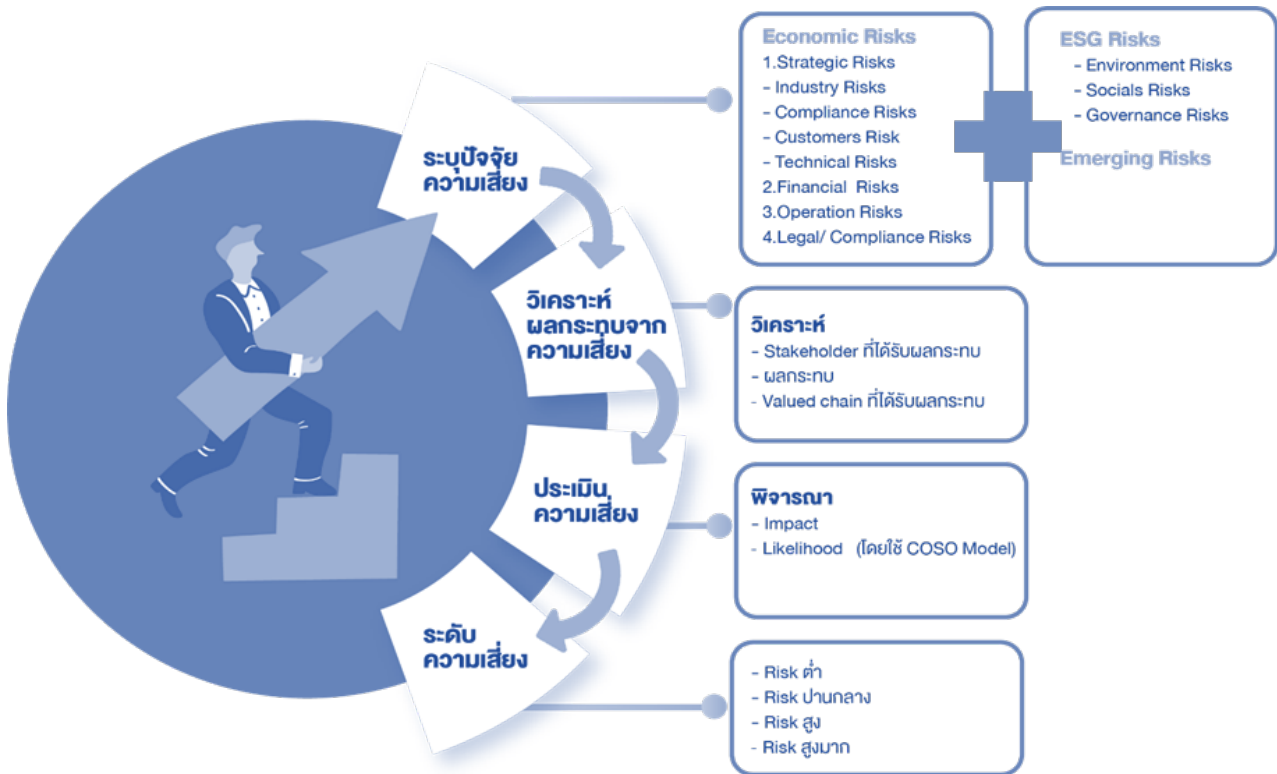


ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัท เอส แอนด์ เจ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักดีถึงความรับผิดชอบในการดูแลให้มีการกำกับกิจการที่ดีเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัท จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เป็นผู้กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่า การบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัท มีความเพียงพออย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยมีกระบวนการประเมินความเสี่ยง ดังนี้



บริษัทฯ มีการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อเป้าหมายตามแผนธุรกิจ โดยแยกประเภทความเสี่ยงแต่ละด้านได้ ดังนี้

ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ

Strategic Risks

1. การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่
2. การกระจุกตัวของSupplier
3. จำนวนคู่แข่งที่มีศักยภาพและมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดเพิ่มมากขึ้น
4. คู่แข่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าและมีเทคโนโลยีสูงกว่า
5. การบริหารจัดการข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

Financial Risks

6. ความไม่แน่นอนของอัตราแลกเปลี่ยน

Operation Risks

7. ความไม่แน่นอนของราคาวัตถุดิบหลัก
8. ความต้องการสินค้านวัตกรรม หรือสินค้าที่มีความแตกต่างอย่างรวดเร็ว
9. ความต้องการสินค้าที่รักษาราคาและสิ่งแวดล้อม
10. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (เวลาและความยืดหยุ่น)

Legal/Compliance Risks

11. การเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบและข้อบังคับด้านเครื่องสำอาง
12. การเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมาย และกฎระเบียบข้อบังคับทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม

1. มลภาวะเป็นพิษจากกระบวนการผลิต
2. การใช้ทรัพยากรการผลิตที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. การเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศ (การเกิดภัยพิบัติ)

ความเสี่ยงด้านสังคม

1. การเกิดภาวะวิกฤต และโรคระบาด
2. ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน
3. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สื่อสารกับผู้บริโภค

