



BTS

บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์

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

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจ 4 ประเภทหลัก ได้แก่

- 1 ธุรกิจระบบขนส่งมวลชน (รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถโดยสารด่วนพิเศษบีอาร์ที)
- 2 ธุรกิจสื่อโฆษณา
- 3 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
- 4 ธุรกิจบริการ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันต่อสิ่งที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทให้ความสำคัญกับสุขภาพอนามัยของพนักงานและผู้โดยสารทุกคน โดยติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตลอดจนประกาศและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการแพร่ระบาดของภาครัฐอย่างใกล้ชิดเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจและการวางแผนเพื่อกำหนดมาตรการที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เนื่องจากการที่มีประชาชนมาใช้บริการขนส่งสาธารณะเป็นจำนวนมากอาจนำไปสู่การแพร่กระจายของเชื้อโรคได้



บริษัทมีการดำเนินงานร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อ โดยอาคารสถานที่โดยมีการจัดตั้งจุดคัดกรอง จุดล้างมือ มีการทำความสะอาดบริเวณสถานีและจุดสัมผัสร่วมบ่อย ๆ เช่น เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋ว ราวบันได และห้องน้ำ เป็นต้น งดกิจกรรมที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มหรือเกิดความแออัด จัดระยะห่างระหว่างรอคิวอย่างน้อย 1 เมตร สำหรับด้านยานพาหนะ กำหนดให้ทำความสะอาดจุดเสี่ยงสำคัญ เช่น ประตู ราวจับ เบาะนั่ง เป็นต้น จัดให้มีจุดล้างมือหรือเจลแอลกอฮอล์ในรถโดยสาร เปิดประตู-หน้าต่าง เพื่อระบายอากาศก่อนและหลังใช้งาน คนขับรถ/พนักงาน ให้สังเกตอาการตนเอง หากมีอาการไข้ ไอ จาม ควรงดปฏิบัติงาน ผู้โดยสารควรสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลา เลี่ยงการรับประทานอาหารขณะอยู่บนรถ

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ยังคงสร้างผลกระทบอย่างมากต่อเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย แม้ว่าในหลาย ๆ ประเทศจะมีรายงานผู้ติดเชื้อรายใหม่เพิ่มขึ้น แต่สถานการณ์การแพร่ระบาดในประเทศไทยกลับไม่พบตัวเลขผู้ติดเชื้อรายใหม่ภายในประเทศติดต่อกันกว่า 2 เดือน อย่างไรก็ตาม รัฐบาลยังคงประกาศใช้ พ.ร.ก.ฉุกเฉินไปจนถึงสิ้นเดือนสิงหาคม 2563 เพื่อเป็นเครื่องมือในการป้องกันการแพร่ระบาดภายในประเทศในช่วงการผ่อนปรน ทั้งนี้ จากสถานการณ์วิกฤตครั้งนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัท ดังนี้

1 ธุรกิจระบบขนส่งมวลชน ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยจำนวนเที่ยวการเดินทางในระบบรถไฟฟ้าสายหลักในช่วงไตรมาส 1 ปี 2563/64 (เมษายน – มิถุนายน 2563) จำนวน 18.5 ล้านเที่ยวคน ลดลง 69.0% จากปีก่อน อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ในช่วงเดียวกันนี้รายได้จากการให้บริการเดินรถและซ่อมบำรุงยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากการเปิดให้บริการสถานีใหม่ ๆ ในโครงการส่วนต่อขยายสายสีเขียวเหนือ สำหรับการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพูและสายสีเหลืองยังคงเป็นไปตามแผน

2 ธุรกิจสื่อโฆษณา ผลประกอบการในภาพรวมได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าวที่เริ่มระบาดตั้งแต่ต้นปี 2563 เป็นต้นมา รวมถึงจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจและการดำเนินชีวิตประจำวันที่ยืดชืดชะงักลงชั่วคราว ทำให้หลายบริษัทที่เป็นกลุ่มลูกค้าตอบสนองต่อสถานการณ์ดังกล่าวอย่างรวดเร็ว และลดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาลงอย่างมากที่สุด เป็นประวัติการณ์ ส่งผลให้ธุรกิจสื่อโฆษณาได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

3 ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล ได้รับผลลบจากมาตรการดังกล่าวเช่นกันโดยเฉพาะธุรกิจบริการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ที่ต้องทำธุรกรรมแบบสัมผัส อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้รับผลบวกจากการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ที่มีจำนวนธุรกรรมบนช่องทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น ในส่วนของธุรกิจโลจิสติกส์มีผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างรวดเร็วจากการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากในช่วงที่มีการใช้มาตรการ Stay-at-Home และ Lockdown

บริษัทยังคงตื่นตัวในการรับมือกับวิกฤตในครั้งนี้ โดยมีการติดตามผลของการระบาดนี้อย่างใกล้ชิด มีการจัดทำแผนบรรเทาสาธารณภัยเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงลดรายจ่ายบางส่วนเพื่อให้ก่อให้เกิดประสิทธิภาพด้านต้นทุน

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีมาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบ ดูแล และสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

พนักงาน: บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลด้านสุขอนามัยของพนักงาน จึงกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อของพนักงาน เช่น การจัดอุปกรณ์ด้านสุขอนามัย และกำหนดให้พนักงานสวมใส่หน้ากาก อุปกรณ์ป้องกันต่าง ๆ ตลอดเวลาปฏิบัติงาน เป็นต้น

ลูกค้า: บริษัทกำหนดมาตรการดูแลด้านสุขอนามัยให้แก่ผู้โดยสารที่ใช้บริการโดยกำหนดมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อต่าง ๆ มีการเชิญชวนให้ผู้โดยสารและประชาชนใส่ใจดูแลสุขภาพ ออกกำลังกาย สวมหน้ากากอนามัย หมั่นล้างมือบ่อย ๆ พร้อมทั้งร่วมกันแจกหน้ากากอนามัย เจลแอลกอฮอล์ล้างมือ และคู่มือป้องกันตนเองจากเชื้อไวรัส COVID-19 แก่ผู้โดยสารและประชาชนทั่วไป

ผู้ถือหุ้น: บริษัทมีความห่วงใยต่อสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนร่วมในการจัดประชุม จึงกำหนดมาตรการและแนวปฏิบัติสำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 ตามมาตรการป้องกันโรคที่หน่วยงานของรัฐกำหนดเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เช่น กำหนดให้สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่อยู่ภายในสถานที่ประชุม การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) อย่างน้อย 1 – 1.5 เมตร ต้องผ่านการคัดกรองและให้ลงทะเบียนเข้า-ออกสถานที่จัดการประชุมผ่านแพลตฟอร์มไทยชนะ เป็นต้น

ชุมชนและสังคม: กลุ่มบริษัทมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น

- ส่งมอบกล่อง “บรรเทาทุกข์ ส่งความสุข” จำนวน 40,000 กล่อง มูลค่ากว่า 26 ล้านบาท เพื่อแจกจ่ายให้กับ 20,000 ครอบครัวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ได้รับความเดือดร้อน ภายในกล่องบรรจุข้าวสาร อาหารแห้ง อาหารสำเร็จรูป เครื่องปรุงรสต่าง ๆ เพียงพอกับการใช้ชีวิต 1 เดือน
- มอบเงินจำนวน 60 ล้านบาท แก่แพทยสมาคมและสมาคมพยาบาลแห่งประเทศไทย สนับสนุนโครงการ “นักรบเสื้อขาวสู้ภัย COVID-19” เพื่อร่วมจัดทำกรมธรรม์ประกันชีวิตให้กับแพทย์พยาบาล และเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์รวมกว่า 280,000 คน ทั่วประเทศ
- สำหรับธุรกิจสื่อโฆษณา บริษัทแบ่งปันพื้นที่สื่อโฆษณาในการกระจายคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับ COVID-19 ให้แก่หน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์หลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 ว่าระบบขนส่งมวลชนทางราง ยังคงเป็นโครงการปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเดินทางของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ดังนั้น เมื่อรัฐบาลเริ่มผ่อนคลายนโยบายการปิดประเทศ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2563 เป็นต้นมา จำนวนเที่ยวการเดินทางในรถไฟฟ้าได้ฟื้นตัวกลับมาประมาณ 60% ของจำนวนผู้โดยสารในวันทำการในช่วงเวลาปกติ สำหรับการพัฒนาและการก่อสร้างเส้นทางรถไฟฟ้าสายใหม่ ยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทคาดว่าจะเปิดให้บริการโครงการรถไฟฟ้าสายสีทองเฟส 1 ได้ในเดือนตุลาคม 2563 สำหรับโครงการคมนาคมขนส่งอื่น ๆ บริษัทยังคงดำเนินการตามแผนที่วางไว้

สำหรับธุรกิจสื่อโฆษณา ยังคงได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ธุรกิจของบริษัทในกลุ่ม (วีจีไอ) โดยเฉพาะธุรกิจสื่อโฆษณายังคงมีความเสี่ยงจากความผันผวนและไม่สามารถมองเห็นแนวโน้มที่ชัดเจน อย่างไรก็ตาม ใดๆก็ดี ด้วยความหลากหลายของธุรกิจของวีจีไอและความแข็งแกร่งของฐานะทางการเงิน จึงคาดว่าจะสามารถกลับมาฟื้นตัวได้อีกครั้งหลังเหตุการณ์ COVID-19

ในส่วนของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ วิกฤต COVID-19 ส่งผลกระทบอย่างมากต่อกิจกรรมทางธุรกิจของ U City และส่งผลกระทบอย่างมากต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของ U City ในปัจจุบันและคาดว่าจะยังส่งผลกระทบทางลบในอนาคตอันใกล้ อย่างไรก็ตาม ใดๆก็ดี ฝ่ายบริหารของ U City ได้ติดตามโครงการที่อยู่ในระหว่างการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งประเมินผลกระทบทางการเงินในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ ประมาณการหนี้สินและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นเพื่อลดผลกระทบให้ได้มากที่สุด