



2. การบริหารจัดการความเสี่ยง

2.1 นโยบายควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยง

บริษัท โอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เห็นความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพื่อส่งผลให้บริษัทเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทั้งปัจจัยภายนอก เช่น ความเสี่ยงจากสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศ และเศรษฐกิจโลก การเมือง ความผันผวนทางการเงิน กฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆ เช่น พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โรคระบาด การแข่งขันที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีบทบาทและปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เช่น อุทกภัย มลพิษทางอากาศ และการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายในต่างๆ เช่น การบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติงาน การบริหารจัดการข้อมูลภายใน ความเสี่ยงเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ เป็นต้น โดยบริษัทฯ เชื่อมั่นว่า การบริหารความเสี่ยงองค์กรเป็นกระบวนการที่สร้างความเชื่อมั่นต่อการบรรลุเป้าหมายภายใต้การเปลี่ยนแปลง ป้องกันหรือลดอุปสรรค และผลกระทบจากความเสี่ยง ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และสร้างมูลค่าทางธุรกิจได้ คณะกรรมการบริษัท จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง พร้อมกำหนดนโยบายควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยง

1. บ่งชี้ประเภทและลักษณะของความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทในปัจจุบันและความเสี่ยงที่มีแนวโน้ม จะเกิดขึ้นในอนาคต
2. เสนอแนะมาตรการกำกับและควบคุมความเสี่ยงในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจทางด้านต่างๆ ของบริษัท
3. เสนอแนะให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคลากรจากภายในบริษัท หรือจากภายนอกบริษัท ตามความเหมาะสม เพื่อปฏิบัติหน้าที่บริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องในกิจกรรมที่พิจารณาว่า มีผลกระทบต่อสถานะภาพของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ เช่น การวิเคราะห์ความเสี่ยงในการลงทุนประเภทต่างๆ ของบริษัท เสนอแนะมาตรการในการบริหารความเสี่ยง ติดตามและประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เป็นต้น
4. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจัดให้มีประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอาจเชิญประชุมเพิ่มเติมได้และสามารถเชิญกรรมการบริหารความเสี่ยง หรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมตามความเหมาะสม
5. สรุปผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการบริษัททราบไตรมาสละ 1 ครั้ง

2.2 ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับประสิทธิภาพการผลิตและต้นทุนสินค้า

ในด้านปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ให้ความสำคัญ และวางแผนการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมในด้านต่างๆ ดังนี้

ความเสี่ยงเรื่องการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและตรงตามเวลาและการบริหารต้นทุนสินค้าตามที่บริษัทกำหนด

- มาตรการป้องกัน

พัฒนาและนำนวัตกรรมมาใช้ในผลิตภัณฑ์ เช่น การเพิ่มคุณสมบัติพิเศษในสินค้า และการใช้ส่วนผสมที่ตอบโจทย์เทรนด์ความงาม และสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ผ่านการเน้นย้ำความเป็นเอกลักษณ์ เช่น คุณภาพระดับสากลในราคาที่เข้าถึงได้ รวมไปถึงเพิ่มการลงทุนในช่องทางการตลาดดิจิทัลและการทำงานร่วมกับ Influencer เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ และเลือกบริษัทผู้ผลิตที่บริหารงานตามมาตรฐานสากล ISO 9001 ทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทคู่ค้าจะมีแนวทางในการทำงานที่เป็นระบบ และทำตามนโยบายการผลิตสินค้าที่บริษัทกำหนดได้ เพื่อเป็นการรับประกันที่จะส่งสินค้าตามเป้าหมาย ซึ่งบริษัทผู้ผลิตเหล่านี้ล้วนก่อตั้งขึ้นด้วยนโยบายการสนับสนุนซึ่งกันและกัน และเป็นบริษัทในเครือสหพัฒน์ สามารถเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกันและกัน และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน สามารถวางแผนร่วมกันในการแก้ปัญหาอย่างทันท่วงที

2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการบริหารสินค้าในร้านค้า

ความเสี่ยงด้านการบริหารสินค้าไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น มีสต็อกสินค้าเกินความต้องการของลูกค้า และไม่มีสินค้าจำหน่ายเมื่อลูกค้าต้องการ กำลังซื้อผันผวนจากสถานการณ์เศรษฐกิจชะลอตัว และภาวะสงครามฝั่งยุโรปกระทบทั่วโลก ทำให้เกิดความเสี่ยงในการบริหารสินค้าส่งผลกระทบต่อยอดขาย และโอกาสทางการตลาด ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของตลาดออนไลน์ที่รวดเร็ว ทำให้การวางแผนการผลิตต้องมีความคล่องตัวมากขึ้น พร้อมรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งรูปแบบแฟชั่น และจำนวนการผลิต

- มาตรการป้องกัน

1. บริษัทฯ นำระบบ Quick Response Management System หรือ QRMS เข้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการบริหารสินค้าและสต็อกอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยระบบ QRMS นี้ บริษัทฯ สามารถติดตามยอดขายและสต็อกสินค้าเป็นรายวันในทุกร้านค้า ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ความต้องการของตลาด ติดตามความเคลื่อนไหวของสินค้า เพื่อลดการสูญเสียโอกาสในการขาย สามารถเปิดขายสินค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตรงกับความต้องการของตลาด และสามารถปรับเปลี่ยนแผนงานการผลิต เพื่อบริหารการผลิตและการจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อลดความเสี่ยงในการบริหารสต็อกสินค้า บริษัทฯ ใช้ระบบเติมสินค้าอัตโนมัติ (Auto Replenishment) โดยนำระบบ QRMS มาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพและเต็มประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าในร้านค้าให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อให้มีสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้าด้วยปริมาณที่เหมาะสม ทำให้นักค้ามีสต็อกที่สมดุลกับการขาย

3. ความเสี่ยงเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยขายผ่านช่องทางหลักที่มีความจำกัดของพื้นที่และสาขา

- มาตรการป้องกัน

1. บริษัทฯ มีนโยบายรุกขยายช่องทางการขายผ่าน Modern Trade ได้แก่ Discount Store ,Convinience Store และ Beauty Store มากขึ้น รวมทั้งปรับเปลี่ยนระบบการขายและการส่งสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการและกำลังซื้อของกลุ่ม Modern Trade แนวทางนี้ใช้กับทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยผลิตสินค้าที่มีราคาและคุณภาพตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าซึ่งเน้นรูปแบบและสีสันทตามแฟชั่นเป็นหลัก



2. เร่งขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าออนไลน์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งในปีที่ผ่านมา มีการร่วมมือกับ Market Places ต่างๆ เพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ นอกจากนี้ขยาย Outlet ในลักษณะ ICC บริหารจัดการเอง รูปแบบ His&Her Shop เพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดจำหน่ายมากขึ้น นอกเหนือจากช่องทางจัดจำหน่ายผ่านทางห้างสรรพสินค้าใหญ่ทั่วประเทศ

4. ความเสี่ยงเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) ที่เปลี่ยนไป

4.1 ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

เทคโนโลยีปัจจุบันเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา พฤติกรรมความต้องการของลูกค้ามีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน ทำให้เกิดปัญหาสินค้าค้างสต็อกมากขึ้น บริษัทฯ จึงต้องวางแผนการระบายสินค้า รวมถึงการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมเพียงพอและทันสถานการณ์

- มาตรการป้องกัน

พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ของบริษัทให้ใช้งานง่ายและทันสมัย สะดวก เหมาะสมกับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีตรวจสอบความต้องการของผู้บริโภคในการใช้จ่ายสั่งซื้อทางออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม เปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เกิดความสนใจการเข้าถึงเพิ่มมากขึ้น การใช้ Social Media เช่น Facebook, Line, Youtube, Instagram, Tiktok และอื่นๆ ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าออนไลน์ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการใช้ระบบ AI หรือ Big Data ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค เพื่อปรับกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของทีมงานการตลาด

4.2 การใส่ใจสิ่งแวดล้อมและรักษ์โลก

ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม สินค้าและการผลิตต่างๆ ต้องหันมาช่วยกันรักษ์โลกมากขึ้น ต้องมีส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ เน้นเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยของส่วนผสม โดยส่วนผสมต้องปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตรายทั้งต่อผิวพรรณและสุขภาพด้านอื่นๆ (Non-Toxic Beauty) รวมถึงไม่เป็นอันตรายต่อสัตว์และสิ่งแวดล้อม

- มาตรการป้องกัน

บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ และลดการใช้พลาสติกในกระบวนการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่กระแสมานในทิศทางรักษ์โลก และช่วยส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ที่ได้รับการรับรองด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ใช้วัตถุดิบที่ทำจากสัตว์ ให้โรงงานผลิตเข้าใจเทรนด์ Sustainability มากขึ้น พร้อมปรับตัวให้เหมาะสมเพื่อเข้าไปครองใจผู้บริโภคอย่างแท้จริง รวมไปถึงการจัดทำแผนความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

5. ความเสี่ยงจากการขายสินค้าออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันไม่จำเป็นต้องมีคนกลางนำเข้าสินค้าอีกต่อไป ลูกค้าสามารถสั่งซื้อตรงจากผู้ผลิตได้ทันที เพียงปลายนิ้วผ่านช่องทางออนไลน์ ที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วตามเทคโนโลยีที่พัฒนาตลอดเวลา ทำให้การขายไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องซื้อผ่านบริษัทคนกลางนำเข้าสินค้า ทำให้ผู้ค้ารายย่อยเติบโตมากขึ้น และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง บริษัทฯ ต้องปรับตัวให้ทันกับกระแสการขายสินค้าออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา หากเข้าใจ ใส่ใจ และปรับตัวได้ทัน ก็จะเกิดผลกระทบไม่มากนัก แต่หากปรับไม่ทัน อาจเกิดภาวะการขาดทุนได้ทันที

- มาตรการป้องกัน

บริษัทฯ มุ่งเน้นปรับปรุงและพัฒนาระบบให้มีความทันสมัย ตอบโจทย์ผู้บริโภค ทั้งด้าน E-Commerce ในเว็บไซต์ www.iccshopping.com ให้รองรับการใช้จ่ายทางออนไลน์ได้สะดวกมากขึ้น รวมถึงร่วมมือกับบริษัทพันธมิตร บริษัท ไทยเกอร์ ดิสทริบิวชั่น แอนด์ โลจิสติกส์ จำกัด ที่มีประสบการณ์ในการดูแลสินค้าอย่างยาวนาน ในการจัดเก็บสินค้า และจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว พร้อมมกลไกในการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ให้บริการทั่วประเทศ จึงเป็นคำตอบที่ดีสำหรับลูกค้าออนไลน์ในปัจจุบัน ได้มีความมั่นใจ ปลอดภัย และขนส่งรวดเร็ว

6. ความเสี่ยงจากจำนวนนักท่องเที่ยวหดหายไป

สินค้าที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนนำเข้าและจัดจำหน่ายเป็นสินค้าที่เป็นความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน รัสเซีย และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวหดหายไป ส่งผลกระทบกับการขายของบริษัท โดยเฉพาะจังหวัดที่เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยว

- มาตรการป้องกัน

1. ปรับแผนส่งเสริมการขายเน้นกลุ่มลูกค้าภายในประเทศมากขึ้น
2. วางแผนร่วมกับห้างสรรพสินค้าเพื่อดึงนักท่องเที่ยว หรือชาวต่างชาติ ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศที่สามารถเดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้ ให้มาที่ร้านผ่านการทำ Privilege ต่างๆ ร่วมกับห้าง
3. การสร้าง Occasion ในการใช้สินค้าใหม่ๆ เช่น ต้องซื้อเป็นของขวัญ ของที่ระลึก โดยทำให้เกิดความต้องการที่จะเอาสินค้าไปใช้ในช่วงเวลาหรือโอกาสพิเศษ เป็นการสร้างโอกาสในการบริโภคใหม่ๆ เกิดการใช้สินค้ามากขึ้น
4. การใช้สื่อออนไลน์ต่างๆ เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อรีแบรนด์ให้อยู่ในใจของลูกค้าตลอดเวลา เมื่อเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบสามารถกลับเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศได้อีกครั้ง นักท่องเที่ยวจะยังคงจดจำในแบรนด์สินค้าและเกิดการซื้อสินค้าแบรนด์ที่อยู่ในใจ
5. พัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มประเทศตะวันออกกลาง อินเดีย หรือตลาดนักท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อลดการพึ่งพานักท่องเที่ยวเฉพาะประเทศเดียว เช่น ประเทศจีน เป็นต้น

7. ความเสี่ยงเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ เล็งเห็นปัญหาอย่างต่อเนื่อง พร้อมพัฒนารูปแบบกระบวนการผลิต และต่อยอดการอนุรักษ์และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด

- มาตรการป้องกัน

ลดการใช้พลาสติกในหีบห่อบรรจุภัณฑ์ ลดขยะและควบคุมให้ปริมาณลดลงในทุกๆ ปี การรักษ์โลก Sustainable รักษาความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ย่อยสลายได้ ไม่สร้างขยะให้กับผืนดินและป่าไม้ น้ำ อากาศ และลดการใช้สารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม สัตว์ และคน ชวน ก้าวข้าม Fast Beauty สู่ Clean Beauty เน้นความงามที่มาพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สินค้าไม่



เพียงแค่เป็นการนำเสนอเครื่องสำอางที่มีคุณภาพและให้ผลลัพธ์ที่น่าประทับใจเท่านั้น แต่ยังเน้นที่การใช้วัตถุดิบที่มีตัวรับรองสิ่งแวดล้อม ไม่ทดสอบกับสัตว์ และมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

8. สินค้าล้ำสมัย

บริษัท เป็นผู้ขายสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงความนิยมในตัวสินค้าอย่างรวดเร็ว ในปี 2567 บริษัท มีสินค้าคงเหลือจำนวน 3,034.26 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 44.04 ของสินทรัพย์หมุนเวียน และร้อยละ 8.54 ของสินทรัพย์รวม และมีอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ 2.22 เท่า ทำให้ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยของบริษัทอยู่ที่ 165 วัน ซึ่งอาจมีความเสี่ยงต่อความล้าสมัยของสินค้าที่ไม่สามารถจำหน่ายออกไปได้ทันเวลา มีต้นทุนในการบริหารจัดการที่เพิ่มขึ้น และต้องมีการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยหรือด้อยค่า ที่ทำให้กำไรสุทธิและสภาพคล่องลดลง อย่างไรก็ตามบริษัท มีนโยบายการบริหารจัดการเพื่อไม่ให้สินค้าคงเหลือค้างนาน โดยปรับกระบวนการ Merchandise ตั้งแต่การซื้อ การจัดการการขายสินค้าช่วง Season โดยการเพิ่ม Success Rate สินค้าใหม่ ประกอบกับการจัดการสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้า บริษัท จะระบายสินค้าดังกล่าวออกไปโดยเร่งจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย

9. การลงทุน

บริษัท ร่วมลงทุนในกิจการของบริษัทในเครือและบริษัทอื่น ๆ จำนวน 137 บริษัท ในสัดส่วนการถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทนั้นๆ และจำนวน 4 บริษัท ถือหุ้นเกินร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียน ซึ่งถือเป็นบริษัทย่อย มีการถือหุ้นในลักษณะไขว่กันหรือย้อนกลับระหว่างบริษัทในเครือ บริษัท ไม่มีอำนาจควบคุมกิจการในบริษัทที่ลงทุน การบริหารงานของบริษัทดังกล่าวขึ้นอยู่กับคณะกรรมการของแต่ละบริษัท

ในการบริหารและตัดสินใจการลงทุนของบริษัทเป็นไปในลักษณะของการร่วมลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน หรือเป็นห่วงโซ่อุปทานต่อกันรวมทั้งเป็นการลงทุนเพื่อกระจายความเสี่ยง

บริษัท ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปของเงินปันผล ถ้าบริษัทลงทุนโดยขาดทุน บริษัท จะบันทึกตั้งค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าเงินลงทุนไว้ในงบกำไรขาดทุนของบริษัท โครงสร้างการถือหุ้นดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อการรับรู้ส่วนแบ่งรายได้ของบริษัทและไม่ทำให้เกิดความแตกต่างจากที่รับรู้ในงบการเงิน

