

Sustainable Development Showcases 2020

ข้อมูลการจัดการ
ภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

**เกษตรและ
อุตสาหกรรมอาหาร**

สารบัญ

6

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

11

BRR

บริษัท น้ำตาลบุรีรัมย์ จำกัด (มหาชน)

16

CFRESH

บริษัท ซีเฟรชอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

19

CM

บริษัท เชียงใหม่โพรเซสฟู้ดส์ จำกัด(มหาชน)

22

CPF

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)



27

GFPT

บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน)

30

HTC

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)

36

MINT

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

41

PM

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

44

SFP

บริษัท อาหารสยาม จำกัด (มหาชน)



48

STA

บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)

52

TFG

บริษัท ไทยฟู้ดส์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

56

TFMAMA

บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

59

TIPCO

บริษัท ทีปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

64

TVO

บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

70

TWPC

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

73

ICHI

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

76

OX

บริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด (มหาชน)

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มอุตสาหกรรม เกษตรและ อุตสาหกรรมอาหาร

ผลกระทบ COVID-19 ต่อกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

ในปี 2563 ถือเป็นปีที่ยากลำบากสำหรับอุตสาหกรรมเกษตรและภาคเกษตรไทย การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ซ้ำเติมความเลวร้ายของปัญหาภัยแล้งที่ภาคเกษตรเผชิญหน้าอยู่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี 2562 การปรับตัวของภาคธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ จึงเป็นโจทย์ที่ยากขึ้นเป็นสองเท่าในการบริหารจัดการรับมือกับภาวะวิกฤตและการฟื้นตัวของธุรกิจในอนาคต โดยเฉพาะในช่วงที่มีการบังคับใช้มาตรการ Lockdown และ Social Distancing เพื่อควบคุมการระบาดอย่างเข้มข้น ส่งผลให้การผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเกิดการชะลอตัวลงเนื่องจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่เกิดจากการติดเชื้อถูกกักตัว และจากการที่แรงงานเดินทางกลับประเทศตนเองและไม่สามารถเดินทางกลับเข้ามาในประเทศไทยได้

ขณะเดียวกันอุปสรรคด้านการขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์จากการปิดพรมแดนระหว่างประเทศที่ทำให้การขนส่งสินค้าเกษตรและอาหารทั้งทางทะเล ทางอากาศ และทางบกไม่สามารถขนส่งได้ตามปกติ เกิดความล่าช้า สินค้าเกิดความสูญเสีย รวมถึงผู้ผลิตไม่สามารถเข้าถึงสินค้าทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารได้

นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องรับมือกับ **New Normal จากพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในช่วงการระบาดของ COVID-19** เช่น ความกังวลเรื่องการขาดแคลนอาหารทำให้ความต้องการกักตุนอาหารมีเพิ่มมากขึ้นหรือความต้องการเนื้อสัตว์ลดลงเนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเรื่องการติดต่อโรคจากสัตว์สู่คน ความเสี่ยงในการติดเชื้อโรคจากสถานที่ชุมนุมทำให้มีการหลีกเลี่ยงการเดินทางออกนอกบ้านส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวยังส่งผลให้ความต้องการในการบริโภคสินค้าเกษตรในตลาดโลกลดลงส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับภาคการเกษตรที่โครงสร้างตลาดสินค้าเกษตรไทยส่วนใหญ่ยังพึ่งพาตลาดส่งออกเป็นหลัก

การดำเนินการเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ ต่อสถานการณ์ COVID-19

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เกิดขึ้น คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีการประชุม ติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของแผนดำเนินการต่าง ๆ ตลอดจนสนับสนุนทีมงานในการดำเนินงานช่วงภาวะวิกฤตอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการรายงานสถานการณ์และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องให้ทีมผู้บริหารทราบอย่างทันทีและตลอดเวลา (Real Time) เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งมีการแต่งตั้งคณะทำงานหรือฝ่ายงานเพื่อรับผิดชอบในการบริหารจัดการภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นและจัดสรรทรัพยากรทั้งการดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัย การสนับสนุนการปฏิบัติงาน Work From Home รวมถึงกำหนดแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับวิกฤตการณ์ดังกล่าวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

อย่างไรก็ดี **สุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยทางอาหารถือเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรและอาหาร** ดังนั้น การดำเนินงานในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานและกระบวนการตรวจสอบความปลอดภัยของวัตถุดิบและขั้นตอนของกระบวนการผลิตอาหารในระดับสูงสุด รวมถึงต้องติดตามและปฏิบัติตามแนวทางการประกาศของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานภาครัฐและสากลอื่น ๆ อย่างเข้มข้น

การบริหารจัดการ ในภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีแนวทางการปรับตัวตอบสนองต่อสถานการณ์วิกฤต COVID-19 โดยมีความริเริ่มในการสร้างและนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อบริหารจัดการภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ โดยสรุปประเด็นสำคัญที่ธุรกิจดำเนินการ ได้แก่

① กระบวนการผลิต: สุขอนามัยที่ดีเป็นมาตรฐานสำคัญ วัตถุดิบต้องมาจากแหล่งผลิตที่ปลอดภัยและอาหารทุกอย่างที่ออกจากโรงงานหรือสถานประกอบการต้องผ่านเกณฑ์หรือแสดงให้เห็นได้ว่าผ่านกระบวนการตรวจสอบการป้องกันเชื้อโรคต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ดังนั้น บริษัทจึงต้องพัฒนากระบวนการผลิตให้ถูกต้องตามหลักการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เช่น เพิ่มความเข้มงวดในขั้นตอนการฆ่าเชื้อโรคเพื่อให้แน่ใจว่าสามารถฆ่าเชื้อได้สมบูรณ์ ใส่สินค้าในบรรจุภัณฑ์ที่ปิดมิดชิด ระบุวันผลิต/วันหมดอายุให้ชัดเจน มีการระบุแหล่งที่มาของวัตถุดิบ เข้มงวดกับพนักงานในสายการผลิตที่ต้องสัมผัสกับอาหาร เพิ่มรอบการทำความสะอาดอุปกรณ์การผลิตต่าง ๆ การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กลงหรือแยกเป็นช่องเล็ก ๆ เพื่อสุขภาพอนามัยในการทำงาน เป็นต้น รวมถึงนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการผลิตมากขึ้น เช่น นำระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์เข้ามาใช้ในระบบการผลิตมากขึ้นเพื่อลดการปนเปื้อนจากการสัมผัสจากคน ใช้เทคโนโลยีในการยืดอายุอาหารแปรรูปให้อยู่ยาวนานขึ้น แต่คุณค่าทางโภชนาการยังคงเดิม เป็นต้น

② การจำหน่ายและบริการ: ธุรกิจจำเป็นต้องมีกระบวนการตรวจสอบสุขอนามัยก่อนเข้าใช้บริการ รวมถึงสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการว่าเป็นพื้นที่ปลอดภัย โรค รวมถึงมีการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายและบริการออนไลน์มากขึ้น เช่น

- ปรับพื้นที่ระหว่างโต๊ะให้เพิ่มขึ้น และมีวิธีการฆ่าเชื้อที่เข้มงวด รวมถึงการให้บริการสั่งอาหารผ่านระบบดิจิทัลแทนเมนูแบบกระดาษ
- การปรับบริการซื้อกลับบ้านให้สะดวกและมีประสิทธิภาพ ลดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับผู้บริโภค เช่น การรับอาหารแบบ Take-Out หรือ แบบ Drive-Through เป็นต้น
- การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะอาดปลอดภัย หรือการใช้เทคโนโลยีแพ็คเกจจิ้งความร้อนหรือฟริชดรายเข้ามาช่วย
- เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการแปรรูป ปรับปรุงสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น
- เพิ่มช่องทางจัดส่งสินค้าแบบ Delivery ผ่าน Grab Food หรือ Line Man ให้แก่ลูกค้าภายในประเทศ

③ ห่วงโซ่อุปทาน: วิกฤต COVID-19 ได้สร้างผลกระทบจากการขาดแคลนวัตถุดิบจากการ Lockdown ส่งผลให้เกิด Supply Chain Shock ในทันที เกิดการขาดแคลนแรงงาน และระบบโลจิสติกส์หยุดชะงัก การปิดพรมแดนและการยกเลิกเที่ยวบินหลายเส้นทาง ส่งผลให้การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศล่าช้าและมีต้นทุนสูงขึ้น ซึ่งแต่ละบริษัทได้รับผลกระทบและมีแนวทางรับมือที่แตกต่างกันออกไป โดยตัวอย่างแนวทางที่น่าสนใจ เช่น

- การเลือกจัดหาวัตถุดิบจากในท้องถิ่นและภายในประเทศมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาและลดผลกระทบหากเกิดมาตรการ Lockdown รวมถึงลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายของเชื้อจากภายนอกประเทศ

- กระจายแหล่งนำเข้าวัตถุดิบประเภทเดียวกัน ในหลายภูมิภาค

- การประเมินวัตถุดิบในการผลิตเพื่อให้มั่นใจว่ามีวัตถุดิบที่เพียงพอ รวมถึงสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าในการบริหาร Inventory การวางแผนจัดหาวัตถุดิบ และการขนส่งให้เพียงพอกับการผลิต

- ปรับรูปแบบการกระจายสินค้าเป็นแบบ Direct Shipment เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการขนส่งและลดขั้นตอนในการขนถ่ายสินค้า ใช้วิธีเพิ่มรอบการขนส่งต่อวันให้มากขึ้น

- ใช้พาหนะขนาดเล็กเพื่อความรวดเร็วและคล่องตัวในการขนส่ง

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19

ในส่วนของบริษัทในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร บริษัทมีแนวทางในการบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ เช่น ในส่วนของ**พนักงาน** หลายบริษัทยังคงรักษาพนักงานไว้โดยไม่มีนโยบายเลิกจ้าง ให้ความช่วยเหลือด้านการเงินผ่านโครงการเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำสำหรับพนักงานที่ครอบครัวได้รับผลกระทบ มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลส่วนกลางเพื่อทำหน้าที่สื่อสาร ติดตามข่าวสาร และให้คำปรึกษาให้แก่พนักงานเพื่อเข้าให้การช่วยเหลือได้อย่างทันการณ์

สำหรับกลุ่ม**ลูกค้า** บริษัทได้พยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบและช่องทางการเข้าถึงลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการมากที่สุด พัฒนาระบบการชำระเงิน โดยการนำระบบ E-Banking สำหรับชำระเงินหรือการชำระหนี้ค่าสินค้าและบริการ เพื่อลดการสัมผัสและสนับสนุนให้ร้านค้ามีระบบการชำระเงินที่สะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงมีมาตรการเพื่อบรรเทาภาระให้แก่ลูกค้า เช่น การขยายระยะเวลาการให้วงเงินเครดิตในช่วง COVID-19 กับลูกค้าที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ขยายระยะเวลาผ่อนชำระหนี้คงค้างให้กับลูกค้า รับคืนสต็อกสินค้า เป็นต้น

นอกจากนี้ หลายบริษัทยังมีส่วนช่วยเหลือ**ชุมชนและสังคม** โดยการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับโครงการ “ตู้ปันสุข” และให้หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ประกอบอาหารแจกจ่ายแก่ประชาชนผู้ประสบภัย COVID-19 การช่วยเหลือเกษตรกรในการหาช่องทางจำหน่ายอื่นๆ รวมถึงการช่วยหาพื้นที่จำหน่ายสินค้าและแนะนำหรือสอนการแปรรูปสินค้าทางการเกษตร เช่น กึ่งสำเร็จรูป (Ready to Cook) เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19

กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีการวางแผนการดำเนินงาน เป้าหมาย และแผนงานต่าง ๆ ให้ครบถ้วนรอบด้าน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ถือเป็นปรากฏการณ์ในอุตสาหกรรมกลุ่มนี้ คือ การให้ความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น พัฒนาระบบการสั่งซื้อสินค้า ระบบการจ่ายเงิน ให้มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย เป็นต้น

ทั้งนี้ มีการประเมินว่าหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ยุติลงจะเกิดการต้องการสินค้า Food Service สูงขึ้น จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ต้องการอาหารที่ปลอดภัย อาหารที่ช่วยสร้างระบบภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย อาหารพร้อมปรุงหรืออาหารพร้อมรับประทาน ที่มีคุณค่าทางโภชนาการและดีต่อสุขภาพ ดังนั้น วิกฤต COVID-19 ที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ ถือเป็นบทเรียนสำคัญให้กับธุรกิจนำมาสร้างโอกาสเพื่อการรับมือในอนาคต โดยปรับกระบวนการและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยในอาหารเพื่อรับมือกับ New Normal ที่เกิดขึ้น เช่น

- การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ พัฒนาอาหาร ให้ใช้สารเคมีน้อยลง รวมไปถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ด้วยวัสดุที่เชื่อไวรัสเข้าไม่ถึงและย่อยสลายได้ง่าย
- นำเทคโนโลยีใหม่ ระบบอัตโนมัติ และหุ่นยนต์ เข้ามาใช้ในระบบการผลิตมากขึ้นเพื่อลดการสัมผัสอาหาร
- นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาผลิตอาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ
- ปรับปรุงและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่ต้องจัดส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคด้วยความรวดเร็ว ตรงเวลา และรักษาอุณหภูมิ ตลอดจนรักษาคุณภาพของสินค้าหรืออาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- พัฒนา Software การสั่งซื้อสินค้า ระบบการชำระเงิน ที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย



ข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19 รายบริษัท

กลุ่มอุตสาหกรรม:
เกษตรและ
อุตสาหกรรมอาหาร



BRR

บริษัท น้ำตาลบุรีรัมย์ จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.buriramsugar.com>

ธุรกิจหลัก

บริษัทดำเนินธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยลงทุนในบริษัทย่อยที่ถือหุ้นร้อยละ 99.99 จำนวน 7 บริษัท ได้แก่

- 1 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทราย โดยมีบริษัท โรงงานน้ำตาลบุรีรัมย์ จำกัด เป็นบริษัทแกน
- 2 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าจากพลังงานชีวมวล โดยมีบริษัท บุรีรัมย์พลังงาน จำกัด บริษัท บุรีรัมย์ เพาเวอร์ จำกัด และ บริษัท บุรีรัมย์เพาเวอร์พลัส จำกัด
- 3 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์ โดยมีบริษัท ปุ๋ยตราทุเรียน จำกัด
- 4 ธุรกิจสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา โดยมีบริษัท บุรีรัมย์วิจัยและพัฒนาอ้อย จำกัด
- 5 ธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์ เครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่าง ๆ จากชานอ้อย และเยื่อพืชธรรมชาติชนิดอื่น โดยมีบริษัท ซูการ์เคน อีโคแวร์ จำกัด
- 6 ธุรกิจการบริหารจัดการโลจิสติกส์ และบริการขนส่ง โดยบริษัท บีอาร์อาร์ โลจิสติกส์ แมเนจเม้นท์ จำกัด

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงต้นของการแพร่ระบาดของ COVID-19 คณะกรรมการบริษัทและทีมผู้บริหารได้มีการประชุมหารือร่วมกันเพื่อรับมือกับสถานการณ์ COVID-19 และประเมินผลกระทบในแต่ละด้าน เช่น ด้าน Business Operation (ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตน้ำตาล การขายน้ำตาล และการขนส่งน้ำตาล) ด้าน Financial Status (ซึ่งเกี่ยวข้องกับการระดมทุน-จ่ายเงิน การเบิกเงินกู้ การชำระเงินกู้ และการโอนเงินระหว่างบริษัทในกลุ่ม) เป็นต้น เพื่อให้บริษัทสามารถตอบสนองเหตุการณ์ได้อย่างทันก่วงที่ผ่านคณะทำงานบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ



จากสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในช่วงต้น บริษัทได้พิจารณาถึง**การที่พนักงานไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานในอาคารสำนักงานได้เป็น Trigger Points ที่สำคัญ** และ**ทำให้บริษัทต้องประกาศใช้แผน BCP** ซึ่งมีกระบวนการแจ้งเหตุฉุกเฉิน (Call Tree) ผ่านโทรศัพท์มือถือหรือช่องทางอื่น ๆ ไปยังทีมบุคลากรหลักและบุคลากรสำรองตามสายงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งออกมาตรการให้พนักงานที่ประจำที่สำนักงานกรุงเทพฯ ปฏิบัติงานที่บ้าน (Work From Home) และจัดตารางสลับเข้าทำงาน รวมทั้งปรับเปลี่ยนเวลาเข้างานและเลิกงานเพื่อลดความแออัด รักษาระยะห่างและอำนวยความสะดวกให้พนักงานสามารถกลับถึงที่พักก่อนเวลาเคอร์ฟิว นอกจากนี้ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศได้มีการจัดเตรียมความพร้อมของระบบเพื่อรองรับการทำงานจากมาตรการดังกล่าวด้วยระบบ Application ต่าง ๆ เช่น ระบบ Virtual Desktop Infrastructure ระบบ SAP และการประชุมงานผ่านโปรแกรม Microsoft Teams เป็นต้น

ในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย บริษัทจัดให้มีการวัดอุณหภูมิร่างกายของพนักงานและผู้ที่มาติดต่อ ก่อนเข้าพื้นที่ในบริษัท โดยทำการตรวจวัดจากทีมเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย พยาบาลวิชาชีพ และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของบริษัทอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นการคัดกรองและป้องกันการแพร่เชื้อหรือการติดเชื้อ COVID-19

การดำเนินการในมาตรการดังกล่าวข้างต้น **คณะทำงานบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจมีการรายงานสถานการณ์/Update ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องให้กับผู้บริหารทราบอย่างทันทีและตลอดเวลา (Real Time)** เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงมีการรายงานความคืบหน้าของแผนรองรับในแต่ละด้านที่อาจกระทบกับบริษัทต่อคณะกรรมการบริษัท

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้บริษัทไม่สามารถดำเนินงานในลักษณะเดิมตามภาวะปกติได้ บริษัทได้จัดตั้งคณะทำงานบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในการกิจหลักหรืองานกลุ่มธุรกิจที่สำคัญได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ แม้เกิดภาวะวิกฤต ประกอบด้วย

1 Authorized BCP Activator หรือผู้ประกาศใช้แผน BCP ทำหน้าที่พิจารณาสถานการณ์เพื่อตัดสินใจและออกคำสั่งใช้/ยกเลิกแผน BCP

2 Crisis Management Team (CMT) หรือคณะผู้บริหารวิกฤตการณ์ ทำหน้าที่บริหารจัดการเหตุภาวะวิกฤตหรือภัยพิบัติ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ จนกว่าภาวะวิกฤตหรือเหตุฉุกเฉินจะผ่านพ้นไป

3 Crisis Communication หรือผู้ทำหน้าที่สื่อสารองค์กรในภาวะวิกฤต ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สถานการณ์ไปยังผู้เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ ซึ่งครอบคลุมทั้งการสื่อสารภายในองค์กรให้แก่พนักงานในกลุ่มบริษัทและภายนอกองค์กรเป็นการสื่อสารถึงผู้มีส่วนได้เสียของกลุ่มบริษัท เช่น ลูกค้า Vendor/Supplier และชาวไร่ เป็นต้น

4 Incident Response Team (IRT) หรือคณะทำงานระงับเหตุ ทำหน้าที่ระงับเหตุเบื้องต้น ควบคุมและประสานงานในการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ให้ทิศทางการทำงานและความต้องการของทีมงานที่ตนเองรับผิดชอบและควบคุมการทำงานให้สามารถดำเนินงานสำเร็จตามแผนงานที่วางไว้

5 Recovery Team หรือคณะกอบกู้กระบวนการ ทำหน้าที่กู้กระบวนการทางธุรกิจให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องหรือสามารถกลับมาดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

บริษัทมีการจัดเตรียมทรัพยากรต่าง ๆ เช่น หน้ากากอนามัย เจลแอลกอฮอล์ การสร้างเครื่องกดเจลแอลกอฮอล์ และมีการฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในพื้นที่ส่วนกลางให้อย่างเพียงพอ รวมถึงบริษัทมีการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ IT และโปรแกรม Application ที่ใช้ในการทำงานออนไลน์ เพื่อให้การปฏิบัติงานในสถานการณ์ดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ถึงแม้ว่าบริษัทจะไม่สามารถดำเนินงานในลักษณะเดิมตามภาวะปกติได้ทั้งหมดในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 และภาครัฐมีประกาศ พ.ร.ก. ฉุกเฉิน รวมถึงมาตรการ Social Distancing แต่บริษัทก็ได้มีการปรับตัว ทบทวนแผนงานและมีแผนรองรับในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

- **ด้านการผลิต:** บริษัทมีแผนรองรับการผลิตน้ำตาลรีไฟน์ เช่น ปรับเวลาการเข้างานของพนักงานรายวัน หรือหากไม่ปรับเวลาการเข้างาน ก็จะมีแผนรองรับในส่วนการจัดหาที่พักภายในโรงงาน การเตรียมอาหารให้พนักงาน เป็นต้น
- **ด้านการขนส่ง:** นับได้ว่ากระทบกับบริษัทเพียงเล็กน้อย แต่บริษัทได้ปรับกระบวนการทำงานโดยให้เตรียมการนำสินค้าขึ้นรถไว้ให้เรียบร้อยในช่วงเคอร์ฟิว (เวลา 22.00-04.00 น.) และรถบรรทุกจะออกจากโรงงานเวลา 04.00 น. เป็นต้นไป
- **ด้านการจำหน่าย:** บริษัทยังสามารถจำหน่ายขนย้ายและส่งมอบให้ลูกค้าได้ในทุกพื้นที่ ประกอบกับกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายซึ่งยังมีการบริโภคสินค้าตามปกติ ดังนั้น ในส่วนลูกค้าในประเทศจึงไม่ได้รับผลกระทบที่ส่งผลต่อกระบวนการซื้อขายและการขนย้ายสินค้า ทำให้ยอดขายและรายได้ยังคงเป็นไปตามแผนงาน

- **ด้านสภาพคล่องและสถานะการเงินของบริษัท:**
บริษัทมีการปรับเปลี่ยนวงจรการชำระเงิน เพื่อเป็นการบริหารสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่บริษัทได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ดี สำหรับกลุ่มธุรกิจบรรจุกภัณฑ์จากซานอ้อยซึ่งได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสถานการณ์ดังกล่าว เนื่องจากเน้นการส่งออกกว่า 90% แต่บริษัทได้ปรับแผน โดยการเพิ่มสัดส่วนการขายในตลาดภายในประเทศมากขึ้น และเชื่อว่าหากสถานการณ์ COVID-19 คลี่คลายมากกว่านี้ โรงงานบรรจุกภัณฑ์ซานอ้อยจะสามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิตเช่นเดิม

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการบรรเทาและดูแลผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ของบริษัท ได้แก่

พนักงาน: บริษัทจัดให้มีกิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับไวรัส COVID-19 รวมถึงวิธีการป้องกันตัวเองให้กับพนักงานและครอบครัวพนักงาน โดยจัดทำโปสเตอร์รณรงค์ แผ่นพับ ติดบอร์ดประชาสัมพันธ์ และสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ อีกทั้งได้แจกหน้ากากอนามัยและเจลล้างมือแอลกอฮอล์ให้กับพนักงานและครอบครัวเพื่อเป็นการป้องกันและบรรเทาปัญหาหน้ากากอนามัยและเจลล้างมือราคาแพงและขาดแคลน

นอกจากนั้น ยังได้จัดตั้งจุดตรวจคัดกรองอย่างเข้มงวดก่อนเข้าพื้นที่ปฏิบัติงานทั้งการตรวจวัดไข้ ตรวจการใส่หน้ากากอนามัย และวางเจลแอลกอฮอล์ในจุดต่าง ๆ รวมทั้งรายงานสถานการณ์ COVID-19 ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด และมาตรการควบคุมให้ผู้บริหารและผู้จัดการแต่ละฝ่ายได้รับทราบเพื่อแจ้งความคืบหน้าแก่ทีมงาน โดยรายงานเป็นรายวัน และสรุปเป็นรายสัปดาห์และรายเดือน

ที่สำคัญ บริษัทยังคงจ้างงานและรักษานักงานไว้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องตามนโยบายการดูแลรักษาบุคลากร ทั้งนี้ บริษัทมีแผนด้านทรัพยากรบุคคลในการรองรับกรณีฉุกเฉินเพื่อให้เกิดการปฏิบัติอันดีในการดำเนินธุรกิจ และรองรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นกับบุคลากรภายในบริษัทโดยยึดหลักปฏิบัติตามแผนงานและปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายแรงงาน

ลูกค้า: บริษัทได้เตรียมแผนงานประเมิณยอดขาย/รายได้รองรับกรณีฉุกเฉินในแต่ละชั้น ในส่วนการปฏิบัติงานของฝ่ายขายในประเทศ ได้ติดตามและแจ้งความคืบหน้าสถานการณ์ รวมทั้งกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อขายและขนส่งน้ำตาลทั้งในจังหวัดและพื้นที่อื่น ๆ อีกทั้งยังได้จัดเตรียมพนักงานที่ทำงานที่ดูแลประสานงานในส่วนต่าง ๆ แต่ละแผนกในฝ่ายให้สามารถติดต่อได้กรณีเกิดเหตุขัดข้องในกระบวนการโดยสื่อสารผ่านทั้งช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโปรแกรมการใช้งานออนไลน์

สำหรับฝ่ายขายในประเทศได้ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทุกรายรับทราบและจัดเตรียมการประชุมเพื่อติดตามและรับมือสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นรายวัน/รายสัปดาห์เพื่อวางแผนและปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องตามสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งนี้ นโยบายและข้อปฏิบัติจากภาครัฐในส่วนสินค้าน้ำตาลที่มีความจำเป็นในการบริโภคยังสามารถจำหน่าย ขนย้าย ส่งมอบให้ลูกค้าได้ในทุกพื้นที่ ประกอบกับกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นร้านค้า และตัวแทนจำหน่ายซึ่งยังมีการบริโภคสินค้าตามปกติ ทั้งนี้ สำหรับในส่วนลูกค้าในประเทศไม่ได้รับผลกระทบทั้งในเรื่องกระบวนการซื้อขายและการขนย้ายสินค้า รวมทั้งยอดขายและรายได้ยังคงเป็นไปตามแผนงาน

