

TPCORP

ENVISIONING AHEAD, INNOVATING FORWARD

THSI
THAILAND
SUSTAINABILITY
INVESTMENT 2020

TPCORP

บริษัท เท็กซโกล่าเพรสทีจ จำกัด (มหาชน)

SET: สีนค้ำอุปโภคบริโภค / 11พชั้น

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

ธุรกิจหลัก

ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ผลิตจาก Non-Woven Fabric ประกอบด้วย

- 1 ผลิตภัณฑ์จากเส้นใย นำไปทำชิ้นส่วนภายในรถยนต์ เช่น ผ้าบุหลังคา พรบ แผ่นกรองอากาศ แผ่นกันเสียงรบกวน แผ่นกันความร้อน เป็นต้น
- 2 ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยสังเคราะห์ นำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตของอุตสาหกรรม เช่น ซับในเต้ายกทรง สุกาพสตรี เสื้อกันหนาว และเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น
- 3 ผลิตภัณฑ์สำหรับสุขอนามัย ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และครัวเรือน เช่น หน้ากากอนามัย ผ้าห่อเครื่องมือแพทย์ สำหรับใช้ในโรงพยาบาล เป็นต้น

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทได้นำสถานการณ์แพร่ระบาด COVID-19 เข้าที่ประชุมการขายและการพัฒนาสินค้า (ปกติจัดประชุมทุกสัปดาห์) เพื่อประเมินสถานการณ์ร่วมกันตั้งแต่ในช่วงที่เริ่มมีการแพร่ระบาดยังไม่รุนแรง และได้มีการติดต่อลูกค้าของบริษัทเพื่อประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

ซึ่งการที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลายจึงมีทั้งธุรกิจที่ได้และเสียประโยชน์จากสถานการณ์ครั้งนี้ โดยธุรกิจที่ได้ประโยชน์จากสถานการณ์อย่างมีนัยสำคัญคือ ธุรกิจกลุ่มการแพทย์และสุขอนามัย โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มหน้ากากทางการแพทย์ภายใต้แบรนด์ WELCARE ซึ่งบริษัทสนับสนุนการผลิตและจัดส่งให้กับภาครัฐจวบจนถึงปัจจุบันนี้ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของแพทย์ พยาบาล และบุคลากรภาครัฐ



นอกจากนี้ บริษัทยังมีหน้ากากอนามัยเชิงแฟชั่น สีดำ (Welcare Black Edition) ที่สามารถป้องกันของเหลว และละอองฝอยขนาดเล็กจากการไอหรือจาม และฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM2.5) ที่เป็นทางเลือกให้กับสังคม ในยามที่หน้ากากทางการแพทย์มีความขาดแคลนกลายเป็นสินค้าของบริษัทที่มีความต้องการสูงมากในช่วงต้นของการแพร่ระบาด

ดังนั้น บริษัทจึงได้ปรับแผนในการพัฒนาสินค้าใหม่ การจัดหาวัตถุดิบและการจัดสรรทรัพยากรให้มีความสอดคล้องกับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของสินค้ากลุ่มดังกล่าว พร้อมทั้งเร่งผลักดันยอดขายในช่องทางออนไลน์หรือ E-Commerce ที่บริษัทมีอยู่ เนื่องจากเป็นช่องทางเดียวที่ทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงและจัดจำหน่ายหน้ากากแก่สังคมที่กำลังเดือดร้อนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพที่สุด

ในการจัดจำหน่ายหน้ากากอนามัยผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วงต้นของการแพร่ระบาด บริษัทยังได้พบผู้ไม่หวังดีที่พยายามกักตุนสินค้าและขึ้นราคาขายอย่างไม่เป็นธรรม บริษัทจึงได้ลดการจำหน่ายหน้ากากในแบบลังและกล่องตามลำดับ จนเหลือเพียงการจำหน่ายในลักษณะไม่เกิน 10 ชิ้นต่อคำสั่งซื้อตามมาตรการของรัฐ โดยจำกัดช่องทางในการจัดจำหน่ายให้เหลือเพียงช่องทาง Welcare Thailand LazMall (ช่องทาง Lazada) ช่องทางเดียวเท่านั้น เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการกักตุนสินค้าและนำไปจัดจำหน่ายต่อด้วยราคาสูงเกินควร พร้อมทั้งได้ออกประกาศแสดงจุดยืนในการไม่สนับสนุนให้ผู้ซื้อ กักตุนสินค้าและนำไปจัดจำหน่ายต่อในราคาที่ไม่เป็นธรรม

ทั้งนี้ ในช่วงต้นของการแพร่ระบาด บริษัทได้มีการดูแลพนักงานโดยการติดตามและแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการแพร่ระบาดและการป้องกันตนเองอย่างถูกต้องเพื่อให้พนักงานทราบแนวทางการปฏิบัติตนโดยไม่ตื่นตระหนก ได้ออกประกาศมาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในพื้นที่ปฏิบัติงานเพื่อบังคับใช้กับพนักงานและผู้มาติดต่อ พร้อมทั้งได้จัดหาหน้ากากอนามัยให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อใช้ในการป้องกันโรค

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

แม้สถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 จะสร้างผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท แต่บริษัทเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้นมากกว่า จึงมุ่งหวังที่จะดูแลพนักงานทุกคนให้ผ่านพ้นวิกฤตและเติบโตภายใต้วิกฤตไปด้วยกัน ควบคู่ไปกับการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันขององค์กรให้สูงขึ้นเพื่อให้บริษัทเกิดความรวดเร็วและก้าวนำคู่แข่งได้ในยามที่วิกฤตผ่านพ้นไป

อย่างไรก็ตาม **บริษัทเลือกดำเนินกลยุทธ์เช่นนี้ได้ เพราะบริษัทมีความพร้อมพื้นฐานด้านธุรกิจที่แข็งแกร่ง** ไม่ว่าจะเป็นการมีสภาพคล่องสะสมที่สูง การมีธุรกิจที่มีความหลากหลาย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ **ธุรกิจด้านการแพทย์และสุขภาพ** (บริษัทมีหน้ากากทางการแพทย์และหน้ากากอนามัยทางเลือกที่มีคุณภาพสูง) ซึ่งมีการเติบโตที่สูงมากในวิกฤตนี้ อีกทั้งยังมีช่องทางขายออนไลน์ที่บริษัทพัฒนาไว้เพื่อรองรับ Digital Transformation ซึ่งมีการเติบโตที่สูงมากเช่นกัน

ทั้งหมดนี้จึงทำให้บริษัทมีความสามารถที่จะให้การดูแลชออนามัยของพนักงานทุกคนพร้อมกันไปกับการคว้าโอกาสทางธุรกิจภายใต้วิกฤตที่เกิดขึ้น **โดยบริษัทได้ประเมินสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาด (Scenario Planning) เป็น 3 ระดับ (ต่ำ-ปานกลาง-สูง)** และได้กำหนดแนวทางในการดูแลพนักงานและการดำเนินธุรกิจให้มีความเหมาะสมกับความรุนแรงแต่ละระดับ ควบคู่ไปกับการติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทมีประสิทธิภาพที่สุดตามข้อจำกัดของแต่ละสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยที่ธุรกิจไม่เกิดการหยุดชะงักขึ้น

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีบทบาทในการรับมือกับภาวะวิกฤต ไม่ว่าจะเป็นการติดตามและประเมินสถานการณ์ การกำหนดทิศทางการดำเนินงาน และการผลักดันความคืบหน้าในการดำเนินงานผ่านการประชุมการขายและการพัฒนาสินค้าในทุกสัปดาห์ รวมถึงการประชุมด้านการบริหารความเสี่ยง จึงช่วยให้การดำเนินงานและการตัดสินใจของบริษัทมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

บริษัทมีการปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้วิกฤต ได้แก่

1 ด้านธุรกิจและสังคม ด้วยความห่วงใยสุขภาพของประชาชนจำนวนมากที่ไม่มีโอกาสเข้าถึงหน้ากากทางการแพทย์ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านการผลิตภายในประเทศและการควบคุมการจัดจำหน่ายของภาครัฐ **บริษัทจึงได้คิดค้นนวัตกรรมใหม่ของหน้ากากอนามัย (Health Mask Innovation)** ที่มีคุณสมบัติในการกรองและป้องกันของเหลวและละอองฝอยขนาดเล็กจากการไอหรือจาม และฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM2.5) ได้ไม่ต่างจากหน้ากากทางการแพทย์ ซึ่งในที่นี้คือ หน้ากากผ้ากันน้ำพร้อมนวัตกรรมชั้นกรองคุณภาพสูงในแบรนด์ WELCARE (Welcare 3-PLY Waterproof Mask) ที่สามารถดักกรองอนุภาคระดับ 0.30 ไมครอน ได้มากกว่า 99% และสามารถซักได้ถึง 20 ครั้ง โดยที่ความสามารถในการกรองลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (ผลการทดสอบจาก Nelson Laboratory (USA) พบว่า ความสามารถในการกรองอนุภาคระดับ 0.3 ไมครอน ยังคงเหนือกว่า 91% แม้ผ่านการซักแล้ว 20 ครั้ง) โดยบริษัทได้จัดจำหน่ายควบคู่กับหน้ากากอนามัยเชิงแพชชั่นสีดำ (Welcare Black Edition) ที่บริษัทวางจำหน่ายอยู่เดิม เพื่อช่วยให้สังคมไทยมีหน้ากากอนามัยคุณภาพสูงที่ไม่ใช่หน้ากากทางการแพทย์เป็นทางเลือกเพิ่มขึ้นในวิกฤตครั้งนี้

② ด้านการผลิต บริษัทติดตามความพร้อมของ Supplier และปรับแผนการจัดซื้อวัตถุดิบให้มีความสอดคล้องกับแผนการผลิตสินค้าที่มีความต้องการสูง

③ ด้านการจัดจำหน่าย บริษัทจัดให้มีการส่งมอบหน้ากากทางการแพทย์แก่รัฐบาลโดยตรง และจำหน่ายหน้ากากทางเลือกและสินค้ากลุ่มอื่นผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในสถานการณ์ COVID-19 ผู้คนมีแนวโน้มที่จะอยู่บ้านและซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น

④ ด้านการvus่ง บริษัทใช้บริการจัดส่งของ E-Commerce Platform เพื่อให้การจัดส่งสินค้าโดยเฉพาะหน้ากากอนามัยสามารถเข้าถึงประชาชนได้ในปริมาณมากและรวดเร็วยิ่งขึ้น

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือ และทรัพยากร เช่น หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสะอาดของสถานที่ทำงานและพื้นที่ส่วนกลาง เป็นต้น เพื่อดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงาน และทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์ IT Application เพื่อใช้ในการทำงานออนไลน์ ทีม IT Support เป็นต้น เพื่อสนับสนุนการจัดประชุมกับบุคคลภายนอกและพนักงานที่มีความจำเป็นต้องทำงานที่บ้าน

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและสวัสดิภาพของพนักงานเพราะการดูแลให้พนักงานมีสุขอนามัยและสวัสดิภาพที่ดีย่อมช่วยให้บริษัทสามารถรักษาทิศทางการเติบโต ความสามารถในการแข่งขัน และความต่อเนื่องทางธุรกิจได้ โดยบริษัทมีกิจกรรมการดำเนินงานที่ช่วยดูแลสุขภาพอนามัยและสวัสดิภาพพนักงาน ดังนี้

- จัดหาหน้ากอนามัยให้กับพนักงาน
- กำหนดให้พนักงานและผู้มาติดต่อสวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าสู่พื้นที่ปฏิบัติงาน
- คัดกรองพนักงานและผู้มาติดต่อด้วยการวัดอุณหภูมิ หากมีอุณหภูมิสูงกว่า 37.5 องศา จะไม่อนุญาตให้เข้าสู่พื้นที่ปฏิบัติงาน หากพนักงานป่วยและมีไข้สูง จะให้หยุดรักษาตัวให้หายเป็นปกติและต้องแสดงใบรับรองแพทย์เพื่อกลับเข้ามาปฏิบัติงาน
- กำหนดให้พนักงานทำความสะอาดมือด้วยเจลแอลกอฮอล์หรือสบู่อย่างสม่ำเสมอ
- ให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์การระบาดและการดูแลตนเองตามคำแนะนำของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข แก่พนักงาน
- จัดให้มีการประชุมกับลูกค้า ลูกค้า และบุคคลภายนอก ในลักษณะ Video Conference

- จัดให้มีการทำความสะอาดจุดเสี่ยงในพื้นที่ปฏิบัติงานเป็นระยะ ๆ ตลอดเวลาทำการ เช่น รวามันได้ ลูกบิดประตู เป็นต้น
- จัดให้มีการพ่นยาฆ่าเชื้อ COVID-19 ในพื้นที่ปฏิบัติงาน
- กำหนดให้พนักงานที่มีประวัติเสี่ยงหรือเป็นกลุ่มเสี่ยงต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาหรือฝ่ายบุคคลรับทราบ โดยบริษัทจะให้กักตัวและทำงานที่บ้านเป็นเวลา 14 วัน เพื่อเฝ้าระวังอาการ หากพนักงานมีอาการที่เข้าข่ายการติดเชื้อ COVID-19 จะต้องไปพบแพทย์และรับการรักษาทันทีจนหายเป็นปกติ

นอกจากนี้ บริษัทมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือ **ชุมชน และสังคม** ด้วยการบริจาคหน้ากาก N95 หน้ากากผ้ากันน้ำ ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ของบริษัทและแผ่นกรองอากาศให้กับโรงพยาบาลและมูลนิธิต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนบุคลากรทางการแพทย์ในสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 และช่วงที่มีค่าฝุ่น PM2.5 เกินมาตรฐาน รวมมูลค่า 5,038,280 บาท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2563) ได้แก่ มูลนิธิก้าวคนละก้าว มูลนิธิครอบครัวข่าวช่อง 3 โครงการ “LIVE For LIFE เพื่อช่วยเหลือพี่น้องชาวไทย ช่อง 3” มูลนิธิ Workpoint โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย และโรงพยาบาลภาคเหนือ 34 แห่ง

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้มีการทบทวนและจัดลำดับความสำคัญของทิศทางธุรกิจตามสถานการณ์ New Normal ที่อาจเกิดขึ้น โดยบริษัทคาดการณ์ว่า **ความใส่ใจในสุขอนามัยส่วนบุคคล การสร้างความมั่นคงทาง Supply Chain ด้านการแพทย์และสุขอนามัยของประเทศ จะเป็น New Normal** เมื่อเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 **ครั้งนี้ยุติลง** บริษัทจึงเตรียมความพร้อมที่จะเป็นหนึ่งในกำลังหลักของประเทศในการผลิตสินค้าด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพที่จำเป็น เพื่อสนับสนุนความมั่นคงของประเทศในระยะยาว

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ยังเร่งให้ **การค้าออนไลน์ หรือ E-Commerce เป็นอีกหนึ่ง New Normal** ของโลกเร็วยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาความแข็งแกร่งของการขายในช่องทางออนไลน์ของบริษัท ตลอดจนความสามารถและทักษะเชิงดิจิทัลของบุคลากรเพื่อรองรับโอกาสทางธุรกิจในอนาคต