่ระบาดของโรคติดต่อ

ลักษณะความเสี่ยง

การแพร่ระบาดของเชื้อโรคก่อให้เกิดผลกระทบต่อทั้งด้านการเข้ามาปฏิบัติงานของพนักงาน รวมถึงผลกระทบต่อการจัดงานของบริษัท เนื่องจากต้องเฝ้าระวังการแพร่ระบาด ต้องรักษาระยะทาง Social distancing

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ส่งผลให้พื้นที่ที่การจัดงานลดลง และการจำกัดจำนวนผู้เข้าชมงานอันมีผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ด้านการปฏิบัติงาน - บริษัทได้จัดกลุ่มพนักงานตามความเสี่ยง กำหนดการปฏิบัติงานที่บ้าน (Work from Home) และจัดการเหลื่อมเวลาการทำงาน เพื่อลดความแออัดในการเดินทาง ส่งผลให้บริษัทสามารถปฏิบัติงานได้อย่างปกติ

ด้านการจัดงาน - บริษัทได้กำหนดข้อปฏิบัติ รูปแบบ และข้อกำหนดต่าง ๆ เพื่อให้การจัดงานเป็นไปตามคำสั่งของภาครัฐ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย และสร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภคด้านสุขอนามัย รวมถึงการปรับเปลี่ยนพื้นที่ให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้น การจัดพื้นที่แสดงรายละเอียดสินค้าของคู่ค้าโดยรอบ เพื่อให้ลูกค้าได้พิจารณาสินค้าก่อนเข้าชม ลดระยะเวลาการเดินทางชมภายในงาน

นอกจากนี้บริษัทยังได้วางแผนพัฒนาแพลตฟอร์มที่สามารถรองรับการแสดงผลและจัดจำหน่ายสินค้าบนออนไลน์ เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของเชื้อโรคของทั้งผู้จำหน่ายสินค้าและผู้ซื้อสินค้า อีกทั้งยังสามารถต่อยอดพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อให้บริการแก่ผู้จัดแสดงและจำหน่ายสินค้ารายอื่น ๆ ต่อไป

ความเสี่ยงที่ 7 ความเสี่ยงจากการคุกคามทางไซเบอร์

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- ความเสียหายด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- การปฏิบัติงานของพนักงาน
- ความปลอดภัยของข้อมูลหรือระบบคอมพิวเตอร์และการโจมตีทางไซเบอร์

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

- ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง

ลักษณะความเสี่ยง

ในขณะที่การใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างแพร่หลาย เปิดโอกาสให้ผู้ไม่ประสงค์ดี อาศัยช่องโหว่ในการเข้าถึงข้อมูลของบริษัทต่าง ๆ ผ่านการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ต อันเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากไม่มีการป้องกันทั้งจากการใช้งานของพนักงานบริษัท และความไม่ปลอดภัยของระบบคอมพิวเตอร์

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ทำให้ข้อมูลเกิดการรั่วไหล หรือทำให้ระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัทใช้งานไม่ได้

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) โดยการกำหนดแผนงานการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เช่น การใช้ซอฟต์แวร์ช่วยดูแลระบบความปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ต ระบบไอทีสำหรับการสำรองข้อมูลของบริษัท ใช้ในการกู้ข้อมูล เมื่อเกิดเหตุการณ์ภัยคุกคามทางไซเบอร์หรือสถานการณ์ฉุกเฉิน การให้ความรู้แก่พนักงานในการใช้งานคอมพิวเตอร์ การห้ามพนักงานใช้อุปกรณ์สำรองข้อมูลส่วนตัวกับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทำงาน รวมถึงการอัปเดตซอฟต์แวร์ที่ใช้ในคอมพิวเตอร์อยู่เป็นประจำ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยของข้อมูล มีการอบรมความรู้ให้แก่พนักงานผู้บริหารและกรรมการอย่างต่อเนื่องทั้งจากภายในและภายนอกบริษัท เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้