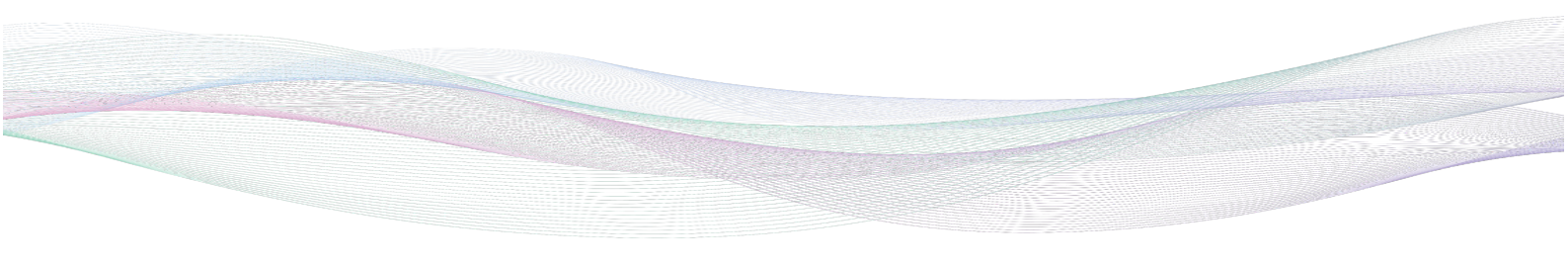
ความเสี่ยงด้านภาครัฐ

1. ความบกพร่องในการกำกับดูแลกิจการ
2. การทุจริตคอร์รัปชันในองค์กร

Emerging Risk

1. การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์
2. การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของ Digital Technology

จากปัจจัยความเสี่ยงทั้ง 5 ด้าน บริษัทฯ ได้จัดลำดับความสำคัญเพื่อกำหนดแผนบริหารความเสี่ยงของแต่ละปัจจัยความเสี่ยง โดยใช้ COSO Model แล้วเลือกปัจจัยความเสี่ยงที่อยู่ในระดับ "สูงมาก" เพื่อกำหนดแนวทางในการจัดการความเสี่ยง โดยเปรียบเทียบความเสี่ยงที่เกิดกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้และคุ้มค่าในการบริหารความเสี่ยงที่เหลืออยู่โดยคำนึงถึงต้นทุน และผลประโยชน์ที่จะได้รับ



ในปี 2562 บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการตอบสนองต่อความเสี่ยง และกำหนดตัวชี้วัดในการติดตามความเสี่ยง ดังนี้

ลำดับ	ปัจจัยความเสี่ยง	ผลกระทบ	กลยุทธ์ในการตอบสนอง	KRI
1	การกระจุกตัวของ Supplier	- โอกาสในการขายสินค้า	- การขยายฐานกลุ่มลูกค้ารายใหม่ในกลุ่มที่มีการกระจุกตัว - พัฒนาลูกค้ารายเดิมให้มีศักยภาพสูงขึ้น (Q,C,D)	- % Supplier ที่มีการกระจุกตัว ผล : ลดลง 5% จากปีที่ผ่านมา - % ลูกค้าหลักที่สามารถส่งมอบได้ครบ ถูก ทัน ผล : > 90%
2	การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่	- ยอดขายและกำไร	- การขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ - การเพิ่มสัดส่วนยอดขายของลูกค้ารายเล็ก	- จำนวนลูกค้ารายใหม่ที่เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผล : ในประเทศ 94 ราย ต่างประเทศ 36 ราย - สัดส่วนยอดขายของลูกค้ารายเล็กเทียบกับรายใหญ่ ผล : ในประเทศ 94 ราย
3	การบริหารจัดการข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค	- ยอดขายและกำไร	- การพัฒนาระบบการจับเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค	- % Success Rate ของสินค้าที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภค ผล : > 70 %
4	ความต้องการสินค้านวัตกรรมหรือสินค้าที่มีความแตกต่างที่รวดเร็ว	- ยอดขายและกำไร	- การพัฒนากระบวนการทำงาน (New Product Development)	- % ความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า New Products ผล : 89%
5	ความต้องการสินค้าที่รักษ์โลกและสิ่งแวดล้อม	- ยอดขายและกำไร	- การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ด้าน Green Product	- การพัฒนาสินค้า Green เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ารายหลัก ผล : > 8 รายการ/ปี
6	การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์และสภาพแวดล้อม	- ความต้องการในประเภทของสินค้าและบริการที่เปลี่ยนไป	- การพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม Aging Society	- การพัฒนาสินค้ากลุ่ม Aging Society ผล : > 7 รายการ/ปี
7	การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของ Digital Technology	- ความสามารถในการตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็วและแข่งขันได้	- การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตแทนการใช้กำลังคน	- จำนวนโครงการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องมือเครื่องจักรที่แล้วเสร็จ ผล : Project Conceptual success 6 รายการ

หมายเหตุ : สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ “รายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน ประจำปี 2562 หัวข้อ “สินค้าดี”