มูลค่า: บริษัทจัดให้มีช่องทางการสื่อสารแนวปฏิบัติที่ร่วมกันในการติดต่อธุรกิจ โดยให้ความรู้เกี่ยวกับไวรัส COVID-19 และเปิดช่องทางพิเศษในการติดต่อสื่อสารหรือทำธุรกรรมแบบออนไลน์เพื่อหลีกเลี่ยงการพบปะ และเป็นวิธีการที่ดีในการติดต่อธุรกิจที่มีต้นทุนที่ต่ำ ทำให้ลูกค้าหรือคู่ค้าได้รับประโยชน์ทางด้านธุรกิจยิ่งขึ้น

ผู้ถือหุ้น: บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลและรายงานความคืบหน้าแก่ผู้ถือหุ้นได้รับทราบในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าบริษัทจะสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ซึ่งมีผลกระทบต่อบริษัททั้งในด้านทรัพยากรบุคคลและการดำเนินธุรกิจ โดยรายงานให้ทราบถึงการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และทีม Crisis Management เพื่อกำหนดแผนและติดตามตรวจสอบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและการบริหารจัดการในภาวะวิกฤต โดยได้มีการจัดทำแผนรองรับกรณีกระทบกับธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัททั้งในด้านการผลิต การขนส่ง และการจำหน่าย เป็นต้น รวมทั้งแผนงานที่เกี่ยวข้องในด้านทรัพยากรบุคคล และได้ออกมาตราการ Work From Home สำหรับพนักงานที่ประจำสำนักงานกรุงเทพฯ โดยได้เตรียมระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับการทำงานดังกล่าว นอกจากนี้ ด้วยความตระหนักและห่วงใยต่อความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของ COVID-19 และความปลอดภัยของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุม ตลอดจนคำนึงถึงความเท่าเทียมในการรับข้อมูลข่าวสารของผู้ถือหุ้น จึงจัดให้มีการถ่ายทอดสดการประชุม (Live Broadcast) ผ่านช่องทาง Facebook Live และจัดให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามล่วงหน้าก่อนการประชุมอีกด้วย

ชุมชนและสังคม: บริษัทยึดหลักแนว “การพัฒนาธุรกิจควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างความเจริญให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน” การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของน้ำตาลบุรีรัมย์เริ่มต้นจากภายในองค์กรและขยายออกสู่ชุมชนใกล้เคียงตลอดจนสังคมในระดับประเทศ ซึ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม 2563 บริษัทได้เฝ้าระวังการเกิดโรค ร่วมกับรพ.สต.หินเหล็กไฟ โดยลงพื้นที่มอบเจลล้างมือแอลกอฮอล์แบบไม่ต้องล้างออกให้กับโรงพยาบาลคูเมือง สถานีตำรวจภูธรคูเมือง สถานีตำรวจภูธรหินเหล็กไฟ และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหินเหล็กไฟ เพื่อเป็นส่วนช่วยป้องกันการแพร่เชื้อ COVID-19 รวมไปถึงบริษัท ชูการ์เคนโอเคแวย์จำกัด (SEW) ซึ่งอยู่ในกลุ่มบริษัท น้ำตาลบุรีรัมย์ จำกัด (มหาชน) ได้สนับสนุนบรรจุกัญชีชานอ้อยจำนวน 6,000 ชัน ให้แก่โรงพยาบาลบุรีรัมย์ เพื่อมอบให้กับทีมแพทย์นำไปใช้ประโยชน์

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้ทบทวนเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในระยะสั้น (ปี 2563-2564) โดยปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์โดยดำเนินการดังนี้

- **ชะลอการลงทุนโครงการต่าง ๆ** พร้อมทั้งปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัท โดยการโอนกิจการของบริษัทย่อย 2 แห่ง ซึ่งประกอบกิจการจัดหาวัตถุดิบสำหรับการผลิตน้ำตาลทราย รวมทั้งพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ เกี่ยวกับพันธุ์อ้อย ให้กับบริษัทย่อยอีกแห่งซึ่งประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทราย เนื่องจากดำเนินงานสอดคล้องกันและเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและภาระภาษีที่ไม่จำเป็นลง โดยได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการโอนกิจการทั้งหมด
- **ปรับแผนการชำระหนี้กับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน** โดยวางแผนให้สอดคล้องกับประมาณการรายรับ
- **ปรับแผนการตลาดของธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์จากชานอ้อย** จากเดิมเน้นการส่งออกกว่า 90% ซึ่งได้ปรับแผนการตลาดโดยเน้นการจำหน่ายภายในประเทศมากขึ้น รวมทั้งเน้นการผลิตสินค้าแบบ OEM
- สำหรับธุรกิจน้ำตาลและผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้ ปัจจุบันหลักคือ**การบริหารต้นทุน** ซึ่งได้รับผลกระทบในด้านราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นในการขนส่งสินค้า และด้วยภาวะเศรษฐกิจทำให้ราคาน้ำตาลในตลาดโลกตกต่ำและภาวะภัยแล้งจึงมุ่งเน้นในการลดต้นทุนการผลิตและการบริหารแทน



CFRESH

บริษัท ซีเฟรชอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.seafresh.com>

ธุรกิจหลัก

ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็ง
โดยมีการส่งออกสินค้าหลักส่วนใหญ่
ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง ได้แก่ Seafresh,
Sea Angel, Phoenix, Thai Chia, Go-Go
และผลิตภายใต้แบรนด์ของลูกค้า

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทได้ มีการกำหนดแนวทางการติดตาม
สถานการณ์แพร่ระบาด COVID-19 อย่างใกล้ชิด โดยได้
มีการสำรวจและร่วมประชุมกับผู้บริหารระดับสูงของทุก
ฝ่ายงาน เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทมีการเตรียมความพร้อม
และมีความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ได้อย่าง
มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่าง
รุนแรง บริษัทได้กำหนด**มาตรการป้องกันการแพร่
ระบาด**เพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้มีส่วนได้เสีย
โดยเฉพาะกับพนักงานของบริษัท รวมถึงผลกระทบที่อาจ
เกิดขึ้นต่อการดำเนินงานของบริษัท โดยได้มีการกำหนด
แนวทางปฏิบัติดังต่อไปนี้



- งดเดินทางไปยังประเทศที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของ COVID-19
- กรณีมีความจำเป็นต้องเดินทางไปยังประเทศกลุ่มเสี่ยง จะต้องแจ้งเหตุผลหรือความจำเป็นดังกล่าวต่อผู้บังคับบัญชาตามสายงานเพื่อขออนุมัติ และเมื่อกลับจากประเทศกลุ่มเสี่ยงที่มีการแพร่ระบาด ต้องหยุดงานเพื่อกักตัวดูอาการ 14 วัน
- งดหรือเลื่อนการนัดหมายกับลูกค้าหรือบุคคลที่เดินทางจากประเทศกลุ่มเสี่ยงที่มีการแพร่ระบาด หากมีความจำเป็นหลีกเลี่ยงไม่ได้ให้สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่มีการประชุมหรือพูดคุย
- หากพบว่าตนเองมีอาการป่วย เป็นไข้ หรือมีอาการเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ ต้องไปพบแพทย์โดยทันที และแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาและผู้จัดการฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลทราบ
- หมั่นล้างมือให้สะอาด รักษาสุขภาพอนามัยของตนเอง และใส่หน้ากากอนามัยขณะปฏิบัติงานตลอดเวลา

นอกจากนี้ บริษัทยังได้กำหนดมาตรการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยสำหรับผู้ที่มาติดต่อกับบริษัท รวมถึงให้งดหรือเลื่อนและดำเนินการใด ๆ ในพื้นที่ภายในบริษัททั้งสำนักงานกรุงเทพฯ และสำนักงานชุมพร รวมถึงในการปฏิบัติตัวของพนักงานภายในสำนักงานนั้น บริษัทได้กำหนดให้มีการเว้นระยะห่างสำหรับการนั่งทำงานระหว่างพนักงาน เว้นระยะห่างในการพูดคุย ไม่อนุญาตให้รับประทานอาหารร่วมกัน และอนุญาตให้พนักงานสามารถรับประทานอาหารในที่ทำงานของตนเอง

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทมีการบริหารจัดการและเตรียมความพร้อมในด้านทรัพยากรและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น โดยจัดเตรียมคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook) สำหรับพนักงานที่ทำงานที่บ้าน รวมถึงจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยและอาชีวอนามัยให้กับพนักงาน เช่น หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ แอลกอฮอล์ เป็นต้น

บริษัทมีการปรับตัวและทบทวนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น

① ด้านกระบวนการผลิต บริษัทไม่ได้รับผลกระทบใด ๆ สามารถดำเนินงานได้ตามปกติ แต่มีมาตรการในการดูแลความปลอดภัยพนักงานที่รัดกุมขึ้น

② ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ มีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าโดยสั่งอาหารผ่านการใช้บริการ Online Food Delivery – Grab Food, GET และ LINE MAN ให้แก่ลูกค้าภายในประเทศ

③ ด้านการขนส่ง ในกรณีที่พนักงานมีหน้าที่รับผิดชอบในการขนส่งสินค้าหรือวัตถุดิบในช่วงเวลาเคอร์ฟิวตามที่ พ.ร.ก.ฉุกเฉินกำหนด บริษัทได้มีการจัดเตรียมเอกสารหลักฐานรับรองการปฏิบัติงานให้กับพนักงานท่านนั้น เพื่อแสดงตนกับเจ้าหน้าที่ในช่วงเวลาดังกล่าว

④ ด้านการสื่อสาร บริษัทได้กำหนดรูปแบบการสื่อสารกับลูกค้าและลูกค้าผ่านทางการประชุมทางโทรศัพท์หรือออนไลน์

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้มีแนวทางการดำเนินงานซึ่งครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง 5 กลุ่ม ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น ชุมชนและสังคม ดังนี้

พนักงาน: บริษัทมีการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นและบริหารจัดการผลกระทบสำหรับพนักงานของบริษัท เช่น การทำประกันภัย COVID-19 ให้กับพนักงานทุกคน จัดให้มีการตรวจคัดกรองพนักงานและผู้มาติดต่อ จัดให้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารสองทางกับพนักงาน และมาตรการรองรับที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการในสถานที่ทำงาน

ลูกค้า: บริษัทได้ปรับช่องทางการเข้าถึงลูกค้า การขาย การบริการ และการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การให้บริการสั่งซื้อสินค้า

ผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านทาง Facebook Seafresh Shop หรือบริการสั่งอาหารผ่าน Food Delivery ผ่าน Food Application เช่น Grab Food, Food Panda, Line Man เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังมี Official Line ของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าหรือติดต่อกับบริษัทได้โดยตรง รวมทั้งมีบริการจัดส่งสินค้าไปยังปลายทางที่ลูกค้าต้องการ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า อีกทั้งบริษัทได้สนับสนุนอุปกรณ์ในการป้องกันการแพร่ระบาด COVID-19 ให้กับลูกค้าด้วย

ผู้ถือหุ้น: บริษัทมีการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันแพร่ระบาดตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด เช่น การคัดกรองผู้ถือหุ้นที่มาเข้าร่วมการประชุมก่อนเข้าห้องประชุม จัดเตรียมเจลล้างมือไว้บริเวณทางเข้าห้องประชุม ทุกคนจะต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา รวมทั้งจัดที่นั่งของผู้มาประชุมโดยเว้นระยะห่างกันตามมาตรการ Social Distancing เป็นต้น

ชุมชนและสังคม บริษัทจัดดำเนินกิจกรรมทางด้าน CSR โรงเรียนบ้านหัวถนน จังหวัดชุมพร เพื่อให้ความรู้แก่นักเรียนและผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการป้องกัน COVID-19

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อรับมือด้าน “ยอดขาย” และ “New Normal” ซึ่งเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่าน Online มากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้าเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะเป็นการขายผ่านหน้าร้าน “Seafresh Outlet” พนักงานขายและช่องทางออนไลน์ รวมทั้งสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขายสินค้าและบริการที่หลากหลายมากขึ้น



CM

บริษัท เชียงใหม่ฟรozenฟู้ดส์ จำกัด(มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.cmfrozen.com>

ธุรกิจหลัก

ผลิตและส่งออก ผักแปรรูปแช่แข็ง
เช่น ถั่วแระแช่แข็ง ถั่วกระแช่แข็ง ข้าวโพดหวานแช่แข็ง
ข้าวโพดฝักอ่อนแช่แข็ง และ ผักผสมแช่แข็ง เป็นต้น

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์และติดตามข่าวสารเรื่องการระบาด COVID-19 อย่างใกล้ชิด เนื่องจากธุรกิจของบริษัทเกี่ยวข้องกับอาหาร ดังนั้น **ความปลอดภัยทางอาหาร**ถือเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อ **การดำเนินงานของบริษัท** ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีมาตรฐานเรื่องความปลอดภัยของอาหารในระดับสูงอยู่แล้ว แต่บริษัทยังคงให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวอย่างเข้มข้น รวมถึงการดูแลสุขอนามัยของพนักงานอย่างเข้มงวดมาตลอด



บริษัทได้ศึกษาแนวทางจากประกาศของกรมควบคุมโรคและกระทรวงสาธารณสุขมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ช่วงต้นของการระบาด เพื่อนำมาปรับใช้และประกาศเป็นมาตรการป้องกันและเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของบริษัท เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563 เพื่อยกระดับความเข้มข้นของระเบียบในการปฏิบัติงานและเฝ้าระวังของพนักงานในทุกระดับ โดยกำหนดสาระสำคัญ เรื่องการขอความร่วมมืองดเว้นการเดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยง มาตรการการหยุดงาน การกักตัวของพนักงานที่เดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยง ระเบียบปฏิบัติเรื่องการทำงานในพื้นที่สำนักงานที่ต้องมีการเว้นระยะห่าง สวมหน้ากากอนามัย การตรวจวัดไข้ก่อนเข้าพื้นที่ เป็นต้น

คณะกรรมการบริหารและฝ่ายผู้บริหารของบริษัท ได้มีการประชุมเพื่อประเมินผลกระทบต่อการดำเนินงาน เช่น การเปลี่ยนแปลงกำลังการผลิตจากอัตรากำลังพลที่อาจขาดหายไปจากแรงงานต่างด้าวที่ต้องกลับถิ่นฐาน ผลกระทบต่อยอดขายต่างประเทศและในประเทศ และได้รายงานให้คณะกรรมการบริษัทได้รับทราบความคืบหน้า

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหาร ได้มีส่วนร่วมในการพิจารณากำหนดมาตรการการทำงานในช่วง COVID-19 และติดตามการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด โดยให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลเป็นผู้ดูแลและจัดการทรัพยากรที่จำเป็น เช่น หน้ากากอนามัยสำหรับพนักงาน และผู้มาติดต่อ เพิ่มจุดให้บริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ เครื่องวัดอุณหภูมิก่อนการเข้างาน เป็นต้น

นอกจากนี้ คณะผู้บริหารได้มีการประชุมร่วมกัน เพื่อทบทวนการปรับตัวในการดำเนินงาน เช่น การปรับอัตรากำลังพลในสายการผลิต การจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบริการอิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดการเดินทางและการสัมผัสของพนักงาน รวมถึงวิธีการรับชำระค่าสินค้าจากต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่ต้อง Work From Home

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่

พนักงานและครอบครัว: บริษัทได้เพิ่มมาตรการการดูแลสุขอนามัยของพนักงาน เช่น จัดหาหน้ากากอนามัยให้บางส่วน เพิ่มจุดบริการเจลแอลกอฮอล์เพื่อทำความสะอาด เป็นต้น

ลูกค้า: บริษัทได้ขยายระยะเวลาการให้วงเงินเครดิตในช่วง COVID-19 กับลูกค้าที่ได้รับผลกระทบโดยตรง รวมถึงการเปลี่ยนวิธีการรับชำระเงินค่าสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ต้อง Work From Home และประสบปัญหากับการติดต่อธนาคาร

ผู้ถือหุ้น: บริษัทพิจารณาเลื่อนการประชุมผู้ถือหุ้นออกไป เนื่องจากขณะนั้นประเทศไทยยังอยู่ในช่วง Lockdown และเมื่อสถานการณ์ดีขึ้นบริษัทได้จัดการประชุมผู้ถือหุ้นโดยดำเนินการตามมาตรการ Social Distancing และมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดอื่น ๆ ตามที่กรมควบคุมโรคกำหนด

ชุมชนและสังคม: บริษัทมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและสังคมจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ด้วยการจัดหาชุด PPE และเสื้อกาวน์พนักงานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของโรงพยาบาลในชุมชน เช่น โรงพยาบาลสันทราย โรงพยาบาลนครพิงค์ โรงพยาบาลสันกำแพง และโรงพยาบาลแม่แตง เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีการประเมินระยะเวลาฟื้นตัวไว้เบื้องต้น แต่เนื่องจากสถานการณ์การระบาดมีความผันผวนสูง รวมถึงจำนวนการติดเชื้อทั่วโลกที่ยังไม่ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการติดตามสถานการณ์ดังกล่าวอย่างใกล้ชิดเพื่อนำมาวิเคราะห์ New Normal ของอุตสาหกรรมและนำมาพิจารณากำหนดการดำเนินงานของบริษัทเพื่อเป็นมาตรฐานใหม่ต่อไป



CPF

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.cpfworldwide.com>

ธุรกิจหลัก

ประกอบธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร
ที่จำแนกธุรกิจหลักตามลักษณะของผลิตภัณฑ์
ออกเป็น 3 ประเภท คือ

- 1 ธุรกิจอาหารสัตว์ (Feed) ได้แก่ การผลิตและ
จำหน่ายอาหารสัตว์
- 2 ธุรกิจเลี้ยงสัตว์-แปรรูป (Farm-Processing) ได้แก่
การเพาะพันธุ์สัตว์ การเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า และ
การแปรรูปเนื้อสัตว์ชิ้นพื้นฐาน
- 3 ธุรกิจอาหาร (Food) ได้แก่ การผลิตเนื้อสัตว์
แปรรูปกึ่งปรุงสุกและปรุงสุก
และการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป
หรืออาหารพร้อมรับประทาน
รวมถึงกิจการค้าปลีกอาหาร
และร้านอาหาร

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทวางแนวทางการจัดการภาวะวิกฤตภายใต้
แนวคิดและนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท
ประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ อาหารมั่นคง สังคมพึ่งตน
ดินน้ำป่าคงอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนของ
สหประชาชาติ ดังนั้น เมื่อเกิดวิกฤต COVID-19 บริษัท
จึงสามารถใช้ศักยภาพในการรับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
ได้อย่างทันก่วงที่ รวมถึงมีแนวทางการปรับตัวเพื่อ
บรรเทาผลกระทบ ตลอดจนดูแลช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสีย
อย่างเหมาะสม โดยเน้นหนักที่ความยั่งยืนด้าน “อาหาร
มั่นคง” เป็นสำคัญ

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์
COVID-19 ที่มีต่อการดำเนินงานและสุขภาวะอนามัย
ตลอดจนความปลอดภัยของพนักงานอย่างรวดเร็ว
และทันเหตุการณ์ โดยคณะกรรมการบริษัทและทีม
ผู้บริหารได้มีการประชุมหารือร่วมกันเพื่อรับมือกับ
สถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้น และได้ทำการจัดตั้ง
“ศูนย์อำนวยการโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19” ทันที และได้
แต่งตั้งผู้บริหารระดับ “ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ”
เป็นผู้อำนวยการศูนย์ฯ และให้ผู้บริหารสูงสุดของแต่ละ
หน่วยงานเป็นคณะทำงาน พร้อมตั้งศูนย์ย่อยอีก 26 จุด
เพื่อรับมือสถานการณ์และติดตามประเด็นอย่างใกล้ชิด
ขณะเดียวกันก็มีการจัดประชุมผ่าน VDO Conference ทุก
สัปดาห์



“ศูนย์อำนวยการโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19” ได้จัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบเพื่อติดตามการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันที่กำหนดโดยไม่แจ้งล่วงหน้า (Knock Door Audit) เพื่อความรัดกุม เข้มงวด อันส่งผลถึงประสิทธิภาพการป้องกันในระดับสูงสุด

บริษัทได้กำหนดมาตรการสำคัญเพื่อให้การบริหารจัดการธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุม 4 ประเด็น คือ

① ความมั่นคงทางด้านอาหาร: บริษัทต้องสามารถเดินสายพานการผลิตอาหารโดยไม่สะดุดเพื่อป้องกันอาหารขาดแคลน

② ระบบซัพพลายเชน และ Logistic: ประสานงานกับภาครัฐในการจัดการจราจร หากเกิดการ Lockdown ให้สามารถขนส่งดำเนินต่อไปได้ไม่หยุดชะงักทั้งรถขนส่งสัตว์เพื่อเข้าโรงฆ่าและหรือการขนส่งซอสและแพคเกจจิ้งอาหารเข้าสู่โรงงานผลิตอาหาร ฯลฯ

③ มาตรการป้องกันโรคในแต่ละขั้นตอน: บริษัทประกาศแนวทางปฏิบัติตัวของพนักงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนเตรียมความพร้อมด้านจัดซื้อแอลกอฮอล์และหน้ากากอนามัย รวมถึงการสั่งการพนักงาน

บางส่วนให้ Work From Home และกำหนดให้พนักงานที่เดินทางกลับจากประเทศกลุ่มเสี่ยงให้กักตัวเอง 14 วัน โดยไม่ถือเป็นวันลา

④ มาตรการเพิ่มเติมเพื่อสร้างความเชื่อมั่น: บริษัทได้ออกประกาศเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่พนักงาน โดยยืนยันว่าจะไม่มีการเลิกจ้างพนักงานจากสถานการณ์ COVID-19 แม้แต่คนเดียว

บริษัทยกระดับความปลอดภัยของพนักงานเข้าสู่ **ระดับสูงสุด** เพื่อป้องกันไม่ให้นักงานมีความเสี่ยงจากการติดเชื้อ ซึ่งนอกเหนือจากการปฏิบัติตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัดแล้วยังได้กำหนดมาตรการอื่น ๆ เช่น กำหนดจำนวนพนักงาน Work From Home และปฏิบัติงานที่สำนักงาน ติดตามตรวจสอบพนักงานที่กลับจากประเทศกลุ่มเสี่ยง/เข้าข่ายต้องกักตัว กำหนดแนวทางการดูแลสุขอนามัย/สุขภาพของพนักงาน รวมถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์และระบบ IT ให้พร้อมรองรับการทำงานที่บ้าน ทั้งนี้ ในส่วนของพนักงานในสายการผลิต บริษัทได้จัดรถรับส่งและดำเนินการตามหลักการ Social Distancing เว้นระยะห่างในการเดินทาง การรับประทานอาหาร การเหลื่อมเวลาทำงาน เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในการบริหารจัดการภาวะวิกฤตครั้งนี้ **ประธานคณะผู้บริหารของบริษัทมีการติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของแผนดำเนินการต่างๆ** ตลอดจนสนับสนุนทีมงานในการดำเนินงานช่วงภาวะวิกฤตดังกล่าวอย่างใกล้ชิด รวมถึงเป็นผู้นำในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างรอบด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นถึง**ความเป็นผู้นำในการช่วยเหลือสังคม** **ตอกย้ำความเป็น Good Corporate Citizen ขององค์กร**ได้อย่างชัดเจน

การที่บริษัทได้จัดตั้ง **“ศูนย์อำนวยการโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19”** เป็นทีมจัดการเฉพาะกิจทันทีที่เกิดสถานการณ์ช่วยให้การดำเนินงานและการตัดสินใจของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และได้กำหนดระยะเวลาในการติดตามสถานการณ์เป็นประจำทุกสัปดาห์ผ่านการประชุมของศูนย์อำนวยการฯ เพื่อติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและเพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจได้อย่างทันทั่วทั้งที่

นอกจากนี้ ศูนย์อำนวยการฯ ได้จัดทำระบบ Call Center ให้พนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใช้สื่อสารส่งคำถาม/คำตอบ เช่น ระบายความกังวลเกี่ยวกับเชื้อ COVID-19 การปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต เป็นต้น ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะรวบรวมเก็บในคลังข้อมูลและจัดทำเป็น**การจัดการความรู้ของ CPF หรือ “CPF Knowledge Management”**

บริษัทมีการจัดการและเตรียมทรัพยากรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น เช่น

- **ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** บริษัท ซีพีเอฟ ไอที เซ็นเตอร์ จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการอำนวยความสะดวกให้พนักงานสามารถทำงาน Work From Home เข้าถึงระบบสารสนเทศในบริษัทได้อย่างปลอดภัย วางระบบการประชุมผ่าน VDO Conference อย่างมีประสิทธิภาพ

- **ด้านการจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยและชีวอนามัย:** มีสำนักจัดซื้อเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อสุขอนามัยให้กับพนักงานทั่วทั้งองค์กรเช่น หน้ากากผ้า การจัดเตรียมเจลล้างมือ อุปกรณ์ทำความสะอาด เป็นต้น

- **ด้านทรัพยากรอื่น ๆ:** สำนักทรัพยากรบุคคลได้ทำงานร่วมกับหน่วยธุรกิจต่างๆ เช่น การจัดเตรียมที่พักชั่วคราวใกล้สถานประกอบการ การจัดเตรียมอาหาร การจัดเตรียมพาหนะรับส่ง เป็นต้น

บริษัทมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์วิกฤตครั้งนี้ ได้แก่

① ด้านการผลิตสินค้าและบริการ ปรับรูปแบบสินค้าและบริการ การปรับกระบวนการจัดหาวัตถุดิบและขั้นตอนการผลิตให้สอดคล้องตามมาตรการของรัฐและมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข

② ด้านการขนส่ง ปรับเปลี่ยนเส้นทางหรือช่วงเวลาในการขนส่ง เพื่อช่วยให้การขนส่งและการกระจายสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

③ ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและการให้บริการส่งถึงบ้าน ตลอดจนเพิ่มมาตรการดูแลสุขอนามัยของพนักงานและลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจ

④ ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงิน มีการทบทวนช่วงเวลาประกาศขายหุ้นกู้ ทบทวนแผนการลงทุนและเพิ่มความระมัดระวังมากขึ้น นอกจากนี้ยังปรับรูปแบบการประชุมผู้ถือหุ้นให้สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัย

ในช่วงภาวะวิกฤตบริษัทได้**กำหนดประเด็นสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก**อย่างชัดเจน เพื่อให้กระบวนการผลิตอาหารของบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่นและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น

- **กลุ่มพนักงาน:** สื่อสารผ่านฝ่ายทรัพยากรบุคคล และหัวหน้างาน เน้นหนักไปที่การสื่อสาร มาตรการป้องกันตัวเอง มาตรการที่บริษัทจัดให้ พนักงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการมาทำงาน นั้นจะปลอดภัยจากการติดเชื้อ รวมถึงมาตรการ ทำงานจากที่บ้านอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ ระบบงานต่างๆ สามารถดำเนินต่อไปได้เป็นปกติ เป็นต้น
- **กลุ่มลูกค้า:** สื่อสารอย่างใกล้ชิดกับทุกบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตอาหารของบริษัท เช่น โรงงานผลิตซอส โรงงานผลิตแพคเกจจิ้ง เป็นต้น เน้น ประเด็นการส่งมอบวัตถุดิบสำหรับผลิตอาหาร ไม่ให้เกิดการหยุดชะงัก
- **กลุ่มลูกค้า:** สื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “CP เคียงข้างคนไทย ผลิตอาหาร ปลอดภัย สู้ไปด้วยกัน” (<https://www.youtube.com/watch?v=gbtOn1eyP5k>) เพื่อสร้างความมั่นใจว่า ซีพีเอฟจะเดินสายการผลิตอาหาร ปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ไม่ให้เกิดการขาดแคลน รวมทั้ง มีการใช้ E-Commerce ให้ลูกค้าใช้สั่งซื้ออาหารได้อย่างปลอดภัย จัดส่งสินค้า Delivery ด้วย Ride Man ที่ได้รับการอบรมมาตรการความปลอดภัยในการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าเพื่อความปลอดภัยสูงสุด ตลอดจนลดการสัมผัสด้วยการจ่ายเงินผ่านระบบ True Wallet

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้มีการประเมินผลกระทบและจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัท ได้แก่

พนักงานและครอบครัว: บริษัทไม่มีการเลิกจ้างพนักงานจากเหตุผลของสถานการณ์ COVID-19 และขอประกัน COVID ให้แก่พนักงาน นอกจากนี้ ยังได้ให้การช่วย

เหลือนด้านการเงินหรือปัจจัย 4 เช่น มอบอาหารแก่พนักงาน กลุ่มเสี่ยงที่กักตัวอยู่บ้าน มอบเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำสำหรับพนักงานที่ครอบครัวได้รับผลกระทบ ให้ทุนการศึกษาสำหรับบุตรของพนักงาน เป็นต้น

ลูกค้า: บริษัทได้ประกาศให้ร้านซีพีเฟรชมาร์ท เป็นสถานีเงินสดโดยนำไข่ไก่มาจำหน่ายในราคาปกติให้แก่ลูกค้าประชาชน ในช่วงประกาศ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน ประชาชนเกิดการซื้อไข่ไก่ ส่งผลกระทบต่อ Demand/Supply ทำให้ประชาชนซื้อไข่ไก่ยากกว่าปกติ

ลูกค้า: บริษัทไม่ลดคำสั่งซื้อกับลูกค้าแต่ได้เพิ่มการสั่งซื้อสินค้าในบางหมวดหมู่ รวมถึงช่วยเหลือลูกค้าด้วยการอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งของลูกค้าช่วงเคอร์ฟิว

ผู้ถือหุ้น: บริษัทจัดประชุมผู้ถือหุ้นตามข้อกำหนดของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ตลอดจนมีช่องทางรับฟังความเห็นและสื่อสารแนวทางการบริหารความเสี่ยงและรับมือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ทั้ง Online และ Offline นอกจากนี้ ยังปรับปรุงแบบการประชุมผู้ถือหุ้นให้สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัยด้วย

ชุมชนและสังคม: บริษัทเป็นภาคธุรกิจรายแรก ๆ ที่มีส่วนช่วยเหลือประชาชน ชุมชนและสังคมจากสถานการณ์ COVID-19 เป็นระยะ ๆ ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เช่น

- “โครงการส่งอาหารจากใจ ร่วมต้านภัยโควิด-19” สนับสนุนมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข ส่งอาหารให้กับผู้กักตนเองที่บ้านเพื่อจิตใจให้อยู่บ้าน หยุดเชื้อ ช่วยชาติ จำนวน 20,000 คน และส่งมอบอาหารให้แก่บุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลของรัฐที่ให้การดูแลรักษาผู้ป่วย COVID-19 จำนวน 200 แห่งทั่วประเทศ และ “โครงการซีพีเอฟส่งอาหารจากใจให้ทีมหมอและครอบครัว” จำนวน 20,000 ครอบครัว รวมถึงเป็นตัวกลางในการจัดส่งอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้แก่โรงพยาบาลต่าง ๆ

- โครงการ “คูปองส่วนลดจากใจให้ อสม. #ฮีโร่ที่ลืมไม่ได้” จำนวน 1 ล้านใบ เพื่อใช้เป็นส่วนลดพิเศษที่ร้านซีพีเฟรชมาร์ท ให้แก่ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่ปฏิบัติงานสนับสนุนการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19
- ร่วมกับกองทัพภาคที่ 1 จัดโครงการ “กองทัพภาคที่ 1 ร่วมกับ CPF ส่งอาหารคุณภาพจากใจ...สู่ชุมชน” บรรเทาความเดือดร้อนด้านอาหารแก่ประชาชน 22 ชุมชน รวม 8,499ครัวเรือน ในเขตคลองเตย
- ประสานงานกับกระทรวงพาณิชย์ เพื่อสร้างเสถียรภาพราคาในฐานะผู้นำโดยประกาศไม่ขึ้นราคาสินค้าในช่วงวิกฤต COVID-19 พร้อมทั้งจัดแคมเปญ “ลดจริง..ไม่ทิ้งกัน ช่วยค่าครองชีพ” ในร้านซีพีเฟรชมาร์ท โดยลดราคาข้าวกล่องเหลือเพียงกล่องละ 20 บาท จำนวน 1 ล้านกล่อง เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าครองชีพของคนไทยในช่วงวิกฤตนี้
- ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และหน่วยงานภาครัฐอีกหลายแห่ง นำรถ CPF Food Truck เข้าแจกจ่ายอาหารให้กับชุมชนในกรุงเทพมหานครกว่า 100 ชุมชน ในโครงการ CPF มอบอาหารปลอดภัย จากใจสู่ชุมชน นำอาหารอุ่นร้อนพร้อมทานไปบรรเทาความเดือดร้อนด้านอาหารแก่พี่น้องประชาชน รวมถึงคนขับรถแท็กซี่และวินมอเตอร์ไซด์ เป็นต้น
- บริจาคมอบอาหารสด อาหารพร้อมทาน อาหารแช่แข็ง น้ำดื่ม ตลอดจนของใช้จำเป็น ให้แก่หน่วยงาน องค์กร วัด โรงเรียน และภาคส่วนต่าง ๆ ทั่วประเทศไทยและในหลายประเทศที่ซีพีเอฟลงทุนหรือมีสำนักงานการค้าอยู่ เช่น เวียดนาม กัมพูชา สปป.ลาว ฟิลิปปินส์ ตุรกี สหรัฐอเมริกา รัสเซีย เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

ธุรกิจอาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ด้วยมาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัยที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกผนวกกับการเตรียมความพร้อมรับมือวิกฤต COVID-19 ได้อย่างครบถ้วน รอบด้าน และทันการณ์ ทำให้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ในครั้งนี้มากนัก อย่างไรก็ตาม วิกฤตครั้งนี้ได้ส่งผลให้เกิด New Normal ของประชาชนและลูกค้าของบริษัท ซึ่งบริษัทได้กำหนดแนวทางธุรกิจในการเตรียมตัวเข้าสู่ New Normal เช่น การที่ประชาชนนิยมสั่งอาหารผ่าน E-Commerce ทำให้การเดลิเวอรี่อาหารมีการเติบโตที่สูงขึ้น บริษัทจึงต้องพัฒนา Software การสั่งซื้อสินค้า ระบบการจ่ายเงินที่ต้องง่าย และมีประสิทธิภาพ ปลอดภัย รวมถึงระบบ Logistic ที่ต้องจัดส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคด้วยความรวดเร็ว ตรงเวลา และรักษาอุณหภูมิ ตลอดจนรักษาคุณภาพของอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าประชาชนนิยมอยู่บ้านและทำกิจกรรมปรุงอาหารเพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทพัฒนาโมเดลธุรกิจ “ร้านซีพีเฟรชมาร์ท” โดยเพิ่มกลุ่มสินค้าของสดเข้าเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดของร้าน ควบคู่ไปกับการยกระดับร้านซีพีเฟรชมาร์ทปกติให้เป็นซูเปอร์มาร์เก็ต โดยรวมแห่งอาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมทาน ผักสด ผลไม้ ที่มาพร้อมบริการส่งตรงถึงบ้าน อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคใน New Normal นี้ให้ได้มากที่สุด รวมถึงได้ปรับรูปแบบสู่ Mall Supermarket เพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าช้อปปิ้งอาหารในร้าน Five Star และร้าน Star Coffee โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปศูนย์การค้า เพื่อหลีกเลี่ยงการรวมกลุ่มกับคนหมู่มากอีกด้วย เป็นต้น

GFPT

บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / ธุรกิจการเกษตร

<https://www.gfpt.co.th/>

ธุรกิจหลัก

ประกอบธุรกิจการเกษตรครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่
ธุรกิจอาหารสัตว์ ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ปuyaพันธุ์
ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ
ธุรกิจชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่
โดยผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ อาหารสัตว์บก
อาหารสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่
รวมถึงเนื้อไก่สด อาหารแปรรูปจากเนื้อไก่
และอาหารปรุงสุกพร้อมรับประทาน
จำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19
คณะกรรมการบริษัทมีการประชุมหารือเพื่อติดตาม
สถานการณ์ COVID-19 อย่างใกล้ชิด เพื่อวางแผนและ
จัดการผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความปลอดภัย
และสุขภาวะอนามัยของพนักงานเป็นสำคัญ

บริษัทได้มีการดำเนินการป้องกันความเสี่ยงของ
การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ตามมาตรการของ
กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และกฎหมาย
ที่เกี่ยวข้อง เช่น มีการคัดกรองโดยการตรวจวัดอุณหภูมิ
ทางด้านหน้าของบริษัท ให้ทุกคนสวมหน้ากากอนามัย
ตลอดเวลาที่อยู่ในอาคาร กำหนดจำนวนคนในการใช้ลิฟต์
ตั้งแอลกอฮอล์เจลตามจุดต่าง ๆ กำหนดจำนวนที่นั่ง
ของพนักงานในแต่ละชั้น ปรับเวลาทำงานเพื่อลดความ
หนาแน่นของพนักงาน เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทได้มีการ
ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และวิธีการป้องกัน
ตนเองจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งการปฏิบัติ
ในสถานที่ทำงานและในพื้นที่สาธารณะ



สถานการณ์วิกฤต COVID-19 ที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ ทำให้ลูกค้าจากประเทศญี่ปุ่นและลูกค้าในประเทศแถบยุโรป รวมถึงลูกค้าหลักจากประเทศอังกฤษที่มีผู้ติดเชื้อจำนวนมากได้ลดจำนวนยอดการสั่งซื้อไปบางส่วน ซึ่งประเมินว่าทำให้รายได้ในปีนี้อาจลดลงเล็กน้อย หรือใกล้เคียงกับปีก่อน (ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2562 สัดส่วนการส่งออกในประเทศญี่ปุ่นประมาณ 39% ในยุโรปประมาณ 30% ในจีน 23% ส่วนอีก 8% เป็นประเทศอื่น ๆ เช่น ประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น)

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

การบริหารจัดการวิกฤตในครั้งนี้ บริษัทได้ประกาศกฎระเบียบต่าง ๆ ในการเข้าทุกพื้นที่ของบริษัทแก่พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยอ้างอิงตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขและองค์การอนามัยโลก โดยมีการดูแลระบบรักษาความสะอาดของสถานประกอบการ เช่น ฝ่ายการผลิตมีการตรวจวัดพนักงานที่เข้มงวดมากขึ้น โดยให้เฉพาะพนักงานที่เกี่ยวข้องเข้าถึงในส่วนของการผลิต และ

ในส่วนของการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า มีการทำความสะอาดรถขนส่งสินค้าและให้พนักงานมีการสวมหน้ากากอนามัย และถุงมือตลอดเวลาในระหว่างขนส่งสินค้า

ในกรณีที่มีลูกค้าและผู้ที่มาติดต่อกับบริษัทจะต้องปฏิบัติตามมาตรการของบริษัทเพื่อเป็นการลดการแพร่ระบาดของ COVID-19 อีกทั้งมีการจัดเตรียมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีทีม IT Support เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานออนไลน์ในกรณีจำเป็น นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการตามมาตรการ Social Distancing โดยมีการปรับเวลาเข้างาน เวลาพักรับประทานอาหารเพื่อเป็นการลดความหนาแน่นของพนักงานและมีการกำหนดระยะห่างเพื่อลดโอกาสในการสัมผัสกัน

บริษัทได้มีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และวิธีการป้องกันตนเองจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งการปฏิบัติในสถานที่ทำงานและในพื้นที่สาธารณะ อีกทั้งได้ให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 และมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไป และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีแนวทางการจัดการแก่ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด COVID-19 ได้แก่

พนักงาน: บริษัทดูแลสุขอนามัยของพนักงาน เช่น มีการคัดกรองโดยการตรวจวัดอุณหภูมิทางด้านหน้าของบริษัท มีแอลกอฮอล์เจลบริการตามจุดต่าง ๆ มีการกำหนดจำนวนคนในการใช้ลิฟต์ และมีการกำหนดจำนวนของพนักงานที่นั่งทำงานในแต่ละชั้นเพื่อลดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาด COVID-19

ผู้ถือหุ้น: บริษัทมีการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นในช่วงระยะแรกของการแพร่ระบาด COVID-19 โดยขอให้ผู้ถือหุ้นพิจารณาופןแทนแก่กรรมการอิสระแทนการเข้าร่วมประชุมด้วยตนเองเพื่อรักษาสิทธิของผู้ถือหุ้นและลดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาด COVID-19 ทั้งนี้ หากผู้ถือหุ้นประสงค์จะเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง บริษัทได้กำหนดมาตรการและแนวปฏิบัติในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น

ชุมชนและสังคม: บริษัทจัดตั้งตู้ปันสุขเพื่อมอบสิ่งของให้ชุมชนใกล้เคียงที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 และมีการบริจาคเงินให้แก่มูลนิธิต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนเครื่องมือทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยติดเชื้อไวรัส COVID-19

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้มีการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการขายในประเทศโดยเริ่มมาขายสินค้าในรูปแบบออนไลน์ และดีลิเวอรี่ จากเดิมที่จะเน้นส่งออกเนื้อไก่ อกไก่ ปีกไก่ เพียงอย่างเดียว เนื่องจากมองว่า**พฤติกรรมผู้บริโภค** **ต่อนี้จะเปลี่ยนแปลงไป** รวมถึงให้ความสำคัญกับ**คุณภาพและความปลอดภัยทางด้านอาหาร** จึงมีมาตรการในการประกันคุณภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในสินค้าให้แก่ลูกค้าและผู้บริโภค นอกจากนี้ มีแผน**การขยายธุรกิจแบบ Organic Growth** โดยเน้นขยายกำลังการผลิตเนื้อไก่แปรรูปและการเลี้ยงไก่เนื้อทั้งวงจรเพื่อเป็นรากฐานสำหรับการขยายธุรกิจในอนาคต อีกทั้งยังมีติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างใกล้ชิด และทบทวนเป้าหมายเพื่อพัฒนาธุรกิจในอนาคต

HAADTHIP



HTC

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.haadthip.com>

ธุรกิจหลัก

ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำอัดลมซึ่งได้รับลิขสิทธิ์จากโคคา-โคลา คัมปะนี (ประเทศสหรัฐอเมริกา) เมืองแอตแลนต้า มลรัฐจอร์เจีย ให้ผลิตและจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า โคคา-โคลา เฟนต้า สไปรท์ และผลิตภัณฑ์อื่นที่โคคา-โคลา คัมปะนี เป็นเจ้าของ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้บีบีคิ เบด เครื่องดื่มอควาเรียม และน้ำดื่มน้ำทิพย์ มีขอบเขตการผลิตเพื่อจำหน่ายเฉพาะใน 14 จังหวัดภาคใต้

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลกอย่างรวดเร็ว บริษัทจึงมีการประชุมระดับผู้บริหารของกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทย เมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ ผ่านระบบ Video Conference และพิจารณากำหนดมาตรการ รวมทั้งข้อกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด ดังต่อไปนี้

- ประกาศมาตรการป้องกันและเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของ COVID-19 และระเบียบปฏิบัติ เรื่องการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในสถานประกอบการ รวมถึงจัดตั้งสายด่วน Hotline หาดทิพย์ 24 ชั่วโมง ให้คำปรึกษาแก่พนักงานเพื่อให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันก่วงที่



- **ติดตามและปฏิบัติตามมาตรฐานสูงสุดของกระทรวงสาธารณสุข** และได้จัดระบบการคัดกรองจัดซื้อเครื่องวัดอุณหภูมิที่มีประสิทธิภาพเพื่อคัดกรองทั้งบุคคลภายนอกและพนักงานของบริษัท พร้อมทั้งจัดให้มีแอลกอฮอล์แบบเจลและแบบน้ำ หน้ากากอนามัย จัดสถานที่ตามหลักเกณฑ์เว้นระยะห่าง 1-2 เมตร พร้อมทั้งเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดพื้นที่ทำงานที่มีจุดสัมผัสทุก 2 ชั่วโมง และจัดทำสื่อความรู้เกี่ยวกับการแพร่ระบาดให้แก่พนักงาน

- **ส่งหนังสือขอความร่วมมือผู้รับเหมาและคู่ค้า** เรื่อง ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 และจัดทำแบบสอบถามเพื่อคัดกรองผู้มาติดต่อรวมถึงผู้รับเหมา (ภาษาไทย อังกฤษ และพม่า)

- **ประกาศแนวปฏิบัติในการงดการเดินทางต่างประเทศ** และคำแนะนำการเดินทางภายในประเทศให้กับพนักงาน พร้อมทั้งติดตามและมีการยกระดับแนวปฏิบัติโดยยึดตามประกาศของรัฐบาลเป็นหลัก

- **จัดตั้งศูนย์ข้อมูลส่วนกลางและศูนย์ข้อมูลโรงงานและสาขา** เพื่อรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เพื่อให้ฝ่ายบริหารสามารถบริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อดำเนินการช่วยเหลือหรือติดตามได้อย่างใกล้ชิด

- **ประกาศคำสั่ง เรื่อง ข้อกำหนดและแนวปฏิบัติการปฏิบัติงานจากบ้าน (Work Form Home)** และสนับสนุนค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับการทำงานของพนักงาน พร้อมทั้งสนับสนุนอุปกรณ์ IT และ Application ที่เกี่ยวข้อง

- **แต่งตั้ง “คณะกรรมการบริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)”** ประกอบด้วย คณะกรรมการ 6 ด้าน (Work Stream) และกำหนดให้มีการประชุมประจำทุกสัปดาห์เพื่อติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

- **เลื่อนการจัดกิจกรรมที่เป็นการรวมตัวของคนจำนวนมากออกไป** จนกว่าสถานการณ์ของโรคระบาดจะคลี่คลาย

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทดำเนินงานตามแผนความต่อเนื่องของธุรกิจ ในภาวะฉุกเฉิน (Business Continuity Plan: BCP) และแต่งตั้ง “คณะกรรมการบริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)” ในเดือนมีนาคม 2563 เพื่อทำหน้าที่ติดตามสถานการณ์และกำหนดมาตรการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส เพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานและการบริหารกิจการของบริษัทอันอาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วยคณะกรรมการ 6 ด้าน ดังนี้

① คณะกรรมการด้านความปลอดภัยและการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Safety & Engagement) มีหน้าที่กำหนดแนวปฏิบัติเพื่อเป็นมาตรการป้องกัน และให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อหลีกเลี่ยงการติดเชื้อ

② คณะกรรมการด้านการให้ความช่วยเหลือลูกค้า สังคมและชุมชน (Support our Customers and Communities) มีหน้าที่ให้การช่วยเหลือลูกค้า สังคม และชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้ผ่านวิกฤตการณ์นี้

③ คณะกรรมการด้านการสื่อสารภายในและภายนอก (Continual Communication and Situation Update) มีหน้าที่ติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาด การรายงานจากภาครัฐบาล และทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลทั้งภายในและภายนอกอย่างถูกต้อง

④ คณะกรรมการด้านการตลาดและการปรับแผนการตลาด (Marketing and Commercial Initiatives revision) มีหน้าที่ปรับแผนการตลาดให้เหมาะสมกับภาวะการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

⑤ คณะกรรมการด้านความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและแผนเผชิญเหตุ (Business continuity and contingency plans) มีหน้าที่ดำเนินการและบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

⑥ คณะกรรมการด้านผลกระทบด้านการเงิน (Financial impact scenarios) มีหน้าที่คาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในด้านผลกำไรและกระแสเงินสด รวมทั้งเสนอมาตรการเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้น

โดยคณะกรรมการดังกล่าวมีการประชุมเพื่อติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดทุกสัปดาห์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ บริษัทยังได้ดำเนินงานตามแผนความต่อเนื่องของธุรกิจในภาวะฉุกเฉิน (Business Continuity Plan-BCP) โดยกำหนดมาตรการที่สำคัญเพื่อรับมือต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้แก่

ด้านการผลิตและบริการ: บริษัทดำเนินการปรับแผนช่องทางการจำหน่ายและปรับขนาดของบรรจุภัณฑ์ตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ลดความถี่ในการออกจากบ้าน ดังนี้

- เน้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบขนาดใหญ่ (Large Pack Sizes) สำหรับการบริโภคในครัวเรือน (Home Consumption) และการเตรียมไว้เพื่อการบริโภคในครัวเรือน (Home Stock Up)
- สร้างความมั่นใจว่าสินค้าผลิตภัณฑ์แพ็คเกจขนาดใหญ่และน้ำดื่ม เพื่อการบริโภคในครัวเรือนและการกักตุนมีเพียงพอในช่องทางที่สะดวกแก่ผู้ซื้อ เช่น ช่องทาง Hypermarket/Supermarket Convenient Stores รวมทั้งการสั่งซื้อทางออนไลน์ผ่าน Food Aggregator และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ตลอดจนร้านค้าย่อยในชุมชน
- เพิ่มการส่งเสริมทางการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และส่งสินค้าถึงบ้าน (Telesales)

บริษัทมีการติดตามความต้องการที่ปรับเปลี่ยนไป เพื่อบริษัทจะได้ปรับช่องทางการขายและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทัน ท่วงที นอกจากนี้ บริษัทได้ประเมินและติดตามการปฏิบัติงานของคู่ค้าหลัก รวมถึงการส่งมอบวัตถุดิบจากต้นทาง ของคู่ค้าจนถึงโรงงานลูกค้า เพื่อให้เกิดความมั่นใจใน ความปลอดภัยช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งมอบวัตถุดิบให้ลูกค้า

ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของบริษัท

ผลกระทบต่อแหล่งเงินทุนและสภาพคล่องที่ใช้ดำเนินงาน

- แหล่งเงินทุนและต้นทุนทางการเงินของบริษัท ยังคงเหมือนเดิม โดยปกติบริษัทได้มีการติดต่อ สื่อสารและมีการประสานงานกับธนาคารพาณิชย์ ที่ให้สินเชื่ออยู่เป็นระยะ และได้รับแจ้งข้อเสนอ Soft Loan โดยไม่คิดดอกเบี้ยเป็นเวลา 6 เดือน ตามโครงการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งบริษัทอาจเลือกเพิ่มขยายวงเงินดังกล่าว เพื่อสำรองไว้ใช้เมื่อมีความจำเป็นเท่านั้น
- บริษัทยังคงมีสภาพคล่องและสถานะทางการเงิน และมีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยให้กับ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ค่าภาษีสรรพสามิต เป็นต้น ได้ตามสถานการณ์ ปกติ โดยไม่ได้เลื่อนการจ่ายชำระตามโครงการ ช่วยเหลือจากรัฐบาล

ผลกระทบต่อทางการเงิน

- มูลค่าทรัพย์สินที่แสดงในงบการเงิน ณ ปัจจุบัน ยังไม่เห็นแนวโน้มว่าได้รับผลกระทบอย่างมีนัย สำคัญ ทั้งนี้ สำหรับลูกหนี้พบว่าแม้บริษัทจะมี กลุ่มลูกค้าในช่องทางการขายระบบ Traditional Trade (ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 28% ของปริมาณขาย ทั้งหมด) ที่หยุดกิจการชั่วคราวตามมาตรการ Lockdown ก็ตาม แต่สัดส่วนการชำระเงินของ ช่องทางนี้ส่วนใหญ่ 98% เป็นการชำระเงินสด มีเพียง 2% เท่านั้นที่บริษัทให้เครดิตเทอม จึง คาดการณ์ว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทมากนัก

- บริษัทประมาณการว่าจะมีโอกาสที่บริษัทจะ เพิ่มภาระผูกพันในอนาคต (Contingence Liabilities) อยู่ในระดับที่ต่ำ

จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ด้วยความพร้อม ในการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงอย่างทันท่วงทีของ บริษัท ทำให้สถานการณ์การระบาดของเชื้อ COVID-19 ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบบัญชีและการจัดทำงบการเงิน รวมไปถึงประสิทธิภาพของระบบการควบคุมภายใน

บริษัทได้มีการสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายใน และภายนอก ดังนี้

การสื่อสารภายใน: บริษัทสื่อสารกับพนักงาน ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสรุปสถานการณ์ประจำวัน (Daily Update) และให้ความรู้เพื่อสร้างความตระหนัก ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ผ่าน ช่องทางต่าง ๆ ของบริษัท เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ภายใน กลุ่มไลน์ (Line) อีเมล Hotline อย่าง ต่อเนื่องเพื่อให้พนักงานได้ตระหนักและไม่ละเลยกับการ ใช้ชีวิตประจำวัน อีกทั้งได้จัดกิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย ความเครียด โดยจัดกิจกรรมให้พนักงานแชร์ไอเดีย “อะไร คือสิ่งที่เราสร้างสรรค์ได้ในช่วง COVID-19” และส่งเข้ามา ประกวดเพื่อรับรางวัลที่จัดเตรียมไว้ นอกจากนี้ CEO ได้แสดงความห่วงใยพนักงานและครอบครัวของพนักงาน ผ่าน “สารจาก CEO” มาอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

การสื่อสารภายนอก: บริษัทได้แจ้งเรื่องผลกระทบจาก COVID-19 เช่น แจ้งสถานะทางการเงินของบริษัทให้กับผู้ถือหุ้นทราบผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์ฯ แจ้งลูกค้าและผู้ประกอบการได้ทราบถึงมาตรการการป้องกันและควบคุมการติดเชื้อ COVID-19 ซึ่งบริษัทได้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อลดการแพร่เชื้อ รวมถึงบริษัทได้เปิดตัวภาพยนตร์สั้นออนไลน์ชุดพิเศษ ชื่อว่า “For the Human Race” เพื่อนำเสนอการร่วมแรงร่วมใจและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 เพื่อสร้างความหวัง ปลั่งบวก และความสามัคคีของคนจากทุกมุมโลก และเปิดตัว VTR “ได้ก-หาดทิพย์ เป็นกำลังใจ...สู้ภัยโควิด-19” ผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทเพื่อเป็นกำลังใจ สร้างปลั่งบวก ให้ผู้มีส่วนได้เสียผ่านพ้นภัยนี้ไปด้วยกันอย่างดีที่สุดและเร็วที่สุด

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้บรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน ดังนี้

พนักงานและครอบครัว: เน้นเรื่องความปลอดภัยของพนักงานเป็นสำคัญ และได้จัดแต่งตั้ง “คณะกรรมการด้านความปลอดภัยและการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Safety & Engagement)” เพื่อกำหนดแนวปฏิบัติ มาตรการป้องกันและให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อหลีกเลี่ยงการติดเชื้อ อีกทั้งได้มีการบรรเทาและลดผลกระทบให้แก่พนักงานและครอบครัวทั้งในเรื่องการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยและการช่วยเหลือด้านการเงิน เช่น ค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับการทำงานของพนักงาน มอบถุงยังชีพให้พนักงานสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จ่ายโบนัสระหว่างกลางเป็นกรณีพิเศษในอัตรา 1 เดือนให้พนักงาน จัดอาหารกลางวันให้กับพนักงาน ช่วยเหลือค่าใช้จ่ายในการตรวจเชื้อ COVID-19 และจ่ายเงินเดือนให้พนักงาน 100% ในกรณีที่พนักงานต้องกักตัว รวมถึงมีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลส่วนกลางเพื่อทำหน้าที่สื่อสาร ติดตามข่าวสาร และให้คำปรึกษาแก่พนักงานเพื่อให้การช่วยเหลือได้อย่างทันการณ์

ลูกค้า: บริษัทได้ให้การช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ในหลายรูปแบบ เช่น พิจารณาขยายเวลาการผ่อนชำระหนี้คงค้างให้กับลูกค้า รับคืนสต็อกสินค้า/การรับคืนสินค้าอายุ จัดรายการส่งเสริมการขายแก่ร้านค้าเพื่อให้ร้านค้ามีต้นทุนลดลง สนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลให้แก่ร้านค้า/ลูกค้า เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาระบบการชำระเงิน โดยนำระบบ E-Banking สำหรับชำระเงินหรือการชำระหนี้ค่าสินค้าและบริการ เพื่อลดการสัมผัสและสนับสนุนให้ร้านค้ามีระบบการชำระเงินที่สะดวกสบายมากขึ้น

ผู้ถือหุ้น: บริษัทเลื่อนการประชุมผู้ถือหุ้นออกไปจากกำหนดการเดิม ทั้งนี้ บริษัทได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเลื่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563

ชุมชนและสังคม: บริษัทส่งมอบอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลและผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่หน่วยงานและบุคลากรทางสาธารณสุข ได้แก่ โรงพยาบาล ศูนย์โรงพยาบาลประจำจังหวัด โรงพยาบาลประจำอำเภอ โรงพยาบาลสนาม และขยายเพิ่มเติมไปถึงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานภาคสนาม เช่น ทหาร ตำรวจ ด่านตรวจคัดกรอง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด รวมไปถึงสถานสงเคราะห์เด็ก คนชรา และผู้พิการในพื้นที่ภาคใต้ รวมถึงกลุ่มอนุรักษ์ฯ โดยได้ส่งมอบผลิตภัณฑ์ เช่น ไม้กวาด พ่นด้า สไปร์ท์ น้ำดื่ม น้ำทิพย์ น้ำแร่ธรรมชาติ 100% บอนอควา มากกว่า 346,000 ขวด และอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล เช่น หน้ากากอนามัย N95 500 ชิ้น หน้ากากอนามัยแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง หน้ากากอนามัยแบบผ้า มากกว่า 88,000 ชิ้น หน้ากาก Face Shield มากกว่า 17,000 ชิ้น ที่คล้องสายหน้ากากอนามัย 5,000 ชิ้น ที่ผลิตโดยพนักงานหาดทิพย์ แอลกอฮอล์แบบน้ำและแบบเจล มากกว่า 31,000 ชิ้น และวิตามินซี 5,200 ซอง

นอกจากนี้ โคคา-โคล่า ได้มอบเงินสนับสนุนจากมูลนิธิโคคา-โคล่า สหรัฐอเมริกาให้มูลนิธิชัยพัฒนาเป็นเงิน 12 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนภารกิจการช่วยเหลือหน่วยงานและบุคลากรทางสาธารณสุขของ “กองทุนชัยพัฒนาสู้ภัยโควิด 19 (และโรคระบาดต่างๆ)” อันเนื่องมาจากพระราชดำริของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์ และหลังจากที่รัฐบาลได้เริ่มผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 และกลุ่มธุรกิจโคคา-โคล่าในประเทศไทยได้ร่วมสนับสนุนมอบเงินสมทบอีก 25 ล้านบาท จากการหยุดโฆษณาบนสื่อโทรทัศน์และสื่อดิจิทัลของแบรนด์ในประเทศไทยเป็นการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 23 มีนาคมที่ผ่านมา ซึ่งมูลนิธิชัยพัฒนาได้จัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์ต่าง ๆ เช่น ห้องตรวจเชื้อความดันลบแบบเคลื่อนที่และแคปซูลความดันลบ (Isolation Room/Isolation Chamber) หุ่นยนต์ปันโต และกระจกสื่อสารทางไกล ฯลฯ ให้แก่โรงพยาบาลต่าง ๆ โดยบริษัทเป็นผู้แทนกลุ่มธุรกิจโคคา-โคล่า ในประเทศไทยสนับสนุนด้านการขนส่งไปยังโรงพยาบาล 11 แห่งในภาคใต้

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

จากสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ บริษัทได้ทบทวนการดำเนินงาน เป้าหมายและแผนงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

① การดูแลพนักงาน

บริษัทมีมาตรการในการปกป้องดูแลพนักงาน โดยยังคงรักษามาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของ **การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)** โดยพิจารณาจัดทำอุปกรณ์ที่กั้นระหว่างโต๊ะทำงานสำหรับพนักงานที่มีโต๊ะทำงานติดกัน กำหนดเส้นทางเดิน การตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าทำงานในแต่ละวัน กำหนดให้พนักงานใส่หน้ากากอนามัยและล้างมือด้วยเจลฆ่าเชื้อเพื่อดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาปรับใช้ในการทำงาน เช่น การประชุมทางออนไลน์ การส่งเอกสารและแบ่งปันข้อมูลงานต่าง ๆ ผ่านทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น **เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ที่เราเรียกว่า “วิถีชีวิตใหม่” (New Normal)**

② การกำหนดและแต่งตั้งทีมกำกับดูแล

บริษัทมีการกำหนดและแต่งตั้งทีมกำกับดูแล **ชัดเจนในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงาน** เพื่อการสื่อสารและการตัดสินใจร่วมกันทั้งในระดับหน่วยงานและภูมิภาคสาขา เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องในสถานการณ์ที่จำเป็นและสำคัญ รวมถึงช่วยให้บริษัทมีความพร้อมในการปฏิบัติงานอย่างมีระบบและมีแบบแผน

③ การปรับรูปแบบการขายผ่านช่องทางออนไลน์

จากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ที่ทำให้รูปแบบการขายออนไลน์มีอิทธิพลมากขึ้นสำหรับหลาย ๆ ประเภทธุรกิจ บริษัทจึงได้มีการ **ปรับช่องทางการขายให้เป็นไปในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น** เช่น การขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มของบริษัท ผ่านทาง Grab food, Lineman หรือ foodpanda เป็นต้น

④ การประเมินความเสี่ยง

บริษัทกำหนดแผนการ **ประเมินความเสี่ยงทั้งในเรื่องของการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19** ที่อาจกลับมา มีผลกระทบอีกครั้ง และ **วางแผนรองรับทั้งในระยะสั้นและระยะยาว** รวมถึงการประเมินความเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศเพื่อกำหนดมาตรการทางกลยุทธ์ธุรกิจให้มีความเหมาะสมและมั่นคง

MINT

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<https://www.minor.com/>

ธุรกิจหลัก

เป็นผู้ดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ
ธุรกิจโรงแรม ซึ่งรวมถึงโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัย
เพื่อขาย โครงการพักผ่อนแบบบั้นส่วนเวลา
และให้เข้าศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์
ธุรกิจบันเทิง และธุรกิจจัดจำหน่าย

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงต้นของการแพร่ระบาด COVID-19 บริษัท
ได้มีการกำหนดแผนงานยุทธศาสตร์ (Strategic Roadmap)
เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทันที โดยแบ่งออกเป็น
3 ระยะ ได้แก่

- ระยะที่ 1: การจัดการกับเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ
สำคัญในทันที (Address Immediate Priority)
เช่น การกำหนดแนวทางการดูแลสุขอนามัย/
สุขภาพของพนักงาน การบริหารสภาพคล่อง
และกระแสเงินสด การทดสอบภาวะวิกฤต
(Stress Test) การควบคุมค่าใช้จ่าย รวมถึงการ
จัดการฐานะทางการเงิน เป็นต้น



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

- **ระยะที่ 2: การเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการฟื้นตัวของอุปสงค์ (Prepare for Medium-term Rebound)** เช่น การวิเคราะห์สถานการณ์หลายรูปแบบ (Scenario Analysis) อย่างต่อเนื่อง การสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ การปรับโครงสร้างค่าใช้จ่าย การวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง และการกำหนดโครงสร้างแรงงานใหม่ เป็นต้น
- **ระยะที่ 3: การปรับแผนระยะยาวสำหรับวิถีชีวิตแบบใหม่ (Plan for Longer-term New Normal Post COVID-19)** เช่น การระบุพฤติกรรมและกระแสดความต้องการของผู้บริโภคที่จะเปลี่ยนแปลงไป เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนหรือคิดค้นธุรกิจในรูปแบบใหม่และการวางแผนการทำงานของพนักงานให้เหมาะสมกับแต่ละหน้าที่เพื่อความปลอดภัยของสุขอนามัยของพนักงาน และเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ารับบริการด้วยเช่นกัน

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Oversight Committee) ของบริษัทได้จัดตั้ง**ทีมบริหารจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management Team)** เพื่อให้รับมือกับการเปลี่ยนแปลงในภาวะวิกฤต COVID-19 ได้อย่างทันการณ์ ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากทุกหน่วยธุรกิจและหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง โดยทีมงานมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและทำงานร่วมกับผู้บริหารระดับสูงเพื่อดำเนินการตัดสินใจอย่างเด็ดขาดในช่วงเวลาที่ท้าทายและทำการสื่อสารเกี่ยวกับข้อปฏิบัติและกิจกรรมให้กับทุกหน่วยธุรกิจ รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้อง ทั้งพนักงาน เจ้าหนี้ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า และผู้ร่วมค้าได้ทราบ

บริษัทมีการวางแผนกลยุทธ์ทั้งในระหว่างและภายหลังการเกิดการระบาดของ COVID-19 โดยให้ความสำคัญกับ**การอยู่รอด การรักษาเสถียรภาพ การเติบโต** ดังนั้น สิ่งสำคัญอันดับแรกของบริษัทจึงประกอบด้วยทั้งปัจจัยทางการเงินและด้านอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงปัจจัยทางด้านสุขภาพและความปลอดภัย การบริหารจัดการเพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นต้น

บริษัทมีนโยบายให้พนักงานทำงานจากบ้าน เพื่อปกป้องสุขภาพของพนักงานโดยมีการเตรียมอุปกรณ์ IT ที่จำเป็นต่อการทำงานและโปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อสารกับหัวหน้างานและทีมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ สำหรับพนักงานที่จำเป็นต้องเข้าสำนักงาน บริษัทมีแนวทางให้กำหนดจำนวนคนและกำหนดวันสำหรับพนักงานให้สลับเข้ามาทำงานที่สำนักงาน รวมถึงมีการทำความสะอาดสำนักงานด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ การจัดเตรียมอุปกรณ์วัดไข้และสเปรย์แอลกอฮอล์ล้างมือ และเน้นย้ำให้พนักงานทุกคนสวมหน้ากากอนามัยระหว่างอยู่ในสำนักงาน

ทั้งนี้ บริษัทมีการสื่อสารกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น การออกอีเมลรายสัปดาห์เพื่อแจ้งข้อมูลปัจจุบันและแนวทางในการจัดการปัญหาของบริษัท รวมถึงช่องทางติดต่อแผนกบุคคลเพื่อพูดคุยหาหรือหากพนักงานรู้สึกเครียดหรือซึมเศร้าจากสถานการณ์ COVID-19 และการทำงานจากที่บ้าน เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทใช้เว็บไซต์ของบริษัทเพื่อสื่อสารข้อมูลปัจจุบันและแนวทางการบริหารจัดการของบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก รวมถึงมีการออกเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบริษัท เช่น ผลกระทบจาก COVID-19 ต่อธุรกิจ การรายงานผลการดำเนินงานและแผนธุรกิจในช่วงฟื้นตัวจากวิกฤต COVID-19 การนำเสนอกรณีศึกษาจากธุรกิจของบริษัทในประเทศจีน เป็นต้น

บริษัทยังมีการปรับตัวในการทำธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ได้แก่

1 การปรับแผนการลงทุนและการเงิน บริษัทมุ่งเน้นกับการรักษากระแสเงินสดและสภาพคล่องให้เพียงพอต่อการดำเนินงานในอนาคต โดยมีแผนการระดมทุนแบบเบ็ดเสร็จจำนวน 2.4 หมื่นล้านบาท ผ่านการออกตราสารต่าง ๆ ซึ่งบริษัทประสบความสำเร็จในการเสนอขายหุ้นกู้ที่มีลักษณะคล้ายหุ้นจำนวน 300 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 9.5 พันล้านบาท ในขณะที่เดียวกัน บริษัทได้ทำการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนโดยการจัดสรรให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนจำนวน 9.6 พันล้านบาท และ

กำลังดำเนินการออกไปสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญอีกจำนวน 5 พันล้านบาท ทั้งนี้ แผนการระดมทุนดังกล่าวจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับงบดุลด้วย

นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินมาตรการลดต้นทุนในทุกหน่วยธุรกิจและฝ่ายงานสนับสนุนทั้งหมดในทุกภูมิภาคทั่วโลกเพื่อลดผลกระทบที่ส่งผลกระทบต่อรายได้และผลกำไร ซึ่งผลจากมาตรการลดต้นทุนอย่างเข้มงวดดังกล่าว ช่วยให้บริษัทสามารถลดจุดคุ้มทุนและลดระยะเวลาการคุ้มทุน อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมุ่งมั่นในการลดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเพื่อให้มั่นใจถึงความสำเร็จอย่างต่อเนื่องของธุรกิจของบริษัท

2 ปรับรูปแบบการจ่ายสินค้าและการให้บริการ
ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในช่วงนั้น ๆ ได้แก่

• **ธุรกิจอาหาร** เพื่อให้เป็นไปตามประกาศ Lockdown ของรัฐบาลในช่วงไตรมาสที่ 2 บริษัทได้ดำเนินการปิดสาขาร้านอาหารแบบนั่งทานเต็มรูปแบบและเน้นไปให้บริการจัดส่งอาหารผ่านบริการ 112 Delivery และการซื้อกลับบ้านแทน โดยมีการใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อสื่อสารแคมเปญการตลาดต่าง ๆ และสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขภาพของลูกค้าผ่านโปรแกรม Zero Touch Delivery ซึ่งพนักงานจะจัดส่งอาหารแบบเว้นระยะห่างและลดการสัมผัสในช่วงเดือนพฤษภาคมเป็นต้นมา และบริษัทเริ่มกลับมาเปิดให้บริการสาขาร้านอาหารแบบนั่งทานทั้งร้านอาหารแบบ Stand Alone และร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม และในช่วงเดือนมิถุนายนที่ผ่านมาได้มีการผ่อนคลายมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม ร้านอาหารจึงเริ่มรับลูกค้าจำนวนมากขึ้นเนื่องจากสามารถจัดสรรพื้นที่ภายในร้านได้ดีขึ้น แต่ยังคงมีการรักษามาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยอย่างเข้มงวด

- **ธุรกิจโรงแรม** บริษัทมีการปิดโรงแรมในประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ ซึ่งเป็นมาตรการระยะสั้นเพื่อช่วยหยุดการระบาดของโรคและช่วยป้องกันสุขภาพของแขกผู้เข้าพักในโรงแรมและพนักงาน พร้อมกับเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงาน โดยตั้งแต่ช่วงกลางเดือนกรกฎาคม 2563 โรงแรม 370 แห่งจากทั้งหมด 535 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 69 ของโรงแรมทั้งหมดของบริษัทได้กลับมาเปิดให้บริการภายใต้แนวทางความปลอดภัยและการดำเนินการแบบ New Normal ซึ่งพนักงานทุกคนจะผ่านขั้นตอนการตรวจวัดอุณหภูมิ การใส่หน้ากากอนามัยตลอดระยะเวลาทำงาน และการฝึกอบรมด้านการปกป้องสุขอนามัยของลูกค้า โรงแรมเครืออนันตราเปิดตัวโครงการ Stay with Peace of Mind ซึ่งครอบคลุมการดูแลสุขภาพของลูกค้าตั้งแต่มาถึงจนออกจากโรงแรม ซึ่งโรงแรมจัดให้มีการวัดอุณหภูมิของลูกค้าทันทีที่เดินทางถึงโรงแรม การเว้นระยะห่างและไม่สัมผัสตัว การฆ่าเชื้อกระเป๋าเดินทางของลูกค้า การแจกหน้ากากอนามัยและสเปรย์แอลกอฮอล์ล้างมือ การทำความสะอาดห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางอย่างสม่ำเสมอด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ การจัดห้องอาหารให้มีการเว้นระยะระหว่างโต๊ะ การเสิร์ฟอาหารแบบ A la Carte และการเช็คเอาท์แบบดิจิทัลเพื่อลดการสัมผัสเพื่อปกป้องสุขภาพลูกค้าและสร้างความมั่นใจในตลาดที่ธุรกิจดำเนินการอยู่
- **ธุรกิจLawSalad** ได้รับผลกระทบจากการ Lockdown ห้างสรรพสินค้าที่มีร้านค้าของบริษัทต้องปิดชั่วคราว บริษัทจึงปรับวิธีการขายสินค้ามาเป็นการขายผ่านช่องทางออนไลน์และมีการไลฟ์แนะนำสินค้าบนโซเชียลมีเดีย รวมถึงเปลี่ยนไปมุ่งเน้นที่การผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือและน้ำยาทำความสะอาดอื่น ๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการมากขึ้นในช่วงสถานการณ์

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียหลาย ๆ กลุ่ม เริ่มจากชีวิตความเป็นอยู่ของ **พนักงาน**: นอกจากการดูแลในด้านสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานแล้ว บริษัทยังได้มีการจัดตั้งโครงการ “The Chairman’s Fund” โดยเสนอสินเชื่อปลอดดอกเบี้ยเพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือพนักงานที่ประสบปัญหาด้านการเงินอีกด้วย

ด้านการให้บริการกับ**ลูกค้า**: บริษัทให้ความสำคัญและใส่ใจกับการดูแลสุขภาพอนามัยของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง โดยมีการนำมาตรการป้องกัน COVID-19 มาใช้ในโรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า และห้างสรรพสินค้าที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่อย่างเคร่งครัด เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจและสบายใจในการใช้บริการ

ในด้านความสัมพันธ์กับ**คู่ค้า**: บริษัทมีการเจรจาและสื่อสารกับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยหาทางออกและหาวิธีการจัดการในภาวะวิกฤตที่เหมาะสมร่วมกัน

ในด้านการดูแล**ผู้ถือหุ้น**: บริษัทจัดการประชุมผู้ถือหุ้นและเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็นกับบริษัทในรูปแบบออนไลน์ ทั้งนี้ในช่วงภาวะวิกฤตบริษัทมีการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอเพื่อรายงานความคืบหน้าของธุรกิจและแผนการดำเนินงานในอนาคต พร้อมทั้งมีการออกเอกสารเผยแพร่ทางตลาดหลักทรัพย์เพื่ออธิบายผลกระทบของธุรกิจด้วยความโปร่งใส

นอกจากนี้ บริษัทยังคำนึงและให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือ**ชุมชนและสังคม**: บริษัทได้บริจาคอาหารและเครื่องใช้ที่จำเป็น เช่น เตียง ผ้าห่ม และถุงมือให้กับมูลนิธิการกุศลต่าง ๆ อีกทั้งแบรนด์อาหารหลายแบรนด์ เช่น ซิซซ์เลอร์ เดอะ พิชซ่า คอมปะนี แดรี่ ควีน และเบอร์เกอร์ คิง เป็นต้น ได้มอบอาหารให้กับทีมแพทย์พยาบาล และเจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาลทั่วประเทศไทย รวมถึงพนักงานของบริษัทยังได้อาสาเตรียมถุงยังชีพและปรุงอาหารสุกเพื่อนำไปบริจาคให้กับประชาชนในพื้นที่ชุมชนคลองเตย อีกทั้งโรงแรมของบริษัทบางแห่งในประเทศไทยและทวีปยุโรปได้ถูกนำมาใช้เพื่อรองรับการกักตัวของผู้เดินทาง การพักรักษาตัวของผู้ป่วยจากโรค COVID-19 บุคลากรทางการแพทย์ และผู้ที่จำเป็นต้องเดินทางท่ามกลางสถานการณ์การระบาดของ COVID-19

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้เตรียมความพร้อมเพื่อให้บริษัทอยู่ในฐานะที่จะได้รับประโยชน์เมื่อธุรกิจมีการฟื้นตัวในทุกกรณี นอกเหนือจากแผนระยะสั้นและระยะกลางที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น บริษัทอยู่ในระหว่างการปรับแผนระยะยาวสำหรับ **New Normal** ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งคาดการณ์ว่าภายหลังจากวิกฤตในครั้งนี้ **พฤติกรรมและกระแสนิยมความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจะเป็นกุญแจสำคัญในการปรับเปลี่ยนหรือคิดค้นธุรกิจแบบใหม่**

นอกจากนี้ บริษัทได้เปิดตัวโครงการ **“Business Beyond COVID”** เพื่อเตรียมรับมือกับ New Normal โดยมุ่งเน้นไปที่ข้อเท็จจริงของอุตสาหกรรมและการขับเคลื่อนของกลุ่มคู่แข่ง เช่น **ธุรกิจโรงแรม** บริษัทคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นในระยะยาว แต่มาตรฐานด้านสุขอนามัยในโรงแรมจะกลายมาเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก ทำให้บริษัทมีการจัดทำโครงการนี้ขึ้นในเครือโรงแรมต่าง ๆ เช่น Stay with Peace of Mind ของเครือโรงแรมอนันตรา และ AvaniSHEILD ของเครือโรงแรมอวานี เป็นต้น ซึ่งมุ่งหวังเพื่อสร้างความมั่นใจในกลุ่มลูกค้า รวมทั้งบริษัทจะให้ความสำคัญกับตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลผ่านโครงการ **“เราเที่ยวด้วยกัน”** ซึ่งคาดว่าจะช่วยผลักดันผลการดำเนินงานของโรงแรมในประเทศไทยในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2563

ในส่วนของ**ธุรกิจอาหาร** บริษัทเห็นว่าความสะอาดปลอดภัยของอาหารและชื่อเสียงที่แข็งแกร่งของแบรนด์จะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นสำหรับธุรกิจนี้ บริษัทจะยังคงให้ความสำคัญกับการให้บริการตามแนวทางด้านสุขอนามัยและเน้นการให้บริการจัดส่งอาหารผ่านบริการ 1112 Delivery แบบ Zero Touch Delivery

สำหรับของธุรกิจ**สินค้าไลฟ์สไตล์** บริษัทยังเน้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์ต่อไป และจะมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคเพื่อนำเสนอสินค้าและแคมเปญส่งเสริมการขายที่เหมาะสม

อย่างไรก็ดี บริษัทมีการมองหาธุรกิจเชิงรุกเพิ่มเติม เช่น ธุรกิจโรงแรมมีการผลักดันการจองโรงแรมแบบชำระเงินล่วงหน้า ธุรกิจร้านอาหารจะมีการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์และเพิ่มทางเลือกของเมนูอาหารที่ดีต่อสุขภาพให้มากขึ้น และใช้แผนการเพิ่มรายได้ (Revenue Driving Recovery Plan) ตามภูมิภาค ประเทศ และตลาดตามสถานการณ์ COVID-19 ที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

PM

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.premier-marketing.co.th>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ของใช้ส่วนตัวและของใช้ในครัวเรือน และมีบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าปลาเส้นและปลาแผ่น “ปลาสวรรค์คำไร้” ปลาถุงน้ำและอาหารทะเลสำเร็จรูป ผลิตและจำหน่ายซอสมะเขือเทศ ซอสพริก “ตราคิงส์ คิกเซ็น” อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง รวมถึงให้บริการห้องเย็น รวมถึงดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในการส่งเสริมการปลูกกาแฟอินทรีย์

การดำเนินการของธุรกิจเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทมีการวางแผนการตอบสนองต่อสถานการณ์ทั้งด้าน Prevention, Correction, Recovery และมีการกำหนดทีมงานและผู้รับผิดชอบทั้งระดับบริษัทและกลุ่มบริษัทตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงลงมา ซึ่งบริษัทได้มีการประชุมผู้บริหารกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ตั้งแต่ในช่วงแรกของการเกิดการแพร่ระบาดในประเทศ พร้อมทั้งออกมาตรการเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น มาตรการป้องกันพนักงานและสถานประกอบการ มาตรการรองรับกรณีมีการติดเชื้อในสถานที่ทำงาน มาตรการรองรับผลกระทบทางธุรกิจจากสถานการณ์ COVID-19 ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

นอกจากนี้ บริษัทได้มีมาตรการเพิ่มเติมเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโดยแบ่งกลุ่มพนักงานในหน่วยงานเพื่อปฏิบัติงานที่ทำงานหรือที่บ้าน พร้อมทั้งกำหนดแนวปฏิบัติต่าง ๆ เช่น จัดให้เหลื่อมเวลาการทำงาน และเวลาพัก มีการคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าอาคาร ตั้งเจลแอลกอฮอล์บริการตามจุด จัดที่นั่งทำงาน และรับประทานอาหารเว้นระยะห่างกัน การจัดประชุม/อบรม/สัมมนา/กิจกรรมต่าง ๆ การเดินทางข้ามจังหวัดและให้งดการเดินทางไปต่างประเทศ การเปิด/ปิดหน่วยงานและทำงาน เป็นต้น อีกทั้งบริษัทได้กำหนดมาตรการด้านการเผยแพร่ข้อมูลโดยขอให้พนักงานระมัดระวังไม่เผยแพร่ข้อมูลที่ไม่ได้ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล และเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงหรือข้อมูลในทางลบเกี่ยวกับการแพร่กระจายของ COVID-19

ผู้บริหารของบริษัทได้มีการจัดประชุมอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานและได้มีปรับแผนการดำเนินธุรกิจและการลงทุนให้เหมาะสมภายใต้สถานการณ์วิกฤตดังกล่าว พร้อมกันนี้ มีการจัดตั้งคณะทำงาน Emergency Business Continuity Responsibility เพื่อทำหน้าที่กำหนดมาตรการป้องกันควบคุม แก้ไข กู้คืนและฟื้นฟูบริษัทจากวิกฤตครั้งนี้ และมีคณะทำงานการป้องกันควบคุมการแพร่ระบาด COVID-19 เป็นทีมเฉพาะกิจที่บริษัทตั้งขึ้น โดยมีกรรมการผู้จัดการเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงและเป็นประธานคณะทำงานเพื่อช่วยในการดำเนินการและการตัดสินใจของบริษัท

บริษัทมีการทบทวนและปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ได้แก่

1 ด้านการผลิตสินค้าและบริการ มีการวางแผนในการสั่งวัตถุดิบในระยะยาวเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ สำหรับในส่วนของการผลิตนั้น บริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรการของการผลิตอาหารและเพิ่มมาตรการป้องกันสุขภาวะอนามัยกับพนักงาน แจกหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ มีการฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อโรคในบริเวณโรงงานเพิ่มมากขึ้น

② **ด้านการขนส่ง** ได้ปฏิบัติตาม พ.ร.ก. ฉุกเฉิน โดยได้ปรับเวลาการขนส่งให้สอดคล้องกับในขณะนั้น

③ **ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ** เพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าผ่านทาง Online: Shopee และ Lazada พร้อมทั้งเริ่มทดลองใช้ผ่าน Line Official : @Taro2u

④ **ด้านมาตรการทางการเงิน** บริษัทให้ความสำคัญในการช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบในห่วงโซ่อุปทานอย่างเต็มความสามารถโดยชำระหนี้คู่ค้าตามเงื่อนไขการค้าที่ตกลงไว้ และจัดสรรวงเงินทุนหมุนเวียนสำรองเพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนครั้งนี้

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้ยึดคุณค่าหลักและดูแลผู้มีส่วนได้เสียโดยแบ่งออกเป็น

พนักงาน: บริษัทมีการดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงานโดยจัดการสถานที่ทำงานให้มีระยะห่างอย่างน้อย 1.5-2.0 เมตร จัดให้มีการฉีดพ่นฆ่าเชื้อโรค ทำความสะอาดบริเวณจุดสัมผัส รวมถึงบริษัทจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานตามปกติและไม่มีการเลิกจ้าง อีกทั้งมีมาตรการช่วยเหลือพักชำระหนี้กับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทฯ โดยให้พักชำระคืนเงินต้นเป็นระยะเวลา 6 เดือน และพนักงานยังสามารถส่งค่าหุ้นรายเดือนชั่วคราวเพื่อช่วยเหลือสมาชิก

ลูกค้า: ในกรณีที่ลูกค้าขอยืดระยะเวลาการรับมอบสินค้าและ/หรือขอยืดเวลาการชำระหนี้ บริษัทจะหารือร่วมกับลูกค้าเพื่อทำความเข้าใจร่วมกันในการแก้ไขปัญหาตามความเหมาะสมโดยการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขหรือการยืดการชำระหนี้จะต้องถือปฏิบัติให้เป็นข้อยกเว้นเป็นกรณี ๆ ไปโดยพิจารณาจากความจำเป็นและความเหมาะสมที่สุดวิธี

คู่ค้า: บริษัทให้ความสำคัญและความจำเป็นต้องดูแลและให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบในห่วงโซ่อุปทานอย่างเต็มความสามารถโดยชำระหนี้คู่ค้าตามเงื่อนไขการค้าที่ตกลงไว้ และจัดสรรวงเงินทุนหมุนเวียนสำรองเพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนครั้งนี้

ผู้ถือหุ้น: จัดประชุมผู้ถือหุ้นโดยมีมาตรการควบคุมอย่างเข้มงวดตามที่หน่วยงานต่าง ๆ กำหนด

ชุมชนและสังคม: บริษัทได้จัดสรรเงินส่วนหนึ่งไปช่วยเหลือแพทย์ชนบทเพื่อต่อสู้กับโรคติดเชื้อ COVID-19 เพื่อนำไปซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ให้โรงพยาบาลในชนบทกว่า 700 แห่ง และได้จัดทำ Face Shield มอบให้กับโรงพยาบาลสิรินธร โรงพยาบาลลาดกระบัง และโรงพยาบาลพุทธโสธร นอกจากนี้ จัดทำถุงยังชีพมอบให้กับชุมชนวัดใหม่วิเชียร ชุมชนทับช้างล่างฝั่งธน และบริจาคร่วมกับรายการเรื่องเล่าเช้านี้ เพื่อไปแจกตามชุมชนต่าง ๆ

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้มีการประเมินผลกระทบและปรับแผนธุรกิจจากผลกระทบของ COVID-19 รวมถึงปรับแผนการลงทุนด้วย ซึ่งบริษัทมองว่าในตลาดกลุ่มขนมเบเกอรี่รวมถึงกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเป็นกลุ่มสินค้าที่ได้รับผลกระทบน้อยกว่ากลุ่มธุรกิจอื่น จึงเห็นแนวโน้มการฟื้นตัวที่ดีขึ้นในระยะที่ผ่านมา

บริษัทมีการปรับแผนการดำเนินธุรกิจ โดยในส่วน of **แผนระยะสั้น** บริษัทเน้นปรับแผนเพื่อผลักดันธุรกิจด้านออนไลน์ (E-Commerce) มากขึ้นทั้งตลาดในและต่างประเทศ รวมถึงมีแผนในการเพิ่มจำนวนการกระจายสินค้าไปยังร้านค้าต่าง ๆ มากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการซื้อสินค้าอีกด้วย สำหรับ **แผนระยะยาว** บริษัทมุ่งเน้นการเป็นสินค้ากลุ่มขนม อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพสูงเพื่อสุขภาพ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายทั้งด้านอายุ เพศ และการดำเนินชีวิตประจำวัน รวมถึงการร่วมมือกับคู่ค้า/ลูกค้า เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ



SFP

บริษัท อาหารสยาม จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.siamfood.co.th>

ธุรกิจหลัก

ผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดบรรจุกระป๋อง
ผลไม้รวมบรรจุกระป๋อง น้ำสับปะรดเข้มข้นบรรจุในถุง
ปลอดเชื้อ ผลไม้ตามฤดูกาล ภายใต้เครื่องหมายการค้า
ของลูกค้าในต่างประเทศ และภายใต้เครื่องหมายการค้า
ของบริษัท “SIAM FOOD”

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจาก
สถานการณ์วิกฤต COVID-19 ตั้งแต่เริ่มต้นของการระบาด
โดยคณะกรรมการได้มอบหมายให้กรรมการผู้จัดการ
ร่วมกับคณะผู้บริหารสำนักงานใหญ่และโรงงานทำการ
ประเมินความเสี่ยงและผลกระทบ ตลอดจนหาแนวทาง
การบรรเทาผลกระทบที่มีต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป
เช่น สับปะรดบรรจุกระป๋อง ผลไม้รวมบรรจุกระป๋อง
น้ำสับปะรดเข้มข้นบรรจุในถุงปลอดเชื้อ ผลไม้ตามฤดูกาล
 เป็นต้น ดังนั้น สุขภาพอนามัยและความปลอดภัยใน
กระบวนการดำเนินงานและผลิตภัณฑ์ ตลอดจนพนักงาน
และผู้บริหารจึงเป็นเรื่องที่บริษัทให้ความสำคัญ ซึ่งในระยะ
แรกของสถานการณ์ บริษัทได้มีการประเมินผลกระทบ
และกำหนดมาตรการออกมาเป็นระยะ ๆ โดยมีการปรับเปลี่ยน
ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ความรุนแรงของการระบาด
ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น แนวทางปฏิบัติตน
ของพนักงานและครอบครัวในภาวะการแพร่ระบาดของ
COVID-19 ขั้นตอนการดำเนินงานสุขภาพอนามัยและ
ความปลอดภัยของพนักงานขณะปฏิบัติหน้าที่ แนวทาง
ปฏิบัติสำหรับ Visitor หรือ Supplier ในการเข้าพื้นที่โรงงาน
การประเมินผลกระทบการส่งออกผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท
ประเมินความสามารถในการชำระเงินของลูกค้าแต่ละราย
และประเมินผลกระทบด้าน Logistic เป็นต้น



นอกจากนี้ ยังได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ ในด้านชีวอนามัยและความปลอดภัยเมื่อมีสัญญาณความรุนแรงมากขึ้น เช่น ให้พนักงานและครอบครัวที่เดินทางกลับจากต่างประเทศกลุ่มเสี่ยงต้องปฏิบัติงานที่บ้านเป็นเวลา 14 วัน การแบ่งกลุ่มพนักงาน Work From Home และปฏิบัติงานที่ทำงาน จัดเหลื่อมเวลาการทำงานและเวลาพักกลางวัน เพื่อลดความแออัดในการทำงานและเวลาพัก และการกำหนดมาตรการ Social Distancing เป็นต้น

บริษัทมีการคาดการณ์และประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นว่าจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ของบริษัท ได้แก่

① ด้าน Business Operation

- **การขาย:** จากการประกาศใช้มาตรการ Lockdown ในสหราชอาณาจักร ประเทศในยุโรป และประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของบริษัท ส่งผลกระทบต่อปริมาณคำสั่งซื้อของลูกค้า Catering และ Food & Service ลดลง และคาดว่าจะผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กสำหรับลูกค้า Retail อาจมีความต้องการที่มากขึ้น

② ด้าน Supply Chain

- **กระบวนการจัดซื้อ Supplier** อาจมีพนักงานติดเชื้อไวรัส ทำให้ไม่สามารถผลิตและจัดส่งวัตถุดิบให้แก่บริษัทได้ รวมไปถึงวัตถุดิบจากต่างประเทศที่ไม่สามารถนำเข้าได้จากมาตรการ Lockdown ของประเทศต่างๆ
- **การผลิต:** อาจจะมีพนักงานติดเชื้อไวรัสทำให้กระบวนการผลิตต้องหยุดชะงัก ไม่สามารถผลิตสินค้าเพื่อจัดส่งให้ลูกค้าได้ทันตามกำหนดส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในสินค้าได้
- **เทคโนโลยีสารสนเทศ:** ลูกค้า และ Supplier นำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้อย่างติดต่อกันมากขึ้น แทนการประชุมพบปะกัน และหากสถานการณ์มีความรุนแรงมากขึ้น อาจต้องให้พนักงานทำงานที่บ้าน
- **การขนส่ง:** อาจเกิดข้อจำกัดการขนส่งระหว่างจังหวัดภายในประเทศหรือระหว่างประเทศ ทำให้ไม่สามารถขนส่งวัตถุดิบหรือสินค้าไปยังลูกค้าได้

③ **ด้าน Financial Status** หากการแพร่ระบาดทั่วโลกยังมีอัตราเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเวลายาวนาน การทยอยประกาศใช้มาตรการ Lockdown มาตรการปิดพรมแดนของประเทศต่าง ๆ ทำให้บริษัทไม่สามารถดำเนินกิจการได้เป็นปกติหรือน้อยลง ธนาคารระมัดระวังการปล่อยเงินกู้มากขึ้น อาจกระทบกับกระแสเงินสดและสภาพคล่องของกิจการได้

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริหารได้มอบหมายให้กรรมการผู้จัดการมีอำนาจในการวางแผน กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด COVID-19 ขององค์กร พร้อมทั้งติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของแผนดำเนินการต่าง ๆ ตลอดจนสนับสนุนทีมงานให้สามารถดำเนินงานในช่วงภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด บริษัทมีการจัดการและเตรียมทรัพยากรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง เช่น **ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** ได้จัดเตรียมอุปกรณ์ IT Application ในการทำงานและการประชุม พร้อมทั้งจัดอบรมให้กับพนักงานและกำหนดทีม IT Support ให้ครอบคลุมทั้งองค์กร **ด้านความปลอดภัยและชีวอนามัย** ได้จัดเตรียมหน้ากากอนามัย เจลล้างมือ และเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดของสถานที่ทำงาน และพื้นที่ส่วนกลาง รวมทั้งมี Application แบบสำรวจเพื่อคัดกรองบุคคลภายนอกก่อนเข้ามาในบริษัท เป็นต้น

บริษัทใช้ช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมอบหมายแต่ละฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการสื่อสาร เช่น มอบหมายให้ **ฝ่ายบุคคลและธุรการ** เป็นศูนย์กลางในการสื่อสารข้อมูลประกาศ คำสั่ง รวมถึงการแจ้งประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย

กับพนักงานในองค์กร โดยเนื้อหาที่สื่อสารต้องได้รับความเห็นชอบจากกรรมการผู้จัดการ และมอบหมายให้ **ฝ่ายการตลาด** ทำหน้าที่ในการสื่อสารและสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการที่ปลอดภัยให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทจะมีการวางแผนในการสื่อสารเพื่อให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจเนื้อหาของมาตรการต่าง ๆ ที่ตรงกัน พร้อมทั้งมอบหมายฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องเตรียมการทุกด้านให้พร้อม สามารถนำไปปฏิบัติได้ทันทีอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมีการปรับตัวและทบทวนในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ COVID-19 ได้แก่

① **ด้านการผลิตสินค้าและบริการ** บริษัทมีการควบคุมขั้นตอนและกระบวนการผลิตสินค้าให้มีความปลอดภัยเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพและต้นทุนการผลิตเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทไม่พึ่งพา Supplier เพียงรายเดียวเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งได้ติดตามสถานะของคู่ค้าอย่างใกล้ชิดเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและผลกระทบที่ได้รับจากสถานการณ์ COVID-19 รวมทั้งมีการเจรจาต่อรองกับคู่ค้าเพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพและราคาเหมาะสม

② **ด้านการขนส่ง** บริษัทประสานกับ Suppliers อย่างใกล้ชิดเพื่อปรับรูปแบบการขนส่งตามสถานการณ์ของแต่ละประเทศให้มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้มากที่สุด

③ **ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ** สถานการณ์ COVID-19 ทำให้มีการประกาศใช้มาตรการ Lockdown ในหลายประเทศรวมถึงสหราชอาณาจักร ประเทศในยุโรป และประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของบริษัท ส่งผลกระทบต่อปริมาณคำสั่งซื้อของลูกค้า Catering และ Food & Service ลดลง ดังนั้น ฝ่ายขายจึงได้วางแผนเพิ่มสัดส่วนการขายผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กสำหรับลูกค้า Retail ซึ่งตลาดขายปลีกค่อนข้างให้ผลตอบแทนที่ดี

4 ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของ

บริษัท บริษัทมีการติดตามการชำระหนี้ของลูกค้าอย่างใกล้ชิด รวมถึงได้ดำเนินการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและชะลอการลงทุนเพื่อเป็นการบริหารและรักษาสภาพคล่องของธุรกิจให้มีเงินสำรองเพียงพอ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการทบทวนผลกระทบและจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เช่น

พนักงานและครอบครัว: บริษัทได้มีการทบทวนการประเมินความเสี่ยงจากประเด็นภายในและภายนอก รวมถึงระบบ ISO 9001 และ ISO14001 ของบริษัท นอกจากนี้ มีการดูแลสุขอนามัยของพนักงานและจัดหาอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้แก่พนักงานอย่างเพียงพอ จัดที่พักอาศัยให้กับแรงงาน เพิ่มมาตรการในการทำความสะอาดฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งกำหนดให้พนักงานปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติเมื่อเกิดสถานการณ์การระบาดของโรคติดต่อ Flow Control and Prevention the Communicable Disease or Corona Virus Disease (COVID-19) BB-WI-HR-NUR-004

ลูกค้า: บริษัทยืดหยุ่นให้สามารถเลื่อนกำหนดการส่งสินค้าได้ เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทประเมินว่าหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ยุติลง ในระยะสั้นจะเกิดความต้องการสินค้าโดยเฉพาะ Food Service (ร้านอาหาร/โรงเรียน) สูงขึ้นทันที และสำหรับในระยะยาว บริษัทประเมินว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไป โดยจะใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ต้องการอาหารที่สามารถสร้างระบบภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย อาหารพร้อมปรุงหรืออาหารพร้อมรับประทานที่มีคุณค่าทางโภชนาการและดีต่อสุขภาพ เหล่านี้ บริษัทมองว่าเป็น New Normal ที่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมของกลุ่มอาหาร

นอกจากนี้ บริษัทมีการทบทวนเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในระยะสั้น (ปี 2563-2564) ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยบริษัทปรับแผนการขายมุ่งเน้นไปที่ Retail Business (ประเภท Supermarket และ Retailer) มากขึ้น เนื่องจากในช่วงการแพร่ระบาดที่ผ่านมา หลายประเทศในยุโรปและอเมริกายังคงมาตรการ Lockdown ทำให้ Food Service Sector มีความต้องการใช้สินค้าน้อยลง อย่างไรก็ตาม บริษัทมีแผนการขายและการผลิตเพื่อรองรับยอดขายสั่งซื้อที่คาดว่าจะมีในอนาคต โดยประเมินจากสถานะตลาดและการแข่งขันประกอบกัน รวมถึงบริษัทมีแผนในการปรับรูปแบบการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ให้มีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขาย วางแผนการลดและควบคุมค่าใช้จ่าย เป็นต้น

บริษัทได้กำหนดแผนในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตอาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นแผนระยะยาวที่บริษัทเตรียมไว้เพื่อรับมือ New Normal ที่จะเกิดขึ้นต่อไป



STA

บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดสทรี จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / ธุรกิจการเกษตร

<http://www.sritranggroup.com>

ธุรกิจหลัก

ผลิตและจัดจำหน่ายยางธรรมชาติแบบครบวงจร (Full Supply Chain) ในหลากหลายประเทศ เริ่มตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำ การทำสวนยางพาราในประเทศไทย ธุรกิจกลางน้ำ การผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติทั้งยางแท่ง (TSR) ยางแผ่นรมควัน (RSS) และน้ำยางข้น (Concentrated Latex) รวมถึงธุรกิจปลายน้ำในการผลิตและจัดจำหน่ายถุงมือยาง และสินค้าสำเร็จรูป อาทิ ก่อไฮดรอลิกแรงดันสูง

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เกิดขึ้น คณะกรรมการบริษัทและทีมผู้บริหารมีความห่วงใยต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงาน จึงได้มีการประชุมและประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อกำหนดแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับวิกฤตการณ์ดังกล่าวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บริษัทได้มอบหมายให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เป็นหน่วยงานหลักในการทำหน้าที่ประสานงานกับทุกฝ่าย และมีการประกาศแต่งตั้งทีมระงับเหตุฉุกเฉินการระบาด COVID-19 ขึ้นทันที โดยกำหนดให้ผู้จัดการโรงงานเป็นหัวหน้าทีมระงับเหตุฉุกเฉิน ซึ่งทีมฉุกเฉินมีหน้าที่ดำเนินงาน ป้องกันและรักษาสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยของ พนักงานอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์



**“ The World’s Leading
Fully Integrated
Green Rubber Company ”**

ในขณะเดียวกัน บริษัทได้ประกาศมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID -19 สำหรับพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เช่น มาตรการให้พนักงานงดเดินทางทั้งในต่างประเทศและประเทศกลุ่มเสี่ยง งดการจัดประชุม/สัมมนาในห้องประชุม กำหนดมาตรการตรวจคัดกรองก่อนเข้าบริเวณโรงงาน/สำนักงาน กำหนดให้สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา กรณีพบพนักงานที่มีอุณหภูมิสูงกว่า 37.5 องศาเซลเซียส หรือพนักงานป่วยให้แจ้งทีมระงับเหตุฉุกเฉินทันที ในการทำงานให้เว้นระยะห่างนั่งปฏิบัติงานแบ่งพนักงานในหน่วยงานเดียวกันออกเป็น 2-3 ส่วน และให้นั่งทำงานต่างสถานที่กัน และจัดเตรียมเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือไว้ตามจุดต่าง ๆ รวมทั้งการประชุมเพื่อวิเคราะห์ถึงความจำเป็นในการ Work From Home เตรียมอุปกรณ์และ Software ที่จำเป็นในการทำงาน Work From Home ให้พนักงาน เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีการประชุมติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของแผนดำเนินการต่าง ๆ ตลอดจนสนับสนุนทีมงานในการดำเนินงานช่วงภาวะวิกฤตอย่างสม่ำเสมอ โดยทีมระงับเหตุฉุกเฉินมีหน้าที่หลักในการบริหารจัดการและเตรียมทรัพยากรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- สืบหาและจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยและชีวนามัยให้พนักงาน เช่น เครื่องวัดอุณหภูมิ หน้ากากอนามัย หน้ากากผ้า Face Shield สบู่ และเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือ พร้อมวิธีการล้างมือที่ถูกต้อง อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสะอาดของสถานที่ทำงานและพื้นที่ส่วนกลาง เป็นต้น

- ตรวจสอบเครื่องวัดอุณหภูมิด้วยปรอทวัดไข้ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถวัดค่าได้ถูกต้องทุกวัน
- ในบริเวณโรงงานมีการสร้างอุโมงค์ฆ่าเชื้อบริเวณ จุดเข้า-ออก มีการพ่นฆ่าเชื้อโรคในพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงพื้นที่สำนักงานกรุงเทพฯ ที่เป็นจุดเสี่ยง เดือนละ 2 ครั้ง
- ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการสำรวจอุปกรณ์ IT ที่จำเป็นสำหรับการ Work From Home รวมถึง เตรียม Microsoft Teams, Office 365 และ Application ที่จำเป็นในการทำงาน

บริษัทได้กำหนดให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลรับผิดชอบ จัดตั้งทีมสื่อสารกลาง เพื่อทำหน้าที่สื่อสารแนวทางปฏิบัติ และมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ให้กับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เช่น

- มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในสถานที่ทำงาน
- การประกาศรายชื่อประเทศกลุ่มเสี่ยงการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน เพื่อให้ทุกคนในบริษัทได้รับทราบ และระมัดระวังในการเดินทาง
- มาตรการควบคุมการเข้า-ออกบริเวณบ้านพักของบริษัท
- ให้ความรู้พนักงานและบุคคลภายนอกเกี่ยวกับ COVID-19 ผ่านบอร์ดประชาสัมพันธ์ การอบรม เสี่ยงตามสายอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทมีการปรับตัว/ทบทวนในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ได้แก่

ด้านการผลิตสินค้า: กรณีวัตถุดิบที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ บริษัทมีการปรับเปลี่ยนมาใช้วัตถุดิบในประเทศบางส่วน และมีการประชุมกับทาง Supplier อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถนำเข้าวัตถุดิบมาผลิตได้ตามแผน เช่น การนำเข้าวัตถุดิบและสารเคมีจากประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้ ก่อนที่จะมีมาตรการ Lockdown ประเทศ ฝ่ายจัดซื้อได้วางแผนการซื้อและทยอยนำเข้าก่อนล่วงหน้า 2-3 เดือน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการผลิตสินค้า ตลอดจนได้รับความร่วมมือจากบริษัทขนส่ง (Supplier) ในการบริหารจัดการรถขนส่งให้สามารถทยอยขนส่งสินค้าเข้าบริษัทได้ตามกำหนดแผนการนำเข้าเป็นอย่างดี อีกทั้งบริษัทมีการบริหารจัดการ Safety Stock ทำให้เหตุการณ์ครั้งนี้ไม่กระทบต่อการผลิตของบริษัท

ด้านการส่งออกและนำเข้า: บริษัทใช้วิธีการขนส่งออกและนำเข้าหลายช่องทาง หลายท่าเรือ และหลายด่านศุลกากร ซึ่งบริษัทมีการประสานงาน สื่อสารกับหน่วยงานภาครัฐ และ Supplier อย่างใกล้ชิด เพื่อกระจายความเสี่ยงในทุกสถานการณ์ ทำให้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จึงไม่ได้รับผลกระทบสำหรับในกรณีที่ประเทศมาเลเซียได้กำหนดมาตรการ Lockdown ประเทศ บริษัทจัดการส่งออกสินค้าโดยใช้บริการขนส่งทั้งทางรถยนต์ผ่านด่านศุลกากรสะเดา และทางเรือบาร์จผ่านด่านกันตัง เพื่อให้การส่งออกสินค้าไปที่ท่าเรือป็นิ่งได้ตามกำหนดวันที่ลูกค้าต้องการ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการประเมินและจัดการผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงานและครอบครัว: บริษัทได้ดำเนินการดูแลพนักงานและครอบครัว เช่น จัดเตรียมอุปกรณ์และสารเคมีสำหรับทำความสะอาดมือและฆ่าเชื้อให้เพียงพอและเหมาะสม การแจกหน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า จำหน่ายถุงมือให้กับพนักงาน จัดทำประกัน COVID-19 เพิ่มเติมให้กับพนักงาน กรณีติดเชื้อและ/หรือเสียชีวิตจาก COVID-19 เป็นต้น ทั้งนี้ สำหรับพนักงานที่สำนักงานกรุงเทพฯ ซึ่งมีความเสี่ยงสูง แต่ยังคงปฏิบัติงานที่สำนักงาน บริษัทได้ออกมาตรการเฉพาะ เช่น สามารถปรับเปลี่ยนเวลาในการเข้างานได้ 3 ช่วงเวลา (แจ้งเปลี่ยนเดือนละ 1 ครั้ง) การขออนุมัติปฏิบัติงานที่บ้านหากจำเป็น เป็นต้น

ลูกค้า: บริษัทสามารถส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ตามแผน และกรณีที่ลูกค้าได้รับผลกระทบหรือขอชะลอการส่งมอบบริษัทได้มีการพิจารณาดำเนินงานอย่างเหมาะสมเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบทั้งลูกค้าและบริษัท

ผู้ถือหุ้น: บริษัทมีการจัดประชุมผู้ถือหุ้นโดยดำเนินการตามมาตรการและแนวปฏิบัติในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างเข้มงวด และทำการสื่อสารให้ผู้ถือหุ้นรับทราบเพื่อสร้างความมั่นใจ

ชุมชนและสังคม: บริษัทได้ให้ความช่วยเหลือชุมชนและสังคมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยในช่วงเริ่มต้นของเหตุการณ์ บริษัทได้มีการบริจาคถุงมือทางการแพทย์ให้กับรัฐบาลจีนจำนวน 1 ล้านชิ้น ผ่านบริษัทในเครือที่อยู่ในประเทศจีน เพื่อใช้ในการต่อสู้กับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19

สำหรับภายในประเทศ ผู้บริหารได้ให้นโยบายและงบประมาณกับทุกสาขาในการให้ความช่วยเหลือทั้งภาครัฐและชุมชนที่ได้รับผลกระทบ โดยการบริจาคถุงมือให้กับโรงพยาบาลและหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงมีการประสานงานกับหน่วยงานท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้านในการมอบเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นให้กับชุมชนใกล้เคียง ได้แก่ ถุงมือทางการแพทย์ ถุงยังชีพ อาหารกลางวัน รวมงบประมาณกว่า 2 ล้านบาท

นอกจากนี้ ในช่วง Peak Season ของบริษัท (ที่ใช้แรงงานต่างด้าว) จะมีการจ้างบุคลากรในท้องถิ่น เพื่อมาทำงานชั่วคราวเป็นเวลาประมาณ 3 เดือน และในระยะที่สถานการณ์เริ่มคลี่คลาย หน่วยงาน CSR ได้มีการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน เช่น การทำหน้ากากผ้า เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในครั้งนี้จะไม่ได้ส่งผลกระทบทางลบกับบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ แต่สถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้ความต้องการสินค้าของบริษัทเป็นความต้องการทั่วโลก จึงถือเป็นผลกระทบทางบวกที่สร้างโอกาสให้กับบริษัท

อย่างไรก็ดี คณะกรรมการและผู้บริหารยังคงมีการประชุม ติดตามเพื่อทบทวนเป้าหมายและแผนงานใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างใกล้ชิด รวมทั้งกำหนดและจัดลำดับความสำคัญเรื่องเร่งด่วนที่บริษัทต้องมีการพัฒนาปรับปรุง เช่น การบริหารจัดการ Supply Chain การติดต่อประสานงานในองค์กรโดยใช้ Program Microsoft Teams และ Office 365 การทบทวนแผนงานบริหารความเสี่ยง (BCP) การเตรียมความพร้อมในการรองรับสถานการณ์วิกฤตให้เป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้จริงได้อย่างทันทั่วทั้ง เป็นต้น



TFG

บริษัท ไทยฟู้ดส์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.tfg.co.th>

ธุรกิจหลัก

- 1 ผลิตไก่และจำหน่ายไก่สด แช่เย็นและแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่
- 2 ผลิตและจำหน่ายสุกร
- 3 ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ด้วยสถานการณ์การระบาดของเชื้อ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน ดังนั้น บริษัทออกมาตรการเพื่อป้องกัน COVID-19 ทันที โดยมีคำสั่งให้พนักงานปฏิบัติงานที่บ้าน (Work From Home) แต่หากพนักงานมีความจำเป็นต้องมาปฏิบัติงานที่สำนักงานหรือสถานประกอบการ บริษัทขอให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรการที่บริษัทกำหนดไว้อย่างเคร่งครัดเพื่อเป็นการป้องกันการแพร่เชื้อโรค เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย การฆ่าเชื้อ การเว้นระยะห่างในสถานที่ทำงานและสถานที่พักรับประทานอาหาร ให้พนักงานใช้ระบบการประชุมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ออกคำสั่งห้ามเดินทางข้ามเขต (ข้ามสำนักงานหรือสถานประกอบการ) โดยเด็ดขาด และให้พนักงานทำงานที่กักบริเวณสำหรับการเดินทางทั้งในวันทำงานและวันหยุดโดยให้ระบุสถานที่และบุคคลที่ได้พบเพื่อเตรียมรับมือสำหรับเกิดสถานการณ์การระบาดของเชื้อ COVID-19 อีกทั้งบริษัทยังได้มีการยกเลิกหรือปรับเปลี่ยนกิจกรรมที่มีความเสี่ยงในการสัมผัสกับสิ่งของและการรวมตัวกันของพนักงาน การจัดพื้นที่เว้นระยะห่างในการรับประทานอาหาร จัดวันการทำงาน ประกาศผลนวัตกรรมประจำปีและงานเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น



บริษัทได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อรับมือสถานการณ์ COVID-19 (คณะทำงานฯ) เพื่อรายงานสถานการณ์ให้ผู้บริหารทราบ และได้กำหนดให้มีหน่วยงานเฉพาะ (ฝ่ายกำกับดูแลการปฏิบัติงาน) เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารเป็นประจำและเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินโดยให้รายงานไปยังคณะทำงานฯ โดยกำหนดเป็นระดับเหตุการณ์ ดังนี้

มาตรการรับมือสถานการณ์ COVID 19 (แยกตามระดับเหตุการณ์)

① การดำเนินการทันทีเมื่อเกิดเหตุการณ์

- กำหนดมาตรการคัดกรองบุคคลเข้าออก
- งดการเดินทางข้ามจังหวัด/สถานประกอบการ
- กำหนดมาตรการด้านสุขอนามัย/ฆ่าเชื้อ/ความสะอาดภายในสำนักงานหรือสถานประกอบการ
- กำหนดมาตรการลดความหนาแน่นภายในสำนักงานหรือสถานประกอบการ โดยอนุญาตให้พนักงานปฏิบัติงานที่บ้านและกำหนด Center ในการทำงานแยกตามภูมิภาค
- ดำเนินการสนับสนุนด้าน IT เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานที่บ้านได้อย่างสะดวก
- สื่อสารกับพนักงานเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจและวิธีการปฏิบัติตน

② การดำเนินการเพิ่มเติมเมื่อมีการยกระดับความเสี่ยงในการระบาด

- เข้าสำนักงานชั่วคราวเพิ่มเติมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นจุดส่งเอกสาร (โดยสำรวจที่พักอาศัยของพนักงานเป็นหลัก)
- ออกหนังสือรับรองให้พนักงานและคู่ค้าในกรณีที่มีความจำเป็นต้องเดินทางข้ามจังหวัดเพื่อปฏิบัติงาน
- คัดแยกพนักงานกลุ่มที่ต้องเดินทางเป็นประจำออกจากพนักงานปกติ
- จัดทำบันทึกการเดินทางเพื่อคัดกรองความเสี่ยงของพนักงาน
- ประชุมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ กับคู่ค้าต่างประเทศผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำมาปรับใช้กับบริษัทอย่างเหมาะสม
- ทดลอง Work From Home 100% ในบางหน่วยงาน และศึกษาแผน Work From Home 100% เมื่อมีความจำเป็น
- กำหนดแผน Work From Home เป็นทีมเพื่อให้สามารถคัดแยกกลุ่มพนักงานได้เมื่อมีการติดเชื้อ

- สื่อสารกับพนักงานให้รับรู้รับทราบข่าวสารไปในทิศทางเดียวกันเพื่อป้องกันการตื่นตระหนกและข่าวลือ พร้อมทั้งกำหนดผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการสื่อสารเพื่อลดการสับสน และเปิดช่องทางการสื่อสารแบบ Two Way Communication รวมถึงใช้ช่องทางแจ้งเรื่องฉุกเฉินที่มีอยู่ในการรับเรื่องแจ้ง

③ การดำเนินการเมื่อมีการลดระดับความเสี่ยงในโรคระบาด

- ปรับแผนการ Work From Home ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ยังคงให้พนักงาน Work From Home
- ศึกษาแผนการดำเนินการ Work From Home ระยะยาวให้เหมาะสมกับกลุ่มพนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทมีการประเมินสถานการณ์ COVID-19 ที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทในระดับฝ่ายบริหารในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้าน Business Operation ในกระบวนการผลิต (โรงงานฆ่าและไก่) ด้าน Supply Chain ในการส่งวัตถุดิบ (ส่งไก่เนื้อมีชีวิต) และด้าน Financial Status โดยการทบทวนและปรับแผนการลงทุน

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการภาวะวิกฤตของบริษัทได้ให้แนวทางปฏิบัติและสนับสนุนทีมงาน เช่น การดูแลกระบวนการผลิตในโรงงาน การดูแลสุขอนามัยของแรงงานต่างด้าว การช่วยเหลือชุมชนและสังคมในยามเกิดวิกฤต COVID-19 ตลอดจนกำหนดมาตรการที่เคร่งครัดสำหรับพนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทมีการประชุมหารือร่วมกันของผู้บริหารในกระบวนการจัดการภาวะวิกฤต เพื่อวางแนวทางในการบริหารจัดการ และให้ผู้บริหารนำไปปรับใช้ตามความเหมาะสมในการดำเนินการของแต่ละสายงาน โดยบริษัทเป็นผู้สนับสนุนการทำงานและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ซึ่งคณะทำงานฯ จะเป็นผู้รายงานและประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงและปรับระดับตามมาตรการที่กำหนดแก่คณะกรรมการบริษัท

บริษัทได้มีการทบทวนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของบริษัท ซึ่งมีการทบทวนค่าใช้จ่ายและแผนการลงทุนในช่วงภาวะวิกฤตเพื่อพิจารณาไม่ให้เกิดผลกระทบของบริษัทเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ บริษัทมีการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกในช่วงภาวะวิกฤตครั้งนี้ ดังนี้

- **สื่อสารภายในกับพนักงาน** เพื่อให้พนักงานได้นำหลักด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยตามหลักของกระทรวงสาธารณสุขไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม
- **สื่อสารภายนอกกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก** โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าผ่านทางหน่วยงานขาย เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพและตรงเวลา กลุ่มคู่ค้า (ผู้ส่งมอบวัตถุดิบหลัก/เกษตรกร) ผ่านหน่วยงานสัตวบาล เพื่อให้นำหลักด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยไปปฏิบัติภายในฟาร์ม และกลุ่มผู้ถือหุ้นผ่านทางหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์เพื่อแจ้งข่าวสารของบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดให้มีการรายงานสถานการณ์ COVID-19 ต่อคณะทำงานฯ เป็นประจำทุกวัน และรายงานทันทีเมื่อมีกรณีฉุกเฉิน เพื่อให้คณะทำงานฯ ได้รับข้อมูล และสามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียได้ทันทั่วทั้งที่โดยไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและสับสนในข่าวสาร

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้มีการบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ เช่น

พนักงาน: บริษัทได้มีการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันเชื้อ เช่น เจลล้างมือ หน้ากากอนามัยพนักงาน เป็นต้น รวมถึงบริษัทได้ขายหน้ากากอนามัยให้แก่พนักงานในราคาประหยัดในช่วงเวลาที่ขาดแคลน และสนับสนุนสินค้า (อาหาร) ราคาประหยัดให้แก่พนักงานเพื่อลดภาระรายจ่ายให้กับครอบครัวพนักงาน ที่สำคัญบริษัทไม่มีการเลิกจ้าง ปรับลดเงินเดือน และสวัสดิการของพนักงานอื่นเนื่องมาจากเหตุการณ์ COVID-19

ลูกค้า: บริษัทมีการประเมินผลกระทบ COVID-19 ที่เกิดกับลูกค้าของบริษัท และกำหนดแผนการปรับปรุงระยะเวลาชำระหนี้และพักดอกเบี้ยตามความเหมาะสมแก่ลูกค้าในแต่ละราย

คู่ค้า: บริษัทมีการประเมินผลกระทบกับคู่ค้าโดยเฉพาะคู่ค้ารายย่อย และมีการดำเนินการเพื่อให้เกิดความสะดวกในการทำงานกับกลุ่มคู่ค้ารายย่อย เช่น การออกหนังสือรับรองการเดินทางในการขนส่งวัตถุดิบหรือสินค้า

ชุมชนและสังคม: บริจาคเงินให้กับโรงพยาบาล และบริจาคสิ่งของด้านอุปกรณ์ฆ่าเชื้อให้กับชุมชน

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

ด้วยบริษัทผลิตอาหารเพื่อการบริโภคสำหรับมนุษย์ ดังนั้น ในระยะสั้นการเกิดวิกฤต COVID-19 ที่ยืดเยื้อจะส่งผลต่อปัญหาการขาดแคลนอาหาร เช่น การหยุดกิจการของสถานประกอบการ (ฟาร์มและโรงงาน) อันเนื่องมาจากพนักงานเป็นผู้ติดเชื้อหรืออยู่ในกลุ่มเสี่ยงจะติดเชื้อ

ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวนี้จะส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนอาหารสำหรับบริโภคทั้งในระดับประเทศและระดับโลก นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการติดตามปัญหาการขาดแคลนอาหารในช่วงสถานการณ์วิกฤต COVID-19 อย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการดูแลจัดการกระบวนการขนส่งวัตถุดิบและขนส่งสินค้าของบริษัทอย่างเข้มงวดเพื่อไม่ให้ประสบปัญหาการขาดแคลนสินค้าอันเนื่องมาจากการขนส่ง

สำหรับในระยะยาว บริษัทได้มีการทบทวนศักยภาพของธุรกิจที่จะถูกกระทบในด้านต่าง ๆ รวมไปถึงด้าน COVID-19 ด้วยเพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ นอกจากนี้ สำหรับห่วงโซ่อุปทานอันเป็นต้นน้ำของบริษัทนั้น บริษัทได้ส่งเสริมและสนับสนุนการเลี้ยงไก่และสุกรเพื่อให้เพียงพอต่อการนำไปเป็นวัตถุดิบ มีการพิจารณางบลงทุนสำหรับโรงงานแปรรูปชิ้นส่วนเพิ่มเติมโดยกระจายไปยังภูมิภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากพื้นที่บริษัทที่มีอยู่เดิม ซึ่งบริษัทคาดการณ์ว่าจะช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนอาหารสำหรับการบริโภคได้

ทั้งนี้ บริษัทยังได้กำหนดเป้าหมายในการให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารได้อย่างสะดวกและทั่วถึงโดยต้องลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ปรับห่วงโซ่อุปทานให้สั้นลง) โดยมีการพิจารณาแผนการลงทุนเพื่อเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคปลายทางสามารถเข้าถึงอาหารได้แม้ในยามเกิดวิกฤต COVID-19 รวมไปถึงการเข้าถึงช่องทางในการเข้าถึงสินค้าผ่านระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยอันเป็นแผนรับมือระยะยาวเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของบริษัท

“บริษัทให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กรเพื่อสร้างคนและสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่องโดยมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ”



บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)
THAI PRESIDENT FOODS PUBLIC COMPANY LIMITED



TFMAMA

บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.mama.co.th>

ธุรกิจหลัก

ผลิตและจำหน่ายขนมปังและอาหารกึ่งสำเร็จรูป
ขนมปังกรอบ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทได้กำหนดขั้นตอนการป้องกัน COVID-19 ไว้ โดยเริ่มจากให้ความรู้แก่พนักงาน กำหนดมาตรการดูแลพนักงานเพื่อป้องกันไวรัส COVID-19 การปฏิบัติตามมาตรการของบริษัท และกำหนดเนื้อหา/ช่องทางในการสื่อสารสู่พนักงาน เพื่อไปสู่เป้าหมายในการดูแลให้พนักงานมีสุขภาวะอนามัยที่ดีและความปลอดภัยจากโรคระบาดในครั้งนี้

บริษัทได้นำแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) มาประยุกต์ใช้เพื่อรับมือสถานการณ์ COVID-19 โดยมีคณะทำงาน ประกอบด้วยผู้บริหารของแต่ละหน่วยงาน ประชุมร่วมกันเพื่อประเมินผลกระทบและดำเนินการบริหารจัดการวิกฤตที่เกิดขึ้นตามลำดับความจำเป็นเร่งด่วน โดยมีการประชุมในทุกสัปดาห์ ตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม – มิถุนายน 2563 ซึ่งมีการระบาดอย่างหนักเพื่อวางแผนรองรับการดำเนินกิจกรรมหลักที่สำคัญให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างเป็นปกติ



ในส่วนการดูแลพนักงาน ได้มอบหมายให้หน่วยงานฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลและธุรกิจในการกำกับดูแลและสื่อสารประกาศมาตรการดูแลพนักงานเพื่อป้องกันการติดเชื้อ โดยได้ประกาศมาตรการที่เกี่ยวข้องซึ่งอ้างอิงหลักการจากมาตรการที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดและสอดคล้องเหมาะสมในการดูแลสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน ครอบครัวและบุคคลใกล้ชิดเป็นหลัก

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์แนวทางการปฏิบัติตัวให้ห่างเชื้อ COVID-19 ผ่านช่องทางสื่อสารภายใน เช่น ดิจบอร์ดประชาสัมพันธ์ Intranet รวมถึงบริษัทมีการสื่อสารระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับพนักงานเป็นประจำทุกเดือนเพื่อให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการดูแลพนักงานให้มีความปลอดภัย เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริหารมีการจัดประชุมเป็นประจำทุกสัปดาห์เพื่อติดตามการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงานภายในองค์กร เพื่อร่วมกันวางแผนรับมือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ COVID-19 ได้อย่างต่อเนื่อง และติดตามผลที่สืบเนื่องจากสถานการณ์ครั้งนี้ โดยบริษัทได้

คาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น พร้อมกับแผนในการบริหารจัดการผลกระทบต่าง ๆ ดังนี้

① ด้านการจัดหาวัตถุดิบ

- **ผลกระทบ:** มาตรการ Lockdown ของหลายประเทศ ส่งผลกระทบในการนำเข้าวัตถุดิบจากผู้ขายในต่างประเทศ
- **การบริหารจัดการ:** บริษัทประเมินสถานการณ์วัตถุดิบจากผู้ขายในต่างประเทศที่มีโอกาสได้รับความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยได้สื่อสารกับผู้ขายเพื่อร่วมกันวางแผนเตรียมการด้านปริมาณวัตถุดิบคงคลังให้เพียงพอต่อการผลิตและความต้องการ พร้อมทั้งจัดทำแผนสำรองเพื่อหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่นทดแทน

② ด้านการผลิต

- **ผลกระทบ:** ความเชื่อมั่นในมาตรการดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน และกระบวนการผลิตภายในโรงงาน
- **การบริหารจัดการ:** สื่อสารและอบรมให้พนักงานทราบถึงแนวทางการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

③ ด้านการจัดจำหน่าย

- **ผลกระทบ:** ความเพียงพอของสินค้าที่วางจำหน่าย
- **การบริหารจัดการ:** ร่วมกับผู้จัดจำหน่ายในประเทศเพื่อวางแผนดำเนินการด้านปริมาณสินค้าในคลังให้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มการสื่อสารเพื่อประสานงานการจัดส่งสินค้าให้ทันต่อความต้องการ

④ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมภายในองค์กร

- **ผลกระทบ:** ประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศภายในองค์กรเพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤต
- **การบริหารจัดการ:** เตรียมอุปกรณ์ด้าน IT และอุปกรณ์สื่อสารเพื่อรองรับการทำงานได้จากทุกที่ รวมถึงระบบที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยต่าง ๆ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้ดำเนินการบรรเทาและดูแลผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

พนักงาน: บริษัทไม่มีนโยบายเลิกจ้างพนักงานและลดเงินเดือนพนักงาน นอกจากนี้ ยังได้พิจารณาด้านสวัสดิการการรักษาพยาบาลในการฉีดยาป้องกันไข้หวัดใหญ่ให้พนักงานเพิ่มเติม

ลูกค้า: บริษัทสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเหลือลูกค้าได้อย่างทันการณ์ในกรณีที่ลูกค้าได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19

คู่ค้า: บริษัทได้พิจารณาช่วยเหลือคู่ค้าเป็นรายกรณี เช่น จ่ายชำระเงินค่าสินค้าให้คู่ค้าล่วงหน้าในรายที่ประสบปัญหาขาดสภาพคล่องและขอเจรจาเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการชำระเงิน เป็นต้น

ผู้ถือหุ้น: บริษัทเลื่อนจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 จากวันที่ 29 เมษายน 2563 เป็นวันที่ 3 สิงหาคม 2563 โดยคณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลเพื่อลดกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้ถือหุ้น

ชุมชนและสังคม: บริษัทได้นำผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแจกจ่ายให้กับบุคลากรทางการแพทย์และประชาชนทั่วไป เช่น ประชาชนที่อยู่ใกล้เคียงบริเวณสำนักงานใหญ่ของบริษัท บุคลากรทางการแพทย์ เป็นต้น และนำผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปใส่ตู้ปันสุขที่ตั้งอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

สถานการณ์ COVID-19 ครั้งนี้ ทำให้เห็นว่า “เทคโนโลยีการสื่อสาร” ได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัททั้งการประชุมระหว่างกันภายในองค์กรกับลูกค้าและคู่ค้า ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงและข้อจำกัดในการเดินทาง ทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ มีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทเน้นให้พนักงานให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามหลักสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยตามวิถีใหม่ New Normal เพื่อให้พนักงานมีความมั่นใจและรู้สึกปลอดภัยจากการแพร่ระบาดในครั้งนี้



TIPCO

บริษัท ทีปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.tipco.net>

ธุรกิจหลัก

- ❶ ธุรกิจผลไม้แปรรูป เช่น สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดเข้มข้น เป็นต้น
- ❷ ธุรกิจสารสกัดและการเกษตร ประกอบด้วย
 - 2.1 กลุ่มธุรกิจสารสกัด ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยา
 - 2.2 ธุรกิจการเกษตร วิจัยและพัฒนาพันธุ์พืช และการเพาะปลูก
- ❸ ธุรกิจคอนซูเมอร์ ประกอบด้วย
 - 3.1 น้ำผลไม้และน้ำผักพร้อมดื่ม
 - 3.2 น้ำแร่ธรรมชาติ
- ❹ ธุรกิจค้าปลีก ภายใต้แบรนด์ “Squeeze Juice Bar by Tipco” และ “SQ Squeeze” (เอสคิว สควิช)

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทให้ความสำคัญกับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่มีต่อการดำเนินงานและสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน โดยกำหนดและประกาศมาตรการต่าง ๆ เพื่อรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วและทันทั่วทั้งที่ เช่น แนวทางการป้องกันการติดเชื้อไวรัส COVID-19 ของพนักงานกลุ่มธุรกิจอาหารทิปโก้ มาตรการเพิ่มเติมในการเฝ้าระวังและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 แนวปฏิบัติในการปฏิบัติงานจากบ้าน (Work From Home) มาตรการเพิ่มเติมในการเฝ้าระวังและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในการเดินทางออกนอกพื้นที่จังหวัดที่อาศัยและ/หรือปฏิบัติงานอยู่ในปัจจุบัน เป็นต้น

BEVERAGES



PROCESSED FRUITS



สควีซ
SQUEEZE
ALL FRUITS ALL RIGHT 

RETAILS



นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการจัดส่งหน้ากากอนามัย ในการป้องกันการติดเชื้อไวรัส COVID-19 ให้กับพนักงาน ที่บ้านพักอาศัย จัดเตรียมเจลแอลกอฮอล์ล้างมือและ สเปรย์แอลกอฮอล์ให้กับพนักงานสำหรับเช็ดทำความสะอาด โต๊ะทำงาน รวมทั้งการติดตั้งฉากกั้นระหว่างโต๊ะ ทำงานเพื่อลดการสัมผัสระหว่างพนักงาน ตลอดจน**กำหนด มาตรการการแบ่งทีมในการเข้าปฏิบัติงานในสถานที่ ทำงาน** เพื่อลดความหนาแน่นในสถานที่ทำงาน โดยมี

การจัดเตรียมระบบ IT และผู้รับผิดชอบ (IT Support) เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับการปฏิบัติงานจากบ้าน (Work From Home) และลดผลกระทบที่เกิดจากการ เดินทางในการปฏิบัติงาน เช่น การจัด Laptop ให้พนักงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานจากที่บ้านได้ ระบบการจัด ประชุมผ่านทางออนไลน์ ระบบการจัดการข้อมูลภายในที่ สามารถดึงข้อมูลได้จากระบบ Cloud เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทมีการจัดประชุมคณะกรรมการของ บริษัทและผู้บริหารระดับสูงทุก ๆ สัปดาห์ เพื่อติดตามผลของการรับมือกับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 และการบริหารจัดการพนักงาน การปฏิบัติงาน และการป้องกันการติดเชื้อไวรัส รวมทั้งการคาดการณ์และประเมินสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานในด้าน Operation การผลิต การขนส่งสินค้า และการจ่ายชำระค่าสินค้า เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทมีการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อรับมือกับเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ดังนี้

❶ ห้ามไม่ให้พนักงานออกนอกพื้นที่จังหวัดที่อาศัยและ/หรือปฏิบัติงานอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงสถานที่ที่มีรายงานการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขตั้งแต่วันที่ประกาศ มีผลบังคับใช้จนกว่าจะมีประกาศยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลง เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคมายังเพื่อนพนักงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท และเกิดผลกระทบด้านสุขภาพอนามัยของเพื่อนพนักงาน และบุคคลในครอบครัว รวมทั้งยังเป็นการช่วยควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโรค

❷ ในกรณีที่พนักงานฝ่าฝืนมาตรการในข้อ 1 เนื่องจากเหตุผลใดก็ตาม ให้พนักงานดำเนินการ ดังนี้

- รายงานต่อผู้บังคับบัญชาและ/หรือฝ่ายทรัพยากรบุคคลโดยทันที พร้อมทั้งชี้แจงเหตุผลในความจำเป็นดังกล่าว

- ทำการกักตัวเป็นระยะเวลา 14 วัน โดยขออนุมัติจากผู้บังคับบัญชาเพื่อปฏิบัติงานอยู่ที่บ้าน (Work From Home) โดยรวมวันหยุดหรือจนกว่าจะพ้นระยะความเสี่ยง ทั้งนี้ ให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้บังคับบัญชาสูงสุดในหน่วยงาน โดยพนักงานยังคงต้องปฏิบัติงานภายใต้ข้อบังคับในการทำงานของบริษัททุกประการ หากสามารถกระทำได้

- ทำการกักตัวเป็นระยะเวลา 14 วัน โดยขออนุมัติจากผู้บังคับบัญชาลาหยุดงาน โดยบริษัทกำหนดให้ใช้วันหยุดพักผ่อนประจำปีเป็นลำดับแรก และ/หรือลาอื่น ๆ โดยไม่ได้รับค่าจ้าง เพื่อกักกันโรค (Quarantine Period Leave) โดยรวมวันหยุดหรือจนกว่าจะพ้นระยะความเสี่ยง ทั้งนี้ ให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้บังคับบัญชาสูงสุดในหน่วยงาน

ทั้งนี้ ระหว่างการเฝ้าระวังอาการในช่วงเวลาดังกล่าว ขอให้พนักงานปฏิบัติตามคำแนะนำของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขโดยเคร่งครัด

❸ ในกรณีที่พนักงานมีบุคคลที่พักอาศัยอยู่ในบ้านหรือในบริเวณเดียวกันเดินทางออกนอกพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ และเดินทางกลับเข้ามายังพื้นที่ รวมถึงสถานที่ที่มีรายงานการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข ให้พนักงานดำเนินการ ดังนี้

- รายงานต่อผู้บังคับบัญชาและ/หรือฝ่ายทรัพยากรบุคคลโดยทันทีถึงการเดินทางของบุคคลดังกล่าว และชี้แจงมาตรการในการกักตัว 14 วัน ความผิดปกติทางด้านสุขภาพที่อาจบ่งชี้ถึงภาวะการติดเชื้อ COVID-19 ของบุคคลดังกล่าวเพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานจะไม่มีโอกาสได้สัมผัสหรือใกล้ชิดกับบุคคลนั้นจนกว่าจะพ้นระยะกักตัว ทั้งนี้ บริษัทอาจพิจารณาขอให้พนักงานย้ายที่พักอาศัยเป็นการชั่วคราว หากสามารถกระทำได้ และ/หรือให้ดำเนินการตามข้อ 2 โดยให้อยู่ในดุลยพินิจผู้บังคับบัญชาสูงสุดในหน่วยงาน

๔ หากพนักงานปกปิดข้อมูลหรือให้ข้อมูลอันเป็นเท็จเกี่ยวกับการเดินทางออกนอกพื้นที่จังหวัดที่อาศัยและ/หรือปฏิบัติงานอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงสถานที่ที่มีรายงานการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 บริษัทอาจพิจารณาลงโทษทางวินัยตามความเหมาะสม ทั้งนี้ให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้บังคับบัญชาสูงสุดในหน่วยงานและเป็นไปตามคู่มืออำนาจดำเนินการของบริษัท

นอกจากมาตรการต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว บริษัทยังได้มีการเตรียมระบบ IT และผู้รับผิดชอบ (IT Support) เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับการปฏิบัติงานจากบ้าน (Work From Home) และลดผลกระทบที่เกิดจากการเดินทางในการปฏิบัติงาน เช่น การจัด Laptop ให้พนักงานเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานจากที่บ้านได้ ระบบการจัดประชุมผ่านทางออนไลน์ ระบบการจัดการข้อมูลภายในที่สามารถดึงข้อมูลได้จากระบบ Cloud เป็นต้น

ในส่วนของการจัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันเชื้อไวรัส COVID-19 บริษัทได้จัดส่งหน้ากากอนามัยในการป้องกันการติดเชื้อไวรัส COVID-19 ให้กับพนักงานที่บ้านพักอาศัย จัดเตรียมเจลแอลกอฮอล์ล้างมือและสเปรย์แอลกอฮอล์ให้กับพนักงาน สำหรับเช็ดทำความสะอาดโต๊ะทำงาน รวมทั้งการติดตั้งฉากกั้นระหว่างโต๊ะทำงาน เพื่อลดการสัมผัสระหว่างพนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์และประกาศของภาครัฐ ดังนี้

- **ด้านการผลิต** ปรับเปลี่ยนช่วงเวลาในการผลิตสินค้าภายในโรงงานเพื่อให้พนักงานสามารถกลับที่พักได้ก่อนเวลาที่ภาครัฐประกาศเคอร์ฟิว
- **ด้านการขนส่งสินค้า** ปรับเปลี่ยนช่วงเวลาและเส้นทางในการขนส่งสินค้าเพื่อให้การขนส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- **ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า** เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ www.auramove.net และจัดส่งสินค้าในรูปแบบ Delivery

ที่สำคัญ บริษัทได้สื่อสารแนวทางการบริหารจัดการองค์กรในภาวะวิกฤต COVID-19 ให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่

- **พนักงาน** สื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น E-mail, HR Portal, Line Group เป็นต้น
- **ผู้ถือหุ้นและนักวิเคราะห์** สื่อสารข้อมูลกับผู้ถือหุ้นและนักวิเคราะห์ผ่านทางโทรศัพท์, E-mail, เว็บไซต์ www.tipco.net เป็นต้น
- **ลูกค้า** ติดต่อและประสานงานผ่านทางโทรศัพท์/ E-mail และ Conference Call ผ่าน Microsoft Teams

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการประเมินผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 และบริหารจัดการผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงานและครอบครัว: บริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการส่งพนักงานที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงหรือสงสัยไปตรวจหาเชื้อ COVID-19 และให้ทุนการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน นอกเหนือจากการเตรียมชุดดูแลสุขอนามัยส่วนบุคคล เช่น หน้ากากผ้า GQ เจลแอลกอฮอล์ล้างมือ สเปรย์แอลกอฮอล์ และทิชชูแอลกอฮอล์ เป็นต้น

ลูกค้า: บริษัทเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ www.auramove.net และจัดส่งสินค้าในรูปแบบ Delivery ซึ่งบริษัทได้จัดโปรแกรมสำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ ฟรีค่าจัดส่งในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อป้องกันแพร่ระบาดของ COVID-19 และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า

คู่ค้า: บริษัทมีมาตรการในการติดต่อประสานงานกับคู่ค้าในแบบ New Normal เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับคู่ค้า เช่น ให้คู่ค้าสามารถส่งเอกสารสำหรับการวางบิลผ่านทาง E-mail แทนการเดินทางเข้ามาวางบิลที่สำนักงานของบริษัท บริษัทโอนเงินเข้าบัญชีของคู่ค้าแทนการรับเช็คที่สำนักงานของบริษัท จัดประชุมกับคู่ค้าผ่านทางออนไลน์ เป็นต้น

ผู้ถือหุ้น: บริษัทจัดการประชุมผู้ถือหุ้นตามมาตรการ Social Distancing และมีการตรวจวัดอุณหภูมิเพื่อคัดกรองผู้ที่เข้าร่วมประชุม นอกจากนี้ บริษัทรับคำถามจากผู้ถือหุ้นล่วงหน้าผ่าน kullakarn@tipco.net หรือมอบให้เจ้าหน้าที่บริษัทในที่ประชุมโดยคณะกรรมการบริษัทจะจัดคำตอบและเปิดเผยบนเว็บไซต์ของบริษัท

ชุมชนและสังคม: บริษัทร่วมกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มอบถุงยังชีพ ข้าวสารอาหารแห้ง และอื่น ๆ ให้กับผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์ COVID-19 และบริจาควัสดุอุปกรณ์ป้องกันเชื้อไวรัส ได้แก่ หน้ากากผ้าจำนวน 200 ชิ้น คลอรีนน้ำจำนวน 20 ลิตร แอลกอฮอล์เจล 75% จำนวน 5 ลิตร ให้กับนักเรียนโรงเรียนบ้านบึง เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีการประเมินระยะเวลาการฟื้นตัวและผลกระทบที่เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยเฉพาะช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศที่ได้รับผลกระทบโดยตรงและปรับเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินการ เช่น การกระจายสินค้าไปยังประเทศที่ได้รับผลกระทบที่น้อยกว่า ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดส่งเพื่อให้การจัดส่งสินค้ามีความรวดเร็วมากขึ้น เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้บริหารระดับสูงได้มีการทบทวนเป้าหมายของธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งมีการสำรวจความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการปฏิบัติงานเพื่อให้สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคงยั่งยืน

ขณะเดียวกัน บริษัทวิเคราะห์ “New Normal” ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทจึงเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และจัดส่งในรูปแบบ Delivery เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในยุค “New Normal” รวมทั้งได้กำหนดแผนการบริหารจัดการธุรกิจในระยะยาว โดยเน้นผลิตและจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพ เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่รักสุขภาพและรับมือกับ “New Normal” ที่เกิดขึ้นได้



TVO

บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.tvothai.com>

ธุรกิจหลัก

ผลิตและจำหน่ายน้ำมันก๊วยเหลือง “ตรางูเห่า”
และวัตถุดิบอาหารสัตว์ ได้แก่ กากก๊วยเหลือง
ดีฮิลซอยมีล ฟูลแฟตซอย ดีฮิลฟูลแฟตซอย
รวมถึง เลซิดิน ซอยอัล น้ำมันข้าวโพด
น้ำมันทานตะวัน น้ำมันคาโนลา และน้ำมันมะกอก

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทให้ความสำคัญโดยคำนึงถึงผลกระทบในด้าน
อาชีวอนามัยและความปลอดภัยมาโดยตลอด นับตั้งแต่ปี
2562 เป็นช่วงที่หลายประเทศในภูมิภาคเอเชียเผชิญกับ
โรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกร (African Swine Fever: ASF)
บริษัทให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยของ
อาหาร จึงใช้ระบบ Biosecurity เพื่อควบคุมการผลิต
คุณภาพของผลิตภัณฑ์และระบบการดำเนินงานให้
ปราศจากเชื้อโรคทุกขั้นตอน อีกทั้งยังนำเครื่องมือใน
การบริหารความเสี่ยง คือ ดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ
(Key Risk Indicator: KRI) เพื่อแจ้งสัญญาณของการ
เพิ่มขึ้นหรือลดลงของปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ และจะถูก
ติดตามอย่างใกล้ชิด รวมถึงยังเป็นระบบเตือนภัยล่วงหน้า
Early Warning เพื่อนำไปสู่การค้นหาสาเหตุและปรับปรุง
แก้ไข ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ได้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
เช่น การรับมือกับโรคอหิวาต์ในสุกร (โรค ASF) หรือ
สถานการณ์ภัยแล้งที่ประเทศไทยกำลังเผชิญอยู่ เป็นต้น



ดังนั้น เมื่อเกิดการระบาดของ COVID-19 ขึ้น คณะกรรมการบริษัทให้ฝ่ายบริหารนำประเด็นดังกล่าว เข้าเป็นวาระสำคัญในการประชุม Management Meeting ของบริษัททุกสัปดาห์ นับตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็นต้นมา เพื่อประเมินความเสี่ยง เตรียมการรับมือ ตลอดจนวางแผนกระบวนการทำงานให้เหมาะสม ขณะเดียวกันฝ่ายบริหารมีหน้าที่ต้องนำเสนอการ ดำเนินการหรือประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านต่าง ๆ กลับไป รายงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบ เพื่อให้มั่นใจว่า TVO มีความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างดี

บริษัทได้มีการประกาศมาตรการป้องกันการ แพร่ระบาดของโรคในสถานประกอบการ ตามแนวทาง ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เช่น

- **มาตรการป้องกันและรับมือกับสถานการณ์ COVID-19** เพื่อขอความร่วมมือพนักงานให้ หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังประเทศกลุ่มเสี่ยง โดยประเมินว่าสถานการณ์ขณะนั้นมีความเสี่ยง ที่รัฐบาลของแต่ละประเทศจะออกมาตรการ กักตัวสำหรับผู้เดินทางเข้า-ออกประเทศ เหล่านั้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทางทำให้ ไม่สามารถเดินทางกลับประเทศไทยได้ ดังนั้น

พนักงานที่มีความจำเป็นต้องเดินทางไปต่าง ประเทศหรือมีโอกาสสัมผัสใกล้ชิดบุคคลที่เคย เดินทางไปยังประเทศกลุ่มเสี่ยงต้องดำเนินการ ตามขั้นตอนที่บริษัทกำหนดไว้

- **แนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของ โรคสำหรับพนักงาน** เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิ ณ จุดคัดกรอง สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา พนักงานต้องแจ้งประวัติการเดินทางต่างประเทศ ของตนเองรวมถึงสมาชิกในครอบครัวย้อนหลัง 30 วัน ให้ผู้บังคับบัญชาและแผนกบุคคลรับทราบ เป็นต้น
- **แนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของ โรค สำหรับลูกค้า-ผู้มาติดต่อ** เช่น ขอความร่วมมืองดเว้นการเข้ามายังพื้นที่ของบริษัท สำหรับผู้ติดต่อที่เดินทางกลับจากประเทศ กลุ่มเสี่ยง กำหนดพื้นที่พบปะหรือประชุม ในพื้นที่โรงงาน เป็นแบบเด่นที่ที่มีอากาศถ่ายเท สะดวกและขอความร่วมมือให้ประชุมหรือพบปะ กับลูกค้าด้วยระยะเวลาที่สั้นกระชับ รวมถึง จัดเตรียมพื้นที่รับประทานอาหารในโรงอาหาร แบบเว้นระยะห่าง เป็นต้น

- **กำหนดการทำงานแบบ Work From Home** ให้พนักงานแบ่งทีม A และ B โดยสลับทำงาน สัปดาห์เว้น 1 สัปดาห์ โดยมีการเตรียมความพร้อมกระบวนการทำงานให้เป็นไปตามปกติและเพิ่มระดับจนกระทั่งพนักงานทุกคนสามารถปฏิบัติงานจากที่บ้านได้ 100% เพื่อรองรับในกรณีรัฐบาลประกาศภาวะฉุกเฉินหรือสถานการณ์มีความรุนแรงขึ้น เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทยึดหลักการปฏิบัติงานตามการบริหารจัดการความต่อเนื่อง (Business Continuity Management: BCM) โดย**ปรับกระบวนการทำงานเพื่อให้ธุรกิจยังคงสามารถดำเนินต่อไปได้ในภาวะวิกฤต ควบคู่กับการคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม** ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานในภาพรวม บริษัทจึงกำหนดเป็นรูปแบบการดำเนินงานในภาวะวิกฤตของสายการผลิต โดยฝ่ายบริหารประกาศแต่งตั้ง **“คณะทำงาน COVID-19”** ประกอบด้วย ผู้บริหารและผู้จัดการแผนกที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตจำนวน 12 ท่าน ซึ่งมีประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการด้านการผลิต (COP) เป็นผู้อำนวยการสูงสุด ส่วนโรงงานเป็นที่ปรึกษาคณะทำงานและผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานการผลิตเป็นประธานคณะทำงาน

ทั้งนี้ **คณะทำงาน COVID-19** จะเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการจัดการหรือบรรเทาความรุนแรงจากผลกระทบของ COVID-19 เพื่อลดผลกระทบต่อบุคลากรผู้มีส่วนได้เสีย และผลกระทบอื่นที่อาจเกิดขึ้นต่อองค์กร ตลอดจนบูรณาการงานด้านการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง การให้บริการลูกค้า เข้าด้วยกันเพื่อให้องค์กรสามารถปฏิบัติงานต่อไปได้ภายใต้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด กรณีเกิดการระบาดที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น

บริษัทได้มีการจัดทำแผนจัดการความต่อเนื่องของธุรกิจ โดยกำหนดขั้นตอนตั้งแต่การทำความเข้าใจในภารกิจของบริษัท การระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น แนวทางลดผลกระทบจากความเสี่ยง วางแผนมาตรการแก้ไขปัญหาคือความเสี่ยง การเตรียมการและปฏิบัติตามแผนการประชาสัมพันธ์ และการตรวจสอบแผน

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดแนวทางการรับมือผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ดังนี้

① การรับมือกับผลกระทบของการระบาดใหญ่ ต่อองค์กร

- ประเมินผลกระทบจากการระบาดใหญ่ของ COVID-19 ที่มีต่อบุคลากร ระบบขนส่ง และการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับวงจรผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ
- ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการระบาดของ COVID-19 จัดทำแผนการติดต่อสื่อสารในกรณีฉุกเฉิน และปรับเปลี่ยนเป็นระยะ ๆ ตามความเหมาะสม โดยระบุบุคคลสำคัญที่ต้องติดต่อตามวงจรการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ผู้ส่งมอบวัตถุดิบไปจนถึงลูกค้า
- จัดทำแผน Lockdown เตรียมแผนตามสถานการณ์สมมุติที่มีผลต่อการให้บริการหรือกระบวนการผลิต ทั้งกำลังคน วัตถุดิบ ภาชนะบรรจุเชื้อเพลิง เพื่อให้สามารถเดินเครื่องผลิตได้ต่อเนื่อง รวมทั้งทดสอบความพร้อมและการปฏิบัติงานตามแผน โดยซ้อมทั้งแผนจำลองและแผนปฏิบัติเสมือนจริง

② การรับมือกับผลกระทบของการระบาดใหญ่ ต่อบุคลากรและลูกค้า

- ประเมินการหยุดงานของพนักงาน โดยแบ่งเป็นระดับการหยุดงานตามการระบาดหรือโอกาสในการติดเชื้อไปจนถึงเกิดการระบาดใหญ่
- ประเมินว่าบุคลากรสามารถเข้าถึงบริการสาธารณสุขและบริการด้านสังคมอื่น ๆ ได้อย่างสะดวกและเพียงพอหรือไม่
- จัดลำดับกลุ่มลูกค้าสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับบริการเฉพาะไว้ในแผนเตรียมความพร้อมด้วย

③ การกำหนดหลักเกณฑ์ที่ต้องดำเนินการใน ระหว่างเกิดการระบาดใหญ่ COVID-19

- การใช้สถานที่ทำงาน และชั่วโมงการทำงาน อาจใช้การติดต่อสื่อสารอื่น ๆ หรือการสับหลักช่วงเวลาทำงาน
- การป้องกันการแพร่ระบาดของโรคในสถานที่ทำงาน
- แนวทางที่ต้องดำเนินการเมื่อมีบุคลากรที่สงสัยว่าจะป่วยด้วยโรค COVID-19
- แต่งตั้งผู้มีอำนาจสั่งการ การส่งสัญญาณเตือนภัย และแนวทางปฏิบัติในการดำเนินการตอบสนองตามแผนอย่างเคร่งครัด การยุติการปฏิบัติงาน การปิดทำการหน่วยผลิตในพื้นที่ที่มีการระบาด รวมทั้งการส่งต่อความรู้ให้แก่บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่แทน

④ การจัดสรรทรัพยากรเพื่อป้องกันการระบาดใหญ่ และลูกค้า หากเกิดการระบาดใหญ่ เช่น การจัดหาอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อให้เพียงพอโดยบังคับใช้สำหรับทุกคน และทุกพื้นที่ขององค์กร จัดหาเครื่องมือ/ช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรและลูกค้า เป็นต้น

⑤ การติดต่อสื่อสารและการให้ความรู้แก่ บุคลากร เพื่อให้ความรู้เบื้องต้นและสื่อสารมาตรการและ แนวปฏิบัติสำหรับการป้องกันโรคต่อพนักงานโดยใช้ภาษา ที่เข้าใจง่ายและต่อเนื่อง

บริษัทมีการรายงานการจัดการภาวะวิกฤตต่อคณะกรรมการบริษัท ดังนี้

- คณะทำงาน COVID-19 ประชุมติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของการดำเนินงานทุกสัปดาห์ และสามารถปรับความถี่เป็นทุกวันได้ในกรณีที่การระบาดทวีความรุนแรงขึ้น

- การดำเนินงานในภาวะวิกฤตทั้งส่วนสำนักงานและสายการผลิตจะต้องนำมารายงานต่อฝ่ายบริหารในการประชุม Management Meeting ทุกสัปดาห์

- ฝ่ายบริหารมีหน้าที่รายงานการดำเนินการในด้านต่าง ๆ ต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อรับทราบความคืบหน้ารวมถึงคณะกรรมการบริษัทมีส่วนสนับสนุนฝ่ายบริหารในการตัดสินใจเรื่องที่มีนัยสำคัญในช่วงภาวะวิกฤตด้วย

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมุ่งเน้นการดูแลพนักงานให้ปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัยควบคู่ไปกับดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ดังนี้

พนักงาน:

- บริษัทไม่มีนโยบายปรับลดเงินเดือน หรือลดจำนวนพนักงาน
- การจัด Tier ของพนักงาน แบ่งออกเป็น 4 ระดับตามระดับความเสี่ยง เพื่อเฝ้าระวังและดูแลพนักงานอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งจัดเตรียมบ้านพักสำรองสำหรับพนักงานสายการผลิตเพื่อรองรับกรณีที่มีการระบอดรุนแรงและกระทบต่อการเดินทางมาปฏิบัติงาน
- กรณีที่พนักงานเจ็บป่วยหรือติดเชื้อ COVID-19 สามารถใช้สิทธิการลาป่วยและเบิกสวัสดิกการคำรักษาพยาบาลได้ตามสิทธิของพนักงานแต่ละระดับ ตลอดจนประสานงานกับสำนักงานประกันสังคมในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อเตรียมความพร้อมในกรณีที่พนักงานจำเป็นต้องเบิกคำรักษาพยาบาลเพิ่มเติมตามสิทธิผู้ประกันตน

ลูกค้า:

- กรณีที่ลูกค้าประสงค์ขอพักหรือเลื่อนระยะเวลาการชำระเงินด้วยเหตุจำเป็นจากสถานการณ์ COVID-19 บริษัทจะพิจารณาอนุมัติเป็นรายกรณี
- จัดโปรแกรมให้ลูกค้าซื้อสินค้าในราคาพิเศษเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของลูกค้าและบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19

- เปิดช่องทางการติดต่อแบบสายด่วนสำหรับลูกค้าในการติดต่อกับฝ่ายขายได้อย่างทันท่วงทีในกรณีฉุกเฉิน

คู่ค้า:

- บริษัทไม่มีนโยบายผลัดผ่อนหรือขอขยายเวลาการชำระเงินกับคู่ค้าเพื่อไม่ก่อให้เกิดภาระด้านรายได้แก่คู่ค้าในภาวะวิกฤต
- บริษัทได้สื่อสารมาตรการและแนวปฏิบัติสำหรับผู้มาติดต่อและขอความร่วมมือปรับเปลี่ยนขั้นตอนการจัดซื้อให้คล้องกับสถานการณ์ ลดการจัดส่งเอกสารแบบตัวต่อตัวเป็นผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ อีเมล หรือทางไปรษณีย์แทน
- บริษัทเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานอำนวยความสะดวกให้แก่คู่ค้าในกรณีที่พนักงานที่เกี่ยวข้อง Work From Home

ผู้ถือหุ้น:

- จัดประชุมผู้ถือหุ้นโดยปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดสำหรับการประชุมอย่างเคร่งครัด
- สื่อสารการบริหารความเสี่ยงและการรับมือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ตลอดจนเปิดเผยการช่วยเหลือชุมชนและประชาชนที่ได้รับผลกระทบ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การจัด Analyst Meeting แบบออนไลน์ การเผยแพร่ข่าวของบริษัทผ่านสื่อมวลชน ข่าวประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น

ชุมชนและสังคม:

- การมอบเงินบริจาคจำนวน 1 ล้านบาท แก่ผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม สำหรับนำไปจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์และเวชภัณฑ์ทางการแพทย์แจกจ่ายให้กับบุคลากรทางการแพทย์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม โรงพยาบาลชุมชน และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบลในจังหวัดนครปฐม
- พนักงานจิตอาสาจัดทำหน้ากากป้องกันใบหน้าหรือ Face Shield จำนวน 3,200 ชิ้น เพื่อส่งมอบให้แก่โรงพยาบาลในต่างจังหวัดทุกภูมิภาค รวม 12 แห่ง
- สนับสนุนผลิตภัณฑ์น้ำมันถั่วเหลือง ตรารุ่งน ในโครงการ “ตูปันสุข” ให้แก่ชุมชนที่อยู่รอบโรงงานในอำเภอนครชัยศรี และครัวพระราชทานอุปนายกผู้อำนวยการ สภาเกษตรกรไทย เพื่อนำไปใช้ประกอบอาหารแจกจ่ายแก่ประชาชนผู้ประสบภัย COVID-19 รวมถึงให้แก่หน่วยงานของรัฐ เช่น สถานีตำรวจ สถานีดับเพลิงทุกแห่ง โดยรอบสำนักงานใหญ่และโรงงาน เป็นต้น

หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรภายนอก:

- แลกเปลี่ยนแผนการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉินกับหน่วยงานด้านสาธารณสุขระดับจังหวัดและระดับประเทศ เพื่อสร้างความเข้าใจและสนับสนุนการดำเนินงานซึ่งกันและกัน
- แลกเปลี่ยนแผนปฏิบัติงานรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินกับสมาคมการค้า พันธมิตรและองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อประสานความร่วมมือในการรับมือกับการแพร่ระบาดของ COVID-19

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

แม้ว่าสถานการณ์ COVID-19 จะไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทในภาพรวม แต่บริษัทมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการทำงานของพนักงานทุกคนเพื่อให้สอดคล้องและทันต่อสถานการณ์ดังนี้

① การดูแลพนักงานให้มีความปลอดภัย มีแนวทางปฏิบัติตนที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์
โดยยังคงดำเนินตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดในสถานประกอบการอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน เช่น การตรวจคัดกรองการเว้นระยะห่างทางสังคม การทำความสะอาด และจัดเตรียมอาคารสถานที่ปฏิบัติงาน ช่องทางการติดต่อสื่อสารสองทางกับพนักงาน และมาตรการรองรับที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงาน เป็นต้น

② การปรับตัวกับรูปแบบหรือพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า วิกฤต COVID-19 เป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรต้องกลับมาทบทวนกลยุทธ์และแผนธุรกิจปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตั้งแต่การเข้าถึงลูกค้า การตลาด การบริหารหลังการขาย การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ การขนส่งสินค้าไปยังปลายทางตามที่คุณค้าต้องการ รวมทั้งสื่อสารให้ข้อมูลกับลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ

③ การประเมินผลกระทบตลอดห่วงโซ่อุปทาน
โดยเฉพาะผู้ส่งมอบที่ป้อนวัตถุดิบเข้าสู่สายการผลิต จัดทำแนวทางและมาตรการรองรับผลกระทบที่เกิดขึ้น หากสถานการณ์ COVID-19 กระทบต่อการส่งมอบวัตถุดิบพิจารณาปรับปรุงข้อตกลงหรือข้อสัญญากับผู้ส่งมอบวัตถุดิบหากมีการร้องขอ จัดหาแหล่งวัตถุดิบสำรองเพื่อป้องกันปัญหาวัตถุดิบขาดช่วง รวมถึงติดตามและประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อนำไปสู่การวางแผนการจัดการการผลิตสินค้าและการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป



TWPC

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / ธุรกิจการเกษตร

<http://www.thaiwah.com>

ธุรกิจหลัก

ธุรกิจหลักของบริษัทแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ การผลิตผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นและเส้นก๋วยเตี๋ยว เพื่อจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทได้ติดตามสถานการณ์ COVID-19 อย่างใกล้ชิด โดยมี Core BCP Team ติดตามสถานการณ์และมีการประชุมทุกเช้า รวมถึงมีการ Teleconference กับ 15 Operation Sites 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งจากสถานการณ์นี้ บริษัทได้มีการทบทวนแผน Business Continuity Plan เพื่อประเมินความเสี่ยงและทบทวน Action Plan ทั้งในด้าน Business Operation ด้าน Supply Chain และด้าน Customer นอกจากนี้ บริษัทได้ทำการสื่อสารสถานการณ์กับคู่ค้าตลอด และมีการบริหารจัดการเรือกักตัวตักเข้าหรือจัดส่งสินค้าล่วงหน้าเพื่อบรรเทาผลกระทบ รวมถึงได้เตรียมคลังสินค้าสำรองใกล้ท่าเรือเพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ายังสามารถทำการส่งออกให้ลูกค้าต่างประเทศได้ในช่วงวิกฤต



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทให้พนักงานมีการรายงานสุขภาพของพนักงานและครอบครัวอย่างใกล้ชิดผ่าน Core BCP Team ในทุกวัน และมีการกำหนดมาตรการและแนวทางในการดูแลพนักงาน เช่น จัดเตรียมหน้ากากอนามัยและแอลกอฮอล์เจลให้พนักงานทุกคน พ่นฆ่าเชื้อทำความสะอาดสำนักงานอย่างสม่ำเสมอในช่วงระบาศ ชื้อประกันสุขภาพ COVID-19 ให้พนักงานทุกคน ติดต่อกหาที่พักรั่วคราวให้กับพนักงานกลุ่มเสี่ยง ยืดหยุ่นเวลาเข้าออกงานให้กับพนักงานที่จำเป็นจะต้องมาทำงานที่สำนักงานเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดในการเดินทางในช่วงเวลาเร่งด่วน รวมถึงบริษัทมีการจัดเตรียมทรัพยากรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น ทั้งการจัดเตรียมคอมพิวเตอร์ให้พนักงานสามารถ Work From Home และออกค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตให้พนักงาน เตรียมระบบ Microsoft Teams และ Zoom ให้สามารถจัดประชุมได้ตามปกติ เป็นต้น

บริษัทมีการจัดตั้ง Core BCP Team ซึ่งประกอบด้วย CEO, CFO, MD, HR, IT และ Risk Management เพื่อติดตามสถานการณ์และร่วมกันตัดสินใจในการสั่งการเพื่อบริหารจัดการในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยมีการประชุมผ่าน Teleconference ในช่วงเช้าของทุกวัน รวมถึงประชุมร่วมกับ 15 Operation Sites และบริษัทในต่างประเทศ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง เพื่อติดตามสถานการณ์ในแต่ละพื้นที่ที่มีโรงงานและสำนักงานตั้งอยู่

บริษัทมีการปรับตัวในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น

1 ด้านการผลิต ปรับแผนการผลิตโดยจัดแบ่งเป็นทีม A และทีม B ลดเวลาการทำงาน เพื่อไม่ให้ทั้งสองทีมต้องสัมผัสกัน รวมถึงปรับแผนการผลิตให้เหมาะสมกับความต้องการผู้บริโภค เช่น ปรับบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กลง เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทได้ปรับแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบที่ใช้เวลาในการจัดส่งนานโดยสั่งซื้อเร็วขึ้นและจัดเก็บมากขึ้น รวมทั้งได้เตรียมคลังสินค้าสำรองไว้ใกล้ท่าเรือเพื่อที่จะไม่กระทบกับการส่งออกสินค้าไปยังลูกค้าต่างประเทศ

② ด้านการขาย ปรับแผนการขายในบางกลุ่มสินค้าเพื่อให้กระจายถึงผู้บริโภคง่ายขึ้นในช่วงสถานการณ์ COVID-19

③ ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของ บริษัท ทบทวนกระแสเงินสดและชะลอแผนการลงทุนเพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ รวมถึงตัดค่าใช้จ่ายที่สามารถเลื่อนหรือยกเลิกได้ ทั้งนี้ บริษัทไม่ได้ตัดเงินเดือนพนักงานแต่อย่างใด

ในการสื่อสารช่วงภาวะวิกฤต บริษัทได้กำหนด **Skeleton Team** มีการสื่อสารและเรียกประชุมเพื่อซักซ้อมความเข้าใจในการจัดการบริหารในช่วงภาวะวิกฤต รวมทั้งได้**ทำการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก** เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มต่าง ๆ เช่น ลูกค้าและคู่ค้าหลักสื่อสารผ่านทางอีเมล และ Teleconference ผู้ถือหุ้นสื่อสารผ่าน Opportunity Day และ Analyst Meeting เพื่ออัปเดตสถานการณ์และผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 อย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้บรรเทาผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มทั้งภายในและภายนอกองค์กรจากสถานการณ์ในครั้งนี้ ได้แก่

พนักงาน: บริษัทไม่ได้ลดเงินเดือน/ค่าแรงของพนักงานและไม่ได้ลดจำนวนพนักงานจากสถานการณ์ COVID-19 ครั้งนี้ เพียงแต่ชะลอการรับพนักงานเพิ่มหรืออัตราทดแทน นอกจากนี้ได้ทำประกันสุขภาพ COVID-19 ให้กับพนักงานทุกคนและจ่ายค่าตรวจให้ถ้าพบเป็นกลุ่มเสี่ยง รวมถึงกรณีที่พนักงานต้องกักตัว 14 วัน บริษัทยังคงจ่ายเงินเดือนและค่าแรงให้กับพนักงาน

ลูกค้า: บริษัทอนุมัติให้ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบสามารถชำระเงินค่าสินค้าให้กับบริษัทล่าช้าได้โดยไม่ต้องคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มแต่อย่างใด

คู่ค้า: บริษัทชำระเงินค่าวัตถุดิบและค่าบริการต่าง ๆ ให้กับคู่ค้าตามกำหนดเวลา และผ่อนปรนกฎเกณฑ์การส่งเอกสารเพื่ออำนวยความสะดวกให้คู่ค้าด้วย

ผู้ถือหุ้น: บริษัทจัดประชุมผู้ถือหุ้นโดยกำหนดให้คณะกรรมการบริษัทสามารถประชุมออนไลน์ได้ สำหรับผู้ถือหุ้น บริษัทดำเนินการตามมาตรการ Social Distancing มีการตรวจวัดอุณหภูมิและตรวจสอบความเสี่ยงเบื้องต้นก่อนให้เข้าร่วมประชุม และได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามผ่านทางอีเมล

ชุมชนและสังคม: บริษัทมีการสนับสนุนและบริจาคเส้นก๋วยเตี๋ยวและวุ้นเส้นซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อนำไปปรุงอาหารแจกจ่ายให้กับชุมชน โรงพยาบาล มูลนิธิ และวัด รวมทั้งจัดจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษเพื่อช่วยผู้ประกอบการร้านอาหารด้วย

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีการปรับเปลี่ยนแผนงาน ชะลอการลงทุน ทบทวนเป้าหมายและแผนดำเนินงานของปี 2563 ทุกเดือน รวมทั้งได้มีการ**ติดตาม New Normal ของอุตสาหกรรม** ที่จะเกิดขึ้นภายหลังสถานการณ์วิกฤต COVID-19 อย่างใกล้ชิดเพื่อจะได้นำมาปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานและ**กระบวนการออกสินค้าใหม่ให้ตอบรับ New Normal และ Trend ที่เปลี่ยนแปลงไป**



ICHITAN

ICHI

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.ichitangroup.com>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม “อิชิตัน กรีนกัน” เครื่องดื่มสมุนไพร “เย็นเย็น โดยอิชิตัน” เครื่องดื่มชาเขียวผสมสมุนไพร “อิชิตัน ชิวชิว” และกลุ่มสินค้าชา พร้อมดื่มพรีเมียม เช่น ชาเขียวชชีโอกะ เป็นต้น

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 คณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารของบริษัทได้มีการประชุมเพื่อเตรียมพร้อมรองรับกับสถานการณ์อย่างทันก่วงที่ โดยได้ออกมาตรการสำคัญเร่งด่วนเพื่อปกป้องคุ้มครองความปลอดภัยของบุคลากรและการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจตามคู่มือ BCP หรือ Business Continuity Plan ที่มีการกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการประเมินความเสี่ยงในทุกส่วนงานและมีระบบการควบคุมป้องกันผลกระทบจากเหตุโรคร้ายแรง/อุบัติใหม่อยู่แล้ว ดังนั้น เมื่อเกิดวิกฤต COVID-19 ครั้งนี้ บริษัทจึงสามารถดำเนินการตามแผน BCP ได้ทันที และมีมาตรการเพิ่มเติมเพื่อลดผลกระทบที่มีต่อสถานที่ บุคลากร และ Supply Chain ได้แก่

- **มาตรการสำหรับบุคลากร และมาตรการ Social Distancing** เช่น ติดตั้งอุปกรณ์ตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าอาคาร เตรียมอุปกรณ์ด้านอาชีวอนามัยแก่พนักงาน มีการ Update สถานการณ์ต่าง ๆ แก่ผู้บริหารและพนักงานผ่านช่องทางต่าง ๆ



「玉露」
被覆栽培と朝摘みにより
色 香り うまみ 甘みが引き立つ

• **มาตรการสำคัญสำหรับผู้เดินทาง/Business Partner ต่างประเทศ** เช่น ขอความร่วมมือผู้บริหาร/พนักงานไม่เดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยง ยกเลิกแผนการเดินทางไปต่างประเทศในช่วงเวลาการแพร่ระบาด เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในสถานการณ์ปกติ สำนักใหญ่และโรงงานของอิชิตัน กรุ๊ป มีหลักการทำงานที่มีความยืดหยุ่นอยู่แล้ว โดยเน้นการทำงานบนเทคโนโลยีและเก็บข้อมูลเอกสารบนระบบอินทราเน็ต การ Share Drive รวมถึงการเก็บเอกสารบนระบบ E-Document สำหรับ**โรงงานเป็นระบบการผลิตแบบปิดกั้นระบบใช้คนในกระบวนการผลิตน้อย** ดังนั้น เมื่อเกิดเหตุการณ์ COVID-19 จึงไม่กระทบ**ต่อกระบวนการผลิตของบริษัท สามารถดำเนินงานได้ตามปกติ** อย่างไรก็ตาม บริษัทได้นำแผน BCP ปรับใช้กับสถานการณ์ทันที เช่น การคัดกรองคนก่อนเข้าในพื้นที่สำนักงาน/โรงงาน การปิดเยี่ยมชุมชนเรียนรู้ดินแดน รวมทั้งได้ประกาศมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 และมาตรการ Work From Home 100%

สำหรับพนักงานที่ทำงานในสำนักงานใหญ่ พร้อมทั้งให้ฝ่าย MIS ติดตั้งและเตรียมระบบการประชุม/เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ รวมถึงตรวจสอบความพร้อมของระบบ Cyber Security ขององค์กร เป็นต้น สำหรับการดำเนินงานกับ Business Partner ต่างประเทศ บริษัทดำเนินการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการใช้ E-Document เป็นหลัก รวมถึงได้มีการนำระบบ E-Payment มาใช้กับลูกค้า จึงไม่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ในครั้งนี้เช่นกัน

สำหรับการปรับตัว**ด้านสภาพคล่องทางการเงิน**นั้น บริษัทมีนโยบายการดำเนินธุรกิจที่เน้นควบคุมค่าใช้จ่ายและลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นตั้งแต่ก่อนเกิดสถานการณ์ COVID-19 โดยเลือกแนวทางที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สุดเพื่อสร้างกำไรที่ดีแก่ผู้ถือหุ้นและมีความยืดหยุ่นในการบริหารเงินในสภาวะไม่เป็นปกติ สำหรับ**การชำระหนี้กับสถาบันการเงิน**ยังคงดำเนินการได้ปกติ เนื่องจากบริษัทมีการกู้เงินต่ำ และมีการบริหารเงินสดให้เพียงพอต่อการลงทุนและต่อการดำเนินงานตามระบบบริหารความเสี่ยงด้านการรักษาสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งเหล่านี้เป็นนโยบายที่บริษัทถือปฏิบัติอย่างเป็นปกติ ดังนั้น ในวิกฤตครั้งนี้ บริษัทจึงไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีส่วนช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของผู้มีส่วนได้เสียจากสถานการณ์ COVID-19 เช่น

พนักงาน: บริษัทได้ซื้อประกัน COVID-19 ให้กับพนักงาน นอกเหนือจากการดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัย อีกทั้งบริษัทไม่มีนโยบายลดเงินเดือนหรือนโยบายใดที่กระทบรายได้ของพนักงาน

ลูกค้า: บริษัทมีมาตรการพิเศษสำหรับช่วยเหลือลูกค้าที่มีปัญหาทางการเงินจากวิกฤตครั้งนี้ในกรณีที่มีการร้องขอ ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาไม่มีลูกค้ารายใดขอขยายเครดิต และบริษัทมีการชำระเงินให้ลูกค้าได้ตามปกติ

ผู้ถือหุ้น: บริษัทจัดการประชุมผู้ถือหุ้นในรูปแบบผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-AGM แบบ Single System รายแรกของประเทศไทยโดยสิทธิของผู้ถือหุ้นยังคงครบถ้วนตามกฎหมาย นอกจากนี้ บริษัทยังสื่อสารกับนักลงทุนและผู้ถือหุ้นผ่านการจัดประชุมอิเล็กทรอนิกส์กับกลุ่มนักลงทุนสถาบันทั้งในประเทศ/ต่างประเทศ การให้สัมภาษณ์ผลประกอบการกับสำนักข่าวและการจัดงาน Opportunity Day ผ่านระบบ MS Teams รวมถึงผ่านหลายช่องทาง E-mail: ir@ichitangroup.com ทางโทรศัพท์ และ Facebook: [ir.ichitan](https://www.facebook.com/ir.ichitan) เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานสูงทำให้เผชิญกับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นครั้งนี้ได้ดี และที่สำคัญบริษัทเห็นโอกาสที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ครั้งนี้ที่ประชาชนหันมาใส่ใจสุขภาพตนเองมากขึ้น บริษัทจึงเห็นโอกาสในกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มสุขภาพเพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำตาล 8.5 ผสมวิตามินบีรวม ซึ่งบริษัทถือเป็นรายแรกในกลุ่มเครื่องดื่มที่ผลิตน้ำตาลที่เป็นน้ำตาลช่วยปรับสมดุลสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี เป็นไปตามแนวทางยุค 3 N คือ “New Product” “New Market” และ “New Business” ที่บริษัทใช้เป็นนโยบายสำคัญในการดำเนินธุรกิจในปีนี้ **ส่งผลให้สถานการณ์วิกฤตในครั้งนี้กลายเป็นโอกาสใหม่ของอีซีดับกรุ๊ป** ที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการ**ปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากขึ้น** เช่น จากการที่ภาครัฐออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่รองรับสถานการณ์ COVID-19 ทำให้บริษัทต้องปรับกระบวนการขายในช่องทางออนไลน์มากขึ้น รวมถึงการมุ่งเน้นในธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มความต้องการสูงในตลาดเครื่องดื่ม และมีการทบทวนแผนการตลาดใหม่โดยปรับเปลี่ยนยอดขายในปีนี้ให้สูงขึ้นกว่าด้วย

อย่างไรก็ดี แม้ว่าสถานการณ์จะกลับเข้าสู่ภาวะปกติแล้ว บริษัทยังคงดำเนินงานตามมาตรการ Social Distancing พร้อมทั้งยังคงให้ฝ่ายบุคคลทำหน้าที่ในการติดตามบุคลากรที่อาจมีความเสี่ยงอย่างใกล้ชิดอีกด้วย



OX

บริษัท เอ็กโซติก ฟู้ด จำกัด (มหาชน)

mai: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

<http://www.exoticfoodthailand.com>

ธุรกิจหลัก

ผู้ผลิตและจำหน่าย

- 1 ผลิตภัณฑเครื่องปรุงรสอาหาร เช่น ซอสพริก น้ำจิ้มไก่ และซอสต่าง ๆ
- 2 ผลิตภัณฑเครื่องประกอบอาหาร เช่น กะทิและเครื่องแกงต่าง ๆ
- 3 ผลิตภัณฑเครื่องดื่มจากผักและผลไม้ เช่น น้ำมะพร้าวและน้ำว่านหางจระเข้
- 4 ผลิตภัณฑอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เช่น ข้าวแกงเขียวหวานและก๋วยเตี๋ยวผัดไทย
- 5 ผลิตภัณฑอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปต่าง ๆ เช่น สีนคาน้ำมันและน้ำเกลือ ผักและผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑจากข้าวของแห้งและของดองต่าง ๆ

โดยผลิตภัณฑของบริษัทถูกจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัท เช่น EXOTIC FOOD, THAI PRIDE, FLYING GOOSE, และ COCO LOTO เป็นต้น

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันท่วงทีต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่มีต่อการดำเนินงานและสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ เช่น มีการจัดตั้งทีมงานเฉพาะกิจเพื่อรายงานและติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 อย่างใกล้ชิด มีการจัดประชุมอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ในช่วงต้นของเหตุการณ์ คณะกรรมการบริษัทและทีมผู้บริหารได้มีการประชุมหารือร่วมกันเพื่อรับมือกับสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้น และมีการประกาศมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ เพื่อรับมือหรือตอบสนองอย่างทันท่วงที ได้แก่

1 การจัดทำ “แผนฉุกเฉินมาตรการป้องกันไวรัส COVID-19 สำหรับองค์กรและโรงงาน” เพื่อเป็นกรอบในการปฏิบัติงานของพนักงานในช่วงสถานการณ์ COVID-19

2 นโยบาย Work From Home สำหรับพนักงานที่ประจำในพื้นที่เสี่ยง รวมถึงการกำหนดแนวทางการดูแลสุขภาพและสุขภาพของพนักงาน การจัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน Work From Home ให้พนักงาน



③ การจัดทำ **Line Official: XO COVID-19 Channel** และสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่จำเป็นต่อการป้องกันและดูแลตนเองจากเชื้อ COVID-19 รวมถึงประชาสัมพันธ์กิจกรรมและนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท

④ **นโยบายปรับเวลาการทำงาน** เพื่อช่วยให้พนักงานลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อที่อาจเกิดขึ้นจากการเดินทางโดยรถสาธารณะที่แออัด

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีบทบาทในกระบวนการจัดการภาวะวิกฤต โดยมีการติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของแผนดำเนินการต่าง ๆ ตลอดจนสนับสนุนทีมงานในการดำเนินงานช่วงภาวะวิกฤตดังกล่าว รวมถึงบริษัทได้จัดตั้ง**ทีมจัดการเฉพาะกิจของบริษัท**เพื่อเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง ซึ่งช่วยให้การดำเนินงานและการตัดสินใจของบริษัทมีประสิทธิภาพ

บริษัทมีการจัดการและเตรียมทรัพยากรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ (เช่น อุปกรณ์ IT Application เพื่อใช้ในการทำงานออนไลน์ ทีม IT Support เป็นต้น) อุปกรณ์ความปลอดภัยและชีวอนามัย (เช่น หน้ากาก

อนามัย เจลล้างมือ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสะอาดของสถานที่ทำงานและพื้นที่ส่วนกลาง เป็นต้น) ตลอดจนทรัพยากรอื่น ๆ

บริษัทมีการปรับตัว/ทบทวนในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ได้แก่

- **ด้านการผลิตสินค้าและบริการ** เช่น การปรับกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ โดยเน้นจัดหาผู้ผลิตในประเทศเพื่อสำรองกรณีที่วัตถุดิบขาดตลาด การสร้างความสัมพันธ์และข้อตกลงระยะยาวกับผู้ผลิตวัตถุดิบและการจัดซื้อจัดหาแบบลีน (Lean) ที่ช่วยรักษาผลประโยชน์ระหว่างบริษัทและผู้ผลิตแบบ Win-Win เป็นต้น
- **ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ** เช่น การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและการให้บริการภายในประเทศ โดยเน้นช่องทางการขายทางออนไลน์ การเพิ่มมาตรการดูแลสุขอนามัยของพนักงานเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เป็นต้น
- **ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของบริษัท** เช่น Monitor Cash Flow ในช่วงภาวะวิกฤตอย่างใกล้ชิด ทบทวนตัดลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ชะลอแผนการลงทุน ศึกษาและใช้สิทธิประโยชน์จากมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ได้จากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ในช่วงภาวะวิกฤต บริษัทได้กำหนดประเด็นสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก รวมทั้ง มีวิธีการ/ขั้นตอน/ช่องทางในการสื่อสารที่ชัดเจนตามประเด็นสื่อสารที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย คือ

- ภายในบริษัท: ได้มีการจัดทำช่องทางการสื่อสารที่พนักงานสามารถเข้าถึงได้ ได้แก่ Line Official: XO COVID-19 Channel และสื่อประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ ในสำนักงานและโรงงาน
- ภายนอกบริษัท: มีการติดต่อสื่อสารกับผู้ผลิตวัตถุดิบแบบสองช่องทาง พร้อมเปิดรับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ร่วมกัน

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดระยะเวลาในการติดตามสถานการณ์และได้ติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถมีข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจได้อย่างทันท่วงที

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการจัดการผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียดังนี้

พนักงาน: เช่น การดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงานและจัดหาอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้แก่พนักงานอย่างเพียงพอ การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางที่มีประสิทธิภาพผ่านทาง Line Official: XO COVID-19 Channel เพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักแก่พนักงานเกี่ยวกับเชื้อไวรัส COVID-19 และวิธีการป้องกันตนเองเพื่อลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อ รวมถึงในกรณีที่บริษัทต้องมีการเลิกจ้างหรือปรับลดเงินเดือน/สวัสดิการของพนักงาน บริษัทจะดำเนินการตามแนวทางของ พรบ.คุ้มครองแรงงานและเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น

ชุมชนและสังคม: เช่น โครงการที่เชื่อมโยงกับศักยภาพและกระบวนการทางธุรกิจ (In Process) โครงการ Flying Goose Sharing กิจกรรมการบริจาคเงินให้แก่โรงพยาบาล เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทอยู่ในอุตสาหกรรมส่งออกอาหารที่ส่งขายให้กับ Supermarket เป็นหลัก ทำให้ยอดขายของบริษัทไม่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 อย่างไรก็ดี บริษัทได้ใช้โอกาสนี้ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจ New Normal ของอุตสาหกรรมที่จะเกิดขึ้นภายหลังสถานการณ์วิกฤต COVID-19 โดยทีมที่ปรึกษาในด้านต่าง ๆ ทั้งด้าน Strategy, Human Resource, Branding & Marketing, Cost Reduction, Process-Automation และ Data Analysis ได้ร่วมกันกำหนดแผนระยะยาวในการรับมือ New Normal เพื่อพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการประกาศให้พนักงานรับทราบเกี่ยวกับแผนการดำเนินงานผ่านกิจกรรม Town Hall เพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงสถานการณ์ของบริษัทและปรับวิธีการทำงานให้สามารถตอบรับกับกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัทได้

