
การบริหารจัดการความเสี่ยง

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้จัดทำนโยบายบริหารความเสี่ยง ซึ่งครอบคลุมถึงการกำหนดกรอบการปฏิบัติงานในกระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทที่มีความสอดคล้องกัน เพื่อนำไปปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร และมั่นใจว่ามีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการควบคุมความเสี่ยงที่ได้ระบุไว้อย่างเหมาะสม

กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ถูกกำหนดให้เชื่อมโยงกับนโยบาย แผนกลยุทธ์ และเป้าหมายทางธุรกิจ โดยวิเคราะห์และประเมินปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อองค์กรด้านโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) และด้านความรุนแรงของผลกระทบ (Impact) เพื่อจัดทำความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM) 5 ด้านหลัก คือ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ ความเสี่ยงด้านการเงิน และความเสี่ยงด้านสังคม สิ่งแวดล้อม บรรษัทภิบาล (ESG Risk) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ชื่อเสียงองค์กร สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้ง พิจารณาค่าความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ และความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือทำให้ธุรกิจหยุดชะงัก ทั้งนี้ บริษัทจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง เพื่อติดตามและรายงานผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตามที่กำหนดไว้

นอกจากนี้ นโยบายบริหารความเสี่ยงยังกำหนดให้ทุกหน่วยงานมีหน้าที่รับผิดชอบ ประเมินความเสี่ยง กำหนดตัวชี้วัดด้านความเสี่ยง (Key Risk Indicators: KRIs) แนวทางการป้องกันและบรรเทาความเสี่ยง หรือความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงติดตามและประเมินผลการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งจัดทำรายงานที่เกี่ยวกับความเสี่ยงตามกรอบการดำเนินงานและขั้นตอนการบริหารความเสี่ยง รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจ การวางแผนกลยุทธ์ แผนงาน และการดำเนินงานของบริษัท โดยบริษัทจะทบทวนนโยบายบริหารความเสี่ยงอย่างน้อยทุก 1 ปี สำหรับนโยบายบริหารความเสี่ยงฉบับเต็ม บริษัทได้ทำการเปิดเผยบนเว็บไซต์ของบริษัท

ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะมีผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะการเงิน ผลการดำเนินงานและโอกาสทางธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และแนวทางของบริษัทในการป้องกันและจัดการความเสี่ยง สามารถสรุปได้ดังนี้

1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

1.1 ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการแข่งขันในธุรกิจการจำหน่ายเครื่องแต่งกายและสินค้าไลฟ์สไตล์ประกอบด้วย การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ทั้งในประเทศและจากต่างประเทศด้วยสินค้าและแบรนด์สินค้าใหม่ การแข่งขันด้านราคา การทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การแข่งขันในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น และการใช้สื่อและช่องทางออนไลน์ในการเข้าถึงผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายที่จะรักษาจุดแข็งในการเข้าถึงผู้บริโภคผ่านการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศอย่างต่อเนื่องด้วยร้านค้าปลีกของตนเอง จุดขายในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) การใช้รถโมบายเคลื่อนที่ (Mobile Unit) และช่องทางออนไลน์ผ่าน www.mcshop.com เพื่อมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าของบริษัท

ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง การเชื่อมต่อระหว่างร้านค้าออฟไลน์และออนไลน์ได้อย่างไร้รอยต่อ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ด้วยประสบการณ์การผลิตและการจัดหาสินค้าที่ยาวนานทำให้บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการควบคุมคุณภาพและต้นทุนการผลิต ไม่ว่าจะเป็นการผลิตด้วยโรงงานของตนเองหรือการควบคุมการจ้างผลิตโดยผู้ผลิตรายอื่น ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากสินค้าได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพและราคาเป็นอย่างดี

1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

สินค้าของบริษัทเป็นกลุ่มสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์จึงอาจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงรสนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ทั้งนี้ บริษัทมีการทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย และฝ่ายออกแบบ เพื่อสำรวจความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนศึกษาติดตามแนวโน้มแฟชั่นทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคในทุกช่วงเวลา

บริษัทได้ใช้ระบบ CRM (Customer Relationship Management) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ของสมาชิก ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคในเรื่องพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

1.3 ความเสี่ยงจากกลยุทธ์การเติบโตของบริษัท

แผนธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทมุ่งเน้นการเพิ่มความหลากหลายและความแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมและแบรนด์สินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกวัยและทุกไลฟ์สไตล์ การขยายช่องทางจัดจำหน่ายเพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ การลดต้นทุน การผลิต และการขยายฐานการจัดหาผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งอื่นที่มีต้นทุนต่ำกว่า

คณะกรรมการและฝ่ายบริหารของบริษัทให้ความสำคัญในการดำเนินงานตามแผนธุรกิจและกลยุทธ์ข้างต้นอย่างมีระบบแบบแผน โดยการสรรหาบุคลากรที่มีประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถเข้ามารับผิดชอบเพื่อการติดตามและวัดผลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยควบคุมการใช้ระบบจัดการทรัพยากรในองค์กรที่เชื่อมโยงการปฏิบัติงานทุกส่วน (ERP-Enterprise Resource Planning) เพื่อให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางแผนไว้

1.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ

ในปี 2563-2565 ภาพรวมเศรษฐกิจไทยและทั่วโลกได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับภาคการบริโภคภายในประเทศก็หดตัวลงจากผลกระทบทางเศรษฐกิจเช่นกัน อย่างไรก็ตามรัฐบาลได้ออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยและบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น สำหรับบริษัท เองก็ได้กำหนดมาตรการบริหารความเสี่ยง โดยการปรับวิธีการเข้าถึงผู้บริโภคในรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อสินค้าเปลี่ยนไปเป็นการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยบริษัท ได้สร้างระบบการขายที่เชื่อมต่อการขายแบบออนไลน์และออฟไลน์หรือหน้าร้านเข้าด้วยกัน การจำหน่ายสินค้าในช่องทางมาร์เก็ตเพลส รวมถึงการบริการลูกค้าให้สามารถซื้อสินค้าได้สะดวกง่ายดายผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย เช่น โปรแกรม ช็อปปิ้งพร้อมโฮม เซทแอนด์ช็อปป การซื้อสินค้าผ่านพนักงานขายทีมโซเชียลคอมเมอร์ซที่พร้อมเป็นผู้ช่วยช้อปปิ้งส่วนตัว การพัฒนาสินค้าที่ซื้อขายคล่องและเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคในภาวะปัจจุบัน รวมถึงการจัดทำรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดและกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าด้วยสินค้าคุณภาพในราคาที่เข้าถึงได้ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการระบบ การใช้ฐานข้อมูลที่มีมาวิเคราะห์การจัดการสินค้า

และซัพพลายเชนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโตต่อเนื่องและยั่งยืน ควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคมในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

2 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน

2.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่น้อยราย

บริษัทมีลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรก เป็นห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งเป็นลูกค้าที่มีความสัมพันธ์อันยาวนานกับบริษัท และมีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่และอำนาจต่อรองที่จำกัด จึงมีนโยบายลดความเสี่ยง โดยการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ากลุ่มดังกล่าว และมีนโยบายในการขายผ่านร้านค้าปลีกของตนเอง (Free standing Shop) ให้มากขึ้น โดยมุ่งเน้นการเปิดร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าแบรนด์ซ์ของบริษัทเอง ทำให้สามารถลดระดับการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ได้ในอนาคต โดยสิ้นเดือนมิถุนายน ปี 2565 บริษัทมีร้านค้าปลีกของตนเองทั้งสิ้น จำนวน 350 จุดขาย จากทั้งหมดมากกว่า 647 จุดขาย

2.2 ความเสี่ยงด้านการจัดการสินค้าคงคลัง

เนื่องจากบริษัทต้องมีการผลิตสินค้าที่หลากหลายและมีปริมาณมาก ประกอบกับความต้องการสินค้าที่ไม่คงที่แน่นอน ทำให้บริษัทอาจมีสินค้าคงคลังมากหรือน้อยไปเมื่อเทียบกับความต้องการของตลาด และอาจไม่สามารถพัฒนาและกระจายสินค้าได้อย่างทันท่วงที

เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางบริษัทได้จัดตั้งคณะทำงานขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนควบคุมระดับของสินค้าคงคลังให้มีความเหมาะสม เริ่มตั้งแต่การออกแบบสินค้า การสั่งซื้อวัตถุดิบ การผลิต การจัดเก็บ ไปจนถึงการส่งสินค้าไปยังทุกจุดขายอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ บริษัทได้จัดทำมาตรฐานของเวลาการผลิตและการพัฒนาสินค้าใหม่ เพื่อตั้งเป็นมาตรฐานในการดำเนินงานให้เป็นไปตามเวลาที่กำหนด และมีการพัฒนาให้ใช้เวลาลดลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามบริษัทได้เพิ่มช่องทางการกระจายเพื่อขายสินค้าให้มากขึ้น เช่น การจัดงาน Event ต่างๆ ในพื้นที่ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น และเพื่อลดสินค้าคงคลังให้อยู่ในเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด

2.3 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญาเช่าร้านค้า

เนื่องจากบริษัทมีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นร้านค้าของตนเองโดยร้านค้าดังกล่าวเป็นสัญญาเช่า ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุสัญญาประมาณ 3 ปี ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่า หรือมีความเสี่ยงจากการที่อัตราค่าเช่าและค่าบริการอาจปรับตัวสูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม สัญญาเช่าบางสัญญาได้ให้สิทธิกับบริษัทในการต่ออายุสัญญาเมื่อครบกำหนดอายุสัญญา และมีการปรับอัตราค่าเช่าที่ชัดเจน โดยระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทได้ปฏิบัติตามสัญญาเช่าดังกล่าวอย่างเคร่งครัดและไม่เคยถูกยกเลิกสัญญาจากผู้ให้เช่า รวมทั้งร้านค้าของบริษัทยังช่วยดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้าซึ่งเป็นการเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการศูนย์การค้ากับบริษัท จึงทำให้บริษัทเชื่อมั่นว่าจะได้รับสนับสนุนเป็นอย่างดีในการต่ออายุสัญญาจากผู้ให้เช่าต่อไปในอนาคต

2.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

ฝ้ายเนื้อดี (Cotton) เป็นส่วนประกอบหลักที่สำคัญ ถึงแม้ว่า ในอดีตที่ผ่านมา ราคาตลาดของฝ้ายจะค่อนข้างคงที่ และราคาฝ้ายในตลาดโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่น้อยก็ตาม แต่จากสถานการณ์ที่ Commodity ต่างๆ ซึ่งรวมถึงราคา Cotton ในตลาดโลกมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2564 เป็นต้นมา ส่งผลให้แนวโน้มสินค้าที่ผลิตจากฝ้าย

มีราคาสูงขึ้น และมีผลกระทบต่อราคาผ้าฝ้ายซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทได้มีมาตรการเพื่อลดความเสี่ยงด้านดังกล่าวโดยการติดตามราคา Cotton และราคาวัตถุดิบอื่นๆ ในตลาดโลก และติดต่อกับ Supplier เพื่ออัปเดตสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างทันเวลา โดยนับตั้งแต่ช่วงที่เริ่มมีแนวโน้มการขึ้นราคา บริษัท ได้ดำเนินการสั่งจองผ้าและวัตถุดิบล่วงหน้าให้เพียงพอสำหรับการผลิต รวมทั้งดำเนินมาตรการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายของการผลิตในโรงงานของบริษัท และปรับปรุงโมชันให้สอดคล้องกับต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้น เพื่อลดผลกระทบจากเรื่องดังกล่าว

2.5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งมากเกินไป

บริษัทมีการใช้ผ้าฝ้ายจากโรงผ้าในประเทศรายหนึ่งในสัดส่วนที่สูงเกินกว่าร้อยละ 50 เนื่องจากผ้าของผู้ผลิตรายนี้ มีคุณภาพดี ราคาเหมาะสมและลูกค้าชื่นชอบ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตวัตถุดิบรายดังกล่าว ที่อาจจะไม่สามารถส่งมอบผ้าให้กับบริษัทได้ตามกำหนด และส่งผลให้โรงงานผลิตสินค้าส่งได้ล่าช้า และสินค้าขาดในบางรุ่นหรือบางไซส์ที่ขายดีได้ โดยบริษัทมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อประเมินความเสี่ยง และอยู่ระหว่างการพัฒนาผ้าใหม่ๆ กับผู้ผลิตรายอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

3 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ

3.1 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมใช้ เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของประเทศไทย (PDPA) หากบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวได้อย่างถูกต้องครบถ้วน บริษัทอาจถูกเรียกปรับหรือต้องชดเชยแก่ผู้เสียหายเป็นต้นทุนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลกำไรของบริษัทได้ บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงนี้จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานและตัวแทนจากแต่ละฝ่าย เพื่อวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) และกำหนดนโยบายขั้นตอนการปฏิบัติงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับที่กฎหมายกำหนด โดยตัวแทนจากแต่ละฝ่ายมีหน้าที่กำกับดูแลให้กระบวนการทำงานเป็นไปตามแนวทางที่วางไว้ นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานในทุกระดับรวมถึงพนักงานที่เข้างานใหม่เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้องและนำไปปฏิบัติ

3.2 ความเสี่ยงจากการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท

บริษัทพบว่า มีสินค้าปลอมหรือเลียนแบบเครื่องหมายการค้าของบริษัท โดยได้ประกาศขายบนเพจ facebook หรือ E-Marketplace ต่าง ๆ เช่น Shopee Lazada เป็นต้น โดยปัจจุบัน ลักษณะการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบไปจากเดิมซึ่งใช้วิธีการ "ปลอม(เหมือน100%)\" เปลี่ยนเป็น "เลียนแบบ(คล้ายแต่ไม่100%)\" ซึ่งการดำเนินคดีเกี่ยวกับการเลียนแบบต้องมีภาระการพิสูจน์ความผิดมากขึ้น เช่น พิสูจน์ว่าสาธารณชนหลงเข้าใจผิดว่าสินค้าเลียนแบบเป็นของบริษัท และต้องมีพยานผู้เชี่ยวชาญของกรมทรัพย์สินทางปัญญายืนยันว่าคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของบริษัทในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทได้มีมาตรการแจ้งความดำเนินคดีอาญากับผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาต่อ DSI เพื่อมุ่งเน้นการปราบปรามผู้ผลิตและผู้ค้ารายใหญ่ รวมทั้งแจ้งความดำเนินคดีอาญากับผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจเพื่อปราบปรามผู้ค้ารายย่อย นอกจากนี้ บริษัทได้ร้องเรียน Facebook และ E-Marketplace เพื่อให้ปิดเพจที่ขายสินค้าปลอมและร่วมลงนาม MOU ความร่วมมือการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาบนอินเทอร์เน็ตกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา และผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม Lazada Shopee และกรมทรัพย์สินทางปัญญา

4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

4.1 ความเสี่ยงจากลูกหนี้ชำระเงินล่าช้า

ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทอาจพบปัญหาในด้านการเงินจากความเสี่ยงที่ลูกหนี้ไม่สามารถชำระเงินได้ตามกำหนด จากผลการดำเนินงานของลูกหนี้ ซึ่งอาจจะส่งผลให้เกิดปัญหาต่อสภาพคล่อง เงินทุนหมุนเวียนของบริษัท โดยบริษัทกำหนดมาตรการให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลลูกหนี้แต่ละราย โดยมีปฏิสัมพันธ์และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทกับลูกหนี้ เพื่อทราบความเป็นไปและความสามารถในการชำระหนี้ ซึ่งทำให้เห็นแนวโน้มของลูกหนี้ที่อาจมีปัญหาในการชำระหนี้ และกำหนดมาตรการในการดูแลหาทางออกร่วมกัน สำหรับลูกหนี้ที่ค้างชำระ ทั้งนี้ ผู้บริหารได้ประเมินระยะเวลาการชำระหนี้ และสถานะทางการเงินของลูกหนี้แต่ละรายแล้ว บริษัท เห็นว่า ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญที่ตั้งไว้เพียงพอ และเหมาะสมแล้ว

5 ความเสี่ยงด้านสังคม สิ่งแวดล้อม บรรษัทภิบาล (ESG Related Risk)

5.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เป็นประเด็นที่เริ่มมีผลกระทบต่อทุกคนและมีการตื่นตัวอย่างมากทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจนำมาซึ่งความเสี่ยงหลายประการในหลากหลายมิติ โดยมีทั้งความเสี่ยงที่เกิดขึ้นแล้วในปัจจุบันและความเสี่ยงที่อุบัติใหม่ (Emerging Risks) บริษัทได้ทำการประเมินผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในด้านต่างๆ ดังนี้

5.1.1 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบหลักในอนาคตอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าจำเป็นต้องพึ่งพาเส้นใยจากฝ้าย ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของห่วงโซ่การผลิต อย่างไรก็ตาม ฝ้ายเป็นพืชที่ไวต่อสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง อุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้ต้องการน้ำในการเพาะปลูกมากขึ้น ผลกระทบของภาวะโลกร้อนอาจมีผลให้เกิดความเสี่ยงของการขาดแคลนเส้นใยจากฝ้ายในอนาคต ตามรายงานของกลุ่มไม่แสวงหาผลกำไร “Forum for the Future” คาดการณ์ว่า ภายในปี 2583 ครึ่งหนึ่งของภูมิภาคทั่วโลกที่ปลูกฝ้ายจะเผชิญกับ “ความเสี่ยงด้านสภาพอากาศสูงหรือสูงมาก” จากภัยแล้ง น้ำท่วม และไฟป่า ซึ่งอาจจะทำให้ผลผลิตฝ้ายขาดแคลนและมีผลกระทบต่อความสามารถดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิมได้ โดยจำเป็นต้องหาวัตถุดิบอื่นทดแทน และบริษัทมีค่าใช้จ่ายที่จะต้องหาวัสดุทดแทนเพื่อลดการพึ่งพาฝ้ายในอนาคต

5.1.2 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทมีความเสี่ยงที่ธุรกิจอาจได้รับผลกระทบจากปัญหาภัยพิบัติต่าง ๆ และการเสียสมดุลสภาพแวดล้อม เช่น การเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยโลก หรือ การเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล ซึ่งอาจจะมีระดับความรุนแรงมากขึ้น โดยทำให้เกิดปัญหาน้ำท่วม และส่งผลกระทบต่อการขายสินค้าของจุดขาย ส่งผลให้โรงงานไม่สามารถผลิตสินค้าได้ หรือคลังสินค้าไม่สามารถรับ-ส่งสินค้าได้ และอาจกระทบต่อรายได้ของลูกค้าในพื้นที่นั้น ๆ รวมถึงผลกระทบต่อให้บริษัทไม่สามารถเปิดร้านจำหน่ายสินค้าในทำเลที่เกิดน้ำท่วมซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัท โดยบริษัทได้นำความเสี่ยงเรื่องน้ำท่วมมาเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกทำเล การเปิดสาขาใหม่และมีการจัดเตรียมแผนการบริหารในภาวะวิกฤติเตรียมพร้อมสำหรับทั้งโรงงาน คลังสินค้าและจุดขายในกรณีดังกล่าว

5.1.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทมีความเสี่ยงที่เกิดกับธุรกิจจากการปรับตัวไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ เช่น กฎหมาย Carbon Tax ซึ่งเริ่มมีการบังคับใช้แล้วในต่างประเทศ สำหรับบริษัทในปัจจุบัน ยังไม่ได้รับผลกระทบจากประเด็นดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในอนาคต ประเทศไทยก็อาจจะมีการประกาศใช้กฎหมายเก็บภาษีคาร์บอนดังกล่าวได้เช่นกัน ซึ่งบริษัทจะมีต้นทุนการดำเนินงานที่อาจเพิ่มขึ้นตามการปฏิบัติตามกฎหมายใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้ การที่บริษัทเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ที่มีนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งนับวันจะให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มากขึ้น บริษัทจึงมีหน้าที่ในการเปิดเผยข้อมูล และมีต้นทุนต่าง ๆ ตามมา เช่น ต้นทุนการตรวจสอบการเปิดเผยข้อมูลจากบุคคลที่ 3 และต้นทุนในการป้องกันและจัดการกับความเสี่ยงดังกล่าว

5.1.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทมีความเสี่ยงในด้านพฤติกรรมของลูกค้าจากความตื่นตัวในเรื่องของก๊าซเรือนกระจก โดยอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้าและบริการที่เปลี่ยนไป บริษัทเกิดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความสนใจสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเกิดเงินลงทุนเพื่อลดการพึ่งพาพลังงานที่ทำให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

สำหรับการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เพื่อลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นและเหตุการณ์อุบัติใหม่นั้น บริษัทได้กำหนดแนวทางและมาตรการในการช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนี้

- 1) ปรับปรุงสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยมีการออกสินค้าที่ใช้เส้นใยทดแทนฝ้าย เช่น เส้นใยถักทอ เส้นใยที่ทำจากผ้าชีพริค รวมถึงการใช้วัสดุอุปกรณ์ เช่น ชิพ กระจก กระจกที่มาจากวัสดุรีไซเคิลและผ่านกระบวนการที่ใช้พลังงานต่ำ มีการใช้สารเคมีและน้ำน้อยลงซึ่งจะช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอย่างจำกัด เป็นต้น
- 2) นำแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยส่งเสริมการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตั้งแต่ภาคการผลิต การบริโภค ไปจนถึงการจัดการของเสีย ด้วยกระบวนการ Reduce Reuse และ Recycle
- 3) ปรับปรุงและปลูกฝังจิตสำนึกพนักงานในการใช้พลังงาน และทรัพยากรอย่างรู้คุณค่ามากขึ้น
- 4) นำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาพิจารณาโครงการลงทุนในอนาคต เพื่อให้การบริหารภาพรวมของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ของบริษัท โดยบริษัทได้ริเริ่มการติดตั้งโซลาร์เซลล์เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าที่สำนักงานใหญ่และคลังสินค้าใหม่ รวมทั้งมีโครงการเปลี่ยนเครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ช่วยลดการใช้พลังงานที่โรงงานและสำนักงานใหญ่อย่างต่อเนื่อง

5.2 ความเสี่ยงจากการจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน

การดำเนินธุรกิจย่อมมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลต่างๆ เช่น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ชุมชน ฯลฯ ซึ่งประเด็นสิทธิมนุษยชนเป็นเรื่องที่อ่อนไหวและสามารถเชื่อมโยงกับประเด็นอื่นๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจได้ ในบางกรณี อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทและอาจกลายเป็นคดีฟ้องร้องทางกฎหมาย ทำให้บริษัทต้องเสียค่าปรับหรือค่าใช้จ่ายเพื่อชดเชยและเยียวยา และอาจมีผลต่อยอดขายของบริษัทได้ เช่น กรณีพนักงานไม่พอใจการดำเนินงานของบริษัท อาจมีการนัดหยุดงาน หรือลูกค้าไม่พึงพอใจบริษัท ก็อาจทำให้ตัดสินใจไม่ใช้บริการส่งผลให้ยอดขายลดลง เป็นต้น

บริษัทได้มีการพิจารณากระบวนการทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อหรือมีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนต่อลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัท ได้จัดทำนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรที่จะดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยกำหนดให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องทุกคนด้วยความเท่าเทียมกัน ตลอดจนมีการปฏิบัติตามสอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนสากล รวมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน รวมทั้งมีช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ทั้งนี้ บริษัทไม่มีเหตุการณ์ละเมิดสิทธิมนุษยชนในรอบปีบัญชี 2565 ที่ผ่านมา

5.3 ความเสี่ยงจากภัยคุกคามด้านไซเบอร์ (Cyber Security Risk)

ปัจจุบัน เทคโนโลยี เข้ามามีบทบาทสำคัญในการประกอบธุรกิจ บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะถูกโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber Attack) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อดำเนินงาน การเงินหรือชื่อเสียงของบริษัท เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทมีมาตรการจัดการในหลายด้าน ดังนี้

- ด้านความปลอดภัยของระบบ บริษัทได้พัฒนาและปรับปรุงระบบคอมพิวเตอร์ ทั้ง Hardware และ Software รวมถึงระบบเครือข่ายให้ทันสมัย เพื่อป้องกันภัยจากการโจมตีรูปแบบใหม่ การย้ายระบบโปรแกรม SAP ขึ้นไปเก็บไว้ที่ Cloud การเพิ่มเติมและติดตั้งอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ เช่น การป้องกันการโจมตีเว็บไซต์ (Web Application Firewall) รวมถึงการป้องกันไวรัส มัลแวร์ และการจัดการการอัปเดตแพตช์ต่างๆ รวมถึงมีการจัดเก็บข้อมูลสำรองและแยกสำรองข้อมูลไว้ในที่ต่างๆ (Offsite Data Backup) และยังคงได้มีการทำการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Test) เป็นประจำ
- ด้านบุคลากร บริษัทให้ความรู้ ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์กับบุคลากร ผ่านการฝึกอบรมและการสื่อสารต่างๆ เช่น การให้ความรู้ ผ่านอีเมล และ Newsletter เพื่อสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นภายในองค์กร

การส่งเสริมวัฒนธรรมความเสี่ยง (RISK CULTURE)

บริษัทให้ความสำคัญกับการปลูกฝังจิตสำนึก และสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ จึงส่งเสริมให้มีการสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กร และเพื่อให้สามารถนำระบบบริหารความเสี่ยงมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บริษัทจึงมีการวางรากฐานในการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ผ่านการดำเนินการของคณะกรรมการชุดย่อยและคณะทำงานความเสี่ยง เพื่อให้สามารถระบุความเสี่ยงหรือโอกาสทางธุรกิจได้ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

-
- ทบทวนนโยบายการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี รวมทั้งมีการปรับปรุงเนื้อหาของคู่มือการประเมินและบริหารความเสี่ยงให้เป็นปัจจุบัน และสื่อสารให้ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ และทุกหน่วยงานรับทราบทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานตระหนักถึง การกำหนด Risk Appetite ความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นของความเสี่ยง ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความเสียหาย ความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงและมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อความเสี่ยงร่วมกัน รวมถึงนำนโยบายการบริหารความเสี่ยงเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน โดยใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจและกำหนดแผนงาน
 - กำหนดให้มีการพิจารณาความเสี่ยงแบบบูรณาการ ควบคู่ไปกับการกำหนดแผนกลยุทธ์ และแผนธุรกิจ รวมถึงมีกระบวนการถอดถ่าย Risk Appetite ไปยังระดับสายงาน หรือ หน่วยงานที่ดูแลโครงการสำคัญขององค์กร
 - ส่งเสริมให้มีการบูรณาการและประสานงานระหว่างสายงาน โดยกำหนดผู้รับผิดชอบด้านความเสี่ยง (Risk Champion) ของแต่ละสายงาน เพื่อเป็นตัวแทนของหน่วยงานในการประสานงานและติดตามผลการดำเนินงานตามแผนจัดการความเสี่ยง
 - จัดให้มีการอบรมและบรรยายโดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจถึงกระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยง และตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยในเดือนมกราคม 2566 ที่ผ่านมา บริษัทได้เชิญผู้เชี่ยวชาญเข้ามาให้ความรู้กับกรรมการและผู้บริหารระดับสูงเรื่องของการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน กระแสของ ESG และภาวะโลกร้อน โดยแสดงให้เห็นถึงตัวอย่างความเสี่ยงที่เกิดขึ้นและการปรับตัวของบริษัทต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความเข้าใจความเสี่ยงและแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น หรือที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต (Emerging Risk)