บริษัท มีมาตรการในการป้องกันความเสี่ยงจากการลงทุน โดยแต่งตั้งบุคคลซึ่งอยู่ในบริษัทที่ร่วมลงทุนหรืออยู่ในบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับกิจการที่ลงทุนเป็นศูนย์กลางเงินลงทุนคอยติดตามตรวจสอบงบการเงิน และข้อมูลสถานการณ์ของบริษัทที่ลงทุน เพื่อทราบปัญหาที่เกิดขึ้นและรายงานให้บริษัทและผู้ถือหุ้นในกลุ่มทราบปีละครั้ง และรายงานทันทีที่เกิดเหตุการณ์ผิดปกติหรือวิกฤติ เพื่อช่วยกันหาแนวทางแก้ไข อีกทั้งในการประชุมคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหารประชุมอย่างสม่ำเสมอในการดำเนินงานของกิจการที่บริษัทลงทุนอยู่โดยเน้นย้ำในธุรกิจที่ขาดทุน และหาวิธีการที่ทำให้บริษัทนั้นๆ ได้บริหารจัดการจากธุรกิจที่ขาดทุน เพื่อผลกำไรที่ยั่งยืนในธุรกิจนั้นๆ

10. การให้กู้ยืมและค้ำประกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัท มีเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทร่วมลงทุนรวม 4 บริษัท จำนวนเงิน 566.05 ล้านบาท ปี 2566 จำนวนเงิน 622.55 ล้านบาท ลดลงจากปี 2566 จำนวนเงิน 56.50 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่งคืนเงินให้กู้ยืม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัท มีภาระค้ำประกัน 10 บริษัท เป็นเงิน 232.17 ล้านบาท ปี 2566 จำนวนเงิน 254.07 ล้านบาท จำนวนเงินค้ำประกันภาพรวมลดลงจากปี 2566 เท่ากับ 21.90 ล้านบาท เป็นการค้ำประกันตามสัญญาร่วมลงทุน โดยค้ำประกันตามสัดส่วนการถือหุ้น

11. ความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยน

อัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบต่อทางบวกและทางลบต่อเศรษฐกิจไทย และเป็นสิ่งที่บริษัทในฐานะผู้ส่งออก/นำเข้าต้องเผชิญ โดยการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนจะมีผลให้กระแสรายได้หรือรายจ่ายในรูปเงินบาทของบริษัท มีความไม่แน่นอน ซึ่งอาจทำให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้น หรือขาดทุนก็ได้ อย่างไรก็ตาม ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนนั้น เป็นสิ่งที่ยากต่อการคาดเดา เนื่องจากมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อค่าเงินบาทของอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจในประเทศ นโยบายการเงินและการคลัง ภาวะเศรษฐกิจโลก การคาดการณ์และการเก็งกำไร เสถียรภาพการเมืองในประเทศและต่างประเทศ จิตวิทยาตลาด และข่าวลือต่างๆ แม้ว่าบริษัทจะไม่สามารถควบคุมความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ แต่ก็สามารถบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ที่เหมาะสมในการป้องกันความเสี่ยงล่วงหน้า เช่น การทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อให้สามารถบริหารจัดการรายได้และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

12. การแข่งขันของตลาดภายนอก

ปัจจุบันเทคโนโลยีต่าง ๆ ก้าวไกลอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการต่าง ๆ มุ่งสู่การเข้าถึงลูกค้ารายบุคคล เพื่อเป็นลูกค้าของบริษัทโดยตรงไม่ต้องผ่านคนกลางต่างๆ ดังนั้นบริษัทได้มีการดำเนินการปรับทางด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1 การเข้าสู่โครงสร้างด้าน supply chain เพื่อให้มีต้นทุนที่ต่ำได้เปรียบในเชิงแข่งขันให้มากขึ้น
- 1.2 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค บริษัทจะต้องมีความสามารถในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าเชิงลึก (Deep Customer Insight)
- 1.3 การปรับโครงสร้างองค์กรให้กระชับ มีประสิทธิภาพ และมีความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและยังคงมีพัฒนาการในการเพิ่ม Efficiency ทางด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง
- 1.4 การพัฒนาช่องทางการขาย โดยการพัฒนาลิขสิทธิ์ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการขายควบคู่กันไป

13. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับตามที่คาดหวัง

ราคาหุ้นของบริษัท อาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างผันผวน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ซึ่งมีหลายปัจจัยที่บริษัท ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น

