



2. การบริหารจัดการความเสี่ยง

2.1 นโยบายควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยง

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตชั่นแนล 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 กอปรกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดออนไลน์ที่รวดเร็ว 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