

RS GROUP

# RS

## บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชย

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

### ธุรกิจหลัก

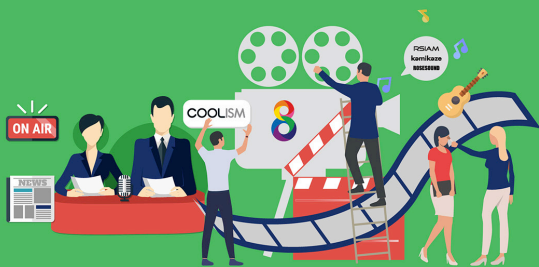
ดำเนินธุรกิจพาณิชย์ที่มีคอนเทนต์และความบันเทิง  
จำหน่ายสินค้า รวมถึงมีระบบวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า  
และระบบเทเลมาร์เก็ตติ้ง

### การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่มีต่อการดำเนินงานและสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ โดยเมื่อได้รับข่าวสารจากช่องทางที่เชื่อถือได้ บริษัทได้มีการเรียกประชุมคณะกรรมการจัดการเพื่อประเมินความเสี่ยงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับบริษัท ทั้งทางด้านสุขภาพอนามัยของพนักงาน ผลกระทบในห่วงโซ่อุปทานต่าง ๆ ทั้งการนำเข้าวัตถุดิบ การวางแผนการผลิต หรือการขนส่งสินค้า เป็นต้น

ในสถานการณ์เช่นนี้ **บริษัทให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอันดับแรก** นอกจากไม่มีมาตรการการไล่ออกหรือปรับลดเงินเดือนแล้ว บริษัทยังให้ความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ อีกมากมาย ทั้งโครงการอาหารกลางวันฟรี โครงการให้ที่พักชั่วคราวแก่พนักงานกรณีต้องเดินทางไกล จัดหาอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างเพียงพอ เช่น แจกหน้ากากอนามัยแก่พนักงานทุกคน เตรียมเจลล้างมือแอลกอฮอล์ทุกจุด และฉีดพ่นฆ่าเชื้อในสถานที่ทำงานเป็นประจำ เป็นต้น

# Entertainment



# Commerce



## การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ส่วนของการวางแผนกำลังคนนั้น แต่ละส่วนงานได้ออกแบบให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่แตกต่างกันออกไป เช่น บางแผนกลดจำนวนคนลงครั้งหนึ่งโดยใช้วิธีการจับคู่สลับวันหยุด เพื่อให้มีคนรับผิดชอบแทนกันได้โดยไม่ขาดความต่อเนื่อง และพนักงานทุกคนต้องเตรียมความพร้อมของตนเองสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ตลอดเวลา

ส่วนของการเตรียมความพร้อมของบริษัทในด้านการจัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน Work From Home ให้พนักงาน ได้แก่ จัดหา Notebook เพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน รวมถึงทำช่องทางพิเศษให้เข้า Share Drive สำหรับการเข้าใช้ Data Base ที่บริษัทได้อย่างสะดวก

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีบทบาทในการจัดการภาวะวิกฤตโดยมีการจัดประชุมและแต่งตั้งชุดทำงานเฉพาะกิจขึ้นมา โดยมีฝ่ายทรัพยากรบุคคลและวัฒนธรรมองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบหลัก ทำงานร่วมกับผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้เกิดการตัดสินใจหรือแก้ไขเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที

การจัดการด้านทรัพยากรบุคคลและการจัดสรรอุปกรณ์ยังคงเป็นไปตามแนวทางการจัดการภาวะวิกฤตในช่วงต้น และมีแนวทางการปฏิบัติของพนักงานหรือบุคคลที่เข้ามาติดต่องานในสำนักงาน ได้แก่ การแจกหน้ากากผ้าให้พนักงานคนละ 2 ชุด และสนับสนุนให้พนักงานใส่หน้ากากเมื่ออยู่ภายในออฟฟิศ จัดเตรียมกระดาษและเจลแอลกอฮอล์ล้างมือสำหรับพนักงาน มีจุดตรวจวัดอุณหภูมิพนักงานและผู้ติดต่อที่เข้ามาในอาคาร สนับสนุนให้มีการประชุมผ่านช่องทาง Video Call แทนการใช้ห้องประชุม รวมทั้งจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ทำงานอย่างเหมาะสมตามแนวทาง Social Distancing พร้อมอุปกรณ์การทำงานที่เพียงพอ

ในภาวะวิกฤตนี้ บริษัทได้รับผลกระทบทางด้านวัตถุดิบบางชนิดที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทจึงต้อง**ปรับเปลี่ยนแผนการผลิต โดยหันมาเน้นสินค้าที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบหลักที่มีอยู่หรือมีแหล่งที่มาภายในประเทศ** แม้ว่าในส่วนอื่น ๆ ของห่วงโซ่อุปทานไม่มีการกระทบ แต่บริษัทได้กำหนดให้ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ทำหน้าที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดเวลา เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่ถูกต้อง เหมาะสม และทันเวลา

### **การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)**

บริษัทได้ออกมาตรการที่หลากหลายในการป้องกันและดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนอย่างดีที่สุด เช่น

**พนักงาน:** กำหนดมาตรการป้องกันดูแลด้านสุขอนามัยของพนักงาน เช่น Social Distancing สนับสนุนการทำงานผ่านเทคโนโลยีและระบบออนไลน์ แจกจ่ายอุปกรณ์ป้องกันด้านสุขภาพให้แก่พนักงาน ทั้งนี้ บริษัทไม่มีมาตรการการไล่ออกหรือปรับลดเงินเดือนของพนักงาน

**ลูกค้า:** จัดหาและส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาพิเศษเพื่อช่วยดูแลด้านสุขภาพ แจกเจลแอลกอฮอล์ฟรีทุกการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า

**คู่ค้า:** ชำระค่าสินค้าตรงกำหนดเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนในสถานการณ์การเงินที่ตกต่ำ

**ผู้ถือหุ้น:** จ่ายปันผลระหว่างกาลแทนการจ่ายปันผลกลางปีเนื่องจากบริษัทมีการเลื่อนการจัดการประชุม AGM

**ชุมชนและสังคม:** มีการตั้งตู้ปันสุข 4 จุดในแหล่งชุมชน

### **การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)**

เนื่องจากในภาวะวิกฤตนี้บริษัทแทบไม่ได้รับผลกระทบจึงไม่ได้จัดทำแผนฟื้นฟูกิจการ และยังถือเป็นผลดีของบริษัทที่ทำธุรกิจประเภท Commerce และ Media โดยเน้น**รูปแบบ Online** จึงยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้คนที่กักตัวอยู่บ้านใช้สินค้าและบริการของบริษัทมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมุ่งเน้นแผนงานที่จะพัฒนาและผลิตสินค้าประเภทดูแลสุขภาพให้มีคุณภาพเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการส่งมอบสุขภาพที่ดีให้กับบุคคลทั่วไปและผลิตรายการที่มีคุณภาพครบครันทั้งสาระและบันเทิงพร้อมเป็นกระบอกเสียงช่วยเหลือชุมชนสังคมอย่างดีที่สุด

สำหรับ New Normal ของธุรกิจ คือ การที่ลูกค้ามีความคุ้นชินกับการใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น แต่ส่วนหนึ่งก็อาจจะมีความต้องการออกไปพบปะกันตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายจากช่วงสถานการณ์ความตึงเครียดที่ผ่านมา ดังนั้น การคัดสรรสินค้าที่ดีมีคุณภาพเพื่อมาจำหน่ายผ่านช่องทางที่สะดวก รวดเร็วและเข้าถึงผู้คนได้มากที่สุดจึงนับเป็นความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัทได้อย่างดี