- การเปลี่ยนแปลงตามนโยบาย กฎ ข้อบังคับ หรือเงื่อนไขต่างๆ ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมของผู้ผลิต
- ภาวะเศรษฐกิจถดถอย เงินเฟ้อ หรือภาวะดอกเบี้ยสูง ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท และส่งผลต่อมูลค่าหุ้นในตลาดโดยรวม
- ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ เช่น สงคราม ความขัดแย้งทางการเมือง หรือภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก และส่งผลต่อตลาดโดยรวม



ปัจจัยดังกล่าว อาจทำให้ราคาหุ้นลดลงต่ำกว่าราคาที่นักลงทุนซื้อ และ/หรือสูงกว่าราคาที่นักลงทุนขายหุ้นออกไป ทำให้นักลงทุนอาจจะมี ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับตามที่คาดหวัง

14. ความเสี่ยงจากความสามารถในการจ่ายปันผลไม่เป็นไปตามที่ผู้ลงทุนคาดหวัง

ความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น งบลงทุนและการสำรองเงินทุนเพื่อขยายธุรกิจ การจ่ายเงินเพื่อ ลงทุนในเงินลงทุน กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน เป็นต้น ซึ่งหากปัจจัยต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจ่ายเงินปันผลประจำปี และ/ หรือเงินปันผลระหว่างกาล บริษัทอาจมีความเสี่ยงที่จะจ่ายเงินปันผลได้น้อยกว่าที่นักลงทุนคาดหวัง อย่างไรก็ตาม บริษัทก็ยังถือว่าผู้ถือหุ้นเป็น กลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญ เปรียบเสมือนเป็นเจ้าของบริษัทหรือเจ้าของเงินลงทุนในกิจการ

บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผล หุ้นละ 0.20 บาทต่อปี (เท่ากับ 20% ของราคา PAR) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานของบริษัทและภาวะ เศรษฐกิจเป็นหลัก

15. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ กฎหมาย ฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ

จากการเปลี่ยนแปลงของนโยบายภาครัฐที่มีความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 กำหนดหลักเกณฑ์ กลไก หรือมาตรการกำกับดูแล เกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นหลักเกณฑ์ในการเก็บ รวบรวม ใช้ เปิดเผย การถ่ายโอนข้อมูลส่วนบุคคล หากผู้ใดฝ่าฝืน หรือไม่ ปฏิบัติตาม มีบทลงโทษทางแพ่ง โทษทางอาญา และโทษทางปกครอง เป็นต้น

บริษัทฯ มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ กฎหมาย ฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินธุรกิจ ที่อาจมีการเพิ่มเติม หรือเปลี่ยนแปลง รวมทั้งเผยแพร่ความรู้ และสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถ รับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ทันกับสถานการณ์ โดยบริษัทฯ มีการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจ และการปฏิบัติงานของบริษัทให้ดำเนินไปอย่างถูกต้อง ตามกฎหมาย ฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทสอดคล้องกับบทบัญญัติ กฎหมาย รวมถึงสร้างความตระหนัก รู้ถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎหมายให้กับกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน โดยจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เช่น การสื่อสารให้ความรู้ และให้ คำแนะนำกับบุคลากรภายในบริษัท

16. ความเสี่ยงจากสังคมผู้สูงอายุ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยภาครัฐและภาคเอกชนมีนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการเพื่อสอดรับกับกลุ่มนี้อย่าง ต่อเนื่อง อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนผู้สูงอายุแห่งชาติและพระราชบัญญัติผู้สูงอายุแห่งชาติ ส่งผลให้ผู้สูงอายุที่อยู่ ในวัยเกษียณมีแนวโน้มทำงานต่อเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของบุคลากรอันเป็นหัวใจหลัก จึงสนับสนุนและส่งเสริมการทำงานของผู้สูง อายุ โดยยึดหลักยืดหยุ่นและสมัครใจ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุที่มีความสามารถและสมรรถนะร่างกายที่เหมาะสมได้ทำงานต่อ เพื่อให้ผู้สูงอายุรู้สึกมี คุณค่า เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อุดมด้วยสุขภาพกายใจที่ดี และมีรายได้เลี้ยงชีพตนเองได้