ความเสี่ยงที่ 8 ความเสี่ยงทางด้านทรัพยากรบุคคล

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- การพึ่งพิงบุคลากรในตำแหน่งงานสำคัญ
- การขาดแคลนหรือพึ่งพิงแรงงานที่มีศักยภาพ
- การปฏิบัติงานของพนักงาน
- การดำเนินโครงการในอนาคตไม่เป็นไปตามแผน

ลักษณะความเสี่ยง

ธุรกิจหลักของบริษัทเป็นการให้บริการ บุคลากรจึงถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ ศักยภาพและคุณภาพของทรัพยากรบุคคลจึงเป็นเรื่องที่บริษัทให้ความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เนื่องจากเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัท อีกทั้งความชำนาญและเชี่ยวชาญในด้านพัฒนาและจัดทำเนื้อหา ข่าวสาร ข้อมูลด้านธุรกิจ การตลาด และไอที (IT) ตลอดจนการพัฒนาบริการด้านดิจิทัลต่าง ๆ ของบุคลากรจะช่วยสร้างคุณค่าให้กับบริษัท อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงบุคลากรเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยหลายประการ และเป็นความเสี่ยงที่อาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ทำให้ขาดแคลนทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสม ส่งผลต่อระยะเวลาการดำเนินงาน และรายได้ของบริษัท

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้วางแผนการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล โดยการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสร้างระบบการจัดการความรู้ในองค์กร (Knowledge Management) ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดเก็บองค์ความรู้ การถ่ายทอดองค์ความรู้ การพัฒนาหัวหน้างาน การสอนงาน การกำกับดูแล การสร้างวัฒนธรรม และบรรยากาศการเรียนรู้ในองค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) รวมทั้งการสร้างสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดี ทั้งทางกายภาพ การสร้างขวัญกำลังใจ และแรงจูงใจในการทำงาน การส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อจูงใจให้บุคลากรของบริษัททำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดแผนการเติบโตทางอาชีพของบุคลากร เพื่อสร้างความก้าวหน้าให้แก่พนักงาน รวมถึงพัฒนาบุคลากรให้สามารถทดแทนงานได้ในทุกระดับ เพื่อบริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงที่ 9 ความเสี่ยงจากพฤติกรรมกรรมการบริหาร

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า / ผู้บริโภค

ลักษณะความเสี่ยง

ปัจจุบันรูปแบบของสื่อโฆษณามีการเปลี่ยนแปลง ถึงแม้ว่าบริษัทส่วนใหญ่ซึ่งเป็นลูกค้ายังมีการโฆษณาในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ แต่ก็ให้ความสำคัญกับรูปแบบสื่อโฆษณาใหม่ ๆ มากขึ้น เช่น สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อออนไลน์

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ส่งผลต่อส่วนแบ่งการตลาดของสื่อ และรายได้ของบริษัท

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ถึงแม้ว่าสื่อสมัยใหม่จะก่อให้เกิดผลกระทบกับสื่อเดิมของบริษัท แต่บริษัทได้ใช้โอกาสจากการให้บริการด้านการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อผนวกรวมสื่อเดิมและสื่อใหม่เข้าด้วยกัน ทำให้บริษัทมีสื่อที่ครบวงจรมากกว่าเดิม โดยบริษัทได้วางกลยุทธ์ในการขยายตลาดของสื่อออนไลน์มากขึ้น

ความเสี่ยงที่ 10 ความเสี่ยงจากพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า / ผู้บริโภค
- การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

ลักษณะความเสี่ยง

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมการบริโภคสื่อและการซื้อสินค้าของผู้บริโภครุ่นใหม่ ที่เน้นความรวดเร็วฉับไว อย่างไรก็ตามก็เนื่องจากการสินค้าที่จำหน่ายในงานคอมมาร์ตเป็นสินค้าในกลุ่มเทคโนโลยี ที่มียังคงต้องอาศัยการได้ทดสอบและความน่าเชื่อถือ จึงยังเป็นจุดแข็งในการจัดงาน

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ส่งผลต่อจำนวนผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า ทำให้ผู้เข้าพื้นที่อาจลดลง ซึ่งส่งผลรายได้ของบริษัทลดลง

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้ให้ความสำคัญกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค จึงมุ่งผลิตสื่อที่มีคุณภาพ มีเนื้อหาสาระที่น่าสนใจเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย บริษัทได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยเน้นเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านและผู้ลงโฆษณา ด้านธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าไอที บริษัทได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ โดยร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการทำแคมเปญการตลาดกระตุ้น ผ่านกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ และโปรโมชั่นพิเศษเฉพาะในงาน พร้อมเน้นการสื่อสารให้ถึงและตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพื่อสร้างความแตกต่างและดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ ส่งผลให้ยอดขายและผู้เข้าชมงานให้เพิ่มมากขึ้น

ความเสี่ยงที่ 11 ความเสี่ยงจากพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- ความเสียหายด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- ความปลอดภัยของข้อมูลหรือระบบคอมพิวเตอร์และการโจมตีทางไซเบอร์

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

- การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ
- ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง

ลักษณะความเสี่ยง

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีผลบังคับใช้ตามกฎหมายในปี 2565 ซึ่งมีผลต่อบริการหลาย ๆ ด้านของบริษัท เช่น การบริการข้อมูลบนเว็บไซต์ การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งข้อมูล หรือเชิญร่วมงานสัมมนาต่าง ๆ จะต้องแจ้งเจ้าของข้อมูลถึงสิ่งที่ถูกบันทึกไว้ และได้รับความยินยอม

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ส่งผลต่อความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้ชื่อเสียงของบริษัทได้รับความเสียหาย และเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้ศึกษา พัฒนาแอปพลิเคชัน และกำหนดแผนปฏิบัติการ เพื่อรองรับพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว และกำหนดแนวทางเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น

ความเสี่ยงที่ 12 ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- ความเสียหายด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง

- ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

- การกำกับดูแลกิจการ
- ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง

ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทประกอบธุรกิจด้านสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อดิจิทัล โดยเนื้อหาที่ใช้ในการผลิตสื่อมาจากแหล่งข่าว หนังสือ และบทความที่เขียนโดยกองบรรณาธิการและนักเขียนอิสระ รวมทั้งการแปลจากบทความต่างประเทศ

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ทำให้อาจมีความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง ทั้งในเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือบทวิเคราะห์ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่น

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้มีการจัดทำข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ เพื่อเป็นกรอบให้พนักงานยึดถือปฏิบัติ และมีการจัดฝึกอบรม โดยเชิญวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่กองบรรณาธิการ เพื่อให้รับรู้ความเสี่ยง รวมถึงกรณีที่อาจเข้าข่ายการละเมิดลิขสิทธิ์หรือหมิ่นประมาท เพื่อเป็นการป้องกันในระดับหนึ่ง สำหรับนักเขียนอิสระ บริษัทมีการระบุในสัญญาหรือเอกสารให้นักเขียนอิสระทราบถึงความเสี่ยง และยืนยันว่าผลงานของตนมิได้ละเมิดลิขสิทธิ์ผู้หนึ่งผู้ใด หากมีปัญหาระหว่างการละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้น ผู้เขียนยืนยันที่จะเข้าร่วมต่อสู้คดีความและรับผิดชอบค่าเสียหายถ้าเกิดการละเมิดจริง นอกจากนี้ บริษัทยังได้ซื้อประกันภัยทางวิชาชีพเพื่อลดผลกระทบหากโดนฟ้องร้อง

ความเสี่ยงที่ 13 ความเสี่ยงจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเกิดภัยพิบัติ

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- การปฏิบัติงานของพนักงาน
- การดำเนินโครงการในอนาคตไม่เป็นไปตามแผน
- ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเกิดภัยพิบัติ

ลักษณะความเสี่ยง

ภัยพิบัติทางธรรมชาติ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถกำหนดหรือคาดการณ์ได้ เช่น แผ่นดินไหว น้ำท่วม เป็นต้น

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ส่งผลให้ธุรกิจต้องหยุดชะงัก โครงการต่างๆล่าช้าหรือหยุดชะงัก หรือเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม ซึ่งอาจทำให้ผลประกอบการของธุรกิจลดลงหรือขาดทุนได้

อย่างไรก็ดี ถ้ามีการเตรียมพร้อมและวางแผนล่วงหน้า อาจสามารถหาวิธีลดความรุนแรง หรือบรรเทาผลกระทบและความสูญเสียที่จะเกิดได้

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้จัดทำแผนดำเนินธุรกิจในภาวะฉุกเฉินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยแผนระยะสั้นคือการจัดหาสถานที่ปฏิบัติงานสำรองในกรณีที่ไม่สามารถเข้ามาปฏิบัติงานที่บริษัทได้ ส่วนแผนระยะยาวนั้น บริษัทได้ลงทุนในระบบไอทีสำหรับการสำรองข้อมูลของบริษัท ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการของบริษัท จะสามารถย้ายการทำงานไปยังสถานที่อื่น หรือสามารถให้พนักงานปฏิบัติงานที่บ้านต่อเนื่องได้ทันที

ความเสี่ยงที่ 14 ความเสี่ยงจากนโยบายการมุ่งสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- นโยบายหรือข้อตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ
- ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- การปฏิบัติงานของพนักงาน

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

- การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ
- การกำกับดูแลกิจการ

ลักษณะความเสี่ยง

กฎหมายหรือข้อบังคับด้านการควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อาทิ การเก็บภาษีคาร์บอน และการนำภาษีคาร์บอนมาเป็นเครื่องมือในการกีดกันทางการค้าผ่านมาตรการปรับคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) การสนับสนุนการใช้รถยนต์ไฟฟ้าและแหล่งพลังงานสะอาด เป็นต้น

ผลกระทบจากความเสี่ยง

อาจส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัทสูงขึ้น เนื่องจากการเก็บภาษีคาร์บอน รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความยั่งยืน อาจส่งผลต่อความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญและตระหนักถึงผลกระทบอันเนื่องมาจากปล่อยก๊าซเรือนกระจก บริษัทมีแผนลดการใช้พลังงานหรือเปลี่ยนมาใช้พลังงานสะอาด เช่น ติดตั้งโซลาร์เซลล์ที่สำนักงานของบริษัท ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการจัดงานนิทรรศการต่างๆ และการจัดพิมพ์นิตยสาร การลดการจัดเก็บเอกสารในรูปแบบกระดาษ และให้ความรู้กับผู้บริหารและพนักงาน

2.2.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

มีปัจจัยความเสี่ยงต่อการลงทุนของ : มี
ผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์หรือไม่

ความเสี่ยงที่ 1 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลัก

- ความเสี่ยงจากบริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ >50%

ลักษณะความเสี่ยง

ทะเบียนรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ปรากฏรายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท ประกอบด้วย นายมินทร์ อิงค์เนศ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 54.33 และบริษัทกลุ่มแอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่นายมินทร์ อิงค์เนศ มีอำนาจควบคุมเบ็ดเสร็จ (ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 90) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 10

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ทำให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ดังกล่าว สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ในเรื่องที่กฎหมายกำหนด หรือข้อบังคับของบริษัท กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงของผู้ถือหุ้นที่มาประชุม และมีสิทธิออกเสียง เนื่องจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่สามารถใช้เสียงซึ่งเกินกว่าร้อยละ 25 สำหรับการใช้อำนาจในการคัดค้านในมติต่าง ๆ ได้ และส่งผลให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่อาจถ่วงดุลการออกเสียงของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้มีการแต่งตั้งกรรมการอิสระเข้ามาทำหน้าที่คณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อตรวจสอบ พิจารณา และกลั่นกรองมิให้เกิดรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำหนดให้ประธานกรรมการ ประธานกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร มีให้เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานของบริษัท

2.2.3 ความเสี่ยงต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างประเทศ (กรณีผู้ออกหลักทรัพย์เป็นบริษัทต่างประเทศ)

มีปัจจัยความเสี่ยงต่อการลงทุน : ไม่มี
ในหลักทรัพย์ต่างประเทศของบริษัทหรือไม่