



ORI

บริษัท อริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)

SET: อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

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

ธุรกิจหลัก

พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ตามแนวสถานีขนส่งมวลชนระบบรางในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และธุรกิจให้บริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ บริการจัดหาผู้เช่าห้องชุด และบริการรับจ้างบริหารโครงการ นิติบุคคลอาคารชุดแก่โครงการที่บริษัท เป็นผู้พัฒนาเท่านั้น

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทได้มีการประเมินสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่ช่วงต้นของการแพร่ระบาด โดยสื่อสารผ่านกลุ่ม Line ของผู้บริหารและพนักงาน ในเรื่องข่าวสาร ความปลอดภัยส่วนบุคคล และการแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้าและสังคม ซึ่งรวมถึงการออกมาตรการส่งเสริมความปลอดภัยทั้งภายในองค์กรและนอกองค์กร เช่น การตั้งจุดตรวจวัดอุณหภูมิ และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ เช็ดทำความสะอาดทุก 1 ชั่วโมง ภายในสำนักงานใหญ่ สำนักงานชาย และโครงการที่พักอาศัยทุกโครงการ เป็นต้น

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารได้ประเมินสถานการณ์และประกาศมาตรการแนวทางการปฏิบัติงาน เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่องในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาด โดยพนักงานที่ประจำสำนักงานใหญ่ อาคารริรัช ให้งดการไปปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่ เพื่อเลี่ยงการใช้ลิฟต์สาธารณะของอาคาร พร้อมทั้งมีมาตรการดังนี้



กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารในระดับ Chief / MD และพนักงานที่มีความจำเป็นที่ต้องปฏิบัติงานร่วมกับผู้บริหาร ให้ไปปฏิบัติงานที่สำนักงานแบร์ริง 16

กลุ่มที่ 2 พนักงานที่ปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนการสร้างยอดขาย/ยอดโอน ให้ปฏิบัติงานที่โครงการที่ใกล้เคียงกับที่พักอาศัยของแต่ละคน โดยการเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคล ให้ CEO / MD ที่รับผิดชอบโครงการนั้น ๆ จัดหาที่พักและรถตู้เพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานและลดความเสี่ยงในการเดินทางในที่สาธารณะให้กับพนักงาน

กลุ่มที่ 3 Work From Home สำหรับกลุ่มที่ไม่สามารถเดินทางไปช่วยเหลือภารกิจที่โครงการได้หรือมีภารกิจที่ต้องดำเนินการให้สำเร็จ

ในกรณีการทำงานแบบ Work Form Home ทีม IT ได้ทำระบบการรายงานเวลาการเข้า-ออกงาน และผลการปฏิบัติงานในแต่ละวันผ่านโปรแกรม Myorigin.net ซึ่งเป็นโปรแกรมที่พัฒนาโดยฝ่าย IT ของบริษัทเอง ทาง HR และหัวหน้าจะสามารถตรวจสอบเวลาการทำงานและผลการทำงานได้ โดยฝ่าย IT ได้ทำคู่มือการใช้งานให้พนักงานได้รับทราบและมีทีมคอยดูแลพนักงาน หากไม่สามารถใช้งานได้

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร มีการจัดตั้ง Key Person และทีมจัดการภาวะวิกฤต โดยเตรียมแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) สำหรับสถานการณ์ฉุกเฉิน COVID-19 ดังนี้

1 การเตรียมความพร้อมระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและขั้นตอนการสำรองข้อมูล ซึ่งทางทีม IT Infrastructure ได้ทำการสำรองข้อมูลที่สำคัญงานใหญ่ อาคารภิรัช ทุกวัน และที่ DR-Site (CS-loxinfo) ซึ่งถ้าเกิดปัญหาในกรณีฉุกเฉิน สามารถนำข้อมูลที่ DR-Site ไปรีโมทเป็น DC ภายในระยะเวลาประมาณ 6 ชั่วโมง และจัดทำคู่มือการใช้งาน VPN ผ่านโปรแกรม Global Protect และสื่อสารให้พนักงานทุกคนรับทราบเพื่อให้พนักงานเข้าใจและสามารถใช้งานระบบภายในจากภายนอกบริษัทได้ โดยทีม IT Infrastructure ได้เตรียมความพร้อมอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการประชุมทางไกลผ่าน Cisco Web EX แล้ว และได้ลงโปรแกรม Microsoft Teams ในเครื่อง User เพื่อให้พนักงานทุก ๆ ฝ่ายสามารถประชุมร่วมกันได้ตลอดเวลา

2 การวางแผนบริหารกระแสเงินสดในภาวะวิกฤต โดยการบริหารค่าใช้จ่าย/ลดเงินสดจ่ายรายเดือน ลดค่าใช้จ่ายการตลาด SG&A เลื่อนแผนการโอนที่ดิน ชะลอการก่อสร้างโครงการที่จะเกิดใหม่ รวมถึงทำการ Monitor ผู้รับเหมาในเรื่องสภาพคล่องเพื่อประเมินผลกระทบที่อาจเกิดกับแผนงานการก่อสร้างโครงการ

3 ปรับแผนดำเนินงานด้านต่าง ๆ ได้แก่

- แผนงานโอเนกรรรมสิทธิ์:** พนักงานทำงานที่โครงการเป็นหลักและนัดให้ลูกค้ามาโอนที่โครงการ จัดเตรียมที่พัก อาหาร และของใช้สำหรับพนักงานที่ต้องประจำ Site ตามจำนวนที่เหมาะสม จัดเตรียมแมสเซนเจอร์สำรองไว้วิ่งเอกสารลูกค้า จัดเตรียมรถยนต์กรณีไว้รับส่งลูกค้าวิ่งเซ็นเอกสารโอน ติดตามผลธนาคารและติดตามการทำงานผ่านทาง My Origin
- แผนงานฝ่ายก่อสร้าง:** วางแผนการทำงานกับผู้รับเหมาและแจ้งพนักงานประจำโครงการให้ทราบ จัดทำ Clip VDO ห้องของลูกค้าที่พร้อมโอนเพื่อส่งให้ลูกค้าทราบถึงความคืบหน้าสำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกมาตรวจรับห้องในช่วงวิกฤต กำหนดพนักงาน/เจ้าหน้าที่ที่ต้องอยู่ประจำโครงการ งานจัดหา Supplier และวัสดุก่อสร้างสามารถรับให้บริการนอกระบบได้
- แผนการขายและการตลาด:** นำเสนอการขายผ่านทางโทรศัพท์ โอนไลน์ สามารถส่งข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้ จัดทำ Clip VDO ห้องของลูกค้าเพื่อตัดตัดสินใจโอนผ่านทางไลน์ กำหนดทีมขายและทีมการตลาดที่ต้องอยู่ประจำแต่ละโครงการ สามารถทำงาน On Site ได้ การทำใบจองสามารถทำนอกระบบได้ ชำระเงินจอง Pay-in เข้าบัญชีธนาคารได้

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนหรือสังคม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดโดยการมอบเงินบริจาค จำนวน 1,000,000 บาท ให้กับ 10 โรงพยาบาล ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และมอบ Face Shield จำนวน 5,000 ชิ้น ให้กับแพทย์ พยาบาล ที่มีความจำเป็นต้องใช้ในการป้องกันเชื้อโรค

ในส่วนของการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานที่มีความจำเป็นต้องเดินทางไปทำงานประจำที่โครงการต่าง ๆ บริษัทได้จัดเตรียมรถตู้รับส่งพนักงานไปปฏิบัติงานตามโครงการเพื่อลดการเดินทางโดยรถสาธารณะ และได้มอบหน้ากากอนามัย เจลล้างมือแอลกอฮอล์ หน้ากากผ้าให้กับพนักงาน เพื่อช่วยป้องกันตนเองและลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อจากผู้อื่น อีกทั้งยังเพิ่มสวัสดิการการรักษาพยาบาล ประกันโรค COVID-19 ให้กับพนักงานทุกคน

บริษัทมีความห่วงใยต่อลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาด จึงทำการเปิดเพจ Origin Family Market เพื่อให้ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบสามารถเข้ามาขายของสร้างรายได้เพิ่มเติมได้ ซึ่งในปัจจุบันมีทั้งลูกค้าและบุคคลภายนอกเข้ามาซื้อขายเป็นจำนวนมาก

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

เมื่อเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ครั้งนี้ ยุติลง บริษัทประเมินระยะเวลาฟื้นตัวของธุรกิจอยู่ที่ประมาณ 3-6 เดือน และสัดส่วนที่ได้รับผลกระทบอยู่ที่ประมาณ 30% เนื่องจากสินค้าที่อยู่อาศัยของบริษัทเน้นไปที่ผู้บริโภคกลุ่มซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริงในแต่ละทำเลเป็นเป้าหมายหลัก ซึ่งมีความจำเป็นและมองเห็นความคุ้มค่าในการซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงเวลาอันใกล้นี้แต่ได้รับผลกระทบจากความเชื่อมั่น อีกทั้งในช่วงเวลาที่ผ่านมามีบริษัทยังคงมีผลประกอบการที่ดีตามเป้าหมาย บริษัทจึงคาดว่าระยะเวลาการฟื้นตัวจะไม่ยาวนานนักและมีสัดส่วนที่ได้รับผลกระทบต่ำ

บริษัทได้ปรับเป้าหมายยอดขายและรายได้ลงจากที่เคยตั้งไว้ในช่วงปลายปี 2562 เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุน รวมทั้งได้เปลี่ยนสัดส่วนการเปิดขายสินค้า โดยเพิ่มสัดส่วนสินค้ากลุ่มที่อยู่อาศัยแนวราบซึ่งประเมินว่าได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้อยกว่าและมีแนวโน้มความต้องการสูงขึ้นในปี 2563 และ 2564

ในระยะสั้น บริษัทได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการขายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ลดการจัดกิจกรรมที่เกิดการรวมตัวของคนจำนวนมากโดยเน้นการขายจากพนักงานในบริษัททุกฝ่ายที่สามารถแนะนำและเสนอสินค้าให้กับเพื่อน คนรู้จัก หรือสร้างสื่อการขายทางสังคมออนไลน์ได้ทุกคน ซึ่งที่ผ่านมาได้รับผลตอบรับที่ดี ในระยะต่อไปได้พัฒนารูปแบบสินค้าและโครงการที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องการดำรงชีวิตแบบปกติใหม่ (New Normal) และสร้างวิธีการนำเสนอและการเปิดขายโครงการบนรูปแบบออนไลน์ โดยสมบูรณ์เป็นสิ่งที่จะช่วยทำให้บริษัทสามารถกลับมาดำเนินธุรกิจตามปกติตามวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ได้เร็วขึ้น ก่อนที่สถานการณ์จะปกติ

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมจะเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบความต้องการของผู้บริโภคทั้งในระยะสั้นและระยะยาว บริษัทได้ศึกษาและวิเคราะห์ คาดการณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคโดยละเอียดและดำเนินการพัฒนาสินค้าและบริการ รวมทั้งรูปแบบการขายและการตลาดของบริษัทเพื่อตอบรับ “New Normal” อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นแนวโน้มความต้องการเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น “Smart Tech.”, “Health Tech.” เป็นต้น

บริษัทได้กำหนดแผนระยะยาวในการรับมือ “New Normal” เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวของบริษัท โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมและแผนการปฏิบัติงานในสถานการณ์ไม่ปกติต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินการและให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องและเหมาะสม พร้อมทั้งติดตามการเปลี่ยนแปลงและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการของบริษัท สร้างนวัตกรรมที่แตกต่างและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