ในปี 2567 จำนวนคนเกษียณที่สมัครใจทำงานต่อ คิดเป็นร้อยละ 19.28 รายละเอียดดูจาก รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2567 ของ บริษัทฯ และเผยแพร่ผ่าน website ของบริษัทฯ (<http://www.icc.co.th>)

17. ความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการทุจริตคอร์รัปชันเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาความยั่งยืนทั้งด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ และสังคม และมีโอกาส ที่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งรูปแบบและความรุนแรงอาจแตกต่างกัน คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารของบริษัทจึงให้ความสำคัญในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงมีการสื่อสารให้กับกรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสีย ทุกกลุ่ม ตลอดจนมีการทบทวนและประเมินความเสี่ยงพหุของกระบวนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ และเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่าบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ รวมถึงสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำการประเมินความเสี่ยงต่อการไม่ปฏิบัติตามที่ตามกฎหมาย ฎระเบียบ และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงการติดตามข้อร้องเรียนที่อาจเกิดขึ้นตามกระบวนการร้องเรียนและการแจ้ง ตลอดจนการวางแผนงานเพื่อพัฒนาและปรับปรุงมาตรการต่างๆ พร้อม เสนอผลการปฏิบัติงานด้านต่างๆ ต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อพิจารณาให้ความเห็น และ/หรือกำหนดแนวทางการ ปฏิบัติที่ป้องกันความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวสม่ำเสมอ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต และได้ รับการรับรองเป็นสมาชิก (CAC Certified Company) ครั้งแรกในปี 2559 ซึ่งมีอายุคราวละ 3 ปี และได้รับการต่ออายุการรับรอง (CAC Re-Certified Company) ต่อเนื่อง ครั้งที่ 2 ในปี 2565 ซึ่งในปี 2567 บริษัทฯ ยังคงปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และ ติดตามผลการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ และอยู่ระหว่างจัดทำข้อมูลและเตรียมพร้อมสำหรับการยื่นต่ออายุการรับรองครั้งที่ 3 ซึ่งจะครบกำหนด ในเดือน ธันวาคม 2568

18. ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ประเด็นสิทธิมนุษยชนเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วน ซึ่งบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญต่อการรับผิดชอบต่อสังคมและ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในการคุ้มครองสิทธิ อันเป็นหลักการพื้นฐานของการทำงานและการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ ได้มีการกำหนดนโยบาย และแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Policy) เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน ในกิจกรรมทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายแรงงานไทย และมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านแรงงาน ได้แก่ การบังคับใช้แรงงาน ค่าตอบแทนการทำงาน ชั่วโมงการทำงาน เวลาพัก วันหยุดและวันลา การเลือกปฏิบัติ วินัยและการลงโทษ การล่วงละเมิด ทางเพศ การใช้ความรุนแรง การใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานสตรี เสรีภาพในการสมาคม และการร่วมเจรจาต่อรอง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และสวัสดิการแรงงาน รวมถึงการประกาศข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน และได้สื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิ มนุษยชนให้กับกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน และให้นำมาปฏิบัติใช้อย่างเคร่งครัด รวมถึงการสื่อสารให้กับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกผ่านทาง เว็บไซต์ของบริษัทฯ



อีกทั้ง บริษัทฯ จัดให้มีกลไกการร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน และการคุ้มครองบุคคลที่แจ้งการละเมิดสิทธิมนุษยชน ผ่านช่องทางที่บริษัทฯ กำหนดไว้สำหรับการร้องเรียนเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งบริษัทฯ ตระหนักถึงโอกาสและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จึงจัดเตรียมมาตรการเยียวยาและลดผลกระทบจากการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เหมาะสมตามแต่กรณี

ในปีที่ผ่านมา ไม่พบเหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัท

19. ความเสี่ยงด้านคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ตระหนักและให้ความสำคัญกับการบริหารข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยมุ่งมั่นในการกำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ชัดเจน พร้อมจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะด้านเพื่อกำกับดูแลและกำหนดกรอบการดำเนินงานที่เหมาะสม ทั้งในด้านการจัดเก็บข้อมูล การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนากระบวนการสืบค้น ติดตาม ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงสิทธิให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน สมาชิก ลูกค้า และคู่ค้าทางธุรกิจ ได้รับการคุ้มครองอย่างเหมาะสม รวมถึงบริหารจัดการข้อตกลงการประมวลผลข้อมูลกับคู่ค้า เช่น ธุรกิจพันธมิตร สถาบันการเงิน และผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงบันทึกกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Record of Processing Activity: RoPA) ให้สอดคล้องกับโครงสร้างองค์กรที่ปรับเปลี่ยนใหม่ พร้อมจัดตั้งคณะทำงานด้านคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้เหมาะสมกับบทบาทและความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ รวมถึงมีการรายงานการดำเนินการต่อ DPO อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้การดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้ในองค์กร โดยจัดอบรมเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงานทุกระดับ พร้อมจัดทำแบบทดสอบประเมินผลเพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามแนวทางการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้จัดทำรายงานการใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อติดตามแนวโน้มการร้องขอใช้สิทธิ และประเมินประสิทธิภาพของมาตรการที่ใช้อยู่

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นไปอย่างต่อเนื่องและทันต่อสถานการณ์ บริษัทฯ มีการอัปเดตข่าวสารและแนวปฏิบัติด้าน PDPA ให้แก่คณะทำงานเป็นระยะ เพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการกำกับดูแลและดำเนินมาตรการด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับมาตรฐานและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและแนวโน้มทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

20. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยอาศัยข้อมูลสารสนเทศในการบริหารงานมาเป็นเวลากว่า 20 ปี (Data-Driven Organization) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นโลกธุรกิจดิจิทัลที่มีการพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ (New Model) การดำเนินงานด้านดิจิทัลจำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างทุกภาคส่วนขององค์กร รวมถึงเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ตั้งแต่ผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค นอกจากนี้ พฤติกรรมการใช้งานด้านดิจิทัลของผู้บริโภคมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น โซเชียลมีเดีย การทำธุรกรรมออนไลน์ และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ ซึ่งส่งผลให้ภัยคุกคามทางไซเบอร์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ของปริมาณและความซับซ้อนของรูปแบบการโจมตี

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานภายในองค์กร รวมถึงการเชื่อมโยงระบบสารสนเทศกับเครือข่าย Supply Chain และคู่ค้าอื่นๆ (Ecosystem) จึงได้กำหนดนโยบายความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เพื่อลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์ และปรับปรุงให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น กรอบแนวทางของ National Institute of Standards and Technology (NIST) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถรับมือกับภัยคุกคามที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงให้สอดคล้องกับทิศทาง E-Commerce ขององค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังนำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัย เช่น ระบบตรวจจับและป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Intrusion Detection & Prevention Systems - IDPS) และได้รายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบสารสนเทศทั้งในส่วนของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ให้มีความปลอดภัยยิ่งขึ้น พร้อมทั้งยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรและสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยไซเบอร์ภายในองค์กร โดยจัดอบรมพนักงานทุกระดับเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านไซเบอร์และแนวทางป้องกัน รวมถึงอัปเดตข่าวสารเกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ผ่านช่องทางสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังส่งเสริมให้พนักงานสอบบารับรองด้านความปลอดภัยสารสนเทศ เช่น CompTIA Security+ และดำเนินการทดสอบและประเมินความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มความถี่ของการทดสอบ Phishing Mail เพื่อสร้างความตระหนักรู้และประเมินความพร้อมของพนักงานในการรับมือกับภัยคุกคาม และลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

ในด้านการบริหารจัดการเหตุการณ์ไม่คาดคิด บริษัทฯ ได้จัดทำแผนซ้อมกู้คืนระบบและแผนสำรองฉุกเฉินเป็นประจำทุกปี โดยเพิ่มขอบเขตให้ครอบคลุมระบบที่มีความสำคัญมากขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าระบบสามารถกลับมาใช้งานได้อย่างรวดเร็วในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด พร้อมทั้งเฝ้าติดตามและปรับปรุงแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมาย ภาวะเสี่ยง และข้อบังคับทางเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนด้วยอยู่เสมอ

ด้วยมาตรการเหล่านี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า คู่ค้า และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย