

Sustainable Development Showcases 2020

แนวทางการจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19

- Emergency Response
- Crisis Management
- Impact Mitigation
- Business Recovery



สารบัญ

4 บทนำ

บทเรียนจากวิกฤต COVID-19
ผลกระทบและการฟื้นตัวของธุรกิจไทย

8

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

12

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

สินค้าอุปโภคบริโภค

16

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

ธุรกิจการเงิน

20

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

สินค้าอุตสาหกรรม

สารบัญ

24

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

28

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

ทรัพยากร

32

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

บริการ

35

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:

เทคโนโลยี

40

บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในรายชื่อ

หุ้นยั่งยืน THSI

(Thailand Sustainability Investment List)

บทนำ

บทเรียนจากวิกฤต COVID-19 ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจไทย

การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ได้เปลี่ยนโลกทั้งโลกเข้าสู่ New Normal ซึ่งเป็นอีกครั้งในประวัติศาสตร์ที่โรคระบาดได้เปลี่ยนวิถีชีวิต วิธีการทำงานและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของคนในสังคมอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ทำให้ประชาชนต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การต้องสวมหน้ากากอนามัยออกนอกบ้าน ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ในร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า ขนส่งมวลชน และพื้นที่สาธารณะ เป็นต้น

สำหรับภาคธุรกิจเองต้องเผชิญหน้าครั้งสำคัญกับความท้าทายใหม่ ทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในทุกอุตสาหกรรมทั้งการเกิดขึ้นของรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ การพลิกผันจากธุรกิจเดิมสู่ธุรกิจใหม่ และการปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้า/บริการ การจำหน่าย การขนส่ง การจัดส่ง เป็นต้น วิกฤตการณ์ในครั้งนี้ ทำให้หลายบริษัทได้ปรับรูปแบบการทำงานมาเป็นการทำงานจากที่บ้าน

(Work From Home) จัดการประชุมแบบออนไลน์ และมีการปรับเปลี่ยนการให้บริการสู่รูปแบบรักษาระยะห่าง รวมถึงบางบริษัทมีการปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ธุรกิจที่เปลี่ยนไปซึ่งเกิดจากผลกระทบของการหยุดชะงักของการขนส่งสินค้า ปัญหา Supply Chain การห้ามการเดินทาง กำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มุ่งเน้นความปลอดภัยต่อสุขภาพมากขึ้น ตลอดจนการซื้อสินค้าและทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

เหล่านี้เป็นความพยายามปรับตัวเพื่อรับมือวิกฤตในภาวะเร่งด่วน แต่คำถามสำคัญสำหรับภาคธุรกิจไทย คือ แนวทางรับมือกับวิกฤต COVID-19 ในระยะต่อไป ซึ่งข้อมูลจากธนาคารโลกระบุว่า COVID-19 จะยืดเยื้อยาวนานไปอย่างน้อย 2-3 ปีจากนี้ โดยเฉพาะเมื่อมีการประเมินว่า วิกฤต COVID-19 เป็นมากกว่าปัญหาชั่วคราว แต่กำลังสร้างรอยแผลเป็นถาวรให้กับเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก

ที่ผ่านมา แม้ประเทศไทยถูกจัดเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ได้ดีเป็นอันดับต้น ๆ ของโลกจนได้รับเลือกเป็นกรณีศึกษาจากองค์การอนามัยโลก (WHO) แต่นอกจากวิกฤตด้านสุขภาพแล้ว วิกฤตครั้งนี้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ซึ่งข้อมูลจากการเปิดเผยในรายงานของสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระบุว่า ในไตรมาส 2 ของปี 2563 ผลจากมาตรการ Lockdown ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ตีดลงมากถึง 12.2% เป็นการหดตัวต่ำที่สุดในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย แม้จะมีสัญญาณของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในไตรมาส 3 ของปี 2563 แต่คาดว่าจะต้องใช้เวลานานในระดับหนึ่งกว่าเศรษฐกิจจะฟื้นตัวกลับมาสู่ภาวะปกติ

นอกจากนี้ วิกฤต COVID-19 ยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ จากรายงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระบุว่าผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (SET) และตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2563 บริษัทจดทะเบียนมียอดขายรวม 5,026,268 ล้านบาท ลดลง 13.3% และมีกำไรสุทธิ 187,901 ล้านบาท ลดลง 58.7% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน **โดยอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ อุตสาหกรรมทรัพยากรที่ได้รับผลกระทบจากยอดขายมากที่สุด โดยลดลงมากถึง 23.8% รองลงมาคือ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณากำไรสุทธิ อุตสาหกรรมบริการเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด โดยลดลงไปถึง 117.7%**

จากข้อมูลของ Google's Community Mobility Report ที่ติดตามความเคลื่อนไหวในช่วงการระบาดของไวรัสในเดือนมีนาคมจนถึง 21 กันยายน 2563 พบว่า **แม้ผู้คนจะทยอยกลับมาใช้ชีวิตเป็นปกติมากขึ้น แต่ยังไม่ได้กลับไปเหมือนกับช่วงก่อนหน้าการระบาดของไวรัส COVID-19** โดยปัจจัยที่เกิดขึ้นไม่ได้เกิดจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ลดลงเพียงอย่างเดียว แต่ปัจจัยที่น่าสนใจอยู่ที่ว่าพฤติกรรมในหลายเรื่องได้เปลี่ยนไป โดยสิ้นเชิง ถือเป็นภาพสะท้อนภูมิทัศน์ของธุรกิจในประเทศไทยที่อาจจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป

อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัสที่ผ่านมา สะท้อนศักยภาพของบริษัทจดทะเบียนในการบริหารองค์กรให้มีความยืดหยุ่น (Agile) ให้สามารถปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์วิกฤต ดูแลพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร อีกทั้งสนับสนุน Supply Chain ให้สามารถรับมือกับภาวะวิกฤต จึงได้เห็นการปรับตัวรับมือของบริษัททั้งกระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์ บริการ ไปจนถึงโมเดลธุรกิจใหม่ เช่น ธุรกิจแฟชั่นที่ปรับไลน์การผลิตมาสู่การทำหน้ากากผ้าอนามัย บริษัทประกันมีแพลตฟอร์มใหม่ในการเป็น Digital Insurer ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ปรับรูปแบบการขายในแบบ Virtual and 3D Virtual Tour โมเดลธุรกิจ B2B ในธุรกิจโรงแรม การให้บริการทำความสะอาดแบบเดลิเวอรี่ การให้บริการทางการแพทย์โดยลดขั้นตอนการมาโรงพยาบาลน้อยที่สุด การขยายลงทุนใน Telemedicine และการพัฒนานวัตกรรมรองรับพลังงานสะอาดสำหรับธุรกิจยานยนต์ เป็นต้น ซึ่งต้องยอมรับว่าหลายเรื่องเป็นเรื่องที่อาจจะไม่มีวันเกิดขึ้นหรือไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้แบบพลิกผันจากแบบที่เป็นอยู่หากไม่เกิดวิกฤตครั้งนี้

นอกจากนี้ ยังพบว่า บริษัทที่สามารถประคองตัวรับมือแรงกระแทกจากวิกฤตได้จนสร้างโอกาสใหม่ให้ธุรกิจได้นั้นเกิดจาก “ความรวดเร็วในการตัดสินใจ” “ความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ” “ความใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน” และ “การคิดนอกกรอบเมื่อต้องทำในสิ่งที่เป็นไปได้ให้เป็นไปได้” เหล่านี้ล้วนมีวิธีคิดเบื้องหลังการบริหารจัดการองค์กรและการปรับเปลี่ยนระดับทั่วทั้งองค์กรอย่างน่าสนใจ

ดังนั้น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงได้รวบรวมข้อมูลเรื่องการจัดการภาวะวิกฤตจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 จากบริษัทจดทะเบียนที่ร่วมให้ข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 149 บริษัท แบ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน THSI ปี 2563 จำนวน 121 บริษัท และบริษัทจดทะเบียนอื่น ๆ จำนวน 28 บริษัท ซึ่งตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้รวบรวมข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนภายในเดือนสิงหาคม 2563 เพื่อจัดทำ **Sustainable Development Showcase 2020: แนวทางการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ** โดยมีเนื้อหาภายใต้กรอบแนวทางสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) แนวทางการดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันท่วงที่ต่อสถานการณ์ (Emergency Response) 2) การบริหารจัดการภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management) 3) การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์วิกฤต (Impact Mitigation) และ 4) การวางแผนฟื้นฟูภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

ตลาดหลักทรัพย์ฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า **Sustainable Development Showcase 2020: แนวทางการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ** จะเป็นประโยชน์ในการเรียนรู้เรื่อง การจัดการธุรกิจและการปรับตัวรับมือกับวิกฤต COVID-19 ของภาคธุรกิจไทย เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนสนับสนุนสำคัญในการสร้างพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยต่อไป

*หมายเหตุ: บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน THSI ปี 2564 มีจำนวน 124 บริษัท



บทสรุปข้อมูล
การจัดการภาวะวิกฤต
COVID-19



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 ความเสี่ยงในการติดเชื้อโรคจากสถานที่ชุมชนทำให้มีการหลีกเลี่ยงการเดินทางออกนอกบ้านส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวยังส่งผลให้ความต้องการในการบริโภคสินค้าเกษตรในตลาดโลกลดลงส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญกับภาคการเกษตรที่โครงสร้างตลาดสินค้าเกษตรไทยส่วนใหญ่ยังพึ่งพาส่งออกเป็นหลัก

การดำเนินการเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ ต่อสถานการณ์ COVID-19

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เกิดขึ้น คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีการประชุม ติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของแผนดำเนินการต่าง ๆ ตลอดจนสนับสนุนทีมงานในการดำเนินงานช่วงภาวะวิกฤตอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการรายงานสถานการณ์ และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องให้ทีมผู้บริหารทราบอย่างทันทีและตลอดเวลา (Real Time) เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งมีการแต่งตั้งคณะทำงาน หรือฝ่ายงานเพื่อรับผิดชอบในการบริหารจัดการภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นและจัดสรรทรัพยากรทั้งการดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัย 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 การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กกลงหรือแยกเป็นช่องเล็ก ๆ เพื่อสุขภาพอนามัยในการใช้งาน เป็นต้น รวมถึงนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการผลิตมากขึ้น เช่น นำระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์เข้ามาใช้ในระบบการผลิตมากขึ้นเพื่อลดการปนเปื้อนจากการสัมผัสจากคน ใช้เทคโนโลยีในการยืดอายุอาหารแปรรูปให้อยู่ยาวนานขึ้น แต่คุณค่าทางโภชนาการยังคงเดิม เป็นต้น

2 การจำหน่ายและบริการ: ธุรกิจจำเป็นต้องมีกระบวนการตรวจสอบสุขอนามัยก่อนเข้าใช้บริการ รวมถึงสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการว่าเป็นพื้นที่ปลอดภัย รวมถึงมีการพัฒนาช่องทางจำหน่ายและบริการออนไลน์มากขึ้น เช่น

- ปรับพื้นที่ระหว่างโต๊ะให้เพิ่มขึ้น และมีวิธีการฆ่าเชื้อที่เข้มงวด รวมถึงการให้บริการสั่งอาหารผ่านระบบดิจิทัลแทนเมนูแบบกระดาษ
- การปรับบริการชื้อกลับบ้านให้สะดวกและมีประสิทธิภาพ 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 ส่งผลให้การขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศล่าช้าและมีต้นทุนสูงขึ้น ซึ่งแต่ละบริษัทได้รับผลกระทบและมีแนวทางรับมือที่แตกต่างกันออกไป โดยตัวอย่างแนวทางที่น่าสนใจ เช่น

- การเลือกจัดหาวัตถุดิบจากในท้องถิ่นและภายในประเทศมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาและลดผลกระทบหากเกิดมาตรการ Lockdown รวมถึงลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายของเชื้อจากภายนอกประเทศ

- กระจายแหล่งนำเข้าวัตถุดิบประเภทเดียวกันในหลายภูมิภาค

- การประเมินวัตถุดิบในการผลิตเพื่อให้มั่นใจว่ามีวัตถุดิบที่เพียงพอ รวมถึงสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าในการบริหาร Inventory การวางแผนจัดหาวัตถุดิบ และการขนส่งให้เพียงพอกับการผลิต

- ปรับรูปแบบการกระจายสินค้าเป็นแบบ Direct Shipment เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการขนส่งและลดขั้นตอนในการขนถ่ายสินค้า ใช้วิธีเพิ่มรอบการขนส่งต่อวันให้มากขึ้น

- ใช้พาหนะขนาดเล็กเพื่อความรวดเร็วและคล่องตัวในการขนส่ง

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19

ในส่วนของธุรกิจในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร บริษัทมีแนวทางในการบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ เช่น ในส่วนของ**พนักงาน** หลายบริษัทยังคงรักษาพนักงานไว้ โดยไม่มีนโยบายเลิกจ้าง ให้ความช่วยเหลือด้านการเงินผ่านโครงการเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำสำหรับพนักงานที่ครอบครัวได้รับผลกระทบ มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลส่วนกลางเพื่อทำหน้าที่สื่อสาร ติดตามข่าวสาร และให้คำปรึกษาให้แก่พนักงานเพื่อเข้าให้การช่วยเหลือได้อย่างทันการณ์

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

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

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19

กลุ่มเกษตรกรและอุตสาหกรรมอาหารมีการวางแผนการดำเนินงาน เป้าหมาย และแผนงานต่าง ๆ ให้ครบถ้วนรอบด้าน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ถือเป็นปรากฏการณ์ในอุตสาหกรรมกลุ่มนี้ คือ การให้ความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น พัฒนาระบบการสั่งซื้อสินค้า ระบบการชำระเงิน ให้มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย เป็นต้น

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

- การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ พัฒนาอาหาร ให้ใช้สารเคมีน้อยลง รวมไปถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ด้วยวัสดุที่เชื้อไวรัสเข้าไม่ถึงและย่อยสลายได้ง่าย
- นำเทคโนโลยีใหม่ ระบบอัตโนมัติ และหุ่นยนต์เข้ามาใช้ในระบบการผลิตมากขึ้นเพื่อลดการสัมผัสอาหาร
- นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาผลิตอาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ
- ปรับปรุงและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่ต้องจัดส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคด้วยความรวดเร็ว ตรงเวลา และรักษาอุณหภูมิ ตลอดจนรักษาคุณภาพของสินค้าหรืออาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- พัฒนา Software การสั่งซื้อสินค้า ระบบการชำระเงิน ที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มอุตสาหกรรม: สินค้า อุปโภคบริโภค

พจนานุกรม COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

ข้อมูลสรุปผลประกอบการงวดครึ่งแรกของปี 2563 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระบุว่าธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคถือเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีผลประกอบการที่ดีที่สุดในช่วง COVID-19 เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ โดยกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นกลุ่มเดียวที่มีผลการดำเนินงานเป็นบวกในช่วงครึ่งแรกของปี 2563

อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มธุรกิจนี้สามารถแบ่งบริษัทออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มแรก เป็นบริษัทในกลุ่มที่ได้รับอานิสงส์หรือผลบวกจากวิกฤตการณ์ COVID-19 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่พยายามกักตุนสินค้า เพราะตื่นตระหนกจากมาตรการ Lockdown ซึ่งเป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของรุนแรงในเดือนมีนาคม-เดือนเมษายน 2563 ทำให้บริษัทมียอดขายเพิ่มขึ้นในหลายช่องทาง เช่น การขายผ่านร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน และร้านขายของชำที่ทวีความสำคัญมากขึ้น เพราะร้านค้าปลีกรายใหญ่อย่างห้างสรรพสินค้าถูกภาครัฐสั่งปิด รวมถึงการขายสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสั่งซื้อกันเป็นจำนวนมากในช่วงที่เก็บตัวอยู่กับบ้าน

และกลุ่มที่ 2 เป็นบริษัทที่ได้รับผลกระทบเชิงลบ แต่สามารถฟื้นตัวได้ในระยะสั้นจากการปรับตัว สำหรับกลุ่มนี้ธุรกิจได้รับผลกระทบจากการหดตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อกำลังซื้อ รวมไปถึงยอดขายที่ลดลงจากการที่ไม่สามารถเปิดให้บริการหน้าร้านได้ ตลอดจนความเสียหายจากการสะดุดของกระบวนการดำเนินงานที่มาจากปัจจัยรอบด้าน ได้แก่ พนักงานมีความเสี่ยงที่จะติดโรคจากการเดินทางมาทำงาน Supplier ไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ตามกำหนดเพราะติดปัญหาการนำเข้าจากประเทศที่ออกมาตรการปิดประเทศ เป็นต้น อย่างไรก็ตามในระยะสั้นบริษัทสามารถปรับตัวรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ ได้ เช่น การพัฒนาช่องทางการขายออนไลน์ทดแทนการปรับไลน์การผลิตสินค้าที่เป็นที่ต้องการ เป็นต้น ทำให้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

การดำเนินการเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ ต่อสถานการณ์ COVID-19

บริษัทมีการติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิดและประเมินความเสี่ยงถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 โดยพิจารณาจากจำนวนผู้ติดเชื้อและสถานที่ที่มีการรายงานการติดเชื้อ มีการกำหนดมาตรการให้สอดคล้องกับสุขภาวะและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน ทบทวนสถานที่และแผนการเดินทางของพนักงานเพื่อพิจารณาการทำงานจากที่บ้านหรือเลื่อนเวลาการทำงาน มีการกำหนดการประชุมผู้บริหารเพื่อติดตามการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ กำหนดระบบการสื่อสารเพื่อป้องกันการเข้าใจผิดและความสับสน รวมถึงการสื่อสารเพื่อสร้างขวัญ กำลังใจ และความเชื่อมั่นกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร

การบริหารจัดการ ในภาวะวิกฤต COVID-19

บริษัทมีการจัดตั้งคณะทำงาน BCP โดยมีตัวแทนจากแต่ละฝ่ายงานเข้าร่วมและจัดทำแผนดำเนินงานเพื่อรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว บริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคมีการดำเนินการหลัก ๆ ดังนี้

① เพิ่มค่าใช้จ่ายด้านโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีสารสนเทศ: บริษัทมีการลงทุนด้าน IT เพิ่มขึ้นเพื่อให้สามารถรองรับการทำงานในช่วงวิกฤตให้ดำเนินต่อไปได้ตามปกติ เช่น ขยายความสามารถของระบบ LAN, License Zoom, Microsoft Teams สำหรับการทำงานระยะไกล พัฒนารูปแบบการทำงานแบบ Intelligent Workplace หรือสำนักงานอัจฉริยะ เป็นต้น

② เพิ่มมาตรการด้านสุขอนามัย: บริษัทจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคและออกมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส เช่น ให้พนักงานทำงานที่บ้าน มาตรการด้านสุขภาพสำหรับร้านที่ยังเปิดให้บริการอยู่บางช่วงเวลา เป็นต้น

③ บริหารงานอย่างมีส่วนร่วม ปรับแผนการดำเนินงานใน Supply Chain: บริษัทมีการปรับกระบวนการดำเนินงานเน้นการหารือและการแก้ปัญหาอย่างมีส่วนร่วมตลอด Supply Chain เช่น มีการวางแผนกับคู่ค้าปรับสายการผลิตให้เร็วกว่าปกติ การหาแนวทางร่วมกับภาครัฐเพื่อบรรเทาผลกระทบจากมาตรการปิดประเทศทำให้การส่งสินค้าจากต่างประเทศมีความล่าช้าหรือหยุดชะงัก ทำงานกับผู้ผลิตเพื่อเร่งผลิตสินค้าในกลุ่มที่มีความต้องการจากผู้บริโภคสูงในช่วง COVID-19 และชะลอวัตถุดิบในการผลิตสำหรับสินค้าที่ขายไม่ดีในสถานการณ์ดังกล่าว เป็นต้น

4 บริหารสภาพคล่อง ลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น:

บริษัทมีการตัดค่าใช้จ่ายบางส่วนเพื่อรักษาสภาพคล่อง เช่น การเจรจากับพันธมิตรในการขอลดดอกเบี้ยและยืดเวลาชำระหนี้ไปบางส่วน มีการประเมินสถานะสินค้าคงคลังในการพิจารณา Min-Max Stock ให้สัมพันธ์กับการปรับลดคำสั่งซื้อและการคาดการณ์ เป็นต้น

5 ขยายช่องทางการขายในออนไลน์และปรับรูปแบบธุรกิจ: บริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคเน้นขยายช่องทางออนไลน์มากขึ้นทดแทนในช่วงที่ห้างสรรพสินค้าปิดชั่วคราว บางบริษัทได้ปรับรูปแบบธุรกิจ เช่น จากเดิมผลิตชุดชั้นใน เปลี่ยนมาเป็นผลิตหน้ากากผ้าแทนตามความต้องการตลาดที่เปลี่ยนไปจนสร้างรายได้กลับมาให้บริษัท เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19

แม้เผชิญหน้าวิกฤตบริษัทยังให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือพนักงาน คู่ค้า และลูกค้า บางบริษัทยืนยันที่ไม่ปลดพนักงาน จัดโครงการสินค้าราคาถูกให้พนักงานจับจ่ายใช้สอยอย่างประหยัด มีการชะลอการชำระหนี้สำหรับลูกค้าที่ได้รับผลกระทบ สำหรับคู่ค้า บริษัทเน้นย้ำเรื่องการจ่ายให้ตรงเวลาและไม่มีการเลื่อนชำระเงินตลอดจนมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมด้วยการบริจาคหน้ากากผ้าที่บริษัทในกลุ่มนี้สามารถผลิตได้เอง รวมทั้งมีการบริจาคเงินให้กับโรงพยาบาล มูลนิธิ และภาคประชาชน

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19

บริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคได้วิเคราะห์ถึง “New Normal ในการทำธุรกิจหลังสถานการณ์วิกฤต COVID-19” ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลากหลาย ได้แก่ 1) ลูกค้าให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น มีความกังวลกับการติดเชื้อในที่สาธารณะ 2) การเว้นระยะห่างทางสังคมกลายเป็นมาตรฐานการดำเนินชีวิตใหม่ในทุกพื้นที่ในสังคม 3) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปโดยซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และ 4) การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นอุปสรรคสำคัญในการเดินทางระหว่างประเทศ ทำให้มีผลกระทบต่อรายได้ที่มาจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นหลัก ดังนั้น ในการวางแผนฟื้นฟูธุรกิจบริษัทส่วนใหญ่ดำเนินการใน 4 เรื่องที่สำคัญ ได้แก่

1 มองหาตลาดใหม่ เช่น มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าภายในประเทศจากเดิมที่บริษัทเน้นกลุ่มลูกค้าต่างประเทศและกลุ่มประเทศใกล้เคียง CLMV เพื่อทดแทนการส่งออกที่เผชิญอุปสรรคช่วง COVID-19 ระบาด เป็นต้น

2 พัฒนากิจกรรมของพนักงาน (Re-skill, Up-skill) หลายบริษัทหันมาลงทุนกับการพัฒนาทักษะของพนักงาน โดยเน้นทักษะที่เป็นประโยชน์และเพิ่มความแข็งแกร่งให้ธุรกิจ เช่น ทักษะการสื่อสารในช่องทางจำหน่ายออนไลน์ เป็นต้น หรือมุ่งเน้นการทำงานแบบ Agile เพื่อสร้างการเรียนรู้รอบด้านในองค์กร ถือเป็นอีกทางเลือกที่สำคัญ นอกเหนือจากการปรับลดขนาดองค์กรหรือเปิดโครงการเกษียณก่อนอายุ

③ สร้างช่องทางการขายใหม่ การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้การค้าออนไลน์เติบโตเร็วมาก บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการลงทุนและพัฒนาช่องทางการขายผ่านออนไลน์ในระยะยาวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่บริษัทคาดว่าที่สถานการณ์จะฟื้นตัวได้ต้องใช้เวลาไปอีก 2-3 ปี

④ นวัตกรรมกระบวนการทำงาน ทั้งระบบ Value Chain & Supply Chain ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความยืดหยุ่นให้สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบและป้องกันความเสี่ยงเมื่อเกิดสภาพการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนา ตัวอย่างเช่น

- กำหนดทิศทางใหม่ของธุรกิจโดยหันมามุ่งเน้นสินค้าด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพอนามัยที่จำเป็น เช่น เพิ่มสายการผลิตใหม่ ๆ รองรับสินค้าและบริการที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นหลัง COVID-19 ระบาด เช่น สินค้าประเภทหน้ากากผ้า กันฝุ่น PM 2.5 ชุดคลุมพลาสติกที่ใช้ในวงการแพทย์/พยาบาล ถุงเท้าและหมวกพลาสติก เป็นต้น

- มีการปรับกระบวนการผลิตใหม่ โดยเน้น IT มากขึ้น ทดแทนทักษะกำลังคนที่มีข้อจำกัดจากมาตรการรักษาระยะห่าง รวมถึงการผลิตและออกแบบสินค้านวัตกรรมให้เข้ากับยุคสมัยที่อิงกับสินค้าสุขภาพที่กำลังเป็นกระแสหลักทั้งในปัจจุบันและอนาคต จากบทเรียน COVID-19 ปัญหาฝุ่น PM 2.5 และปัญหาการปนเปื้อนต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การผลิตอุปกรณ์หรือหน้ากากอนามัยที่มีประสิทธิภาพสูงช่วยป้องกันเชื้อโรคที่อาจกลับมาระบาดซ้ำหรือป้องกันมลพิษจากฝุ่นควันต่าง ๆ เป็นต้น
- พัฒนานวัตกรรมด้านวัตถุดิบที่สามารถป้องกันเชื้อโรคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพที่กำลังเป็นแนวโน้มหลักของความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มอุตสาหกรรม: ธุรกิจการเงิน

ผลกระทบ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน

การระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อการดำเนินธุรกิจการเงิน ในภาคธนาคาร ลูกหนี้จำนวนมากไม่สามารถชำระหนี้ได้ มีการประเมินว่าไตรมาสที่ 4/2563 ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้บุคคลและลูกหนี้ธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs หลังจากมาตรการพักหนี้สิ้นสุดลง ยังคงเป็นโจทย์ที่ยากและมีความท้าทายสำหรับธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากสถานะทางการเงินที่เปราะบางของลูกหนี้ที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ในอนาคต

ขณะที่**ธุรกิจประกัน**ได้รับผลกระทบจากอัตราดอกเบี้ยที่ลดลงและลูกค้ำที่มีกำลังซื้อลดลง ทำให้คาดการณ์ว่าธุรกิจภาพรวมมีอัตราการเติบโตลดลง โดยในปี 2563 ธุรกิจประกันชีวิตจะลดลง 2% ขณะที่ธุรกิจประกันภัยจะลดลง 5.3%

ถึงแม้ว่าระบบการเงินไทยโดยรวมยังมีเสถียรภาพ ธนาคารพาณิชย์และธุรกิจประกันมีเงินกองทุนอยู่ในระดับสูง แต่ระบบการเงินก็มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยเฉพาะความไม่แน่นอนว่าการแพร่ระบาดจะสิ้นสุดลงเมื่อใด

ในส่วนของ**ธุรกิจเงินกู้และหลักทรัพย์**ได้รับผลกระทบจากการผันผวนของตลาดหลักทรัพย์โดยเฉพาะในเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2563 ที่มีการหยุดการซื้อขายเป็นการชั่วคราว หรือ Circuit Breaker ถึง 3 ครั้ง โดยในเดือนมีนาคมปรับตัวลดลงถึง 214.86 จุดหรือคิดเป็น 16.01% ก่อนจะค่อย ๆ ฟื้นตัวจนปัจจุบัน มูลค่าในการซื้อขายหลักทรัพย์มีโอกาสลดลงและชะลอตัวในระยะกลางหรือระยะยาว บริษัทหลักทรัพย์อาจได้รับรายได้จากค่าธรรมเนียมซื้อขายหลักทรัพย์และการบริหารจัดการกองทุนที่น้อยลงกว่าเดิม สำหรับกลุ่มธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อที่นอกจากยอดสินเชื่อเช่าซื้อจะลดลงแล้ว ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ยังมีความเสี่ยงจากความสามารถในการชำระหนี้ที่ลดลงของลูกค้ำที่มีแนวโน้มทำให้นี้ยากไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) มีสัญญาณปรับเพิ่มตามภาวะเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19

อย่างไรก็ตาม COVID-19 ได้กระตุ้นให้การทำธุรกรรมในอุตสาหกรรมนี้เปลี่ยนผ่านไปสู่โลกดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นธนาคารออนไลน์ การให้คำแนะนำการลงทุนผ่านทางออนไลน์ การซื้อขายประกันทางออนไลน์ที่เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด สถานการณ์ COVID-19 จึงเป็นทั้งวิกฤตและโอกาสของกลุ่มอุตสาหกรรมนี้

การดำเนินการเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงกัก ต่อสถานการณ์ COVID-19

ท่ามกลางความไม่แน่นอนในการรับมือวิกฤต COVID-19 กลุ่มธนาคาร บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์และธุรกิจประกันได้มีการติดตามสถานการณ์หรือสัญญาณเตือนการระบาดจากองค์การอนามัยโลกและหน่วยงานด้านสาธารณสุขของประเทศไทย และได้กำหนดมาตรการดูแลและบริหารจัดการอย่างทันก่วงกักที่ไม่ว่าจะเป็นด้านการเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานเรื่องการให้ความรู้โรค COVID-19 จัดหาอุปกรณ์ด้านสุขอนามัยสำหรับป้องกันดูแลตนเอง มาตรการตรวจคัดกรอง มาตรการงดการเดินทางไปหรือกลับจากประเทศที่เกิดการระบาด มาตรการ Work From Home และการประชุมทางไกล รวมถึงความพร้อมของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระบบปฏิบัติงาน ตลอดจนมาตรการรักษาความสะอาดและปลอดภัยจาก COVID-19 ของสถานที่ทำงานและสาขาเพื่อรองรับการบริการให้แก่ลูกค้า

การบริหารจัดการ ในภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มธุรกิจการเงินมีการจัดเตรียมแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) รองรับสถานการณ์ COVID-19 รวมทั้งจัดตั้งทีมบริหารเหตุการณ์วิกฤตเพื่อรับมือขอรับในการบริหารจัดการและสนับสนุนการดำเนินงานในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ประกอบด้วย ทีมด้านปฏิบัติการ ทีมสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทีมบริหารความเสี่ยง ทีมด้านทรัพยากรบุคคล ทีมดูแลการสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร

นอกจากนี้ บริษัทมีการรับมือด้วยการควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพ การจัดการทำงานของพนักงานแบบยืดหยุ่น เพิ่มผลิตภาพในการทำงานของพนักงาน ปรับกระบวนการทำงานโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาทดแทนกระบวนการทำงานแบบเดิม ต่อยอดความสามารถด้านดิจิทัล นำข้อมูลเชิงวิเคราะห์มาใช้เพื่อเพิ่มประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้าด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

บริษัทยังได้จัดประชุมนักวิเคราะห์เพื่อชี้แจงและสื่อสารแนวทางการบริหารความเสี่ยงและการรับมือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ของบริษัท เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย มีการจัดทำ NEW COVID-19 Scenario Planning ซึ่งกำหนดแนวทางการบริหารจัดการภาวะวิกฤตตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ด้วย

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19

แนวทางในการบรรเทาผลกระทบที่สำคัญ คือ ในการดูแล**พนักงาน** จัดทำประกันสุขภาพคุ้มครองจากการติดเชื้อ COVID-19 โดยมีผลคุ้มครองเป็นระยะเวลา 1 ปี สถาบันการเงินบางแห่งประกาศชัดเจนว่าไม่มีการลดตำแหน่งงานและสวัสดิการเพื่อสร้างขวัญกำลังใจในภาวะวิกฤต

อีกทั้งให้ความช่วยเหลือ**ลูกค้า**ที่ได้รับผลกระทบก่อนที่จะเป็นหนี้เสีย ได้แก่ ให้ความช่วยเหลือตามนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทย การปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ พักชำระหนี้เงินต้น/ดอกเบี้ย สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเงื่อนไขผ่อนปรน (Soft Loan) ปรับโครงสร้างหนี้สำหรับลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 โดยตรง ปรับลดอัตราดอกเบี้ยชำระหนี้ขั้นต่ำ สำหรับบัตรเครดิตขยายระยะเวลาการผ่อนชำระ ชะลอการให้สินเชื่อที่มีความเสี่ยงสูง

สำหรับ**คู่ค้า** เช่น จ่ายชำระตามกำหนดที่ได้ตกลงกันมีกระบวนการรองรับในการร่นระยะเวลาในการจ่ายเงิน หากได้รับผลกระทบ ปรับนโยบาย Credit Term จนกว่าสถานการณ์จะคลี่คลายลงเพื่อเป็นการช่วยเสริมสภาพคล่องให้แก่คู่ค้า มีการประเมินสัญญาการให้บริการในช่วงที่มีการปิดทำการของสาขาในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยพิจารณาการจ่ายที่เหมาะสมและยังคงดูแลพนักงานของผู้ให้บริการให้พร้อมกลับมาทำงานได้โดยไม่มีผลกระทบ หรือพิจารณาจ่ายบางส่วนแทนการงดจ่ายเพื่อให้คู่ค้าทำธุรกิจต่อไปได้ เป็นต้น

นอกจากนี้ มีส่วนช่วยเหลือ**ชุมชนและสังคม**ในการให้ความช่วยเหลือแก่บุคลากรทางการแพทย์และผู้ป่วย โดยบริจาค/สนับสนุนเงิน เปิดรับบริจาคเงินผ่านช่องทางออนไลน์ สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้ออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในอาคารสำนักงานในช่วงที่มีการผ่อนปรน รวมถึงร่วมกับธุรกิจเพื่อช่วยเหลือพนักงานที่มีรายได้น้อยด้วยการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ หรือลดดอกเบี้ยเพื่อลดภาระหนี้ต่าง ๆ

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19

กลุ่มธนาคาร บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ และธุรกิจประกัน มีแนวทางฟื้นฟูธุรกิจ คือ เน้นฟื้นฟูสภาพการดำเนินงานให้กลับเข้าสู่ระดับที่เป็นปกติหรือใกล้เคียงกับภาวะปกติ ปรับตัวธุรกิจให้กลับคืนสภาพในระยะยาว โดยประเมินว่า New Normal ในการทำธุรกิจ คือ การเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี (Technology Transformation) รองรับยุคสมัยที่ดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต (Digital Lifestyle) โดยจะมีการปรับใช้ภายในองค์กรเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค/ลูกค้าที่เป็น Digital Lifestyle มากขึ้น เช่น อนุมัติสินเชื่อโดยใช้ข้อมูล Forward Looking ผ่าน AI, มุ่งใช้ Digital และ Insurtech ตอบสนองลูกค้าทำประกันมากขึ้น เป็นต้น มีการพัฒนา Technology Infrastructure เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคของลูกค้า เช่น ปรับปรุงประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ทั้งช่องทาง Social Media, Call Center และอีเมล ให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น รวมถึงการให้ความสำคัญในการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์และการรักษาความลับของลูกค้า

อย่างไรก็ตาม หากมองไปในอนาคต ภาคธุรกิจ ธนาคาร บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ และธุรกิจประกัน คาดการณ์ว่าผลกระทบจาก COVID-19 จะยังไม่สิ้นสุด ในเร็ววันนี้ โดยเฉพาะระยะเวลาที่ต้องใช้ในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจหรือโอกาสกลับมาระบาดซ้ำ ธุรกิจจึงต้องเตรียมความพร้อมในประเด็นหลัก ๆ โดย**ธุรกิจธนาคาร** มีการเตรียมการ ได้แก่ การคงสภาพคล่องในระดับสูงด้วยการเติบโตฐานเงินฝาก การเพิ่มคุณภาพด้านงบดุลด้วยการลดยอดหนี้เสีย และการคงเงินกองทุนในระดับสูง เพื่อเพิ่มความสามารถของธนาคารในการรับมือกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและผลกระทบจาก COVID-19 การขยายโอกาสเชิงธุรกิจให้มากขึ้น รวมถึงการดูแลพนักงานให้อยู่รอดปลอดภัยและเติบโตไปด้วยกัน

ขณะที่**ธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์**ให้ความสำคัญกับการปรับกระบวนการติดตามหนี้ให้แข็งแกร่งมากขึ้น เพื่อติดตามและช่วยเหลือลูกหนี้อย่างใกล้ชิด ปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยใช้ระบบและเทคโนโลยีในการบริหารงานมากขึ้น บริการให้คำแนะนำการลงทุนและการจัดสรรสินทรัพย์จากอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงที่มากขึ้น การปรับนำหน้การลงทุนระยะยาว รวมไปถึงการให้คำแนะนำการลงทุนผ่านช่องทาง Online แบบเฉพาะเจาะจง รวมถึงการให้บริการซื้อขายกองทุนผ่าน Online เป็นต้น

ในส่วน**บริษัทประกัน** มุ่งสู่การเป็น Digital Insurer มากขึ้น แนวทางการฟื้นตัวมีการลงทุนในเทคโนโลยี ด้วยเม็ดเงินจำนวนมาก เพื่อนำดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการทำงานในทุกช่องทาง การขายผ่านช่องทางดิจิทัลในรูปแบบแพลตฟอร์มต่าง ๆ ลูกค้าสามารถชำระเบี้ยประกันภัยผ่านแอปพลิเคชัน โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ออกประกาศการขายประกันเฉพาะกิจ Digital Face to Face ให้ผู้เสนอขายสามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้ ขณะที่ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตธุรกิจได้ทยอยปรับผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตประเภท ออมทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนสูง มีการปรับดีผลตอบแทนออกจากตลาด เหตุปัจจัยเสี่ยงจากภาวะดอกเบี้ยต่ำ ทำให้ภาคธุรกิจหาผลตอบแทนให้ลูกค้าได้ยากขึ้น โดยแนวโน้มผลิตภัณฑ์ นับจากนี้จึงเป็นผลิตภัณฑ์ควบการลงทุน Universal Life Unit Linked หรือ Participating Policy โดยเน้นการลงทุนตามความเสี่ยงที่ผู้เอาประกันภัยยอมรับได้ รวมถึงผลักดันผลิตภัณฑ์ที่ให้ความคุ้มครองประเภทประกันสุขภาพและประกันอุบัติเหตุซึ่งเบี้ยประกันภัยไม่แพง

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มอุตสาหกรรม: สินค้า อุตสาหกรรม

ผลกระทบ COVID-19 ต่อกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม

ธุรกิจในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเป็นกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 อย่างรุนแรง โดยเฉพาะธุรกิจในกลุ่มของผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรม ยานยนต์ เหล็ก บรรจุภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการที่ผลิตแล้วไม่สามารถส่งออกได้และผลกระทบที่เกิดจากห่วงโซ่ธุรกิจหยุดชะงัก ถูกระงับการผลิต ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต สินค้าค้างสต็อก คู่ค้าขาดทุนเพราะต้องหยุดกิจการ ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น การขาดแคลนแรงงานและกำลังการผลิตที่ถดถอย

จากการเปิดเผยข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ระบุว่า รายได้จากภาคการผลิตในไตรมาสที่ 2/2563 ตีดลงถึง 57% หดตัวตามกำลังซื้อที่ลดลงและการขาดแคลนวัตถุดิบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ถึงแม้จะผ่อนคลายมาตรการ Lockdown แล้ว แต่บางส่วนยังได้รับผลกระทบจากความต้องการที่ลดลง โดยเฉพาะคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ โดยกลับมาผลิตได้เพียง 50-60% จากกำลังซื้อที่ยังไม่ฟื้นตัว

ขณะที่ข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ระบุเช่นกันว่า ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2563 การส่งออกสินค้าต่างประเทศมีมูลค่าลดลง 17.8% ตามภาวะถดถอยรุนแรงของเศรษฐกิจและการค้าโลก โดยกลุ่มสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าลดลง เช่น รถยนต์นั่ง ลดลง 45.2% รถกระบะและรถบรรทุก ลดลง 67.7% ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ยานยนต์ ลดลง 45.0% เครื่องจักรและอุปกรณ์ ลดลง 23.4% เคมีภัณฑ์ ลดลง 20.4% ปิโตรเคมี ลดลง 18.9% เป็นต้น

การดำเนินการเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ ต่อสถานการณ์ COVID-19

บริษัทได้ติดตามสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของ COVID-19 เพื่อทำการประเมินความรุนแรงของสถานการณ์ ความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนิน ธุรกิจเริ่มจากกำหนดมาตรการเพื่อดูแลสุขภาพอนามัย และความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสีย และมีการจัดตั้ง ทีมเฉพาะกิจประกอบด้วย คณะทำงานจากฝ่ายต่าง ๆ ใน บริษัทใหญ่และบริษัทย่อย เพื่อร่วมกันติดตามการดำเนินงานและบริหารจัดการตามสถานการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นแต่ละระดับ

อย่างไรก็ดี จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อ Supply Chain ทั้งระบบ รวมถึงจากการชะลอการสั่งซื้อและการขาดแคลน ทรัพยากรในการผลิต ทำให้ภาคอุตสาหกรรมการผลิตทั่วโลกได้รับผลกระทบโดยตรง บริษัทได้มีการปรับรูปแบบ การดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ลดจำนวนวันทำงานของฝ่ายผลิตให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อ ปรับเปลี่ยนวันทำงานของฝ่ายผลิตเพื่อเป็นการลดค่า ไฟฟ้า ปรับลดการทำงานล่วงเวลา ลดการสั่งซื้อสิ่งของและ ค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เป็นต้น

การบริหารจัดการ ในภาวะวิกฤต COVID-19

ภาคการผลิตและการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม อยู่ในสถานการณ์ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งต้องใช้เวลาในการฟื้นฟูให้กลับมาดำเนินการได้ตามปกติ อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมารัฐกิจในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมได้มีการบริหารจัดการภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น ได้แก่

1 เพิ่มกลุ่มลูกค้าเพื่อหาทางฝ่าวิกฤตและ การกระจายความเสี่ยง: ธุรกิจได้มีการเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ และขยายช่องทางการขาย แนะนำลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อช่วยผลิตสินค้าและบริการ สร้างระบบการขายแบบ Centralize Purchase การลดวัน ทำงานฝ่ายผลิตให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อลูกค้า

2 พนักงานปลอดภัย ธุรกิจรอดวิกฤต: การ วางแผนรับมือด้านความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญมาก สำหรับภาคการผลิต โดยเฉพาะการดูแลสุขภาพอนามัยพนักงาน ที่ต้องป้องกันความเสี่ยงอย่างเคร่งครัดไม่ให้เกิดการติด เชื้อ มีการแบ่งระยะห่างพื้นที่ทำงาน แยกทีมทำงานเป็น สัดส่วน กำหนดนโยบายการทำงานที่บ้าน (Work Form Home) ทำความสะอาดอุปกรณ์สำนักงาน เข้มงวดในการ ปฏิบัติตามมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม ในพื้นที่ ทำงานมีการจัดวางอุปกรณ์ทำความสะอาด เช่น เจลล้างมือ หน้ากากอนามัย และมีเครื่องวัดอุณหภูมิเพื่อคัดกรองผู้ ที่มีความเสี่ยง เป็นต้น

3 บริหารคงคลัง และวางแผนรับมือวิกฤต ด้านการเงิน: มีการปรับลดต้นทุนวัตถุดิบโดยหาแหล่ง วัตถุดิบจากผู้ผลิตโดยตรง ชะลอการลงทุนที่ไม่จำเป็น มุ่งเน้นการพัฒนาคนในฝ่ายต่าง ๆ ให้ดำเนินงานได้ด้วย ตัวเองแทนการใช้บริการจาก Supplier เพื่อเป็นการลด ค่าใช้จ่ายของบริษัท ประชุมแผนทบทวนค่าใช้จ่ายทุกสัปดาห์ ติดต่อธนาคารขอผ่อนชำระหนี้ ลดอัตราดอกเบี้ย หรือ ขอปรับโครงสร้างหนี้เดิม

4 จับมือไปพร้อมกับคู่ค้า: ธุรกิจมีมาตรการ ในการช่วยเหลือคู่ค้าเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในห่วงโซ่ อุปทานที่หลากหลายตั้งแต่การเลื่อนชำระค่าวัตถุดิบให้กับ คู่ค้า การจับคู่ธุรกิจรวมเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพในราคา พิเศษ การขยายเวลาชำระหนี้ตามความเหมาะสม สำหรับ ลูกค้าและคู่ค้าที่มีความสัมพันธ์ที่ดี นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีการหารือกับ Supplier เพื่อเตรียมแผนจัดหาจัดซื้อสินค้า ทดแทน (Substitute Products) รวมถึงธุรกิจบริหาร ประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทาน มีการส่งเสริมให้ความรู้แก่ โลจิสติกส์ เช่น การกระจายสินค้าแบบ Direct Shipment เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19

บริษัทในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมมีการดำเนินการเพื่อดูแลผู้มีส่วนได้เสียในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งในส่วนของ **ลูกค้า** ซึ่งบริษัทได้ปรับการผลิตตามความต้องการของลูกค้าภายใต้ข้อตกลงอย่างเป็นธรรม รวมทั้งยอมรับการยกเลิกคำสั่งซื้อสินค้าเพื่อช่วยรักษาสภาพคล่องทางการเงินของลูกค้า เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างยั่งยืน

สำหรับกลุ่ม **ลูกค้า** หลายบริษัทมีการสำรวจเกี่ยวกับสถานะการดำเนินธุรกิจของบริษัทลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์นี้ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการให้ความช่วยเหลือลูกค้าในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการเงินการผลิต และการส่งสินค้า รวมทั้งเข้าเยี่ยมบริษัทลูกค้าแต่ละบริษัทเพื่อพูดคุยและหารือเกี่ยวกับผลกระทบและแผนการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์วิกฤตนี้ เพื่อเป็นการวางแผนการผลิตและส่งสินค้าร่วมกัน ไม่ให้เกิดผลกระทบในห่วงโซ่อุปทาน

ในส่วนของการช่วยเหลือ **ชุมชนและสังคม** บริษัทได้นำอาหารและสิ่งของที่จำเป็นไปบริจาคตามชุมชนและโรงพยาบาลโดยรอบเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน อีกทั้งเป็นการให้กำลังใจบุคลากรทางการแพทย์ในการปฏิบัติหน้าที่ หลายบริษัทได้นำความเชี่ยวชาญในการผลิตมาพัฒนาและประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเหลือสังคม เช่น

- รถโมเดล “Smart พุ่มพวง” ในโครงการรถพุ่มพวงขอนแก่น เพื่อนำส่งสินค้าและอาหารตรงถึงมือชาวบ้านในหมู่บ้าน ด้วยอาหารที่มีคุณภาพ สดใหม่ทุกวัน สามารถติดตามรายการสินค้า ราคา เวลาให้บริการ แคมป์ สั่งสินค้าในวัน เวลา สถานที่ล่วงหน้าผ่าน Application บนมือถือพร้อมชำระเงินด้วย QR Code ซึ่งช่วยลดการติดเชื้อ COVID-19 ได้
- นำ “กลีเซอริน” เกรดอุตสาหกรรมอาหารและยา 99.5% ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์พลอยได้จากกระบวนการผลิตเมทิลเอสเทอร์และแพตตีแอลกอฮอล์ มาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ดูแลสุขอนามัย ได้แก่ เจลแอลกอฮอล์ สเปรย์แอลกอฮอล์ สบู่เหลวล้างมือ เพื่อส่งเสริมสุขอนามัยที่ดีและป้องกันเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่ง “กลีเซอริน” มีคุณสมบัติช่วยเพิ่มและกักเก็บความชุ่มชื้นสู่ผิว เพิ่มความแข็งแรงให้กับเกราะของผิวหนัง และสามารถฆ่าเชื้อแบคทีเรียได้อีกด้วย
- ผลิตอุปกรณ์ที่เกิดจากโครงการความร่วมมือกับพันธมิตร เช่น
 - การผลิตชุดอุปกรณ์ป้องกันระดับสูงสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ ร่วมกับคณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
 - การพัฒนาตู้โควิเคลียร์ (CoviClear) ลดความเสี่ยงไวรัส COVID-19 ร่วมกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 - การพัฒนาหุ่นยนต์แบ่งปันร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ สถาบันวิทยสิริเมธี มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19

กลุ่มธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมมีการพึ่งพาวัตถุดิบและการส่งออกจากต่างประเทศในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวระยะสั้นเพื่อให้อยู่รอด ขณะที่ต้องมีการวางแผนระยะยาวเพื่อฟื้นฟูธุรกิจสำหรับอนาคตและรับมือกับ New Normal ที่จะเกิดขึ้น ดังนั้น ธุรกิจในกลุ่มนี้จึงมีการวางแผนฟื้นฟูโดยมุ่งเน้นในเรื่อง “ประสิทธิภาพ” และ “ความสามารถใหม่” ที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

1 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีการวางแผนที่จะนำระบบการจัดการนวัตกรรม AI Automation มาใช้และวางแผนในการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้เกิดความคิด เปิดใจรับรูปแบบทางธุรกิจและวิธีการใหม่ เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและเปิดตลาดใหม่ การเติบโต และรายได้

2 เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต พร้อมพัฒนาเครื่องจักรโดยนำระบบไอทีมาประยุกต์ใช้เพื่อรองรับการกลับมาของธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็เร่งสำรวจผลกระทบต่อลูกค้า/คู่ค้า หรือผู้รับจ้างถึงผลกระทบที่ได้รับ เพื่อให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

3 กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และการลงทุนธุรกิจใหม่ที่เน้นชื่อนามย บริษัทที่มีการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และธุรกิจโดยเตรียมออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นสินค้าเฉพาะ เน้นด้านชื่อนามย ไม่ว่าจะสินค้าที่คำนึงถึงความปลอดภัยด้านชื่อนามยส่วนบุคคล ไปจนถึงการเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ให้เป็นลักษณะการห่อแบบแยกชิ้น พร้อมทั้งปรับแผนการลงทุนในธุรกิจใหม่ที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากวิกฤตครั้งนี้ และมีแนวโน้มที่จะเติบโตในอนาคต เช่น ธุรกิจบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารพร้อมทาน เป็นต้น

4 นวัตกรรมแห่งอนาคต วิเคราะห์และเตรียมพร้อมแผนกลยุทธ์ธุรกิจโดยเน้นพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า เช่น การดำรงชีวิตของคนเมืองที่หันมาใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านหรือทำงานที่บ้านมากขึ้น พัฒนาเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า เน้นเลือกใช้พลังงานสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนต้องพัฒนานวัตกรรมการผลิตชิ้นส่วนของยานยนต์ไฟฟ้าหรือรถพลังงานสะอาดมากขึ้น

อย่างไรก็ดี ในการฟื้นฟูธุรกิจควรเริ่มต้นตั้งแต่การทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ในระยะยาว โดยมีเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เกิดความยั่งยืนและสร้างสมดุลในผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เหล่านี้เพื่อเตรียมองค์กรให้พร้อมรับมือกับจากวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นอย่างฉับพลันอีกในอนาคต

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มอุตสาหกรรม: อสังหาริมทรัพย์ และก่อสร้าง

ผลกระทบ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

ผลกระทบจากการระบาดของไวรัส COVID-19 ช้ำเติมให้ตลาดที่อยู่อาศัยซึ่งอ่อนแออยู่แล้วจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจและผลของมาตรการ LTV (Loan to Value) ที่เริ่มมาตั้งแต่ปี 2562 ให้อ่อนแอลงไปอีก โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ยอดขายที่อยู่อาศัยหดตัว -45% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อีกทั้งข้อมูลสรุปผลประกอบการงวดครึ่งแรกของปี 2563 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระบุว่าอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างเป็น 1 ใน 3 อุตสาหกรรมลำดับแรกของกลุ่มธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มียอดขายลดลงมากที่สุด โดยมียอดขายลดลง 11% เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ประกอบกับข้อมูลสรุปภาพรวมประเทศของธนาคารแห่งประเทศไทยระบุว่ารายได้ภาคอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างติดลบ 60% สาเหตุจากการชะลอตัดสินใจซื้อของลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มที่ซื้อเพื่อลงทุน และจากการปรับลดลงของยอดขายจากตลาดต่างชาติ รวมถึงการหดตัวตามกำลังซื้อที่ลดลง

จากผลกระทบการแพร่ระบาดของ COVID-19 ขณะที่ภาคก่อสร้างหดตัวตามการชะลอก่อสร้างโครงการใหม่ โดยเฉพาะคอนโดมิเนียม และหันมาเน้นโครงการแนวราบเพื่อเจาะกลุ่มที่เป็น การซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง (Real Demand) มากขึ้น

สำหรับแนวโน้มจากนี้มีการคาดการณ์ว่า³ จำนวนหน่วยขายที่ได้ของที่อยู่อาศัยทั้งปี 2563 จะหดตัวถึง -29% YOY และเชื่อว่าในช่วงที่เหลือของปีนี้ ตลาดยังมีแนวโน้มซบเซาจากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่ฟื้นตัวช้าส่งผลให้ยอดขายโดยรวมยังฟื้นตัวได้ไม่มากนัก แม้หลังจากการผ่อนคลายมาตรการ Lockdown จะทำให้ยอดขายกลับมาฟื้นตัวได้บางส่วนจากการออกรายการส่งเสริมการขาย (Promotion) ของผู้ประกอบการแล้วก็ตาม ในขณะที่ภาคก่อสร้างหดตัวตามการชะลอก่อสร้างโครงการใหม่และคาดการณ์ว่าทิศทางจะเป็นไปตามแนวโน้มเศรษฐกิจที่จะอยู่ในช่วงไปอีก 12 เดือน

การดำเนินการเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ ต่อสถานการณ์ COVID-19

เมื่อเกิดสถานการณ์ COVID-19 บริษัทได้มอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบดูแล ติดตาม ประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิด ซึ่งในช่วงแรกของเหตุการณ์ บริษัทเน้นกำหนดมาตรการให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติของรัฐบาลโดยเฉพาะการดูแลจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อสุขภาพอนามัยของพนักงานของบริษัท เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีการตัดสินใจดำเนินการเพื่อจัดการสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยพิจารณาจากแนวโน้มจำนวนผู้ติดเชื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก มาตรการของภาครัฐ จำนวนเตียงที่สามารถรองรับผู้ป่วยในประเทศ จำนวนจังหวัดที่มีการ Lockdown ความต้องการของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมีการประเมินสถานการณ์ว่าส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เช่น

- **Business Operation** การเยี่ยมชมโครงการ การก่อสร้าง การรับเงินดาวน์ การโอนกรรมสิทธิ์ การรับมอบบ้าน
- **Supply Chain** การจัดหาวัตถุดิบโดยเฉพาะการนำเข้าจากต่างประเทศ แรงงานกลับถิ่น แรงงานติดเชื้อ การขอสินเชื่อของลูกค้า
- **Financial Status** การมีกระแสเงินสดสำรอง สภาพคล่อง เงินทุนหมุนเวียน การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน การลงทุนในโครงการเดิมและโครงการใหม่ การบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

การบริหารจัดการ ในภาวะวิกฤต COVID-19

บริษัทตระหนักถึงแนวทางการรับมือและการบริหารจัดการภายใต้สถานการณ์วิกฤต COVID-19 เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำรอยวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งปี 2540 โดยมีการจัดทำแผนการรับมือต่อสถานการณ์ในช่วงต่าง ๆ มีการตั้งคณะทำงานเพื่อประสานงานและออกมาตรการต่าง ๆ รวมถึงรับมือกับผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 ซึ่งในช่วงแรก ๆ มีการประชุมร่วมกันของทีมผู้บริหารและ/หรือคณะทำงานในการติดตามของสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นประจำและสม่ำเสมอ

ขณะเดียวกันมีการสื่อสารข้อมูลและมาตรการหรือแนวทางการบริหารจัดการวิกฤต COVID-19 แก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและนอกองค์กรให้เข้าใจตรงกันอย่างชัดเจนผ่านการประชุม การตีตประกาศ หรือโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น ไลน์กลุ่ม เป็นต้น

สำหรับการปรับตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง สรุปประเด็นสำคัญได้ 4 ประการหลักที่ธุรกิจดำเนินการ ได้แก่

① กระตุ้นยอดขาย เพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้า:

มีการออกมาตรการและแนวทางใหม่ในการกระตุ้นกำลังซื้อลูกค้า ในกรณีของอสังหาริมทรัพย์ มีการขยายโปรโมชั่นส่วนลด ช่วยจ่ายดอกเบี้ย ยืดเวลาการโอน ขยายงวดผ่อน การปรับ/ขยายกลุ่มลูกค้า รวมถึงการอำนวยความสะดวกจากมาตรการรักษาระยะห่างด้วยการเพิ่มบริการงานระบบ มีการเยี่ยมชมโครงการแบบ 3D Visual Online และเพิ่มการขายในช่องทางออนไลน์ ตลอดจนเพิ่มมาตรการดูแลสุขอนามัยของพนักงานขาย และลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัย

② เปลี่ยนช่องทางการขาย: กลุ่มธุรกิจวัสดุก่อสร้าง มีการปรับแผนการขายผ่านกลุ่มตัวแทนจำหน่ายรายกลาง-เล็กที่กระจายทั่วประเทศมากขึ้นและขายผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น

③ รักษาสภาพคล่อง: ได้แก่ การรักษากระแสเงินสด ทบทวนค่าใช้จ่ายแผนการลงทุน ควบคุมต้นทุนก่อสร้าง ชะลอเปิดโครงการใหม่ ชะลอซื้อที่ดินเพิ่ม หยุดก่อสร้างโครงการที่ไม่เร่งรีบ เจรจาด้านการขอลดดอกเบี้ยหรือขยายระยะเวลาการชำระหนี้ ใช้สิทธิประโยชน์จากมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ได้จากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

④ ปรับปรุงการทำงานและพัฒนางาน: มีแนวทางใหม่ ๆ ที่นำมาใช้ปรับปรุงการทำงาน เช่น การใช้หุ่นยนต์ทำงานแทนคนเพื่อช่วยให้งานก่อสร้างเสร็จทันเวลา พัฒนาพนักงานให้เป็น Influencer สำหรับขายสินค้าผ่านออนไลน์เพื่อช่วยเพิ่มรายได้ ลดต้นทุน เป็นต้น การบริหารต้นทุนการผลิตให้สามารถแข่งขันได้ การปรับปรุง/บำรุงรักษาเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

⑤ ดูแล Supplier: เพื่อให้ผ่านพ้นวิกฤตครั้งนี้ไปด้วยกัน เช่น กระจายงานที่เหลือให้ผู้รับเหมาช่วยช่วยสร้างรายได้ วางแผนการผลิต/การก่อสร้างโครงการ/การจัดซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าให้คู่ค้านำแผนการดังกล่าวไปวางแผนการผลิตได้อย่างเหมาะสม วางแผนและบริหารสต็อกล่วงหน้าร่วมกัน ประสานงานระหว่างโครงการและคู่ค้าโดยยึดหยุ่นช่วงเวลาที่ส่งของ ช่วยคู่ค้าหาผู้ประกอบการในประเทศทดแทนจากต่างประเทศเนื่องจากมาตรการปิดประเทศ ตลอดจนการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับคู่ค้า รวมถึงความพยายามในการจ่ายชำระเงินตรงตามกำหนดเวลาเพื่อช่วยเหลือกระแสเงินสดและการวางแผนการเงินของคู่ค้า

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19

บริษัทมีแนวทางในการบรรเทาผลกระทบหรือใช้โอกาสนี้เพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

พนักงานและครอบครัว บริษัทดูแลสุขอนามัยและจัดหาอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดที่น่าสนใจ เช่น มีนโยบายไม่ปรับลดเงินเดือน ติดต่อธนาคารเพื่อจัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพิ่มช่องทางการพบแพทย์โดยใช้ระบบ Virtual Hospital เพื่อลดการรับเชื้อจากโรงพยาบาล เป็นต้น

ลูกค้า มีมาตรการช่วยเหลือด้านการผ่อนผันการชำระหนี้ในการผ่อนดาวน์ ผ่อนค่างวด และการโอนกรรมสิทธิ์ ผ่อนปรนเงื่อนไขการโอนมากขึ้น อีกทั้งมุ่งเน้นมาตรการสร้างความปลอดภัยในการใช้สถานที่ เช่น การคัดกรองผู้มาใช้บริการ การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อพื้นที่ การปรับเปลี่ยนการใช้พื้นที่ตามมาตรการ Social Distancing เป็นต้น

คู่ค้า มีการเร่งตรวจงวดงานก่อสร้างเพื่อให้สามารถเบิกเงินได้เร็ว จ่ายชำระเงินตรงตามกำหนดเวลา ใช้เทคโนโลยีเพื่อทำระบบการเบิกงวดให้มีกระบวนการจ่ายเงินที่รวดเร็ว ช่วยจัดซื้อจัดหาวัสดุก่อสร้างโดยผู้รับเหมาสามารถลงทุนบางส่วนหรือลงแรงงานอย่างเดียว รวมทั้งขยายสัญญาหรือยกเว้นค่าปรับกรณีประสบปัญหาแรงงานกลับถิ่นฐานหรือจัดหาวัสดุที่ใช้ในการทำงานไม่ได้ ตลอดจนมีมาตรการช่วยเหลือและสนับสนุนการทำธุรกิจของผู้เช่า เช่น การงดเก็บค่าเช่าหรือให้ส่วนลดตามผลกระทบที่ได้รับในแต่ละพื้นที่ การพัฒนาสนับสนุนช่องทางการขายและให้บริการใหม่แก่ร้านค้า เช่น Food Delivery, Drive Thru เป็นต้น

ชุมชนและสังคม บริษัทมีการช่วยเหลือโดยการบริจาคทุนทรัพย์หรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ให้แก่โรงพยาบาล เช่น ห้องป้องกันเชื้อความดันลบ ชุด PPE เป็นต้น บริจาคเครื่องอุปโภคบริโภค ทำกิจกรรมแจกอาหาร เป็นต้น บางบริษัทจัดโครงการอบรมหลักสูตรวิชาชีพให้กับผู้ว่างงานหรือถูกเลิกจ้าง รวมถึงจัดทำโครงการรับซื้อผลผลิตเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบ

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19

บริษัทมีการวางแผนการฟื้นตัวจากวิกฤตในระยะสั้น โดยได้ติดตามการประเมินสถานการณ์โรคระบาด นโยบาย และข้อกำหนดของภาครัฐ พฤติกรรมของลูกค้าและคู่ค้า รวมถึงติดตามสภาวการณ์ทางเศรษฐกิจและการแข่งขันในอุตสาหกรรมอย่างใกล้ชิด โดยวางแผนการฟื้นตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป ขณะที่ในระยะยาว บริษัทมุ่งเน้นการวางแผนเติบโตหลังวิกฤตแบบยั่งยืน โดยนำปัจจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคตาม New Normal ที่เกิดในอุตสาหกรรม และประเด็นความเสี่ยงต่าง ๆ ในเหตุการณ์วิกฤตที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตมาพิจารณาวางแผนพัฒนาธุรกิจ

New Normal ของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ได้แก่

- Digital Platform ขายโครงการผ่าน Online Platform มากขึ้น เช่น Shopee และ Lazada เป็นต้น ทำ Online Booking ทั้งการขอข้อมูลจองซื้อ จนถึงโอนกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ ทำ Digital Marketing เนื่องจากลูกค้าดูผ่าน Online ก่อน ลักษณะการนำเสนอข้อมูลเป็น Two-Way Communication มากขึ้น เพื่อให้สามารถตอบโต้ระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อได้ ซึ่งกลุ่มวัสดุก่อสร้างเริ่มมีการขายผ่านทาง Facebook Live หรือ Telesales พร้อมทั้งติดต่อลูกค้ารายใหม่หรือรายเล็กมากขึ้น
- การออกแบบโครงการหรือพื้นที่ใช้สอยให้รองรับความต้องการและการใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของลูกค้าทั้งด้านสุขอนามัย ความปลอดภัยของสุขภาพ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้นเพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตแบบไร้สัมผัส หรือ Touchless เช่น ระบบสแกนจากการจดจำใบหน้า (Face Recognition) หรือระบบการสั่งการด้วยเสียง (Voice Command) เป็นต้น
- การปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ (Digital Transformation) ทั้งในสำนักงาน หน้าร้าน และโรงงานผลิตอย่างทั่วถึง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
- การจัดการองค์กรให้ครอบคลุมภาวะวิกฤตอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้ลูกค้าและคู่ค้ามีความมั่นใจในขีดความสามารถในการรับมือภาวะวิกฤตและช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มอุตสาหกรรม: ทรัพยากร

ผลกระทบ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร

กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากรเป็นอีกหนึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบอย่างสูงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง**ธุรกิจ “น้ำมัน”** ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากความต้องการน้ำมันที่ลดลงจากมาตรการ Lockdown ทั้งภายในและต่างประเทศ รวมทั้งมีปัจจัยกดดันจากราคาน้ำมันที่ต่ำสุดในรอบหลายปี ขณะที่ธุรกิจอื่น ๆ ได้รับผลกระทบทางตรงและทางอ้อม เช่น รายได้ลดลงจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ลดลง โรงงานของบริษัทต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรการ Lockdown ของประเทศต่าง ๆ สำหรับ**ธุรกิจที่ทำสัญญาซื้อขายระยะยาวอย่างธุรกิจไฟฟ้า** รวมไปถึงธุรกิจเชื้อเพลิงพื้นฐานอย่างถ่านหินนั้นกลับไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

จากข้อมูลกรมธุรกิจพลังงานระบุว่า ผลกระทบจากการระบาดของไวรัส COVID-19 นำมาสู่การใช้มาตรการ Lockdown ส่งผลให้แนวโน้มการใช้เชื้อเพลิงปี 2563 ลดลงเฉลี่ยอยู่ที่ 143.59 ล้านลิตรต่อวันหรือลดลง 8.7% เมื่อเทียบกับปีก่อน ถือเป็นสถิติการใช้น้ำมันที่ต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี (เดือนมกราคม-มิถุนายน 2563) ภาพรวมการใช้น้ำมันลดลงไป 13.8% โดยกลุ่มเบนซินลดลง 7.6% กลุ่มดีเซลลดลง 4.9% ขณะที่น้ำมันอากาศยานเชิงพาณิชย์ (Jet A1) ลดลง 49.5% เฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 9.9 ล้านลิตร/วัน เนื่องจากประกาศห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราว

การดำเนินการเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ ต่อสถานการณ์ COVID-19

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 บริษัทในอุตสาหกรรมทรัพยากรมีแนวทางในการบริหารจัดการในช่วงวิกฤต คือ **การให้ความสำคัญกับมาตรการความปลอดภัยด้านสุขภาพมาเป็นลำดับแรก (Health & Safety Comes First)** เช่น การจัดระบบให้พนักงานทำงานที่บ้าน (Work From Home) สำหรับในสำนักงานที่ยังมีพนักงานเข้าทำงาน นอกจากการกำหนดมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) บริษัทได้ดำเนินมาตรการความปลอดภัยด้านสุขภาพ มีการจัดทีมเป็นกะเพื่อหมุนเวียนเข้าปฏิบัติงาน การจัดที่พักสำรองใกล้โรงงานเพื่อควบคุมความเสี่ยงของพนักงานที่เข้ามาปฏิบัติงาน การแจกจ่ายหน้ากากอนามัย วัสดุอนุภูมิพนักงานก่อนเข้าปฏิบัติงานเพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาด เป็นต้น

ในระยะการตอบสนองต่อเหตุการณ์อย่างเร่งด่วนนี้หลายบริษัทได้ตั้งคณะทำงาน BCP Committee ที่มีการสื่อสารกันผ่าน Line Group ทุก ๆ วัน และประชุมกันทุกสัปดาห์ พร้อมทั้งปรับกระบวนการทำงานให้สามารถทำงานผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ให้ได้เกือบ 100% ผ่านระบบการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งบริษัทในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมถึงบริษัทย่อยและคู่ค้าในต่างประเทศ และเตรียมทรัพยากรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในภาวะวิกฤตเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

นอกจากนี้ บางบริษัทได้จัดตั้งศูนย์กลางการบริหารจัดการและประสานงานในภาวะวิกฤต COVID-19 ขึ้น โดยเฉพาะ เช่น “ศูนย์ I-COVID Center” ของ บมจ. ไทยออยล์ “ศูนย์พลังใจ” ของ บมจ. ปตท. เป็นต้น โดยที่ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรมีบทบาทหน้าที่ในการพิจารณาหรือวางแผนการบริหารความเสี่ยงร่วมกัน ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการประสานงานกับหน่วยต่าง ๆ และสื่อสารข่าวสารข้อมูลที่มีความจำเป็นกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เช่น การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้พนักงานระวังรักษาสุขภาพตัวเอง การประเมินสถานการณ์ของผู้บริหารในการออกประกาศมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดตามมาตรการของรัฐและองค์กร เป็นต้น

การบริหารจัดการ ในภาวะวิกฤต COVID-19

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อธุรกิจอุตสาหกรรมทรัพยากร ทำให้กลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวมีผลประกอบการลดลง ดังนั้น การบริหารจัดการภาวะวิกฤตจึงมุ่งเน้นไปที่**การควบคุมค่าใช้จ่ายควบคู่ไปกับเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต** โดยทบทวนแนวทางการดำเนินงานขององค์กร มีการประเมินแบบจำลองสถานการณ์ (Scenario) และปรับกลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงานให้เหมาะสม ลดหรือเลื่อนโครงการที่ยังไม่มีความจำเป็น การบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19

ในช่วงภาวะวิกฤต COVID-19 บริษัทในกลุ่มธุรกิจ
ทรัพยากรได้มีมาตรการต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสีย
ที่เกี่ยวข้อง โดยกลุ่ม**พนักงาน** บริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ
สำคัญกับการดูแลขนอมายให้พนักงานมีความปลอดภัย
และลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ เช่น การอนุญาตให้ปฏิบัติ
งานจากที่บ้าน (Work From Home) หรือหากพนักงานมี
ความจำเป็นต้องเข้ามาปฏิบัติงาน จะมีการจัดที่พักสำรอง
ใกล้บริเวณโรงงาน จัดรถสำหรับรับ-ส่งพนักงาน สนับสนุน
ค่าใช้จ่ายในการตรวจหาเชื้อ COVID-19 สำหรับพนักงาน
ที่เข้าข่ายเสี่ยงต่อการติดเชื้อ เป็นต้น

สำหรับกลุ่ม**ลูกค้า** บริษัทมีการติดตามความ
ต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท เพื่อปรับ
เปลี่ยนแผนการดำเนินงานให้มีความเหมาะสม บางบริษัท
ได้ยืดหยุ่นปรับลดราคาเพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณการใช้
ทรัพยากรที่ลดลงของลูกค้า

ในส่วนของ**คู่ค้า** บริษัทในกลุ่มทรัพยากรมีแนวทาง
ในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อวางแผน
ปริมาณความต้องการใช้งานและแผนการขนส่งวัตถุดิบ
ร่วมกัน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือคู่ค้าโดยการยืดหยุ่น
เงื่อนไขการส่งมอบ เพื่อให้คู่ค้าที่ไม่สามารถจัดส่งวัตถุดิบ
ได้ตามกำหนด เนื่องจากได้รับผลกระทบจากมาตรการ
Lockdown ไม่ถูกปรับจากการจัดส่งสินค้าล่าช้า

นอกจากนี้ บริษัทให้การช่วยเหลือ**ชุมชนและสังคม**
ในช่วงวิกฤตที่ผ่านมาทั้งให้การสนับสนุนการวิจัยพัฒนา
เครื่องมือทางการแพทย์เพื่อตรวจหาเชื้อ COVID-19 หรือ
การมีส่วนร่วมสนับสนุนการพัฒนา Application “หมอชนะ”
สำหรับใช้ประเมินความเสี่ยงต่อการติดเชื้อและป้องกันการ
แพร่ระบาดของเชื้อโรค ตลอดจนมีการบริจาคเงินและ
จัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น ชุดตรวจเชื้อ หน้ากากป้องกัน
ตัวเชื้อ ให้แก่โรงพยาบาลต่าง ๆ เป็นต้น

การบริหารจัดการ Supply Chain เป็นอีกหนึ่ง
กระบวนการสำคัญที่ช่วยให้กระบวนการผลิตไม่หยุด
ชะงักและยังช่วยให้ธุรกิจสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้
อีกด้วย หลายบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการบริหาร
ความเสี่ยงใน Supply Chain เช่น มีการนำ Data Analytics
มาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลในการบริหารสต็อกสินค้า การ
ประเมินความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทาน รวมไปถึงการจัดการ
ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทส่วนใหญ่
ยังให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาาร่วมกันกับคู่ค้าเพื่อรับมือ
กับภาวะวิกฤต นำไปสู่แนวทางในการให้การช่วยเหลือ
คู่ค้าต่าง ๆ เช่น การปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการส่งมอบสินค้า
ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น รวมไปถึงการยกเว้น/ลดค่าปรับ
กรณีบริษัทจำเป็นต้องเลื่อนการส่งมอบ เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19

บริษัทส่วนใหญ่มีการจัดลำดับความสำคัญของแผนงานและโครงการต่าง ๆ ที่จะช่วยฟื้นฟูให้ธุรกิจกลับเข้าสู่ภาวะปกติโดยเร็วที่สุด โดยได้พิจารณาและวิเคราะห์จากปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ สถานการณ์ราคาน้ำมันผันผวน ภาวะเศรษฐกิจเกิดการชะลอตัว และการเปลี่ยนแปลงของสังคม ธุรกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อปรับแผนธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาวให้มีความสอดคล้องกับปรากฏการณ์ใหม่ในธุรกิจทรัพยากรยุค New Normal ต่อไป เช่น การกำหนดกลยุทธ์ฟื้นฟูระยะสั้นโดยมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งและเสริมสภาพคล่องผ่านการจัดการต้นทุน ค่าใช้จ่าย รวมถึงการปรับ Portfolio โดยเน้นสัดส่วนผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง (High Value Added) ให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มมูลค่าจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ ตลอดจนการส่งเสริมการทำงานแบบ Agile Team อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

แม้ว่าธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากรจะได้รับผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 ในครั้งนี้อยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์และทิศทางระยะยาวของบริษัทส่วนใหญ่ยังคงมุ่งไปสู่เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG) เพื่อแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่มีความเสี่ยงสำคัญในระดับโลกและยังคงได้รับความสำคัญในยุคหลังวิกฤต COVID-19

บริษัทในกลุ่มทรัพยากรมีแผนในการทบทวนธุรกิจให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นทั้งในด้านการลดการปล่อยก๊าซ GHG จากกระบวนการขั้นตอนของธุรกิจ การเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนหรือเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูล GHG อย่างโปร่งใส

ขณะเดียวกัน บริษัทยังตระหนักและให้ความสำคัญการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการทำงาน โดยพัฒนาทักษะที่มีความหลากหลาย Multi-Skill ให้มากยิ่งขึ้น ไม่ยึดติดกับโครงสร้างเดิม ๆ เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในอนาคตและเตรียมความพร้อมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มอุตสาหกรรม: บริการ

ผลกระทบ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

กลุ่มธุรกิจบริการเป็นอีกหนึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดจากสถานการณ์โรคระบาดไวรัส COVID-19 จากรายงานผลการดำเนินงาน บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรอบครึ่งแรกของปี 2563 ระบุว่าในช่วงครึ่งปีแรก กลุ่มอุตสาหกรรมบริการมีขาดทุนสุทธิถึง 117.7% โดยกลุ่ม**ธุรกิจท่องเที่ยวและสันทนาการ**เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากมาตรการ Lockdown ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ รวมทั้งมาตรการห้ามเครื่องบินขนส่งผู้โดยสารเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราว ส่งผลทำให้จำนวนเที่ยวบินลดลงกว่า 50% และจำนวนผู้โดยสารลดลงเกือบ 70% ขณะที่**ธุรกิจโรงพยาบาล**มีผู้มาใช้บริการลดลงเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ให้บริการชาวต่างชาติ **ธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์**ได้รับผลกระทบเชิงลบจากรายได้โฆษณาและสปอนเซอร์การจัดกิจกรรมที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ยังมีธุรกิจบางประเภทในกลุ่มบริการที่ได้รับผลกระทบเชิงบวกจากสถานการณ์ อาทิ **ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์** รวมถึง**ธุรกิจคลังสินค้าห้องเย็นและคลัง**

สินค้า มีรายได้เพิ่มขึ้นจากคำสั่งซื้ออาหารปรุงสำเร็จและเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้นเพราะผู้คนใช้เวลาอยู่กับบ้านในช่วง COVID-19

การดำเนินการเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ ต่อสถานการณ์ COVID-19

ในช่วงต้นของเหตุการณ์ บริษัทในอุตสาหกรรมบริการส่วนใหญ่มีแนวทางการดำเนินการที่ใกล้เคียงกันคือ มีการจัดทำหรือปรับปรุงแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) ให้รองรับสถานการณ์โรคระบาด ติดตามสถานการณ์และประกาศสำคัญจากหน่วยงานรัฐเพื่อนำมาใช้วางแผนการดำเนินงานและสื่อสารกับพนักงาน บริษัทส่วนใหญ่ได้ประกาศมาตรการป้องกันการระบาดของเชื้อ COVID-19 ที่มุ่งเน้นการดูแลความปลอดภัยและใส่ใจความเป็นอยู่ของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานในส่วนที่ต้องสัมผัสหรือให้บริการลูกค้า ขณะเดียวกัน บริษัทอนุญาตให้พนักงาน Work From Home โดยจัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นและระบบ IT เพื่อรองรับการปฏิบัติงานในรูปแบบดังกล่าว

การบริหารจัดการ ในภาวะวิกฤต COVID-19

จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขอนามัยมากขึ้นและการบังคับใช้มาตรการรักษาระยะห่าง (Social Distancing) อย่างแพร่หลาย ทำให้ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการต้องมีการปรับตัวเพื่อรับมือกับวิกฤต COVID-19 โดย**เพิ่มความใส่ใจลูกค้า (Customer Focus)** ในโรงแรม ร้านอาหาร โรงพยาบาล ฯลฯ สถานที่ที่ยังเปิดให้บริการในช่วงที่ยังมีสถานการณ์การแพร่ระบาด ธุรกิจได้ดำเนินมาตรการ Social Distancing อย่างเข้มงวด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ขณะเดียวกันมีการ**ปรับรูปแบบการให้บริการ (Service Reform) โดยเพิ่มช่องทางการให้บริการผ่านออนไลน์** เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและรวดเร็ว ในช่วงที่มีข้อจำกัดในการให้บริการจากการระบาด มีการพัฒนา Online Service Platform ที่ถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่ไม่ว่าพนักงานร้านอย่างเดียว รวมทั้งริเริ่มบริการใหม่ ๆ ผ่านออนไลน์ เช่น Telemedicine, Online Cinema, Virtual Shopping Mall เป็นต้น

บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการยังได้รับแรงกดดันจากการไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อผลประกอบการทำให้บริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ**การรักษาสภาพคล่อง**ให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน มีการควบคุมค่าใช้จ่าย พักชำระหนี้ชะลอโครงการที่ไม่จำเป็นหรือไม่เร่งด่วน รวมทั้งขอสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) และขอวงเงินกู้ระยะสั้นสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19

กลุ่มธุรกิจบริการมีการดูแลห่วงใยผู้คนที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าขององค์กรและให้ความช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม**พนักงาน** บริษัทส่วนใหญ่มีการติดตามความเสี่ยงด้านสุขภาพของพนักงานอย่างใกล้ชิดเพื่อดูแลให้พนักงานมีความปลอดภัยในการทำงานและลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อ COVID-19 มีการจัดทำประกันภัยกลุ่มคุ้มครองการติดเชื้อไวรัส COVID-19 ให้แก่พนักงานลูกจ้าง ตลอดจนให้ความช่วยเหลือด้านการเงินผ่านสหกรณ์ออมทรัพย์ เช่น มีโครงการเงินกู้ในภาวะวิกฤตการพักชำระหนี้เงินต้น เป็นต้น

หลายบริษัทในธุรกิจบริการมีความพยายามที่จะไม่เลิกจ้างพนักงานหรือเลิกจ้างในจำนวนน้อยที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การวางแผนและเคลื่อนย้ายพนักงานสาขาที่เกินความต้องการไปที่หน่วยงานอื่น เช่น Call Center หรือ Online Service เพื่อรองรับการให้บริการลูกค้าจากช่องทางใหม่ ๆ ในขณะเดียวกัน ทำให้พนักงานมีรายได้และผ่านพ้นวิกฤตในครั้งนี้ไปด้วยกัน

สำหรับในกลุ่ม**ลูกค้า** นอกเหนือจากการเพิ่มความเข้มงวดด้านมาตรการรักษาสุขอนามัยแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Engagement) ผ่านมาตรการช่วยเหลือต่าง ๆ เช่น การลดค่าธรรมเนียม การจัดโปรโมชั่นส่วนลดให้แก่ลูกค้า หรือการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ให้แก่ลูกค้า เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19

จากวิกฤตการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ผ่านมา ธุรกิจบริการได้มีการปรับกลยุทธ์ธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในส่วนของ การขยายกลุ่มเป้าหมายและขยายรูปแบบการให้บริการ เช่น **ธุรกิจการแพทย์** ขยายกลุ่มเป้าหมายจากลูกค้าทั่วไป มาเป็นกลุ่มลูกค้าประกันและกลุ่มลูกค้าองค์กร ในส่วน**ธุรกิจบริการเฉพาะกิจ** เน้นสร้างแบรนด์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสร้างความไว้วางใจ ขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ สู่กิจการขนาดเล็กที่มีกำลังซื้อต่ำ โดยปรับกลยุทธ์ธุรกิจหันมาบริหารจัดการต้นทุนเพื่อรองรับความต้องการของธุรกิจขนาดเล็ก ด้าน**ธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์** มีการพัฒนาธุรกิจสู่สังคมไร้เงินสดมากขึ้น เน้นชำระเงินผ่านออนไลน์ ทำรายการต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ หลายบริษัทได้มีการ**สร้างโมเดลธุรกิจใหม่จากพฤติกรรมและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค** ภายหลังสถานการณ์การระบาด โดยขยายธุรกิจและบริการใหม่รองรับการเปลี่ยนแปลง เช่น

- **ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์** บริษัทบางแห่งหันมาลงทุนเปิดธุรกิจขนส่งสินค้าควบคุมอุณหภูมิด่วน (Cold Chain Express) รองรับธุรกิจเดลิเวอรี่ที่กำลังมาแรง
- **ธุรกิจบริการประเภทโรงพยาบาล** ธุรกิจการแพทย์เตรียมพร้อมองค์กรสู่การเป็นศูนย์บริการทางการแพทย์ (Medical Hub) โดยพัฒนา รูปแบบการให้บริการ โดยให้ผู้รับบริการหรือผู้ป่วยใช้เวลาในโรงพยาบาลน้อยที่สุด หรือไม่ต้องเดินทางมาด้วยตนเองทุกครั้ง รวมถึง การขยายการลงทุนทางด้าน Telemedicine ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารต่าง ๆ หรืออุปกรณ์มัลติมีเดีย ในการส่งเสริมด้านการดูแลสุขภาพ รองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป
- **ธุรกิจบริการประเภทพาณิชย์** ที่มีหน้าร้านจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้าที่ถูกสั่งปิดชั่วคราว พยายามฟื้นฟูธุรกิจด้วยการเปลี่ยนจากการขาย Notebook iPad และอุปกรณ์ไอที มาเป็นธุรกิจให้เช่า รองรับความต้องการสำหรับลูกค้าองค์กร พร้อมปรับแผนธุรกิจสู่ออนไลน์
- **ธุรกิจบริการประเภทโรงแรมและโรงพยาบาลยนต์** ธุรกิจโรงแรมขยายไลน์ธุรกิจแบบ B2B โดยการนำทีมทำความสะอาดที่ได้รับมาตรฐานระดับโรงแรมออกไปให้บริการนอกสถานที่ เป็นบริการลักษณะการทำความสะอาดแบบ Delivery ขณะที่ธุรกิจโรงพยาบาลยนต์ เน้นให้ลูกค้าทำรายการผ่านช่องทางออนไลน์ และเดินเข้าโรงพยาบาลยนต์ด้วยระบบ QR Code ซึ่งเป็นมาตรฐานใหม่ในการให้บริการสำหรับธุรกิจบันเทิง

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19

กลุ่มอุตสาหกรรม: เทคโนโลยี

ผลกระทบ COVID-19 ต่อ กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ครั้งนี้ เปรียบเสมือนเป็นตัวเร่งให้ทุกภาคอุตสาหกรรมต้องปรับตัวเพื่อให้องค์กรอยู่รอด พร้อมไปกับการสร้างความได้เปรียบและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน **เทคโนโลยีจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่เข้ามาช่วยปรับรูปแบบการดำเนินงานและการดำเนินธุรกิจอย่างมากในยุคปัจจุบัน และคาดว่าจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในอนาคต** อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ COVID-19 ในครั้งนี้ ธุรกิจส่วนใหญ่ที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีจะได้รับผลกระทบเชิงบวกจากการให้บริการเทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย สะดวก และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เช่น จากมาตรการ Work From Home ทำให้บริษัทมีความต้องการจัดเก็บข้อมูลในระบบ Cloud มากขึ้น มีการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้น มีการทำธุรกิจออนไลน์มากขึ้น รวมถึงสินค้าเทคโนโลยีบางประเภทยอดจำหน่ายที่เพิ่มสูงขึ้นจากปริมาณความต้องการใช้เทคโนโลยีในการทำงานที่บ้าน ได้แก่ Notebook, iPad, อุปกรณ์ Home Networking และ VDO ที่ซื้อผ่านช่องทางจำหน่ายออนไลน์ เป็นต้น

สำหรับ**ธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์**ได้รับผลกระทบจากปัญหาการขนส่งในช่วงที่ภาครัฐประกาศมาตรการ Lockdown โดยเฉพาะปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบนำเข้าที่ใช้ในการผลิต ต้นทุนค่าขนส่งทางอากาศเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน 2563 ธุรกิจฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และวัสดุสิ้นเปลือง มีรายได้ลดลงจากมาตรการปิดห้างสรรพสินค้า **ธุรกิจกลุ่มสายสัญญาณ**ก็ได้รับผลกระทบจากงานโครงการภาครัฐที่ชะลอออกไป รวมถึงปัญหาในการปฏิบัติงานที่ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่หน้างานในช่วง COVID-19 ระบาด **ธุรกิจดาวเทียม**ที่เน้นบริการคำสั่งประเภทช่องสัญญาณดาวเทียม (Broadcast) และช่องสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Broadband) ที่ได้รับผลกระทบเล็กน้อยจากลักษณะงานส่วนใหญ่เป็นงานโครงการที่มีการเซ็นสัญญาซื้อขายกันล่วงหน้าข้ามปี เป็นต้น

การดำเนินการเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ ต่อสถานการณ์ COVID-19

บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีได้ตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 มีการวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผนและประเมินความเสี่ยงและผลกระทบ ตลอดจนออกมาตรการเพื่อรับมือและบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างทันก่วงที่ โดยเน้นในเรื่อง Business Continuity เพื่อให้การปฏิบัติงานในทุกส่วนงานทั้งในด้านการดำเนินงานและการบริการลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพโดยมีการดำเนินการตาม Business Continuity Plan (BCP) ที่ครอบคลุมการดำเนินงานในทุกด้าน

นอกจากนี้ ได้มีการจัดตั้งทีมเฉพาะกิจเพื่อเป็นศูนย์กลาง/หน่วยงานกลางในการทำหน้าที่ประสานงานกับฝ่ายงานต่าง ๆ ในการบริหารจัดการภาวะฉุกเฉินที่เกิดขึ้นในครั้งนี โดยได้มีการคาดการณ์และประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงานในด้านต่าง ๆ ของบริษัท เช่น

- ประกาศมาตรการเพื่อดูแลสุขภาพ ความเป็นอยู่ของพนักงาน การกำหนดจำนวนพนักงานที่ต้องปฏิบัติงานที่บริษัทหรือโรงงาน รวมทั้งมีการพิจารณาและดำเนินการอย่างรวดเร็วที่เป็นการเฉพาะหน้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
- ประเมินผลกระทบเป็นระยะและปรับเปลี่ยนมาตรการรับมือต่าง ๆ ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาขณะนั้น โดยมีการติดต่อและวางแผนร่วมกับ Supplier เป็นระยะ ๆ ทั้งในเรื่องแผนการผลิต ความต้องการใช้วัตถุดิบ กำลังคนการจัดส่ง เป็นต้น

- ตรวจสอบแหล่งที่มาของ Supply Chain ที่อาจอยู่ในแหล่งที่มีการแพร่ระบาด
- ทบทวนสภาพคล่องทางการเงิน ค่าใช้จ่าย และแผนการลงทุนต่าง ๆ
- บริหารจัดการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันกับผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกองค์กร

การบริหารจัดการ ในภาวะวิกฤต COVID-19

แนวทางการรับมือและบริหารจัดการในภาวะวิกฤตของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี บริษัทได้ดำเนินการตามกรอบการบริหารความเสี่ยงและบริหารความต่อเนื่องในสภาวะวิกฤต ที่ครอบคลุมเรื่องการกำกับดูแลและสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยง การระบุความเสี่ยงกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ การปฏิบัติการบริหารจัดการความเสี่ยง การรวบรวมข้อมูลสื่อสารและรายงานผล รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสรุปตัวอย่างของประเด็นที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ ได้แก่

1 พัฒนาเทคโนโลยีและดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับเชื่อมต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย: ออกแบบและสร้าง Application ที่เป็นสื่อกลางการสื่อสารระหว่างบริษัทกับพนักงานที่ทำงานที่บ้าน เช่น การเชื่อมต่อ VPN จากที่บ้าน ไปยัง Office การใช้งาน Share Drive จากที่บ้าน การสร้างช่องทางให้พนักงานเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ขององค์กร เป็นต้น ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้พนักงานสามารถทำงานได้จากสถานที่ต่าง ๆ ทันทีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน แต่ยังคงมีความเสถียรและมีระบบการรักษาความปลอดภัยสูงสุดของข้อมูล รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยสื่อสารแนวทางการบริหารจัดการองค์กรในภาวะวิกฤต COVID-19 ให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเข้าใจเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัทด้วย

② พิจารณาสภาพคล่องและสถานะทางการเงิน

ของบริษัท: ออกมาตรการเพื่อรักษาเงินสดไว้ภายในบริษัทให้มากที่สุดในช่วงภาวะวิกฤต เช่น ต่อรองกับ Supplier เพื่อขยายรอบการจ่ายเงิน ควบคุม/ลดค่าใช้จ่าย ต่อรองกับสถาบันทางการเงินขอขยายเวลาการชำระหนี้และลดอัตราดอกเบี้ยลง ศึกษาและใช้สิทธิประโยชน์จากมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ได้จากภาครัฐทั้งการลดอัตราภาษีบางชนิด และอัตราดอกเบี้ยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

③ ปรับการลงทุนให้เหมาะกับสถานการณ์

ปัจจุบัน: ติดตามสถานการณ์และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับเงินลงทุนของบริษัท เช่น พิจารณาอันดับความน่าเชื่อถือของตราสารหนี้และสถาบันการเงินที่บริษัทนำเงินไปลงทุนเพื่อรักษาเงินต้นจากการลงทุนระยะสั้นและรักษาสภาพคล่องของเงินลงทุนในธุรกิจใหม่ นอกจากนี้ ทบทวนและปรับกลยุทธ์การลงทุนให้เหมาะกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเน้นการลงทุนในกลุ่มธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากภาวะวิกฤติ เช่น กลุ่มธุรกิจดิจิทัล และหลีกเลี่ยงการลงทุนในกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเชิงลบ เป็นต้น

④ ปรับด้านการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึง

ช่องทางการจัดจำหน่าย: ธุรกิจมีความจำเป็นต้องนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การพัฒนา Application ที่มีความทันสมัยช่วยการสัมผัสเงินสดลดการแพร่ระบาดของ COVID-19 การเชื่อมต่อบริการตรวจสอบยอดเงินและการจ่ายบิล การนำเสนอฟีเจอร์ใหม่ในการประชุมออนไลน์ ออกแพ็คเกจในรูปแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19

บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีแนวทางในการบรรเทาผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่ม**พนักงาน** บางบริษัทได้มอบกรมธรรม์ประกันชีวิต COVID-19 โดยไม่มีค่าใช้จ่ายให้แก่พนักงานทุกคน ไม่มีการเลิกจ้างหรือลดเงินเดือนพนักงาน ตลอดจนพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่องด้วยระบบการเรียน Online และจัดกิจกรรม Online ให้พนักงานได้มีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ

ในส่วนของกลุ่ม**ลูกค้า** บริษัทในธุรกิจที่ให้บริการด้านเทคโนโลยีได้ขยายขีดความสามารถรับส่งสัญญาณเพิ่มเสถียรสัญญาณและอุปกรณ์ เพื่อรองรับการเติบโตการใช้งานหรือปริมาณผู้ใช้ที่เพิ่มขึ้น จัดทีมวิศวกรดูแลโครงข่ายสัญญาณตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้ลูกค้าได้มั่นใจถึงประสิทธิภาพการทำงาน Work From Home ให้ความช่วยเหลือลูกค้าในการขยายระยะเวลาการชำระค่าสินค้าและบริการ (Credit Term) ตลอดจนสนับสนุนการใช้ Cloud และเทคโนโลยีความปลอดภัย (Security) สำหรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในการทำงานที่บ้านรวมถึงจัดให้มีสัมมนาออนไลน์ให้ความรู้แก่ลูกค้าอีกด้วย

สำหรับกลุ่ม**คู่ค้า** บริษัทได้ช่วยเหลือค่าใช้จ่ายในการขนส่งบางส่วนให้แก่คู่ค้า เนื่องจากคู่ค้าต้องรับภาระต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นในช่วงวิกฤต COVID-19 นอกจากนี้บริษัทได้คาดการณ์การสั่งซื้อวัตถุดิบร่วมกับคู่ค้า เพื่อให้สามารถวางแผนวัตถุดิบ กำลังการผลิต การส่งมอบวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19

วิกฤต COVID-19 ทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีและการสื่อสารผ่านระบบโทรคมนาคมจึงได้เข้ามามีบทบาทและสำคัญมากขึ้น โดยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีได้มีการวางแผนการฟื้นฟูธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ของลูกค้าโดยทบทวนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสังคม และเน้นกิจกรรมส่งเสริมการขายให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการออนไลน์ได้มากขึ้นจาก Platform ต่าง ๆ Cloud Technology, Software, Social Media, Online Entertainment และ Online Payment รวมถึงศึกษาการลงทุนใหม่ ๆ หรือต่อยอดธุรกิจจากโครงสร้างพื้นฐาน

สำหรับกลุ่มธุรกิจสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ได้เน้นพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมอัตโนมัติ ใช้หุ่นยนต์เข้ามาทำงานแทนคนเพื่อลดสัมผัสจากคนที่อาจทำให้ติดเชื้อ รวมถึงเพิ่มการลงทุนในอุปกรณ์เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารในระบบต่าง ๆ ที่ทำให้การใช้ชีวิตของผู้คนในยุคดิจิทัลง่ายขึ้น ซึ่งธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีแนวทางในการฟื้นฟู ดังนี้

1) สร้างองค์กรให้พร้อมสู่ยุค New Normal ในการทำธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คน บริษัทในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีต้องสร้างองค์กรให้พร้อมรับมือกับ New Normal ในการทำธุรกิจ โดยพัฒนาทักษะคนในองค์กรเพิ่มกำลังคนในส่วนสำคัญ พัฒนาระบบการทำงาน มีแนวทางในการทำตลาดที่ยืดหยุ่น ตอบโจทย์ตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น การพัฒนาทักษะของบุคลากรให้สามารถทำงานแบบ Virtual Work มีความตระหนักเรื่องความปลอดภัยทางไซเบอร์ และมีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการทำงานแบบข้ามสายงานมากขึ้น เป็นต้น

2) เพิ่มผลิตภัณฑ์บริการ และขยายการลงทุนเทคโนโลยีรับบริการก้าวสู่วิถีชีวิตดิจิทัล (Digital Lifestyle) ของผู้บริโภค ซึ่งสินค้าและบริการในด้านเทคโนโลยีได้มีบทบาทมากขึ้นจนเกิดวิถีชีวิตดิจิทัล (Digital Lifestyle) ดังนั้น สถานการณ์ปัจจุบันถือเป็นโอกาสที่ดีในการเพิ่มผลิตภัณฑ์บริการด้านเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ของพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป อีกทั้งแนวโน้มจากภาครัฐและภาคเอกชนจะหันมาลงทุนและขยายการลงทุนเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3) พัฒนาระบบและให้บริการให้สามารถเชื่อมต่อ (Connectivity) ได้หลากหลายและครอบคลุมมากขึ้น บริษัทจะมีการพัฒนานวัตกรรมและบริการในการเชื่อมต่อเครือข่ายต่าง ๆ ที่ครอบคลุมการให้บริการต่าง ๆ ได้ดีขึ้น รวมถึงมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพแบบไร้รอยต่อในการสื่อสารมากขึ้น โดยเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารในระบบอื่น ๆ เพื่อรองรับพฤติกรรมใหม่ “Anywhere Anytime” ของผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้า บริการ การทำธุรกรรม และการทำงาน รวมถึงพัฒนานวัตกรรม เช่น บริษัทดาวเทียม มีแนวคิดการพัฒนาระบบสำหรับการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมให้มีประสิทธิภาพ โดยพัฒนาให้มีฟังก์ชันการทำงานให้มากขึ้นของดาวเทียมเพื่อรองรับ เป็นต้น



บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในรายชื่อ

หุ้นยั่งยืน THSI

(Thailand Sustainability Investment List)



Thailand Sustainability Investment (THSI) “สร้างโอกาสการลงทุนด้วยหุ้นยั่งยืน”

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดให้มีการประเมินความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา โดยประเมินความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรองคุณสมบัติเบื้องต้นและร่วมตอบแบบประเมินใน 3 มิติ คือ สิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ (รวมบรรษัทภิบาล) โดยแบบประเมินความยั่งยืนนี้ ได้ถูกพัฒนาขึ้นให้สอดคล้องกับบริบทและแนวโน้มด้านความยั่งยืน (Sustainability Trends) ที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ

บริษัทได้อยู่ในรายชื่อ “**หุ้นยั่งยืน (THSI)**” ต้องมีผลคะแนนจากการตอบแบบประเมินความยั่งยืนตั้งแต่ 50% ของคะแนนเต็มในแต่ละมิติ หรือได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของ Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) และต้องมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด เช่น ผลการประเมินคุณภาพรายงานด้านบรรษัทภิบาล (Corporate Governance Reporting หรือ CGR) ผลประกอบการด้านกำไรสุทธิและส่วนของผู้ถือหุ้นผลการกำกับดูแลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของบริษัทจดทะเบียนและการไม่สร้างผลกระทบด้าน ESG การเป็นหลักทรัพย์ที่ไม่ถูกขึ้นเครื่องหมาย C เป็นต้น

หุ้นของบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในรายชื่อ “**หุ้นยั่งยืน (THSI)**” ถือได้ว่าเป็นบริษัทที่มีศักยภาพของการนำแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการดำเนินงานธุรกิจมีการเตรียมพร้อมรับความเสี่ยงใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น (Emerging Risks) อีกทั้งมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อรองรับและบริหารจัดการประเด็นต่างๆ ที่ชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างโอกาสทางธุรกิจพร้อมรับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก (Global Trends)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการประเมินความยั่งยืน เช่น

- สามารถนำแบบประเมินความยั่งยืนไปใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินองค์กรเพื่อให้ทราบว่าในกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจยังมีจุดใดบ้างที่สามารถพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติมได้
- สร้างโอกาสให้บริษัทเป็นที่สนใจจากผู้ลงทุนที่มีแนวคิดด้านการลงทุนอย่างยั่งยืน
- สร้างแรงจูงใจให้แก่บริษัทอื่น ๆ ที่จะพัฒนาองค์กรตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทที่อยู่ในรายชื่อ “หุ้นยั่งยืน (THSI)” มีโอกาสเข้าไปอยู่ในดัชนีความยั่งยืน หรือ “SETTHSI Index” ซึ่งเป็นดัชนีที่ใช้แสดงระดับและความเคลื่อนไหวของราคาหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ควบคู่กับการสร้างผลตอบแทนที่ดี ทั้งนี้ ดัชนีความยั่งยืน SETTHSI Index จะคัดเลือกหุ้น

จากรายชื่อ “หุ้นยั่งยืน (THSI)” ปีล่าสุดที่มีการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ (SET) ไม่น้อยกว่า 6 เดือนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดเฉลี่ยต่อวันย้อนหลัง 3 เดือน ไม่น้อยกว่า 5,000 ล้านบาท มีสัดส่วนผู้ถือหลักทรัพย์รายย่อย (Free-float) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของทุนชำระแล้ว และมีจำนวนหุ้นซื้อขายไม่น้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียนของบริษัทเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 9 ใน 12 เดือน

รายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ใน Thailand Sustainability Investment 2020

บริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)	
กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	
BRR	บริษัท น้ำตาลบุรีรัมย์ จำกัด (มหาชน)
CFRESH	บริษัท ซีเฟรชอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)
CM	บริษัท เชียงใหม่โพรเซ่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)
CPF	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
GFPT	บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน)
HTC	บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)
MINT	บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
PM	บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
SFP	บริษัท อาหารสยาม จำกัด (มหาชน)
STA	บริษัท ศรีตรังแอมโกลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)
TFG	บริษัท ไทยฟู้ดส์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
TFMAMA	บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)
TIPCO	บริษัท ทิปปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)
TU	บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
TVO	บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)
TWPC	บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

บริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)	
กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	
S & J	บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพร์ส จำกัด (มหาชน)
TOG	บริษัท ไทยออปติคอลล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
TPCORP	บริษัท เท็กซัสไทร์เพรสทิจ จำกัด (มหาชน)
WACOAL	บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)
กลุ่มธุรกิจการเงิน	
BAY	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
BBL	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
KBANK	ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
KKP	ธนาคารเกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน)
KTB	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
KTC	บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
MTC	บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)
NSI	บริษัท นำสินประกันภัย จำกัด (มหาชน)
SCB	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
TISCO	บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
TMB	ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

บริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม

AH	บริษัท อابیโก ไฮเทค จำกัด (มหาชน)
GGC	บริษัท โกลบอลกรีนเคมิคอล จำกัด (มหาชน)
IRC	บริษัท อีโนเว รับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
IVL	บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส จำกัด (มหาชน)
PCSGH	บริษัท พี.ซี.เอส.แมชชีน กรุ๊ปโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)
PTTGC	บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)
SAT	บริษัท สมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
SNC	บริษัท เอส เอ็น ซี ฟอว์เมอร์ จำกัด (มหาชน)
SSSC	บริษัท ศูนย์บริการเหล็กสยาม จำกัด (มหาชน)
THIP	บริษัท ทานตะวันอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)
TMT	บริษัท ทีเอ็มที สตีล จำกัด (มหาชน)
TPBI	บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน)
TSC	บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน)
TSTH	บริษัท ทาทา สตีล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
UAC	บริษัท ยูเอซี โกลบอล จำกัด (มหาชน)

บริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

AMATA	บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
AMATAV	บริษัท อมตะ วิเอ็น จำกัด (มหาชน)
CK	บริษัท ช.การช่าง จำกัด (มหาชน)
CPN	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)
DRT	บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน)
FPT	บริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
LPN	บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
PPP	บริษัท พรีเมียร์ โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน)
PSH	บริษัท พฤษา โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)
S	บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)
SC	บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
SCC	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
SCCC	บริษัท ปูนซิเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)
SIRI	บริษัท แสนลิริ จำกัด (มหาชน)
SPALI	บริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน)
SYNTEC	บริษัท ซินเท็ค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)
TASCO	บริษัท ทีปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน)
TOA	บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
TTCL	บริษัท ทีทีซีแอล จำกัด (มหาชน)
WHA	บริษัท ดับบลิวเอชเอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

กลุ่มทรัพยากร

AGE	บริษัท เอเชีย กรีน เอนเนอจี จำกัด (มหาชน)
BAFS	บริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
BANPU	บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)
BCP	บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
BGRIM	บริษัท บี.กริม เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)
BPP	บริษัท บ้านปู เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)
CKP	บริษัท ซีเค พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)
EA	บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน)
EASTW	บริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)
EGCO	บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)
GPSC	บริษัท โกลบอล เพาเวอร์ ซินเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)
GULF	บริษัท กัลฟ์ เอ็นเนอร์จี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
IRPC	บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)
PTG	บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน)
PTT	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
PTTEP	บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
RATCH	บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
SCG	บริษัท สหโคเจน (ชลบุรี) จำกัด (มหาชน)
TOP	บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)
TTW	บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน)
WHAUP	บริษัท ดับบลิวเอชเอ ยูทิลิตี้ส์ แอนด์ พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)

บริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

กลุ่มบริการ

AAV	บริษัท เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน)
AOT	บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
BDMS	บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน)
BEM	บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
BJC	บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)
BTS	บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
BWG	บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน)
CENTEL	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
CPALL	บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
HMPRO	บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
JWD	บริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน)
MAJOR	บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
M-CHAI	บริษัท โรงพยาบาลมหาลาย จำกัด (มหาชน)
NYT	บริษัท นามยง เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน)
SPI	บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)
TBSP	บริษัท ทีบีเอสพี จำกัด (มหาชน)

**บริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)**

กลุ่มเทคโนโลยี

ADVANC	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
DELTA	บริษัท เดลต้า อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
DTAC	บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
HANA	บริษัท ฮานา ไมโครอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด (มหาชน)
ILINK	บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
INTUCH	บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
MSC	บริษัท เมโทรซิสเต็มส์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
PT	บริษัท พรีเมียร์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
SYNEX	บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
THCOM	บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)
TRUE	บริษัท TRUE คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

**บริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)**

กลุ่มธุรกิจการเงิน

GCAP	บริษัท จี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)
LIT	บริษัท ลีท อิท จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม

COLOR	บริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน)
FPI	บริษัท ฟอร์จูน พาร์ท อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

PPS	บริษัท โปรเจค แพลนนิ่ง เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
------------	-----------------------------------------------

กลุ่มบริการ

AKP	บริษัท อัครีปการ จำกัด (มหาชน)
OTO	บริษัท วันทูนัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน)
PHOL	บริษัท พลัญญะ จำกัด (มหาชน)
TVD	บริษัท ทีวี ไดเร็ค จำกัด (มหาชน)

กลุ่มเทคโนโลยี

ITEL	บริษัท อินเทอร์เน็ต เทเลคอม จำกัด (มหาชน)
-------------	-------------------------------------------

***รายชื่อบริษัทจดทะเบียนใน Thailand Sustainability Investment (THSI) ประกาศ ณ วันที่ 11 พฤศจิกายน 2563**

ข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้ลงทุนเท่านั้น มิใช่การให้คำแนะนำด้านการลงทุนหรือความเห็นด้านกฎหมาย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มิได้ให้การรับรองในความถูกต้องของข้อมูล หรือในเรื่องของการใช้งานที่ตอบสนองวัตถุประสงค์เฉพาะอื่นใด รวมทั้งไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากการนำข้อมูลไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดไปใช้หรืออ้างอิง หรือเผยแพร่ไม่ว่าในลักษณะใด ๆ นอกจากนี้ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลง แก้ไข เพิ่มเติมข้อมูลไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมด รวมทั้งเปลี่ยนแปลงรายชื่อ Thailand Sustainability Investment ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

