

## การบริหารจัดการความเสี่ยง

### ■ นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นที่ต้องนำระบบการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐานสากลมาใช้ในการบริหารองค์กรอันเป็นไปตามนโยบายของกลุ่มกิจการปัญญา พลาสติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทแม่ โดยมุ่งหวังให้บริษัทฯ เป็นองค์กรสำคัญที่สร้างคุณค่าและความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า/คู่ค้าของบริษัท และพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วองค์กร จึงมีการกำหนดนโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

- 1) ดำเนินการให้การบริหารความเสี่ยงเป็นความรับผิดชอบของพนักงาน ในทุกระดับชั้นที่ต้องตระหนักถึงความเสี่ยงที่มีในการปฏิบัติงานใหม่ในหน่วยงานของตนและในองค์กร และต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงต่างๆ ได้รับการบริหารจัดการภายใต้การควบคุมภายในอย่างมีระบบให้อยู่ในระดับที่เพียงพอและเหมาะสม
- 2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ใช้การบริหารความเสี่ยงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารจัดการสำคัญของบริษัท ที่บุคลากรทุกระดับชั้นต้องมีความเข้าใจ มีความร่วมมือ มีความร่วมใจ และร่วมกันใช้การบริหารความเสี่ยงสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เสริมสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารจัดการที่เป็นเลิศ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้น/ผู้มีส่วนได้เสีย
- 3) กำหนดให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งบริษัท
- 4) ส่งเสริมและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการกระบวนการการบริหารความเสี่ยงของบริษัท และสนับสนุนให้บุคลากรทุกระดับสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารการบริหารความเสี่ยงอย่างทั่วถึง

### ■ ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทมีความตระหนักและให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงซึ่งเป็นเครื่องมือที่บริษัท ต้องนำมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยง โดยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ ที่ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทได้มอบหมายให้ผู้บริหารระดับสูงที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อทำหน้าที่วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงต่างๆ และประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อหาวิธีการป้องกันหรือบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ผู้บริหารระดับสูงจะรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทของกลุ่มกิจการปัญญา พลาสติก จำกัด (มหาชน) เพื่อทราบและพิจารณาอย่างน้อยทุก 6 เดือน ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัท สรุปได้ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงของความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

อุตสาหกรรมพลาสติกนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมัน เนื่องจากอุตสาหกรรมพลาสติกมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับอุตสาหกรรมปิโตรเลียม และอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ซึ่งหากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมีการปรับราคาสูงขึ้นหรือลดลง จะส่งผลทำให้ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นหรือลดลงเช่นเดียวกัน ประกอบกับราคาเม็ดพลาสติกในประเทศจะ

อ้างอิงกับราคาซื้อขายในตลาดโลก ที่มีการซื้อขายกันด้วยเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้นอัตราแลกเปลี่ยนของค่าเงินบาทกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา จึงมีอิทธิพลต่อราคาเม็ดพลาสติกในประเทศด้วย

ในครึ่งปีแรกของปี 2567 ต้นทุนเม็ดพลาสติกเกรด HDPE ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกโดยเฉลี่ยมีราคาสูงขึ้นกว่าปี 2566 เนื่องจากต้นทุนเม็ดพลาสติก HDPE มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นจากหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมพลาสติกโดยรวม โดยเฉพาะปัญหาด้านอุปทาน อันเนื่องมาจากการปิดซ่อมบำรุงโรงงานผลิต HDPE หลายแห่งในเอเชีย ทำให้ปริมาณเม็ดพลาสติกที่เข้าสู่ตลาดลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะเดียวกัน ความต้องการใช้ HDPE ยังคงเพิ่มสูงขึ้น ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการขยายตัวของอุตสาหกรรมปลายน้ำ เช่น บรรจุภัณฑ์ อุตสาหกรรมก่อสร้าง และยานยนต์ นอกจากนี้ ต้นทุนการผลิตยังได้รับแรงกดดันจากราคาน้ำมันดิบที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเม็ดพลาสติก และมีผลโดยตรงต่อต้นทุนกระบวนการแปรรูป HDPE อย่างไรก็ดีในช่วงครึ่งปีหลังโดยเฉพาะในไตรมาสสุดท้ายของปี 2567 ราคาวัตถุดิบปรับตัวลง ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าราคาขายสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกจะสามารถปรับราคาขึ้นลงตามราคาวัตถุดิบได้ แต่การปรับราคานั้นก็ไม่สามารถกระทำได้ทันที จะต้องใช้ระยะเวลาหนึ่งตามเงื่อนไขการปรับราคาจากการเปลี่ยนแปลงราคาวัตถุดิบของแต่ละลูกค้า

บริษัทมีนโยบายรองรับความผันผวนของราคาเม็ดพลาสติก โดยมีการประเมินความเสี่ยงเคลื่อนไหวของราคาเม็ดพลาสติกในประเทศ และต่างประเทศอย่างใกล้ชิด มีการวิเคราะห์แนวโน้มทิศทางของราคา และนำมาวางแผนเพื่อประกอบการสั่งซื้อ รวมถึงการประเมินความต้องการใช้วัตถุดิบของบริษัทในแต่ละช่วงเวลาตลอดจนการพิจารณานำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการซื้อวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

## 2. ความเสี่ยงของการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่น้อยราย

บริษัทให้ความสำคัญ และตระหนักถึงความเสี่ยงในการขยายธุรกิจขึ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งมีการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ด้วยปริมาณการสั่งซื้อที่ค่อนข้างสูง และการมีผู้ผลิตในอุตสาหกรรมหลายราย ทำให้ลูกค้ามีอำนาจการต่อรอง และมีโอกาสที่ลูกค้าอาจไม่ต่อสัญญากับบริษัท หรือเพิ่มการสั่งซื้อสินค้าบางส่วนจากคู่แข่ง หากบริษัทสูญเสียลูกค้าดังกล่าวไปโดยไม่สามารถหาลูกค้ามาทดแทนได้ทันที ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อความสม่ำเสมอ และต่อเนื่องของรายได้ หรือส่งผลให้รายได้ของบริษัทลดลงในช่วงระยะเวลาหนึ่งในอนาคต

แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยประสบการณ์ของบริษัทที่มีมาอย่างยาวนาน ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทำให้ความเสี่ยงที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาตีตลาดนั้นมีความเป็นไปได้ยาก เพราะลูกค้าส่วนใหญ่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและความน่าเชื่อถือมากกว่าที่จะพิจารณาถึงปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว โดยที่ผ่านมาบริษัทได้มีการทำวิจัยและพัฒนาสินค้า รวมถึงแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยขอความร่วมมือจากภาครัฐ และเอกชนเพื่อนำมาปรับปรุงในส่วนของการผลิต ก่อให้เกิดสินค้าที่มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น รวมถึงช่วยลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุดในราคาที่เหมาะสม

### 3. ความเสี่ยงจากการเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิตรายใหม่

เนื่องจากธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก โครงสร้างการดำเนินธุรกิจไม่มีความซับซ้อน จึงมีความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ หรือแม้กระทั่งบริษัทลูกค้า หากมีความคิดที่จะตั้งโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกเอง ก็สามารถทำได้ อีกทั้งการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ก็ทำให้ตลาดมีความเป็นเสรีมากขึ้น อาจมีการย้ายฐานการผลิตเข้ามาในประเทศไทย ส่งผลให้มีผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมมากขึ้น การแข่งขันด้านราคาจะมีความรุนแรงมากกว่าเดิม

อย่างไรก็ตาม ด้วยศักยภาพด้านการผลิตสินค้าของบริษัท ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ สร้างความพึงพอใจของลูกค้าและเพิ่มความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า การบริหารประสิทธิภาพการผลิต และการจัดส่งสินค้าพร้อมบริการด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย ตลอดจนความมั่นคงทางการเงิน ทำให้สามารถเพิ่มกำลังการผลิต ปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต ตลอดจนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความแตกต่าง และเพื่อรองรับการเติบโตของลูกค้า ทำให้ลูกค้าคงความไว้วางใจ และเป็นคู่ค้าต่อเนื่องมายาวนานนับสิบปี

### 4. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ในปี 2567 ที่ผ่านม้อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐมีความผันผวนอย่างมาก โดยในมีแนวโน้มแข็งค่ามากขึ้น เนื่องจากการดำเนินนโยบายการเงินของธนาคารกลางสหรัฐ (Fed) ที่มีการปรับลดอัตราดอกเบี้ย

ในปี 2568 แนวโน้มอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอาจเผชิญกับความผันผวนสูง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความผันผวนนี้ได้แก่ นโยบายกีดกันทางการค้าของสหรัฐ ซึ่งอาจเพิ่มแรงกดดันต่อค่าเงินบาท และการที่ธนาคารกลางสหรัฐมีแนวโน้มที่จะดำเนินนโยบายไม่เร่งลดอัตราดอกเบี้ย นอกจากนี้การชะลอตัวของเศรษฐกิจไทยซึ่งคาดว่าจะเติบโตใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมาด้วยปัจจัยพื้นฐานที่อ่อนแอ ก็อาจทำให้ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่า

บริษัทไม่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในฐานะผู้ส่งออก เนื่องจากรายได้หลักเป็นรายได้จากการขายในประเทศ แต่ได้รับผลกระทบฐานะผู้นำเข้าเครื่องจักรหรือวัตถุดิบบางชนิด ที่ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ความผันผวนของค่าเงินบาทส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการศึกษาถึงวิธีการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยมีการติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างใกล้ชิด รวมถึงได้มีการศึกษาบทวิเคราะห์แนวโน้มความเคลื่อนไหวของเงินตราต่างประเทศ และได้มีการเลือกใช้ธุรกรรม Forward หรือการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าในสถานการณ์หรือสภาวะที่เห็นว่าควรกระทำตามความเหมาะสม เพื่อควบคุมต้นทุนและป้องกันหรือลดความสูญเสียที่อาจจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของค่าเงิน

## 6. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงจากกระแสและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค

กระแสรถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า (EV) การปรับเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมยานยนต์เกิดขึ้นคู่ขนานกับกระแสความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมที่ต้องการลดผลกระทบจากการปล่อยคาร์บอนของเครื่องยนต์สันดาปภายในซึ่งใช้การเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นเชื้อเพลิงเพื่อจุดระเบิดและขับเคลื่อนการทำงาน นอกจากนี้ยังมาพร้อมกับการขยายตัวของเทคโนโลยีด้านสมองกลอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัล การปรับเปลี่ยนนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่ หากแต่มีสิ่งที่อยู่เหนือความคาดหมายเกิดขึ้นในวงการยานยนต์โลกที่สำคัญคือการเข้ามาบีบคั้นของจีนอย่างก้าวกระโดดในด้านความสามารถการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในระดับราคาที่เข้าถึงได้ โดยมีปัจจัยหนุนจากการสนับสนุนของรัฐบาลจีน ขนาดของตลาด และความพร้อมของวัตถุดิบ จีนจึงกลายเป็นผู้สร้างบรรทัดฐานด้านต้นทุนใหม่ให้แก่อุตสาหกรรมจนกลายเป็นแรงกดดันต่อทั่วโลก นอกจากนี้การขยายตัวของรถยนต์ไฟฟ้ายังส่งผลกระทบต่อเครือข่ายการผลิตทั่วโลก เนื่องด้วยในอดีตการผลิตรถยนต์สันดาปจะมีกระบวนการผลิตเป็นรายชิ้นเพื่อนำมาประกอบกัน แต่ในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า กระบวนการจะถูกปรับเปลี่ยนเป็นแบบระบบแยกส่วน ผลลัพธ์คือระบบแยกส่วนที่มีจุดครองมูลค่าเพิ่มสูง เช่น แบตเตอรี่ ระบบขับเคลื่อน และระบบสมองกล มีแนวโน้มกระจุกตัวในกลุ่มผู้ผลิตไม่กี่รายเท่านั้น อย่างไรก็ตาม กระบวนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้ายังมีวิวัฒนาการไม่สิ้นสุดโดยมีการทดลองนำเทคโนโลยีการผลิตแบบใหม่มาใช้อยู่เป็นระยะ ดังนั้น โอกาสของผู้ผลิตชิ้นส่วนอื่นๆ นอกเหนือจากเครื่องยนต์และระบบขับเคลื่อนมีโอกาสลดน้อยถอยลงไป นอกจากนี้ ภายในปี 2573 เทคโนโลยีแบตเตอรี่อาจเริ่มค่อยๆ เปลี่ยนแปลงไปสู่แบบโซลิดสเตตซึ่งสามารถให้ระยะทางวิ่งได้มากกว่าแบตเตอรี่ปัจจุบันเกือบสองเท่าตัว เป็นต้น

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของโลก และในปัจจุบันแนวโน้มความต้องการยานยนต์ทั่วโลกส่วนหนึ่งกำลังเปลี่ยนทิศทางไปสู่อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า เนื่องจากเทคโนโลยีแบตเตอรี่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและราคาต่ำลง รวมไปถึงแนวทางการพัฒนาไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ คณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติจึงได้ออกแนวทางการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้าตามนโยบาย 30@30 โดยมีการตั้งเป้าหมายการผลิตที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ หรือรถ ZEV (Zero Emission Vehicle) ให้ได้อย่างน้อย 30% ของการผลิตยานยนต์ทั้งหมดในปี พ.ศ.2573 และให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า รวมทั้งขึ้นส่วนต่างๆ (EV Hub) ที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาคและของโลก นอกจากนี้คณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติยังได้ดำเนินมาตรการ EV 3.0 ซึ่งประสบความสำเร็จในการกระตุ้นยอดขายยานยนต์ไฟฟ้า ต่อมาคณะรัฐมนตรีจึงมีมติอนุมัติมาตรการสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า ระยะที่ 2 (EV 3.5) ในช่วงปี พ.ศ.2567 – พ.ศ.2570 เพื่อเดินทางกระตุ้นอุปสงค์อย่างต่อเนื่องโดยการให้เงินอุดหนุนรถยนต์ไฟฟ้าสูงสุด 100,000 บาทต่อคัน นอกจากนี้ ยังลดอากรนำเข้าไม่เกินร้อยละ 40 สำหรับการนำเข้ารถไฟฟ้าสำเร็จรูป (CBU) ในช่วง 2 ปีแรก (พ.ศ.2567-2568) โดยมีเงื่อนไขให้ผู้ได้รับการสนับสนุนผลิตเพื่อชดเชยการนำเข้าภายในปี พ.ศ.2569 ในอัตราส่วน 1:2 (นำเข้า 1 คัน : ผลิตชดเชย 2 คัน) และจะเพิ่มอัตราส่วนเป็น 1:3 ในปี พ.ศ.2570 อีกทั้งยังกำหนดเงื่อนไขให้มีการใช้ชิ้นส่วนสำคัญที่ผลิตในประเทศไทย ด้วยเป้าหมายที่ต้องการส่งเสริมให้ไทยเป็นฐานการผลิตและส่งออกยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วนแบบครบวงจร อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายปี 2567 กระแสการปรับเปลี่ยนความนิยมรถยนต์ไฟฟ้าในอนาคตถูกประเมินว่ายังคงขยายตัวแต่จะไม่ทะยานเช่นเดิม และรถยนต์ไฮบริดกลับมาเป็นคู่แข่งของรถยนต์ไฟฟ้าสะท้อนถึงกลุ่มผู้ซื้อที่ระมัดระวังในการใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น การเข้าถึงจุดอัดประจุสาธารณะในช่วงวันหยุดเทศกาล รวมถึงคุณภาพและความปลอดภัย รถยนต์ไฮบริดให้ประสบการณ์

การใช้รถยนต์ไฟฟ้าอยู่บ้าง หากแต่ยังให้ความมั่นใจและสะดวกในการใช้งานที่หลากหลาย เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่นอนของการปรับเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น บริษัทมีความเห็นเพิ่มเติมว่า ในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัทส่วนใหญ่เป็นชิ้นส่วนที่สามารถใช้ได้ทั้งในรถยนต์สันดาป รถยนต์ไฮบริด และรถยนต์พลังไฟฟ้า เช่น กันชนหน้า-หลัง กระบังหน้ารถ ท่อแอร์ แทงค์สำหรับน้ำที่ปัดน้ำฝน ที่มีการติดตั้งในรถยนต์ทั้ง 3 ประเภท ส่วนรถยนต์พลังไฟฟ้าได้มีการนำพลาสติกวิศวกรรม (ENGINEERING PLASTIC) นำมาใช้ในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แทนวัสดุที่เป็นโลหะ อันเนื่องมาจากความต้องการของค่ายรถผู้ผลิตที่มีความต้องการลดน้ำหนักวัสดุที่ใช้ในการผลิตรถยนต์ ซึ่งถือเป็นโอกาสของทางบริษัทที่จะสามารถเพิ่มยอดขายได้ในส่วนชิ้นงานพลาสติกพ่นสีที่มาทดแทนโลหะบางประเภท ในส่วนรถยนต์สันดาป บริษัทมีความเห็นว่าจะสามารถรักษายอดขายของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์สันดาปได้ เนื่องจาก ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยยังมีการใช้งานรถยนต์สันดาปที่เป็นสัดส่วนมากกว่ารถยนต์ไฟฟ้าอย่างน้อยในช่วงระยะเวลา 5-7 ปี

บริษัทได้มีการศึกษาและพิจารณาความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสม ปรับแผนกลยุทธ์ และกำหนดทิศทางการขยายการลงทุนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากกระแสและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคดังกล่าว

## 7. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยเฉพาะหลังยุค New Normal ที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ทำให้องค์กรต้องปรับตัวและนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ระบบดิจิทัลและ IoT ช่วยเสริมประสิทธิภาพ สร้างโอกาสใหม่ และตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอาจกระทบกระบวนการผลิตและบริการแบบเดิม บริษัทจึงเตรียมมาตรการรองรับความเสี่ยง มุ่งสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล เพื่อความยั่งยืนในตลาด บริษัทจึงได้เตรียมมาตรการรองรับความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้ก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Organization) ผ่านแนวทางการดำเนินการหลัก ดังนี้

- **Digitization:** ปรับเปลี่ยนกระบวนการภายใน การให้บริการ รวมถึงระบบการทำงานต่าง ๆ ให้เป็นดิจิทัล เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
- **Digital Transformation of Function (DTF):** นำเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมเข้ามาใช้ในแต่ละสายงาน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน
- **Digital Transformation of Business (DTB):** ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Advanced Analytics) เพื่อค้นหาโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ พัฒนาสินค้าและบริการ หรือปรับรูปแบบธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำและแข่งขันได้ในระยะยาว

การดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์หลักของบริษัทในการปรับตัวเพื่อรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ และสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล