



TOA

บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

SET: อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / วัสดุก่อสร้าง

<http://www.toagroup.com/>

ธุรกิจหลัก

ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวให้กับกลุ่มผู้ใช้งานประเภทลูกค้าทั่วไป โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1 ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร
- 2 ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว และผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น เช่น ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์สีที่มีความทนทานสูง และผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่น เป็นต้น

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทได้กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ Covid-19 ได้แก่ ให้พนักงานงดหรือหลีกเลี่ยงการเดินทางหรือผ่านในประเทศกลุ่มเสี่ยง หากมีการเดินทางในประเทศกลุ่มเสี่ยงให้กักตนเองเพื่อติดตามอาการเป็นเวลา 14 วัน และหลังกลับมาปฏิบัติงานต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ทำความสะอาดมือด้วยแอลกอฮอล์ รวมทั้งต้องรับการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย เพื่อติดตามอาการต่อเนื่องอีก 15 วัน พนักงานบุคคลภายนอก หรือมีบุคคลในครอบครัวที่เดินทางกลับจากประเทศกลุ่มเสี่ยง ต้องให้ข้อเท็จจริงแก่เจ้าหน้าที่รพ. ก่อนเข้าพื้นที่ มีการตรวจคัดกรองพนักงาน ผู้เข้ามาติดต่อ ก่อนเข้าปฏิบัติงานต้องผ่านการตรวจโดยใช้เครื่องอินฟาเรดเทอร์โมมิเตอร์ วัดอุณหภูมิร่างกาย บริษัทคำนึงถึงความปลอดภัยและลดความเสี่ยงการติดเชื้อของพนักงานเป็นสำคัญในสถานการณ์ COVID-19 โดยได้ออกนโยบายการทำงานที่บ้าน (Work From Home) โดยใช้เครื่องมือสนับสนุนด้าน IT มาช่วยการทำงาน เช่น Microsoft Teams, Lotus Note, Line Application เป็นต้น และการสับเปลี่ยนทีมงานทุกส่วนไว้รองรับการปฏิบัติงานเพื่อให้แผนงานของบริษัทยังคงดำเนินการได้อย่างราบรื่น นอกจากนี้ กำหนดให้ผู้ประกอบการ Shuttle Bus ทำความสะอาดรถก่อนรับพนักงานทั้งขามาและขากลับ และมีแอลกอฮอล์เจลตั้งไว้แถวประตูเพื่อให้พนักงานทำความสะอาดมือ รวมถึงต้องสวมหน้ากากอนามัยทุกครั้ง



Greenovation
นวัตกรรมสีเพื่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม



บริษัทมีการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ COVID-19 ทางอีเมล จอ LCD บอร์ดประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับแนวทางป้องกัน อาการเฝ้าระวัง แบบประเมิน ความเสี่ยงก่อนมาโรงพยาบาลต่อการติดเชื้อ COVID-19 สถานที่เสี่ยงแพร่กระจายเชื่อดังกล่าว เป็นต้น รวมถึง Update สถานการณ์ COVID-19 ในประเทศไทย กลุ่ม บริษัทและทั่วโลกรายวันทางอีเมล

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมตอบสนองเหตุการณ์ฉุกเฉิน COVID-19 ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูง โดยมีอำนาจหน้าที่ติดตามและประเมินสถานการณ์ จนกว่าสถานการณ์จะคลี่คลาย กำหนดมาตรการให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติของรัฐบาล กำกับดูแลให้แต่ละสายงานจัดทำแผนประคองธุรกิจ (Business Continuity Plans) เพื่อให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์และผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจัดตั้งคณะทำงานโดยความร่วมมือของฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสื่อสารข้อมูลและนำมาตราการต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนดไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

ตลอดจนตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดจากการแพร่ระบาด เพื่อให้มีการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในช่วงภาวะฉุกเฉิน

บริษัทมีการสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียผ่านทางเว็บไซต์ Press Release ว่าจากสถานการณ์ COVID-19 นั้น บริษัทได้รับผลกระทบในวงจำกัดตามประกาศการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ที่มีผลให้มีมาตรการปิดสถานที่เสี่ยงต่อการติดต่โรคเป็นการชั่วคราว ซึ่งรวมถึงห้างสรรพสินค้าที่มีร้านค้าโมเดิร์นเทรดจำหน่ายสีร่วมด้วยในบางแห่ง บางสาขาเท่านั้น บริษัทยังคงเดินหน้าจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกทั่วประเทศซึ่งถือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักที่ผู้บริโภคยังสามารถซื้อสินค้าได้ตามปกติ รวมถึงช่องทางการขายผ่านโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่อไป พร้อมกับการวางแผนการผลิตให้เพียงพอต่อปริมาณการขายในทุกช่องทาง โดยนำเสนอสินค้าการใช้งานแบบครบวงจรที่มากกว่าธุรกิจสีทาอาคาร หรือ Growing Beyond Colors เพื่อมุ่งสร้างการเติบโตทั้งในประเทศและภูมิภาคอาเซียนด้วยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากที่สุดและแข็งแกร่งที่สุดในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยหนุนการเติบโตของยอดขาย ดังนั้น บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าจะสามารถผ่านวิกฤตในครั้งนี้พร้อมกับประชาชนคนไทยทั่วประเทศไปได้

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีแนวทางในการบรรเทาผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

พนักงาน: บริษัทยังคงมีการจ้างงาน การจ่ายค่าจ้าง และค่าแรงให้กับพนักงานตามปกติ รวมถึงดูแลสุขภาพ และสุขอนามัยของพนักงานทุกคนตามที่ระบุในข้อข้างต้น ตลอดจนจ่ายเงินช่วยเหลือค่าโทรศัพท์และค่าอินเทอร์เน็ต ให้พนักงานที่ต้องทำงานจากบ้านคนละ 500 บาท (ต่อเดือน) เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายให้กับพนักงาน และรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากครอบครัวพนักงานที่เป็นเกษตรกร

ลูกค้า: บริษัทขยายระยะเวลาชำระหนี้ให้กับลูกค้าที่ได้รับผลกระทบ เช่น ลูกค้ากลุ่ม Modern Trade ซึ่งต้องปิดร้านตามคำสั่งของรัฐบาล เป็นต้น

ผู้ถือหุ้น: เนื่องด้วยความห่วงใยในสุขภาพของผู้ถือหุ้น บริษัทจึงเลื่อนการประชุมที่กำหนดไว้ในวันที่ 23 เมษายน 2563 มาเป็นวันที่ 7 สิงหาคม 2563 แต่เพื่อเป็นการลดผลกระทบจากการเลื่อนประชุมผู้ถือหุ้นดังกล่าว บริษัทได้มีการประกาศการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลแทนการจ่ายเงินปันผลประจำปี ซึ่งได้จ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นไปแล้วในเดือนเมษายน 2563

ชุมชนและสังคม: บริษัทช่วยเหลือผ่านโครงการ “TOA ไม่ทิ้งกัน สู้ภัยโควิด-19” ร่วมกับมูลนิธิคุณแม่ ลีกีมเกียว ตั้งคารวคุณ (มูลนิธิภายใต้การดำเนินงานของครอบครัวตระกูล “ตั้งคารวคุณ” ที่มุ่งมั่นสานต่อด้วยปณิธานอันแน่วแน่ในการเป็นสะพานบุญช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อสังคมไทยอย่างแท้จริง) ได้แก่ ช่วยเหลือโรงพยาบาลภาครัฐที่ได้รับผลกระทบ เช่น การมอบเงินช่วยเหลือและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรค มอบรถพยาบาลฉุกเฉินพร้อมอุปกรณ์ติดตั้งมอບชุดตรวจโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ชุด PPE สำหรับบุคลากรการแพทย์ แจกถุงยังชีพเพื่อช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบ การช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการอบรมหลักสูตรวิชาชีพช่างทาสีมืออาชีพให้กับผู้ว่างงานหรือถูกเลิกจ้างจากวิกฤต COVID-19 โครงการรับซื้อผลผลิตที่ล้นตลาดเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบ เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทคาดว่าจะระยะเวลาฟื้นตัวสำหรับในประเทศไทยจะเป็นภายหลังจากที่รัฐบาลคลาย Lockdown ทำให้ร้าน Modern Trade กลับมาเปิดดำเนินการได้ตามปกติ ในต้นเดือนมิถุนายน 2563 สถานการณ์การขายจะใช้เวลาในการเข้าสู่ภาวะปกติ สำหรับต่างประเทศจะแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ซึ่งฝ่ายจัดการได้มีการติดตามอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินงานภายหลังจากสถานการณ์ COVID-19 ครั้งนี้เริ่มคลี่คลาย เพื่อนำมาวางแผนและปรับประมาณการต่อไป ซึ่งฝ่ายจัดการได้มีการประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานตลอดทั้งห่วงโซ่ในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งมีการติดตามและวางแผนในระยะยาวที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึง New Normal ซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท