
2. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัท มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมีกรรมการรองผู้จัดการของบริษัทเป็นประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง และผู้บริหารจากทุกสายงานเป็นกรรมการรวม 10 ท่าน ซึ่งในปี 2553 มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง โดยพิจารณาแจกแจงความเสี่ยงครอบคลุมทั้งองค์กร จัดอันดับความเสี่ยง กำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยง มอบหมายผู้รับผิดชอบเพื่อ จัดให้มีมาตรการควบคุมและจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สรุปความเสี่ยงสำคัญได้ดังนี้

1. ด้านการตลาด

- 1.1 การมีลูกค้ารายใหญ่น้อยราย บริษัทพยายามหาลูกค้ารายใหม่ ๆ เพื่อกระจายความเสี่ยงออกไป
- 1.2 การแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง ส่งผลต่อยอดขาย บริษัทพัฒนานวัตกรรมด้านวัตถุดิบและการออกแบบ เพื่อสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า

2. ด้านต้นทุนการผลิต

- 2.1 ความผันผวนของราคาฝ้ายในตลาดโลก ส่งผลถึงต้นทุนค่าฝ้ายในอนาคต บริษัทได้ทำสัญญาซื้อขายฝ้ายล่วงหน้า รวมทั้งใช้วัตถุดิบอื่นมาทดแทนฝ้าย เป็นการลดต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตอีกด้วย
- 2.2 ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ซึ่งหายากและมีราคาแพงทำให้ต้องขยายฐานการผลิตไปต่างจังหวัด รวมทั้งการหาแหล่งรับจ้างผลิต ซึ่งในอนาคตอาจต้องขยายฐานการผลิตไปประเทศเพื่อนบ้าน

3. ด้านทรัพยากรบุคคล

บริษัทมีแผนการพัฒนาบุคลากรให้เพียงพอและสอดคล้องกับการขยายงานของบริษัทที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยมีการพัฒนาบุคลากรในตำแหน่งที่สำคัญตาม Succession Plan และ Individual Development Plan

4. ด้านการเงิน

จากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทลดผลกระทบโดยการทำ Natural Hedge รวมทั้งการทำสัญญาซื้อขายเงินสกุลต่างประเทศล่วงหน้าตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา

