

Sustainable Development Showcases 2020

ข้อมูลการจัดการ
ภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:
บริการ

สารบัญ

9

บทสรุปข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19
กลุ่มอุตสาหกรรม:
บริการ

13

AAV

บริษัท เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน)

17

AKP

บริษัท อคคีปรการ จำกัด (มหาชน)

21

AOT

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

26

BDMS

บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน)



31

BEM

บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

37

BJC

บริษัท เบอร์ลี ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

41

BTS

บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

45

BWG

บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน)

49

CENTEL

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า จำกัด (มหาชน)



56

CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

61

HMPRO

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

67

JWD

บริษัท เจดับเบิ้ลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน)

73

MAJOR

บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

76

M-CHAI

บริษัท โรงพยาบาลมหาชัย จำกัด (มหาชน)



79

NYT

บริษัท นามยง เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน)

82

OTO

บริษัท วันทิวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน)

86

PHOL

บริษัท ผลธัญญา จำกัด (มหาชน)

91

SPI

บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)

94

TBSP

บริษัท ทีบีเอสพี จำกัด (มหาชน)



สารบัญ

97

TVD

บริษัท ทีวี ไดร็ค จำกัด (มหาชน)

100

AHC

บริษัท โรงพยาบาลเอกชล จำกัด (มหาชน)

105

COM7

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

109

FVC

บริษัท ฟิวเจอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)

113

MEGA

บริษัท เมก้า ไลฟ์ไซเอนซ์ จำกัด (มหาชน)



116

PLANB

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

119

PR9

บริษัท โรงพยาบาลพระรามเก้า จำกัด (มหาชน)

122

PSL

บริษัท พรีเมียมส ชิฟปิ้ง จำกัด (มหาชน)

125

RS

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

128

TNDT

บริษัท ไทย เอ็น ดี ที จำกัด (มหาชน)



131

VGI

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

135

VL

บริษัท วี.แอล.เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

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



ข้อมูลการจัดการภาวะวิกฤต COVID-19 รายบริษัท

กลุ่มอุตสาหกรรม: **บริการ**





AAV

บริษัท เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์

<http://www.aavplc.com>

ธุรกิจหลัก

ประกอบธุรกิจในลักษณะ Holding Company โดยถือหุ้นในบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการสายการบินราคาประหยัด

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงต้นของเหตุการณ์ COVID-19 บริษัทมีกระบวนการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตลอดจนประกาศและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการแพร่ระบาดของภาครัฐอย่างใกล้ชิด เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจและการวางแผนการปฏิบัติ



เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 รุนแรงขึ้น ทำให้หลายประเทศประกาศบังคับใช้มาตรการที่เข้มงวดในการป้องกันการแพร่ระบาดซึ่งรวมไปถึงมาตรการจำกัดการเดินทาง ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบสนองต่อแนวทางของรัฐบาลและมีส่วนร่วมในการลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส กลุ่มสายการบินแอร์เอเชียจึงได้ประกาศหยุดให้บริการการบินชั่วคราวในเส้นทางซึ่งเป็นเครือข่ายของสายการบิน โดยแอร์เอเชีย ไทยแลนด์ ได้หยุดให้บริการเส้นทางการบินระหว่างประเทศตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม - 31 พฤษภาคม 2563 และเส้นทางบินภายในประเทศตั้งแต่วันที่ 1 - 30 เมษายน 2563 ขณะที่แอร์เอเชีย เอ็กซ์ ไทยแลนด์ ได้หยุดให้บริการชั่วคราวในทุกเที่ยวบินตั้งแต่วันที่ 16 มีนาคม - 30 มิถุนายน 2563

นอกจากนี้ บริษัทมีการประกาศใช้แผน BCP และมาตรการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรการ Social Distancing การแบ่งผู้ปฏิบัติงานเป็นสองทีมสลับทำงาน สำหรับงานที่สามารถปฏิบัติงานจากที่บ้านได้ให้ใช้แนวทาง Work From Home ส่วนผู้ที่ต้องเข้าพื้นที่ให้มีการมาตรการคัดกรองและประเมินความเสี่ยงอย่างเคร่งครัด

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ภาวะวิกฤตดังกล่าวส่งผลให้บริษัทไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ จำเป็นต้องระงับเที่ยวบินและมีจำนวนผู้โดยสารลดลง บริษัทจึงต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายรวมลดลงทั้งจากต้นทุนน้ำมันและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ลดลง โดยค่าน้ำมันเชื้อเพลิงลดลงตามปริมาณการใช้น้ำมันที่ลดลงเนื่องจากการปรับแผนการบินให้สอดคล้องกับความต้องการเดินทางและตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายไม่รวมน้ำมันเชื้อเพลิงลดลงตามแผนนโยบายการประหยัดและลดการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นทั้งหมด

สำหรับการบริหารจัดการด้านต้นทุน ผู้บริหารระดับสูง รวมถึงระดับผู้อำนวยการขึ้นไปของกลุ่มสายการบินแอร์เอเชียได้สมัครใจรับเงินเดือนลดลงในระดับร้อยละ 15 ขึ้นไป ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถก้าวผ่านช่วงเวลาที่มีความต้องการในการเดินทางลดลงอย่างมากได้อีกทั้งเป็นการช่วยลดผลกระทบต่อพนักงานในภาพรวม

เมื่อภาวะการระบาดเริ่มคลี่คลาย บริษัทสามารถกลับมาเริ่มให้บริการเที่ยวบินได้บางส่วน แต่ยังคงติดตามข้อมูลอย่างใกล้ชิดจากหน่วยงานกำกับดูแล สำนักงานการบินพลเรือน หน่วยงานด้านสาธารณสุข องค์การอนามัยโลก (WHO) และองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามข้อแนะนำและข้อกำหนดต่างๆ ได้ตามมาตรฐาน นอกจากนี้ บริษัทกำหนดมาตรการควบคุมดูแลด้านสุขอนามัยเพื่อสร้างความมั่นใจตลอดการเดินทางให้แก่ผู้โดยสาร เช่น

- กำหนดให้ผู้โดยสารต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดการเดินทางทั้งก่อนการขึ้นเครื่องบินและระหว่างการเดินทางบนเครื่องบิน รวมถึงระหว่างขั้นตอนการเช็คอินและการรับกระเป๋าสัมภาระที่สายพาน
- มีการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อบนเครื่องบินตามข้อปฏิบัติการดูแลรักษาเครื่องบินของแอร์บัสโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญ สำหรับการจอดเครื่องบินในช่วงเวลากลางคืน เครื่องบินจะได้รับการทำความสะอาดตามขั้นตอนปฏิบัติเป็นเวลา 2 ชั่วโมง ตามข้อกำหนดของหน่วยงานด้านสาธารณสุข
- ในขั้นตอนก่อนขึ้นเครื่องบิน สายการบินร่วมกับการทำอากาศยานกำหนดให้มีจุดตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายอย่างเคร่งครัด โดยลูกเรือจะได้รับการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายในทุกครั้งก่อนและหลังการปฏิบัติหน้าที่ มีการรักษาระยะห่างทางสังคม กำหนดจุดการยืนในการต่อคิวบริเวณหน้าเคาน์เตอร์เช็คอินและตู้ถืออสรวมทั้งบริษัทได้จัดเตรียมแอลกอฮอล์ล้างมือไว้ตามจุดต่าง ๆ สำหรับผู้โดยสารและพนักงาน

- ระหว่างเดินทางบนเครื่องบิน เครื่องบินทุกลำของสายการบินแอร์เอเชียได้ถูกติดตั้งเครื่องกรองอากาศ HEPA ที่เป็นระดับมาตรฐานที่ใช้ในโรงพยาบาลซึ่งสามารถกรองอนุภาคในอากาศ เช่น แบคทีเรีย เชื้อไวรัสได้ถึง 99.99% นอกจากนี้ ลูกเรือที่ปฏิบัติหน้าที่สวมอุปกรณ์ป้องกัน ได้แก่ หน้ากากอนามัย แวนตา และถุงมือ เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีมาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบ ดูแลและสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

พนักงาน: บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลด้านสุขอนามัยของพนักงาน จึงกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อของพนักงาน เช่น มีการวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าปฏิบัติงาน ให้สวมใส่หน้ากากอุปกรณ์ป้องกันต่าง ๆ ตลอดเวลาปฏิบัติงาน กำหนดหน่วยงานที่สามารถ Work From Home ให้ปฏิบัติงานจากที่บ้านเพื่อลดความเสี่ยงจากการเดินทาง เป็นต้น

ลูกค้า: เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้หลาย ๆ ประเทศที่เป็นเส้นทางการบินของแอร์เอเชียได้ระงับการเดินทางของผู้โดยสารตามสัญชาติ เมืองต้นทาง ประสิทธิภาพการเดินทาง หรือจุดประสงค์ในการเดินทาง บริษัทจึงมีมาตรการช่วยเหลือลูกค้าโดยผู้โดยสารที่ได้รับผลกระทบ (ผู้โดยสารที่มีกำหนดการเดินทางระหว่างวันที่ 23 มีนาคม - 31 ธันวาคม 2563 และทำการจองก่อนวันที่ 17 เมษายน 2563) สามารถเลื่อนวันเดินทางได้โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมและค่าโดยสารส่วนต่างโดยวันเดินทางใหม่ต้องอยู่ภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2563 นอกจากนี้ ผู้โดยสารที่ได้รับผลกระทบจากการจำกัดการเดินทางเนื่องจาก COVID-19 มีสิทธิเก็บเงินไว้ในบัญชีได้ 2 ปี

ผู้ถือหุ้น: บริษัทได้ติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 มาโดยตลอดและมีความห่วงใยในความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมประชุมและทีมงานทุกฝ่าย จึงจัดเตรียมการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นให้ไปอย่างเหมาะสมและมีความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ตลอดจนดำเนินการตามแนวทางและคำแนะนำที่ส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนดขึ้น เช่น การจัดสถานที่ประชุมให้มีระยะห่างในทุกจุด การขอให้ผู้ถือหุ้นพิจารณามอบฉันทะการเข้าประชุมให้แก่กรรมการอิสระของบริษัทเพื่อลดการเดินทางมารวมตัวกัน เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

ด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากการระบาดของ COVID-19 ส่งผลต่อนโยบายข้อจำกัดการเดินทางของรัฐและความต้องการเดินทางที่ลดลง บริษัทจึงจำเป็นต้องลดการให้บริการเที่ยวบินโดยเฉพาะเส้นทางระหว่างประเทศ ประกอบกับมีจำนวนผู้โดยสารเส้นทางบินระหว่างประเทศลดลงเกือบร้อยละ 100 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทำให้รายได้รวมในไตรมาส 2 ของปี 2563 ลดลง

ในกระบวนการฟื้นฟูธุรกิจหลังวิกฤต COVID-19 ในครั้งนี้ บริษัทมีการเพิ่มเส้นทางบินภายในประเทศที่สอดคล้องกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล เช่น การเปิดเส้นทางบินข้ามภาค และบินตรง เช่น เส้นทาง เชียงใหม่-หัวหิน และ อุตรดิตถ์-หัวหิน เป็นต้น อีกทั้งบริหารจัดการการให้บริการที่กรุงเทพฯ โดยเพิ่มเที่ยวบินที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองถือเป็นการสร้างทางเลือกและความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร ตอกย้ำความเป็นผู้นำในตลาด พร้อมร่วมกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม

นอกจากนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายจะกลับมาให้บริการเส้นทางการบินระหว่างประเทศผ่านการเปิดการท่องเที่ยวระหว่างกันเฉพาะประเทศที่เจรจาตกลงร่วมกัน (Travel Bubble) โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในภูมิภาคอินโดจีน ประเทศจีน และประเทศอื่น ๆ ที่มีมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด COVID-19 ที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งมาตรการผ่อนคลายจากสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยที่เริ่มอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าที่ระลึกบนเครื่องบินได้แล้ว ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2563 ที่ผ่านมา สำหรับการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบินคาดว่าจะได้รับการอนุญาตในระยะต่อไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลดีต่อธุรกิจและผลประกอบการของสายการบินในช่วงครึ่งหลังของปี 2563

AKP

บริษัท อัคริการ จำกัด (มหาชน)

mai: บริการ

<http://www.akkhie.com/index.php>

ธุรกิจหลัก

บริษัทได้รับสิทธิเข้าบริหารและประกอบการ
ศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้อุตสาหกรรม
(เตาเผาขยะอุตสาหกรรม) บางปู จังหวัดสมุทรปราการ
จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม เป็นเวลา 20 ปี
นับแต่วันลงนามในสัญญา
(สิ้นสุดสัญญาวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2571)
และมีสิทธิขอให้ต่ออายุสัญญาได้อีก 10 ปี

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทติดตามสถานการณ์โรคระบาดมาโดยตลอด
เพื่อวางแผนเตรียมการรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิด
ขึ้นหรือส่งผลกระทบต่อบริษัทเมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤต
และได้กำหนดมาตรการป้องกัน เช่น มาตรการป้องกัน
และรับมือเชื้อไวรัส COVID-19 มีการคัดกรองโรคติดต่อ
เชื้อไวรัสสำหรับผู้มาติดต่อภายนอก กำหนดให้พนักงาน
ต้องรายงานความผิดปกติของตนเองและคนใกล้ชิด
เป็นต้น



บริษัทได้แบ่งทีมผู้บริหารออกเป็น 2 ทีม โดยทีมที่ 1 รับผิดชอบในการเตรียมความพร้อมด้านการให้บริการลูกค้า และทีมที่ 2 รับผิดชอบในการเตรียมความพร้อมสำหรับกระบวนการดำเนินงานภายในและการเฝ้าระวังสุขภาพอนามัยของพนักงาน โดยแบ่งแผนการเตรียมการเป็น 2 ระยะ ดังนี้

1 ระยะที่ 1 สถานการณ์การแพร่ระบาดติดเชื้อในประเทศอยู่ใน Phase ที่ 1 บริษัทติดตามและรวบรวมข้อมูลของลูกค้าสำหรับแผนในการจัดการที่จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ มีการปรับปรุงแผนการให้บริการ กรณีที่มาตรการของทางภาครัฐมีผลต่อการให้บริการ เช่น แผนการลดต้นทุนการเผาของเสีย แผนการขนส่ง เป็นต้น รวมทั้งกำหนดแผนการให้บริการกรณีที่เกิดการติดเชื้อ COVID-19 ภายในบริษัทและแผนการลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ COVID-19 ของพนักงาน

2 ระยะที่ 2 สถานการณ์การแพร่ระบาดติดเชื้อในต่างประเทศอยู่ใน Phase ที่ 2 บริษัทกำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยงในการติดเชื้อของพนักงาน วางแผน กำหนดวิธีการปฏิบัติงานเพื่อลดความเสี่ยงของพนักงาน ได้แก่ ลดความถี่ในการเดินทางมาทำงาน กำหนดการใช้ประโยชน์พื้นที่ร่วมกัน กำหนดมาตรการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home)

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดให้ทีมผู้บริหารทั้ง 2 ทีม รายงานผลการเตรียมการและติดตามสถานการณ์ทุกสัปดาห์ โดยในการดำเนินงานเพื่อบริหารจัดการวิกฤต บริษัทได้จัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการป้องกันการติดเชื้อให้กับพนักงาน ได้แก่ หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ และเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลาง รวมทั้งปรับเปลี่ยนชั่วโมงการทำงานของพนักงานที่เข้ากะ เพื่อหลีกเลี่ยงการเดินทางในช่วงเวลาเคอร์ฟิว

บริษัทมีการติดตามข้อมูลสุขภาพของพนักงานทุกสัปดาห์และข้อมูลการเดินทางเมื่อพนักงานมีการลางาน อีกทั้งเตรียมความพร้อมกรณีพบผู้ติดเชื้อ รวมทั้งวางแผนจัดเตรียมสถานที่พักชั่วคราวและอาหารสำหรับพนักงาน ฝ้ายปฏิบัติงานเพื่อให้สามารถเดินระบบการเผาทำลายได้อย่างต่อเนื่องกรณีมีการขยายระยะเวลาเคอร์ฟิวหรือการระบาดของโรครุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้จัดเตรียมอุปกรณ์และทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนในการทำงาน Work From Home ของพนักงานในส่วนโรงงานสนับสนุน

ในด้านการขนส่งสินค้าและการจัดการวัตถุดิบ บริษัทได้วางแผนการขนส่งและสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้การขนส่งได้ตามเวลาที่ พ.ร.ก.ฉุกเฉินกำหนด โดยจัดตารางการขนส่งให้ลูกค้าตามกำหนดเวลา บริษัทพิจารณาจัดซื้อรายการวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานที่อาจจะไม่สามารถจัดซื้อได้เนื่องจากผู้ขายไม่สามารถนำเข้ามาจากผู้ผลิตต่างประเทศ รวมทั้งวางแผนการจัดหา Supplier รายใหม่สำรองและวัตถุดิบทดแทน เช่น ชุดป้องกันสารเคมี หน้ากากป้องกัน ปูนขาว ผงถ่าน เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้ประเมินผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทแต่ละกลุ่ม เพื่อวางแผนการช่วยเหลือหรือบรรเทาผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับตามความสามารถและศักยภาพของบริษัทที่จะดำเนินการได้ ดังนี้

พนักงาน: บริษัทจัดหาอาหารกลางวันให้กับพนักงานเพิ่มเติมจากเดิมที่จัดให้วันเว้นวันเป็นทุกวัน รวมทั้งดูแลการเดินทางมาทำงานของพนักงานในช่วงที่มีมาตรการให้ทำงานจากที่บ้านได้บางส่วน สำหรับพนักงานที่ต้องเดินทางมาทำงานโดยรถโดยสารสาธารณะ ทางบริษัทจัดรถรับ-ส่งเฉพาะพนักงานบริษัทเท่านั้น บริษัทยังได้กำหนดมาตรการป้องกันการติดเชื้อ โดยจัดหาเจลล้างมือ แอลกอฮอล์ไว้บนรถสำหรับพนักงาน และมีการฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในทุก ๆ วัน

ลูกค้า: บริษัทสอบถามและรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อนำมาวางแผนในการช่วยเหลือสำหรับการเตรียมภาชนะรองรับและรวบรวมของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตที่รอส่งกำจัดกรณีที่ไม่สามารถทำการขนส่งมากำจัดได้ตามระยะเวลาปกติ และบริษัทมีแผนการให้บริการสำหรับการเก็บรวบรวมและรับกำจัดหน้ากากอนามัยที่ผ่านการใช้งานแล้วที่เกิดจากพนักงานของลูกค้าในราคาพิเศษอีกด้วย (ของเสียพิเศษที่มาจากโรงพยาบาลทางบริษัทมีการฉีดยาพ่นฆ่าเชื้อก่อนการจัดเก็บ)

คู่ค้า: บริษัทไม่มีการขอปรับเลื่อนการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ และหากคู่ค้ารายเดิมไม่สามารถจัดหาสินค้าและบริการให้ได้เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาด ทางบริษัทจะไม่ถือเป็นข้อบกพร่องในการให้บริการตามข้อตกลงแต่อย่างใด

ผู้ถือหุ้น: บริษัทได้กำหนดช่องทางรับฟังความเห็นและสื่อสารแนวทางการบริหารความเสี่ยงและการรับมือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 สำหรับผู้ถือหุ้นและกลุ่มนักลงทุนไว้ 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ สื่อสารผ่าน Website ของบริษัท และสื่อสารผ่าน Website ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อีกทั้งบริษัทมีความตระหนักและห่วงใยต่อสุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้ถือหุ้นและผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดประชุม คณะกรรมการบริษัทจึงได้มีมติให้เลื่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นออกไปจนกว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดบรรเทาลงจนมั่นใจและได้รับการยืนยันจากภาครัฐ ต่อมาเมื่อสถานการณ์การระบาดของโรคได้คลี่คลายไปบางส่วนแล้ว บริษัทจึงกำหนดวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 เป็นวันที่ 3 กรกฎาคม 2563 โดยได้จัดให้มีมาตรการควบคุมเพื่อเป็นการป้องกันและลดโอกาสเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

ชุมชนและสังคม: บริษัทส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับชุมชนด้วยการสนับสนุนวัตถุดิบและจัดจ้างให้ชุมชนจัดทำหน้ากากผ้าสำหรับการแจกจ่ายให้กับ พนักงาน ลูกค้า และชุมชนที่ขาดแคลน

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีการทบทวนเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในระยะสั้นและระยะยาวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย (Business Goals) และรับมือกับ New Normal ของอุตสาหกรรมที่จะเกิดขึ้นภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 คลี่คลายแล้วด้วยมาตรการ 3 เรื่อง ได้แก่

1 ด้านกำลังคน บริษัทสื่อสารให้พนักงานรับรู้ถึงสถานการณ์ของบริษัท มีการอบรมและให้ความรู้กับพนักงานเพื่อเตรียมพร้อมต่อการรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น การแพร่ระบาดซ้ำ เป็นต้น และการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน เช่น การอบรมแบบออนไลน์ การปฐมพยาบาลพนักงานใหม่ด้วย VDO การจัดทำแผนฉุกเฉิน เพิ่มรายการตรวจหาเชื้อไวรัส COVID-19 ลงในรายการตรวจสุขภาพพนักงานประจำปีและการตรวจสุขภาพก่อนเริ่มงานสำหรับพนักงานใหม่ เป็นต้น

2 ด้านการดำเนินงาน บริษัทมีการทบทวนเป้าหมายและกำหนดแผนงานการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง Business Continuity Planning (BCP) ให้สอดคล้องตามสถานการณ์ โดยเพิ่มยอดขายจากการแบ่งกลุ่มตามประเภทอุตสาหกรรมที่ใช้บริการ ปี 2562 และลดต้นทุนในแต่ละกลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่ม Chemical Industry 2) กลุ่ม Agrochemical Industry 3) กลุ่มน้ำเสียทั่วไป ซึ่งนำน้ำเสียมาตกตะกอน 200 ลบ.ม./วัน เพื่อให้ได้น้ำใสมาใช้ประโยชน์และนำน้ำขึ้นมาเผาทำลาย 4) กลุ่มโรงพยาบาลและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งบริษัทได้รับของเสียอันตรายจากโรงพยาบาลนำมาเผาทำลายที่เตาของกรมโรงงานอุตสาหกรรมแห่งนี้

3 ด้านการจัดการการเงิน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินในสภาวะเศรษฐกิจที่ลดลง เนื่องจากธุรกิจของบริษัทเป็นธุรกิจปลายน้ำ หากสภาวะเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ลดลงจะส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทำให้ต้องทบทวนเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในระยะสั้นอย่างเร่งด่วน รวมทั้งปรับเปลี่ยนกระบวนการและนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- **โครงการนำน้ำเสียที่ผ่านการตกตะกอนมาใช้ทดแทนน้ำประปา** จากการนำน้ำเสียมาตกตะกอนทำให้สามารถนำน้ำส่วนใสมาใช้ประโยชน์ ทดแทนการใช้น้ำประปาในกระบวนการลดอุณหภูมิได้ถึงประมาณ 50-60% ของปริมาณการใช้น้ำประปา และยังสามารถลดต้นทุนการเผาทำลายน้ำเสียลงเนื่องจากปริมาณน้ำเสียที่ต้องการเผาทำลายลดลงเหลือเพียง 40-50% ของปริมาณที่รับเข้ามา

- **โครงการเครื่องผลิตออกซิเจน** เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเผาไหม้และสามารถลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติลงได้ทำให้ต้นทุนค่าก๊าซธรรมชาติลดลง

- **Application On Smart Phone** พัฒนาการให้บริการและเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงการใช้บริการและการติดตามผลการให้บริการของลูกค้าได้ เช่น การติดตามตรวจสอบการทำลายสินค้าหรือวัตถุอันตรายผ่านระบบออนไลน์จากกล้อง CCTV การค้นหารูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้อ้งการเบื้องต้นได้ทันที เป็นต้น

- **ติดตั้งเครื่อง Shedder** สำหรับการย่อยสลายของเสียที่มีค่าพลังงานความร้อนขนาดใหญ่ เพื่อป้อนเข้าสู่เตาเผาโดยเครื่องป้อนของเสียอย่างต่อเนื่อง Continuous Particles Screw Feeder ทำให้สามารถใช้ประโยชน์ของพลังงานที่มาจากของเสียได้เต็มประสิทธิภาพ

- **คัดแยกและจัดเตรียมของเสียที่มีค่าพลังงานสูง** สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในการทดแทนพลังงานความร้อนจากเชื้อเพลิง

นอกจากนี้ บริษัทยังวางแผนเรื่องการสร้างแบรนด์เป็นแผนการดำเนินงานในระยะยาวสำหรับการปรับตัวรับมือกับ New Normal ของอุตสาหกรรม ด้วยหลักการ **“เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่า โดยการสร้างความเชื่อมั่นและไว้ใจ”** สำหรับผู้ใช้บริการทั้งรายเก่าและรายใหม่ รวมทั้งวางแผนการทำตลาดใหม่ในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อมที่มีกำลังซื้อต่ำ ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับลดต้นทุนการเผาของเสียลงมาได้ทำให้กลุ่มธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อมสามารถตัดสินใจใช้บริการได้เพิ่มมากขึ้น



AOT

AIRPORTS OF THAILAND PLC.
บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)



AOT

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์

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

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจท่าอากาศยานของประเทศไทย ประกอบด้วย การจัดการ การดำเนินงาน และการพัฒนาท่าอากาศยานในความรับผิดชอบ 6 แห่ง คือ

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ท่าอากาศยานดอนเมือง

ท่าอากาศยานเชียงใหม่

ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย

ท่าอากาศยานภูเก็ต

ท่าอากาศยานหาดใหญ่

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เกิดขึ้น บริษัทได้จัดทำแผนเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 เพื่อให้บริษัทปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย ต่อเนื่อง ถูกต้อง รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยมีการวางแผนดำเนินการรับมือในระยะเตรียมการก่อนการเกิดเหตุ ระยะขณะเกิดเหตุ และระยะหลังเกิดเหตุ



บริษัทกำหนดมาตรการและผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจนในแต่ละระยะ เช่น มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) มาตรการรักษาความสะอาดของอาคารสถานที่โดยมีการทำความสะอาดบริเวณจุดสัมผัสที่ใช้ร่วมกัน (Deep Clean) ให้บริการเจลแอลกอฮอล์และสบู่ล้างมือตามจุดต่าง ๆ มาตรการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายเพื่อคัดกรองผู้มาปฏิบัติงาน ผู้มาติดต่อ และผู้ใช้บริการท่าอากาศยานด้วยเครื่องวัดอุณหภูมิแบบอัตโนมัติ (Thermoscan) กำหนดให้มีการจัดตารางการเหลื่อมเวลาเข้าทำงานและเวลาพักของพนักงานตามความเหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด ลดความเสี่ยงและโอกาสติดเชื้อในระหว่างการเดินทางเข้าออกสำนักงานและใช้บริการโรงอาหาร รวมถึงบริษัทได้ประกาศให้มีมาตรการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) โดยให้พนักงานและลูกจ้างที่ปฏิบัติงานปกติ (Daywork) สลับกันมาปฏิบัติงานในที่ทำงานและปฏิบัติงานที่บ้าน นอกจากนี้ ยังได้มีการสนับสนุนคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook) พร้อมติดตั้งโปรแกรมที่จำเป็นสำหรับการทำงานให้แก่ส่วนงานที่รับผิดชอบกิจกรรมที่มีความสำคัญ

บริษัทมีการประชุมคณะทำงานแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยคณะผู้บริหารของแต่ละส่วนงานของบริษัทเพื่อร่วมกันประเมินสถานการณ์และพิจารณาประกาศใช้แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อให้บริษัทดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและสามารถตอบสนองต่อภาวะวิกฤตได้อย่างทันทั่วทั้ง

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการจัดการกับสถานการณ์การแพร่ระบาดดังกล่าวเป็นอย่างดี โดยมีการจัดสรรพื้นที่ท่าอากาศยานให้แก่ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) เพื่อให้สามารถดำเนินการคัดกรองผู้ที่เดินทางเข้าประเทศได้อย่างทั่วถึงและรัดกุม พร้อมทั้งได้ส่งบุคลากรไปประจำที่ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) ณ ทำเนียบรัฐบาล เพื่อประสานงานและดำเนินงานตามมาตรการของภาครัฐเพื่อรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในการประชุมคณะทำงานแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจบริษัทได้มีการติดตามการดำเนินงานในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างใกล้ชิดผ่านการรายงานให้แก่ผู้บริหาร และคณะทำงานทราบผ่านช่องทางการติดต่อออนไลน์ เช่น Application Line และมีการสื่อสารการดำเนินงานให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทราบผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ดังนี้

- **การสื่อสารให้พนักงานและผู้มาใช้บริการ** ผ่าน กลุ่มไลน์ AOT Staff, Facebook AOT Official เพื่อสื่อสารการดำเนินงานของบริษัท และแนะนำวิธีปฏิบัติตนที่ถูกต้องเมื่อมาใช้บริการ ทำอากาศยานในสภาวะการแพร่ระบาดให้แก่ ผู้มาใช้บริการผ่านเว็บไซต์ของบริษัท (<https://www.airportthai.co.th/>), Facebook AOT Official และกลุ่มไลน์ของสื่อมวลชน
- **สื่อสารให้แก่พนักงาน** ผ่านการรายงานให้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ และสื่อสารให้แก่นักวิเคราะห์ หลักทรัพย์ผ่านการประชุมออนไลน์ และติดต่อ ผ่านโทรศัพท์

บริษัทได้ประกาศให้มีมาตรการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ โดยบริษัทได้สนับสนุนคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook) พร้อมติดตั้งโปรแกรมที่จำเป็นสำหรับการทำงานให้แก่ ส่วนงานที่รับผิดชอบกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานหลักของบริษัทอีกด้วย

สำหรับทำอากาศยานในความดูแลของบริษัทได้ ดำเนินมาตรการเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 อย่างเคร่งครัดและต่อเนื่อง เช่น มาตรการรักษาระยะห่าง ทางสังคม (Social Distancing) เช่น กำหนดจุดยืน นั่ง และ จุดให้บริการต่าง ๆ ภายในทำอากาศยาน มาตรการคัดกรอง โดยการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายของพนักงาน ผู้มาติดต่อ และผู้ใช้บริการด้วย Thermoscan และ Thermo Infrared ซึ่งต้องมีอุณหภูมิร่างกายไม่เกิน 37.5 องศาเซลเซียส ให้บริการจุดล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์และสบู่ตามจุด ต่าง ๆ กำหนดให้พนักงาน ผู้มาติดต่อ และผู้โดยสารทุกคน ต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา และให้ผู้โดยสารทุกคน ต้องลงข้อมูลการเดินทางบน Application AOT Airport และ ใช้ Application ไทยชนะ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นและจัดการ ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: บริษัทจัดโครงการ “หน้ากาก Face Shield แทนความห่วงใย จากแนวหลังสู่แนวหน้า” ซึ่งเป็น โครงการที่เชิญชวนให้พนักงานร่วมจัดทำหน้ากาก Face Shield ให้แก่พนักงานที่ปฏิบัติงานในพื้นที่เสี่ยง ซึ่งต้องมีการติดต่อกับบุคคลหรือหน่วยงานภายนอก และได้ส่งมอบ หน้ากาก Face Shield แก่หน่วยงานที่อยู่ใกล้เคียงบริษัท เช่น สน.ดอนเมือง สำนักงานเขตดอนเมือง กว่า 4,700 ชิ้น ใช้งบประมาณ 53,000 บาท เป็นต้น

บริษัทได้จัดทำประกันภัยกลุ่มคุ้มครองการติดเชื้อ ไวรัส COVID-19 ให้แก่พนักงาน/ลูกจ้างที่ปฏิบัติงานใน พื้นที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัส อีกทั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ของ บริษัทมีโครงการเงินกู้สามัญดำรงชีพ เหตุพิเศษในภาวะ วิกฤต และโครงการพักชำระหนี้เงินต้น ฝ่าวิกฤต COVID-19

ลูกค้าและผู้ค้า: บริษัทได้รายงานการดำเนินการ ดังกล่าวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ SCP) ของตลาด หลักทรัพย์ฯ เกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ และสายการบินที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ โรค COVID-19 โดยมีมาตรการช่วยเหลือที่สำคัญ เช่น การปรับลดค่าผลประโยชน์ตอบแทนคงที่รายเดือน ปรับลด ค่าเช่าพื้นที่ ค่าบริการการใช้อาคาร และค่าผลประโยชน์ ต่อตอบแทนที่รายเดือน เลื่อนการชำระค่าผลประโยชน์ ต่อตอบแทนที่ครบกำหนดชำระตามระยะเวลาที่กำหนดกรณี ที่ผู้ประกอบการร้องขอ เป็นต้น

ผู้ถือหุ้น: บริษัทรายงานแนวทางการบริหารความเสี่ยงและรับมือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ SCP) ของตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน และผ่านช่องทางการสื่อสารขององค์กร ได้แก่ เว็บไซต์ (<https://www.airportthai.co.th/>), Facebook AOT Official

ชุมชนและสังคม: บริษัทดำเนินงานภายใต้แนวคิด “การเป็นสนามบินที่เป็นพลเมืองที่ดีของสังคมและเป็นเพื่อนบ้านที่ดีของชุมชน Corporate Citizenship Airport” ได้แก่

- กิจกรรมจิตอาสาบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ “มีแล้วแบ่งปัน” เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี วันที่ 3 มิถุนายน 2563 โดยคณะผู้บริหารและพนักงานร่วมบรรจุสิ่งของอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวันและนำไปแจกจ่ายแก่ชุมชนแม่ทองก้อนและชุมชนบุญมาก เขตดอนเมือง ที่ได้รับผลกระทบจำนวน 550 ชุด ใช้งบประมาณ 100,000 บาท
- กิจกรรมจิตอาสาบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ “มีแล้วแบ่งปัน” เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว วันที่ 28 กรกฎาคม 2563 โดยคณะผู้บริหารและพนักงานร่วมบรรจุสิ่งของอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวันและนำไปแจกจ่ายแก่ชุมชนพัฒนาประชาอุทิศ ชุมชนเจริญบุญมา ชุมชนร่วมใจพัฒนา กรป.กลาง และชุมชนดาวทอง เขตดอนเมือง ที่ได้รับผลกระทบจำนวน 550 ชุด ใช้งบประมาณ 100,000 บาท

- สนับสนุนน้ำแร่ตราสัญลักษณ์ของบริษัทแก่โรงพยาบาล หน่วยงานรัฐ วัด และชุมชนโดยรอบท่าอากาศยานที่ได้รับผลกระทบกว่า 36,600 ชุด ใช้งบประมาณกว่า 128,100 บาท
- สนับสนุนงบประมาณช่วยเหลือในโครงการ/กิจกรรมบรรเทาสาธารณภัยต่าง ๆ เช่น โครงการ “คมนาคมต้านโควิด ส่งใจ ใส่อาหาร สู้บุคลากรทางการแพทย์” และกิจกรรมช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ร่วมกับกองทัพอากาศ จำนวน 150,000 บาท
- สนับสนุนงบประมาณจำนวน 21,000,000 บาท ให้แก่กรมควบคุมโรคเพื่อจัดซื้อเครื่องวัดอุณหภูมิทางร่างกายชนิดอินฟราเรด (Thermoscan) ยี่ห้อ FLIR รุ่น T620 จำนวน 17 เครื่อง ให้กับด่านควบคุมโรคติดต่อระหว่างประเทศของท่าอากาศยานภายใต้การกำกับดูแลของบริษัท

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

หลังจากมีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ในช่วงต้นปี 2563 ซึ่งรัฐบาลได้มีมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด รวมถึงการห้ามเครื่องบินขนส่งคนโดยสารทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราว ส่งผลให้มีจำนวนผู้โดยสารมาใช้บริการสนามบินโดยรวมลดลงอย่างต่อเนื่อง คือ ตั้งแต่วันที่ 24 มกราคม – 31 พฤษภาคม 2563 เที่ยวบินลดลงกว่า 55.28% และผู้โดยสารลดลงกว่า 66.32%

ด้านปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัท ในภาพรวมรอบ 8 เดือนของปีงบประมาณ 2563 ก็ลดลงเช่นกัน คือ มีสินค้าและไปรษณียภัณฑ์จำนวน 825,665 ตัน ลดลง 17.61% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสาเหตุที่ปริมาณการขนส่งสินค้ามีอัตราการลดลงไม่มาก เหมือนกับจำนวนเที่ยวบินและผู้โดยสารนั้น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเที่ยวบินขนส่งสินค้าเป็นหลัก โดยในช่วง 4 เดือนที่ผ่านมา (กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม 2563) แม้ว่าเที่ยวบินโดยสารจะลดลงมากจากเดิมเฉลี่ย 6,500 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เหลือเพียง 500 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ (ทำให้ปริมาณสินค้าที่ลำเลียงโดยเที่ยวบินโดยสารลดลงถึง 74.22%) แต่เที่ยวบินขนส่งสินค้ากลับมีอัตราการเพิ่มขึ้นถึง 127.22% (เพิ่มจาก 160 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ เป็น 360 เที่ยวบินต่อสัปดาห์) ซึ่งสายการบินมีการปรับตัวโดยหันมาทำการบินแบบเที่ยวบินขนส่งสินค้าทดแทนเที่ยวบินโดยสารที่ต้องหยุดบินชั่วคราวตามประกาศของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของเที่ยวบินขนส่งสินค้าอาจช่วยชดเชยปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศได้เพียงบางส่วน เนื่องจากในอดีตนั้นกว่า 80% ของการขนส่งทางอากาศยานเป็นเที่ยวบินโดยสารเป็นหลัก

ทั้งนี้ บริษัทยังคงเดินหน้าโครงการพัฒนาสนามบินทั้ง 6 แห่ง เพื่อให้สามารถรองรับการจราจรในอนาคต โดยในส่วนของโครงการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระยะที่ 2 มีความคืบหน้าในการดำเนินงานก่อสร้างอาคาร

เทียบเครื่องบินรองหลังที่ 1 (Satellite 1 : SAT-1) 88% คาดว่าเที่ยวบินและผู้โดยสารจะเริ่มฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง จนกลับมาปริมาณการจราจรเป็นปกติ (ที่ระดับเดิมของปี 2562) ในเดือนตุลาคม 2565 ดังนั้น บริษัทอาจต้องพิจารณาการเปิดใช้อาคาร SAT-1 ให้สอดคล้องกับปริมาณผู้โดยสารต่อไป

บริษัทยังคงเดินหน้าโครงการพัฒนาท่าอากาศยานดอนเมืองเพื่อรองรับและอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร มีการปรับปรุงอาคารผู้โดยสารอาคาร 1 เพื่อรองรับผู้โดยสารภายในประเทศ การก่อสร้างอาคารผู้โดยสาร อาคาร 3 บริเวณอาคารผู้โดยสารเดิมที่ไม่ได้ใช้งาน เป็นการคืนขีดความสามารถเดิมของท่าอากาศยานดอนเมืองในการรองรับปริมาณผู้โดยสารได้ไม่น้อยกว่า 40 ล้านคนต่อปี โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2567

ในส่วนของสนามบินภูมิภาคของบริษัทอีก 4 แห่ง ยังคงดำเนินโครงการพัฒนาสนามบินตามแผนแม่บทการพัฒนาสนามบินเช่นกัน ซึ่งรวมถึงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและรักษามาตรฐานความปลอดภัย เพื่อให้สนามบินมีศักยภาพและสามารถรองรับความต้องการเดินทางที่จะกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งการขนส่ง การท่องเที่ยว และธุรกิจบริการของประเทศให้กลับมาฟื้นตัวอย่างรวดเร็วได้อีกด้วย

ในปีต่อไป บริษัทยังคงมุ่งเน้นการให้บริการด้วยความสะอาดและปลอดภัย เพื่อสุขภาพที่ดี ปลอดภัยของผู้ใช้บริการสนามบินควบคู่กับการดำเนินธุรกิจที่จะช่วยเหลือสังคมผ่านการส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมของประเทศไทย ทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัท แม้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดที่การเดินทางทางอากาศยังคงชะลอตัวในอีก 1 – 2 ปีข้างหน้า ขณะที่การขนส่งสินค้าทางอากาศมีการปรับตัวในอัตราที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น โครงการเกี่ยวกับสินค้าเน่าเสียง่าย (Premium Perishable Lane: PPL) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการจัดตั้งศูนย์ตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้าก่อนส่งออก (Certify Hub) จะช่วยให้สินค้าเกษตรของไทยคงคุณภาพและมีมาตรฐานตามหลักสากล และจะช่วยนารายได้เข้าสู่ประเทศไทยอีกด้วย

BDMS

บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / การแพทย์

<http://www.bangkokhospital.com>

ธุรกิจหลัก

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน โดยมีโรงพยาบาล
เครือข่ายในไทยและกัมพูชา ดำเนินการภายใต้ชื่อ
โรงพยาบาล 6 กลุ่ม คือ กลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ
กลุ่มโรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลบี เอ็ม เอช
กลุ่มโรงพยาบาลพญาไท กลุ่มโรงพยาบาลเปาโล
และกลุ่มโรงพยาบาลรอยัล
รวมถึงธุรกิจที่ให้การสนับสนุนด้านการแพทย์ ได้แก่
ธุรกิจห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ ธุรกิจผลิตยา
และธุรกิจผลิตน้ำเกลือ เป็นต้น

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทมีการดำเนินการเพื่อป้องกันและรับมือ
สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19
โดยแต่งตั้งคณะทำงานรับมือสถานการณ์การระบาด
โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และจัดประชุมเพื่อกำหนด
แนวทางการดูแลผู้ติดเชื้อซึ่งอ้างอิงมาตรฐานทางการ
แพทย์ทั้งจากกระทรวงสาธารณสุขและองค์กรทางโรค
ติดเชื้อนานาชาติ รวมถึงมีการติดตามผลการดำเนินงาน
และประเมินผลการรักษาของผู้ติดเชื้ออย่างต่อเนื่อง
และสม่ำเสมอ ในช่วงแรกที่มีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นในประเทศ
คณะทำงานได้กำหนดให้มีการประชุมทุกวันผ่านเทคโนโลยี
Microsoft Teams ตามมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม
(Social Distancing) ต่อมาเมื่อสถานการณ์คลี่คลายลง
จึงได้ลดการประชุมเหลือ 2 ครั้ง/สัปดาห์ และ 1 ครั้ง/
สัปดาห์ ตามลำดับ



โรงพยาบาลเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดได้ค่อนข้างรวดเร็วโดยเริ่มเตรียมการตั้งแต่วันที่ 6 มกราคม 2563 เมื่อมีข่าวการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสในเมืองอู่ฮั่น ผู้บริหารได้เรียกประชุมทีมเพื่อหารือและ**กบฏวนแผนรองรับโรคอุบัติการณ์ใหม่ (Emerging Disease)** ต่อมาได้เริ่มสำรวจปริมาณยาและเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ อาทิ หน้ากากอนามัย หน้ากาก N95 ชุดป้องกันส่วนบุคคล (PPE) และเจลแอลกอฮอล์ล้างมือที่มีอยู่ พร้อมทั้งประเมินปริมาณการใช้งานในกรณีที่เกิดการแพร่ระบาดในไทยเพื่อจัดซื้อและสำรองล่วงหน้า มีการควบคุมตรวจสอบปริมาณการใช้งานให้มีความเหมาะสมและคุ้มค่า และจัดทำรายงานการใช้และจำนวนคงคลังอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ รวมถึงสำรวจความพร้อมใช้ของห้องแยกผู้ป่วยความดันลบ (Negative Pressure Room) และปรับให้มีห้องแยกผู้ป่วยเพิ่มเติม เมื่อประเทศไทยมีผู้ป่วยรายแรก (กลางเดือนมกราคม 2563) และเมื่อทราบว่า COVID-19 มีผลต่อพยาธิสภาพในปอดรุนแรงจึงได้สำรวจจำนวนเครื่องช่วยหายใจ รวมถึงอุปกรณ์ที่จำเป็นในการใช้เครื่องช่วยหายใจของทุกโรงพยาบาลในเครือ เพื่อให้มั่นใจว่าจำนวนเครื่องเพียงพอ สามารถยืมระหว่างเครือข่าย หรือจัดซื้อจัดหาล่วงหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในระยะแรกของการแพร่ระบาดโรงพยาบาลดำเนินการเช่าตู้คอนเทนเนอร์เพื่อประยุกต์เป็นคลินิกให้บริการตรวจหาเชื้อไวรัสโดยเฉพาะสำหรับให้บริการผู้ต้องสงสัยติดเชื้อไวรัสหรือผู้มีความเสี่ยง โดยใช้ชื่อว่าคลินิก Acute Respiratory Infection (ARI) มีการคัดกรองผู้ป่วยอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส นอกจากนี้ โรงพยาบาลได้กำหนด Flow การให้บริการแก่ผู้ต้องสงสัยหรือผู้ที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงให้แยกออกจากผู้ป่วยและผู้รับบริการปกติอย่างชัดเจน ระยะต่อมาได้เปิดให้บริการผู้ป่วยกลุ่มเสี่ยงโดยแยกอาคารออกไปชัดเจน

โรงพยาบาลมีมาตรการทำความสะอาดเป็นพิเศษตามจุดที่มีการสัมผัสจำนวนมาก เช่น ปุ่มกดลิฟต์ ราวบันได โซฟา ห้องน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้ โรงพยาบาลได้จัดเตรียมจุดบริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือกระจายตามพื้นที่ต่าง ๆ ในโรงพยาบาลอย่างเพียงพอ อีกทั้งส่งเสริมนโยบาย Social Distancing เช่น การกำหนดจำนวนผู้โดยสารลิฟต์ การเว้นระยะพื้นที่นั่งรอของผู้ป่วย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการนำนวัตกรรมหุ่นยนต์ Healthy Bot มาใช้ในการส่งอาหารให้ผู้ป่วยที่จำเป็นต้องกักกันตัวในโรงพยาบาลเพื่อลดการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส ซึ่งหุ่นยนต์นี้ยังสามารถใช้เป็นอุปกรณ์สื่อสารระหว่างผู้ป่วยและญาติผ่านระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ได้อีกด้วย

สำหรับด้านบุคลากร โรงพยาบาลได้สื่อสารให้ ความรู้ด้านการป้องกันการติดเชื้อ รายงานข่าวสถานการณ์ การแพร่ระบาด และแจ้งแนวปฏิบัติในการดูแลผู้ป่วยหรือ ผู้ต้องสงสัยเสี่ยงติดเชื้อให้แพทย์และพนักงานทราบและ ปฏิบัติเป็นประจำสม่ำเสมอ ตลอดจนมีมาตรการอื่น ๆ เพื่อรองรับ เช่น

- ให้ความช่วยเหลือดูแลแพทย์และพนักงาน กลุ่มที่ต้องให้บริการผู้ป่วยหรือมีความเสี่ยง ติดเชื้อ ตรวจเชื้อให้บุคลากรกลุ่มนี้ทุกคนตาม มาตรฐานโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย จัดหาชุดอุปกรณ์ ป้องกันตัว (PPE) ระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ อย่างเพียงพอ จัดหาที่พักเพื่อลดโอกาสการนำ เชื้อไปแพร่กระจายให้คนในครอบครัวที่บ้าน แม้โรงพยาบาลจะมีผู้ป่วยอยู่จำนวนหนึ่งแต่ก็ ไม่มีแพทย์และพนักงานที่ติดเชื้อจากการ ให้บริการผู้ป่วยหรือผู้มีความเสี่ยงติดเชื้อใน โรงพยาบาล
- ทำประกันโรค COVID-19 ให้แก่แพทย์และ พนักงานทุกรายที่มีหน้าที่ให้บริการผู้ป่วยหรือ มีความเสี่ยงติดเชื้อ สำหรับพนักงานทั่วไป สามารถซื้อประกันโรค COVID-19 ในราคาพิเศษ
- กำหนดให้แพทย์และพนักงานต้องรายงาน อาการผิดปกติทางร่างกายหรืออาการไข้ ผ่าน Application My Space ทุกวันเพื่อให้มั่นใจว่า พนักงานทุกคนมีสุขภาพดีและสามารถตรวจจับ ความผิดปกติได้อย่างทันท่วงที
- จัดสายด่วนให้คำปรึกษาเกี่ยวกับ COVID-19 โดย โรงพยาบาลควบคุมโรคติดเชื้อ (IC) ผ่านสายภายใน 1030
- สนับสนุนให้พนักงานกลุ่มที่ไม่ได้มีหน้าที่ติดต่อกับ ผู้รับบริการหรือผู้ป่วยโดยตรงสามารถ ปฏิบัติงานที่บ้าน (Work From Home) ตามนโยบาย ของภาครัฐและลดโอกาสเสี่ยงการติดเชื้อไวรัส

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในช่วงภาวะวิกฤตดังกล่าว โรงพยาบาลมีการปรับตัว เพื่อรองรับต่อผลกระทบที่เกิดขึ้น เช่น

- **บริการ Bangkok Hospital Delivery** ช่วยในการ บริการจัดส่งยา ฉีดวัคซีน และเจาะเลือด ให้แก่ ผู้ป่วยที่บ้าน และบริการปรึกษาแพทย์ผ่านวิดีโอ คอนเฟอร์เรนซ์ ซึ่งบริการนี้พัฒนาขึ้นโดยมี วัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ป่วย ที่มีความวิตกกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาด ไม่กล้าเดินทางมารับบริการในโรงพยาบาล หรือ ผู้ที่มีความเสี่ยงต่ออาการรุนแรงหากได้รับเชื้อ เช่น ผู้สูงอายุ ผู้มีโรคเรื้อรัง หรือผู้ที่เดินทาง ไม่สะดวก เป็นต้น นอกจากนี้ การปิดสนามบิน ส่งผลให้ผู้ป่วยต่างชาติไม่สามารถเดินทางมารับ บริการได้ตามปกติ โรงพยาบาลจึงขยายบริการ ปรึกษาแพทย์ผ่านระบบวิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ ไปยังกลุ่มผู้ป่วยต่างชาติและการจัดส่งยาให้ ผู้ป่วยที่พำนักในต่างประเทศโดยถือปฏิบัติตาม กฎหมายของแต่ละประเทศอย่างเคร่งครัด
- จัดแคมเปญพิเศษเพื่อช่วยเหลือด้านค่าใช้จ่ายแก่ ผู้ป่วยชาวไทย เช่น โครงการรถพยาบาล 100 บาท โครงการลดราคาค่าห้องพัก 50% โครงการ ลดค่าบริการการตรวจวินิจฉัยโดยเครื่องมือแพทย์ พิเศษให้เท่ากับราคากรมบัญชีกลาง เป็นต้น
- ร่วมมือกับโรงแรม เมอเวนพิค บีดีเอ็มเอส เวลเนส รีสอร์ท ในโครงการ Alternative State Quarantine (ASQ) รับผู้ที่กลับจากต่างประเทศเพื่อแยกตัว 14 วัน
- รับเป็น Alternative Hospital Quarantine (AHQ) รักษาผู้ป่วยต่างชาติในกลุ่ม Medical Hub หลังจาก รัฐบาลมีนโยบายเปิดประเทศ วันที่ 1 กรกฎาคม 2563

ขณะเดียวกันโรงพยาบาลให้ความสำคัญกับ **การบริหารค่าใช้จ่าย** โดยปรับลดและควมรวมพื้นที่บริการ เช่น จำกัดพื้นที่ให้บริการผู้ป่วยนอกในแต่ละอาคารให้เหลือเพียงชั้น 1 และ 2 ปรับพื้นที่ให้บริการผู้ป่วยในเหลือเพียงบางวอร์ด และปิดพื้นที่ในชั้นที่ไม่ใช้งาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค เช่น น้ำ ไฟฟ้า เป็นต้น มีการปรับตารางการออกตรวจของแพทย์ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมยิ่งขึ้น จัดตารางการออกตรวจให้สัมพันธ์กับปริมาณผู้ป่วยในแต่ละวัน ลดเวลาการออกตรวจของแพทย์ อย่างไรก็ตาม แม้จะปรับลดเวลาการตรวจของแพทย์แต่โรงพยาบาลยังคงจัดแพทย์ On Call เพื่อให้บริการในกรณีฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง ตามมาตรฐานเดิม นอกจากนี้ ได้มุ่งเน้นการบริหารอัตรากำลังพนักงานให้เหมาะสมกับปริมาณงาน บริหารจัดการวันลาของพนักงานให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสม ลดการว่าจ้างพนักงาน Part-time และชะลอการรับพนักงานใหม่

โรงพยาบาลมีการเจรจากับบริษัทคู่ค้า เช่น บริการทำความสะอาด บริการรักษาความปลอดภัย บริการจอดรถลูกค้า บริการโทรศัพท์ เพื่อขอปรับลดค่าบริการให้สอดคล้องกับปริมาณงานที่ลดลง รวมทั้งประสานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อขอผ่อนปรนค่าใช้จ่ายตามนโยบายรัฐบาล เช่น การขอยกเว้นการเช่าพื้นที่ในสนามบินสุวรรณภูมิ การขอยกเว้นการเช่าป้ายจราจรบอกทิศทาง เป็นต้น

ในด้านการสื่อสารช่วงที่เกิดวิกฤต โรงพยาบาลได้จัดทำสื่อเพื่อให้ความรู้ด้านการป้องกันการติดเชื้อและมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดในโรงพยาบาล รวมถึงแผนการปรับตัวทางธุรกิจผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น Facebook Podcast เป็นต้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการและผู้ถือหุ้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการดูแลบรรเทาผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่

พนักงาน: จัดหาอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อให้แก่แพทย์พยาบาล และบุคลากรอย่างเพียงพอ เน้นย้ำบุคลากรให้ปฏิบัติตามมาตรการ Social Distancing ขณะเดียวกันได้จัดให้มีบริการด้านจิตเวชเพื่อให้คำปรึกษาและเยียวยาปัญหาทางจิตใจและความเครียดแก่พนักงาน นอกจากนี้โรงพยาบาลมีการจัดกิจกรรม B+ Market เพื่อจัดสรรพื้นที่ให้พนักงานสามารถออกกนูทขายของ รวมถึงช่องทางการขายของผ่านไลน์ OpenChat เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานมีรายได้เสริม อีกทั้งมีการจัดหลักสูตรให้ความรู้ด้านการบริหารการเงินในสถานการณ์ COVID-19 รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความเดือดร้อนด้านการเงินสามารถขอความช่วยเหลือผ่านแผนกทรัพยากรบุคคล

ลูกค้า: จัดแคมเปญพิเศษเพื่อช่วยเหลือด้านค่าใช้จ่ายแก่ผู้ป่วยชาวไทย เช่น โครงการรถพยาบาล 100 บาท โครงการลดราคาค่าห้องพัก 50% โครงการลดค่าบริการการตรวจวินิจฉัยโดยเครื่องมือแพทย์พิเศษให้เท่ากับราคากรมบัญชีกลาง เป็นต้น ตลอดจนเพิ่มบริการ Bangkok Hospital Delivery เพื่อลดโอกาสการเดินทางมาโรงพยาบาล ลดโอกาสสัมผัสเชื้อโรค และเพิ่มความสะอาดให้แก่ผู้ป่วย

คู่ค้า: ยกเว้นค่าเช่าพื้นที่ให้แก่ร้านค้าที่เช่าพื้นที่ขายของในโรงพยาบาล เป็นระยะเวลา 3 เดือน และจัดอบรมความรู้ด้านการป้องกันตนเองให้กับพนักงานบริษัท Subcontract ที่ปฏิบัติงานภายในโรงพยาบาล

ผู้ถือหุ้น: มีการกำหนดแนวปฏิบัติสำหรับการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 เพื่อดูแลสุขอนามัยของผู้ถือหุ้นและป้องกันความเสี่ยงจากโรคระบาด นอกจากนี้ บริษัทยังมีแนวปฏิบัติสำหรับการจัดกิจกรรมด้านนักลงทุนสัมพันธ์กรณีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

ชุมชนและสังคม: จัดทำสื่อเพื่อให้ความรู้ด้านการป้องกันการติดเชื้อและมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดในโรงพยาบาล รวมถึงแผนการปรับตัวทางธุรกิจ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ มีการผลิตหน้ากากอนามัยผ้า แจกจ่ายให้แก่ตำรวจที่ปฏิบัติงานในท้องที่เพื่อลดการกระจายเชื้อไวรัส นอกจากนี้ บุคลากรของโรงพยาบาลได้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงานโรงแรมบริเวณใกล้เคียงเกี่ยวกับวิธีการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อและวิธีการทำความสะอาดอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างถูกวิธี

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

จากการประเมินสถานการณ์การแพร่ระบาดบริษัทคาดการณ์ว่าผลประกอบการและผู้รับบริการจะกลับมาสู่ภาวะปกติภายใน 1.5 ปี หรือหลังจากสามารถผลิตวัคซีนสำเร็จ จึงมีการจัดทำ**แผนระยะสั้น** โดยมุ่งเพิ่มกลุ่มลูกค้าประกัน กลุ่มลูกค้าองค์กร โดยเน้นการให้บริการด้านอาชีวอนามัย (Occupational Medicine) และ Primary Healthcare เตรียมพร้อมรองรับการเป็น Medical Hub เมื่อได้รับการอนุญาตจากรัฐบาล รวมถึงพัฒนาบริการในรูปแบบที่ผู้รับบริการหรือผู้ป่วยใช้เวลาในโรงพยาบาลน้อยที่สุดหรือไม่ต้องเดินทางมาด้วยตนเองทุกครั้ง

บริษัทกำหนดและจัดลำดับความสำคัญเรื่องเร่งด่วนที่บริษัทต้องมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อช่วยในการฟื้นฟูให้การดำเนินงานของธุรกิจกลับมาเป็นปกติได้โดยเร็ว ประกอบด้วย 4 เรื่องหลัก ได้แก่ 1) การบริหารอัตรากำลังอย่างมีประสิทธิภาพและติดตามผลอย่างใกล้ชิด 2) การ Upskill และ Reskill พนักงาน เพื่อเพิ่มพูนทักษะและความรู้ 3) เน้นการให้บริการที่ดี เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ สร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ 4) ปรับปรุงกระบวนการบริการให้มีประสิทธิภาพ เน้นความคล่องตัว ลดระยะเวลาของผู้ป่วยในโรงพยาบาล

บริษัทยังได้วิเคราะห์ New Normal ของอุตสาหกรรมที่จะเกิดขึ้นภายหลังสถานการณ์วิกฤต COVID-19 ในครั้งนี้ กล่าวคือ **เมื่อประชาชนจำเป็นต้องมีการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)** โรงพยาบาลอาจจะให้บริการผู้ป่วยได้ในจำนวนที่ลดลงในพื้นที่จำกัด ขณะเดียวกันเมื่อมีโรคระบาดใหม่เกิดขึ้น ประชาชนจะใส่ใจดูแลตนเองมากขึ้น การให้บริการในเชิงป้องกันโรคจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ดังนั้น การนำเทคโนโลยีมาบริหารจัดการและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการและให้ผู้ป่วยใช้เวลาในโรงพยาบาลน้อยที่สุดเป็นวิธีแก้ปัญหาที่ตอบโจทย์ New Normal นี้ รวมถึงปรับตัวโดยมุ่งเน้นการบริการดูแลสุขภาพและป้องกันโรค (Preventive Medicine) เช่น การฉีดวัคซีน การส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น

BEM

บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์

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

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษ
และบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชน
ด้วยรถไฟฟ้า รวมถึงธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์

การดำเนินการของ บริษัท เพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทให้ความสำคัญในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตรายร้ายแรงมาอย่างต่อเนื่องก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-19 จากประสบการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่ออื่น ๆ เช่น SARS เป็นต้น โดยบริษัทได้จัดทำระเบียบปฏิบัติงาน เรื่อง การป้องกันและควบคุมโรคติดต่ออันตรายที่อาจส่งผลกระทบต่อพนักงาน ผู้รับเหมา ตลอดจนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการในระบบ โดยระบียบดังกล่าวมีการระบุถึงมาตรการในการป้องกันและควบคุมโรคติดต่ออันตราย ครอบคลุมถึงมาตรการ การสื่อสาร การวางแผนรับมือการป้องกัน และการแก้ไข พร้อมทั้งได้จัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) ไว้ก่อนการระบาดของ COVID-19 ที่สำคัญ บริษัทได้ขอความร่วมมือจากผู้บริหารและพนักงานให้ เฝ้าระวังและปฏิบัติตามมาตรการป้องกันอย่างเคร่งครัด โดยให้งดการลาหยุดพักผ่อนประจำปี เพื่อเดินทางไปต่างจังหวัดในช่วงเดือนพฤษภาคม 2563 งดการเข้าร่วมกิจกรรมการสังสรรค์หรือเข้าไปในพื้นที่เสี่ยง สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาเมื่อต้องอยู่ร่วมกับผู้อื่น การรักษา ระยะห่าง และหมั่นทำความสะอาดมือด้วยการล้างมือ



บริษัทได้ติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคปอดอักเสบติดเชื้อไวรัส COVID-19 ตั้งแต่ในช่วงต้นที่มีการแพร่ระบาดจากต่างประเทศ โดยพิจารณาสถานการณ์การระบาดทั้งในประเทศและต่างประเทศจากจำนวนผู้ติดเชื้อ อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ติดเชื้อ การรายงานและข้อแนะนำของกรมควบคุมโรค โดยบริษัทนำมาประเมินเพื่อกำหนดระดับมาตรการที่ต้องดำเนินการ ต่อมาบริษัทได้จัดทำมาตรการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในระบบรถไฟฟ้ามุ่งมีความเหมาะสมต่อสถานการณ์และระดับการระบาดเพื่อรับมือกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโรคได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ โดยระบุนโยบายปฏิบัติสำหรับพนักงานและผู้รับเหมาในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ทั้งสิ้น 9 ฉบับ พร้อมทั้งมีการปรับมาตรการต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดในช่วงนั้น ๆ โดยในแต่ละมาตรการที่ถูกกำหนดขึ้นมาจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการความปลอดภัย อันประกอบด้วยผู้บริหารในส่วนงานต่าง ๆ ซึ่งประชุมเพื่อติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดเป็นประจำทุกวันในช่วงที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อภายในประเทศสูง

ในด้านการให้บริการ บริษัทมีการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) เพื่อเตรียมความพร้อมต่อสถานการณ์ฉุกเฉินกรณีเกิดโรคระบาดร้ายแรงในพื้นที่ให้บริการและพื้นที่ปฏิบัติงาน โดยแผนดังกล่าวจะใช้เป็นแนวทางการตัดสินใจในการกำหนดหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การวางแผนบริหารทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ในแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ ตลอดจนการกำหนดแผนการกอบกู้สถานการณ์ให้สู่สภาพเดิมและแนวทางการดำเนินธุรกิจ โดยกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารในการรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาด ซึ่งคณะกรรมการความปลอดภัย ประกอบด้วย ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการและผู้อำนวยการ เป็นคณะกรรมการที่รับผิดชอบหลักในการติดตามสถานการณ์ วางแผนและกำหนดมาตรการในการรับมือ รวมถึงการรายงานให้ผู้บริหารระดับสูงทราบในช่วงที่การระบาดในประเทศ ซึ่งความถี่ของการประชุมขึ้นอยู่กับสถานการณ์ โดยมีการประชุมทุกวันในช่วงที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อภายในประเทศสูง

บริษัทได้ออกมาตรการต่าง ๆ รวมถึงดำเนินการตามแผน BCP โดยพิจารณาจากสถานการณ์ซึ่งครอบคลุมในทุกด้านทั้งการรักษาระดับการให้บริการเพื่อให้สามารถดำเนินการตามมาตรการ Social Distancing ของภาครัฐ การป้องกันการแพร่ระบาดในระบบ การดูแลพนักงานเพื่อลดโอกาสในการติดเชื้อ เช่น การแจกจ่ายอุปกรณ์ป้องกันแบ่งทีมแยกพื้นที่ปฏิบัติงาน รวมถึงข้อปฏิบัติเมื่อพบผู้ติดเชื้อภายในพื้นที่ รวมถึงมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการทำ Contact Tracing และประสานงานกับกรมควบคุมโรคในการแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในการรับมือกับการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 บริษัทกำหนดโครงสร้างการตอบสนองต่อเหตุการณ์โดยมีคณะกรรมการความปลอดภัย ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญการจัดการ และผู้อำนวยการที่เกี่ยวข้องเป็นคณะกรรมการที่รับผิดชอบหลักในการติดตามสถานการณ์วางแผนและกำหนดมาตรการในการรับมือ รวมถึงการรายงานให้ผู้บริหารระดับสูงทราบ ทั้งนี้ เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดมีความรุนแรงขึ้น คณะกรรมการจัดการวิกฤตการณ์ (Crisis Management Committee: CMC) ถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีกรรมการผู้จัดการ รองกรรมการผู้จัดการ และผู้เชี่ยวชาญการจัดการเป็นกรรมการและมีหน้าที่ครอบคลุมในเรื่อง

- การตัดสินใจอนุมัติใช้แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ กรณีเกิดโรคร้ายแรงในระบบรถไฟฟ้า
- การให้ความเห็นชอบในการกำหนดกลยุทธ์และทิศทางในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งสั่งการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ
- การตัดสินใจ อนุมัติ และสั่งการมาตรการต่าง ๆ ในการบริหารภายในธุรกิจรถไฟฟ้าจากข้อมูลการประเมินสถานการณ์โรคร้ายแรง

- การกำกับดูแลการดำเนินการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ
- การเป็นศูนย์กลางในการให้ข่าวสาร แถลงแนวทางการดำเนินธุรกิจร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแล (รฟม.) และรัฐบาล

นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานความปลอดภัยและคุณภาพซึ่งทำหน้าที่ในการติดตามสถานการณ์โรคระบาดในทุกวันแม้ไม่มีกรณีระบาดใด ๆ และเป็นผู้รวบรวมข้อมูลกำหนดมาตรการเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามแผนและมาตรการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจัดการประชุมคณะกรรมการความปลอดภัย และ CMC ตามสถานการณ์ (และ Trigger Point) เพื่อประสานงานกับหน่วยงานรัฐในการสอบสวนโรค (Contact Tracing)

บริษัทยังยกระดับมาตรฐานการให้บริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ เช่น การเพิ่มความถี่ของขบวนรถในช่วงเร่งด่วนเพื่อไม่ให้เกิดความแออัดในขบวนรถ จัดทำมาตรการ Social Distancing ภายในสถานี ปรับรูปแบบการให้บริการของพนักงานเพื่อลดความเสี่ยงการติดเชื้อ จัดทำมาตรการในการดูแลสุขภาพของพนักงานและผู้รับเหมา เช่น ให้พนักงานทุกคนใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือ มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าทำงาน การติดตามอาการป่วยของพนักงานหรือผู้รับเหมาที่เข้าข่ายเป็นผู้ติดเชื้อ เป็นต้น

บริษัทยังจัดให้มีหน่วยงานทำหน้าที่ในสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับโรคร้ายแรงทั้งภายในและภายนอกขององค์กร ได้แก่ ผู้มาติดต่อและบริษัทผู้รับเหมา ให้ทราบถึงระดับการระบาดของโรคร้ายแรง การใช้แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ มาตรการจัดการโรค COVID-19 พร้อมทั้งขอความร่วมมือจากผู้รับเหมาให้ปฏิบัติตามมาตรการที่ BEM กำหนด และร้องขอให้จัดส่งมาตรการป้องกันโรคระบาด พร้อมทั้งแจ้งผลการติดเชื้อโรคร้ายแรงของพนักงานที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานโครงการรถไฟฟ้าให้บริษัททราบ

สำหรับผู้โดยสารหรือผู้ใช้บริการระบบรถไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นหนึ่งในผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร มีหน่วยงาน ฝ่ายประชาสัมพันธ์และพัฒนาเชิงพาณิชย์เป็นผู้ดำเนินการ ในการสื่อสารให้ผู้โดยสาร สื่อมวลชน และสาธารณชน ทราบถึงมาตรการป้องกัน/ควบคุมเชื้อโรคระบาดร้ายแรง ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิธีการทำความสะอาดเชื้อไวรัสในสถานี รถไฟฟ้า วิธีการตรวจคัดกรองก่อนเข้าระบบรถไฟฟ้า แผนการเดินทาง และแนวทางการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ นอกจากนี้ บริษัท ได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อรณรงค์และสื่อสารข้อมูล วิธีการป้องกันและดูแลสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจในช่วง การระบาดของโรค และชีวิตแบบ New Normal ที่เปลี่ยนไป ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ โปสเตอร์, Line, Facebook Website รวมทั้งสื่อประชาสัมพันธ์บนจอ PIDs (Passengers Information Display) ภายในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคลและสายฉลองรัชธรรมทั้งหมด 53 สถานี

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการประเมินผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ดังนี้

พนักงาน: บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงานโดยมีการติดตามอาการของพนักงานที่ลาหยุดหลังจากเดินทางกลับจากต่างประเทศ รวมถึงพนักงานหรือผู้ใกล้ชิดของพนักงานที่มีอาการป่วยเข้าข่ายเป็นผู้ติดเชื้อซึ่งต้องวัดอุณหภูมิและสวมใส่หน้ากากอนามัยโดยแจ้งผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบทุกวัน รวมทั้งจัดหาอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อแจกจ่ายให้กับพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทยังให้การช่วยเหลือด้านการเงินแก่พนักงาน เช่น การช่วยเหลือค่ารักษาพยาบาลกรณีติดเชื้อ การทำกรมธรรม์ COVID-19 ให้แก่พนักงาน ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายการเลิกจ้างหรือปรับลดเงินเดือน/สวัสดิการของพนักงานอันเนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19

ลูกค้า: บริษัทตระหนักถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้โดยสารและพนักงานทุกคน พร้อมสร้างความเชื่อมั่นให้กับทั้งภาครัฐและประชาชนผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT โดยจัดทำโครงการ “Healthy Journey with BEM” เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และรองรับมาตรการผ่อนปรนของรัฐบาล ดังนี้

- ประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารให้ผู้โดยสารเข้าใจในมาตรการต่าง ๆ ในการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า MRT โดยขอความร่วมมือในการสวมหน้ากาก ล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ และรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) บริเวณสถานีและในรถไฟฟ้าเพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสารและส่วนรวม
- แจกหน้ากากผ้าจำนวน 1 ล้านชิ้นให้กับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT ในเดือนมิถุนายน-สิงหาคม 2563 เพื่อส่งเสริมการสวมหน้ากากอนามัยเมื่อมาใช้บริการรถไฟฟ้า รวมถึงแจกจ่ายให้กับชุมชน โรงเรียนโดยรอบเส้นทางรถไฟฟ้าและทางด่วน เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส COVID-19

บริษัทได้กำหนดมาตรการรักษาความสะอาดภายในระบบรถไฟฟ้าและบริเวณสถานี เช่น การฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อภายในขบวนรถไฟฟ้าในช่วงเวลาเร่งด่วน และภายในสถานีรถไฟฟ้า เพิ่มจุดให้บริการแอลกอฮอล์เจลทำความสะอาดอย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ตั้งแต่ผู้โดยสารเข้ามาในสถานีจนถึงออกจากสถานี

ทั้งนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้าง บริษัทมีความห่วงใยประชาชนในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จึงมีส่วนร่วมในการแบ่งเบาภาระค่าครองชีพของประชาชน ด้วยการคงอัตราค่าโดยสารรถไฟฟ้า MRT “สายสีน้ำเงิน” ไว้ในอัตราเดิม คือ เริ่มต้น 16 บาท สูงสุด 42 บาท ต่อเนื่องไปจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 63 จากที่กำหนดให้มีการปรับขึ้นในวันที่ 2 กรกฎาคม 2563 ตามสัญญาสัมปทานของรถไฟฟ้า MRT สายสีน้ำเงิน ในส่วนของทางด่วน BEM ยกเว้นค่าผ่านทางพิเศษในทางด่วน 3 สาย “ทางพิเศษเฉลิมมหานคร-ศรีรัช-อุดรรัถยา” ทุกวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งปัจจุบันกำหนดไว้ 19 วัน นอกจากนี้ BEM ยังได้ลดค่าผ่านทางพิเศษที่ “ด่านอาจรังค์ 1” จากทางพิเศษฉลองรัชเข้าทางด่วนชั้นที่ 1 ไปบางนา ในอัตรา 25 บาท ต่อเที่ยว สำหรับรถทุกประเภทเป็นเวลา 1 ปี ซึ่งมีผลตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2563 - 30 มิถุนายน 2564

ลูกค้า: กรณีลูกค้าแจ้งขอผ่อนผันการส่งสินค้าหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานเนื่องจากได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 หากการส่งสินค้าหรือการดำเนินงานนั้น ๆ มีการกำหนดค่าปรับกรณีส่งมอบล่าช้าไว้ บริษัทจะพิจารณายกเว้นหรือลดหย่อนค่าปรับให้กับลูกค้าตามความเหมาะสม

ผู้ถือหุ้น: ภายใต้สถานการณ์ COVID-19 บริษัทได้ดำเนินการตามมาตรการป้องกันตามคำสั่งศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 อย่างเคร่งครัด ได้แก่ ขอความร่วมมือผู้ถือหุ้นมอบฉันทะให้กรรมการอิสระของบริษัทเข้าประชุมแทนการเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง การตั้งจุดตรวจคัดกรองผู้ถือหุ้น การจัดที่นั่งโดยเว้นระยะห่าง 1 เมตรต่อ 1 ที่นั่ง การกำหนดให้มีการเช็กอิน-เช็กเอาท์บน Application ไทยชนะก่อนการลงทะเบียนเข้าร่วมการประชุม และกำหนดให้ผู้เข้าร่วมประชุมต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่จัดประชุม นอกจากนี้ จากการที่บริษัทเลื่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 บริษัทได้พิจารณาการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลแทนการจ่ายเงินปันผลประจำปีให้กับผู้ถือหุ้น เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ถือหุ้นจากการเลื่อนการประชุมดังกล่าว

ชุมชนและสังคม: บริษัทมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนหรือสังคมจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เช่น ร่วมกับ บมจ. ช.การช่าง และ บมจ. ทีทีดับบลิว ร่วมมอบเงินรวม 10,000,000 บาท แก่มูลนิธิชัยพัฒนา เพื่อสมทบกองทุนชัยพัฒนาสู้ภัยโควิด 19 (และโรคระบาดต่างๆ) เพื่อร่วมช่วยเหลือโรงพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์ในการซื้ออุปกรณ์และสิ่งของที่มีความจำเป็นในการรักษาผู้ป่วย COVID-19 และมอบให้แก่กองทุนเพื่อการศึกษาและจัดซื้อเครื่องมือแพทย์ ภายใต้โครงการป้องกันและช่วยเหลือสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี

บริษัทได้จัดกิจกรรมมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่มีผลการเรียนดี ทุนพัฒนาโรงเรียน และอุปกรณ์ป้องกัน COVID-19 ภายใต้โครงการ “Healthy Journey with BEM” ให้กับโรงเรียนใกล้เคียงทางพิเศษศรีรัช ทางพิเศษอุดรรัถยาและทางพิเศษศรีรัช-วงแหวนรอบนอกฯ จำนวน 24 โรงเรียน นอกจากนี้ บริษัทยังได้มอบอุปกรณ์ป้องกัน COVID-19 แก่โรงเรียนรอบเส้นทางรถไฟฟ้า MRT จำนวน 56 โรงเรียน โรงพยาบาลศิริราช ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก โรงพยาบาลรามาธิบดี กรมวิทยาศาสตร์ทหารบก (วศ.ทบ.) และสำนักงานเขต จำนวน 23 แห่ง รวมถึงชุมชนรายรอบสถานี เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนรอบข้างทางพิเศษและเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือชุมชนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมทั้งบริจาคเงินสนับสนุนเพื่อช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 โดยจัดทำเป็นถุงยังชีพจำนวน 1,000 ถุง แจกชุมชนได้เขตทางพิเศษ เขตราชเทวี และเขตพญาไท

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้รับผลกระทบจาก COVID-19 อย่างมาก ในไตรมาสที่ 2 จากปกติที่บริษัทเคยมีรายได้ค่าโดยสาร 7-8 ล้านบาทต่อวัน แต่จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้รายได้ค่าโดยสารและผู้โดยสารลดลงร้อยละ 80-90 ซึ่งภายหลังจากภาครัฐมีมาตรการผ่อนปรน ผู้โดยสารเริ่มกลับมาใช้บริการประมาณ 3 แสนเที่ยวต่อวัน หรือประมาณร้อยละ 70 - 80 สำหรับทางพิเศษรายได้ค่าผ่านทางลดลงไปต่ำสุดร้อยละ 50 แต่ภายหลังจากที่มีการผ่อนปรนมาตรการต่าง ๆ และผู้ใช้บริการทางพิเศษกลับมาเร็วว่าการกลับมาของผู้โดยสารรถไฟฟ้า เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดเรื่องมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ใดๆก็ดี ในปัจจุบันก็ถือว่ารายได้ค่าผ่านทางกลับมาเป็นปกติแล้ว

ถึงแม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ครั้งนี้จะยุติลง บริษัทยังต้องมีการดำเนินการในการควบคุมและป้องกันโรคระบาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรับมือต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อร้ายแรงอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ ซึ่งอาจต้องมีการปรับแผนการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ให้เหมาะสมและสอดคล้องต่อสถานการณ์ภายในประเทศและต่างประเทศ

ทั้งนี้ จากการที่บริษัทดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการระบบขนส่งมวลชนโดยเฉพาะธุรกิจรถไฟฟ้า ซึ่งผู้โดยสารที่เดินทางด้วยรถไฟฟ้ามีความเสี่ยงต่อการระบาดของโรคระบาดร้ายแรง ส่งผลให้ผู้ใช้บริการอาจเกิดความวิตกกังวลและเกิดความระมัดระวังในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยในประเด็นดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานด้านธุรกิจ

ดังนั้น บริษัทจึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกันเพื่อให้ผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการและการดำเนินธุรกิจโดยต้องปฏิบัติตามมาตรการด้านสุขอนามัยอย่างเคร่งครัด ใดๆก็ตาม บริษัทตระหนักดีว่าจำนวนผู้โดยสารขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของผู้โดยสารต่อการใช้บริการระบบรถไฟฟ้า ดังนั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือการดำเนินการตามมาตรการด้านสาธารณสุขอย่างต่อเนื่อง และสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของระบบรถไฟฟ้า

บริษัทมีการทำความเข้าใจและวิเคราะห์รูปแบบการใช้ชีวิตแบบใหม่ New Normal ตามมาตรการสาธารณสุขของผู้โดยสาร เช่น การลดการไปที่ชุมชนที่แออัด และ Work From Home เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อจำนวนผู้โดยสาร ดังนั้น บริษัทจึงมีการปรับเป้าหมายและผลการดำเนินงานให้เหมาะสมตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นต่อไป

BJC

บริษัท เบลูส์ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชย

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

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจใน 5 กลุ่ม ได้แก่

- 1 กลุ่มสินค้าและบริการทางการค้าปลีกสมัยใหม่
- 2 กลุ่มสินค้าและบริการทางบรรจุภัณฑ์
- 3 กลุ่มสินค้าและบริการทางอุปโภคบริโภค
- 4 กลุ่มสินค้าและบริการทางเวชภัณฑ์และทางเทคนิค
- 5 กลุ่มธุรกิจอื่นๆ - ดำเนินกิจการเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกต่าง ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแสวงหาโอกาสในการควบรวม การซื้อกิจการ รวมถึงการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทมีคณะกรรมการจัดการความเสี่ยงและหน่วยงานบริหารความเสี่ยงที่รับผิดชอบในการประเมินและกำหนดแนวทางจัดการความเสี่ยงขององค์กรร่วมกับหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ของกลุ่มบริษัทอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน และความเสี่ยงด้านกฎหมาย และกฎระเบียบต่าง ๆ ดังนั้น ตั้งแต่ช่วงต้นสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคที่ประเทศจีนและผลกระทบในด้านต่าง ๆ ที่อาจเกิดต่อบริษัทได้

บริษัทประเมินความเสี่ยง ผลกระทบ และแนวทางการจัดการไว้เบื้องต้น เช่น ความเสี่ยงที่จะเกิดจากคู่ค้าที่อยู่ในประเทศจีนซึ่งส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานหรือสินค้า รวมถึงมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เมื่อสถานการณ์เริ่มคลี่คลายมาถึงประเทศไทยและเกิดความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น บริษัทมีการเตรียมมาตรการรองรับต่าง ๆ อย่างทันก่วงที่ทั้งมาตรการดูแลเรื่องสุขอนามัยของลูกค้าและพนักงานที่เข้ามาในพื้นที่ มาตรการ Work From Home การจัดตั้งทีมงานเพื่อติดตามและรับมือกับสถานการณ์ โดยเฉพาะ การนำมาตรการ BCM และแผนรับมือสภาวะวิกฤตมาใช้ โดยปรับให้เข้ากับสถานการณ์ รวมถึงการสื่อสารข้อมูลที่เป็นให้แก่พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและทันเวลา



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีการวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจและวางแผนรับมืออย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับสถานการณ์ รวมถึงมีการแต่งตั้งคณะทำงานบริหารงานในภาวะวิกฤต เพื่อดูแล ติดตามข้อมูลข่าวสาร และจัดการเหตุฉุกเฉิน ศึกษาและปฏิบัติตามประกาศและคำสั่งของกระทรวงสาธารณสุข คณะกรรมการโรคติดต่อแห่งชาติ และกรมควบคุมโรค ติดตามรายงานสถานการณ์รายวันจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างทัน่วงที

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้พนักงานบางส่วนต้องปฏิบัติงานแบบ Work From Home บริษัทได้จัดเตรียม Notebook และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะสำหรับพนักงาน โดยคำนึงถึงการรั่วไหลของข้อมูลที่สำคัญไปยังอุปกรณ์ภายนอก ดังนั้น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจึงนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อการสนับสนุนการทำงานแบบ Work From Home เช่น การส่ง/รับข้อมูลผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การประชุมผ่านระบบออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในการทำงานที่อาศัยระบบเทคโนโลยี บริษัท**ตระหนักถึงปัญหา Cyber Security**

ซึ่งเป็นภัยคุกคามสำคัญ หน่วยงานสารสนเทศได้มีการป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ ทั้งที่เป็นการควบคุมโดยปกติ (Existing Control) และการควบคุมที่ดำเนินการเพิ่มเติม (เฉพาะสถานการณ์ปัจจุบันและจะยกเลิกเมื่อสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ) สำหรับการใช้งาน VPN มีการตั้งค่ากลุ่ม VPN พิเศษให้ผู้ใช้งานที่เป็น Normal User (ผู้ใช้งานปกติที่ไม่ได้รับอนุญาตให้ใช้ VPN) โดยมีการควบคุมปลายทางและจะถูกปิดการใช้งานเมื่อสถานการณ์กลับสู่สภาวะปกติ

ในส่วน**การดูแลพนักงาน**นั้น บริษัทมีมาตรการดูแลพนักงานให้มีความปลอดภัยและกำหนดแนวทางปฏิบัติตนที่ถูกต้องในช่วงสถานการณ์การระบาด มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับพนักงาน มีมาตรการรองรับที่จำเป็น เช่น การเว้นระยะห่าง จัดหาอุปกรณ์ป้องกันต่าง ๆ เพิ่มวงเงินค่ารักษาพยาบาลให้พนักงานกรณีติดเชื้อ COVID-19 การให้สิทธิซื้อประกันราคาพิเศษ นอกจากนี้ บริษัทได้มีการปรับปรุงและสื่อสารนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่จำเป็นในสภาวะวิกฤต เพื่อให้พนักงานนำไปปฏิบัติ ได้แก่ นโยบายความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) แผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน (Contingency Plan) และมาตรการฟื้นฟูธุรกิจ (Recovery Plan)

บริษัทมีการติดตามสถานการณ์ของคู่ค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อให้มีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการผลิตของโรงงาน และมีสินค้าที่เพียงพอต่อการจำหน่ายในธุรกิจค้าปลีก โดยในส่วนของ**โรงงาน** บริษัทกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อรักษาสุขอนามัยของพนักงานอย่างเคร่งครัดและลดผลกระทบที่จะเกิดกับการผลิตให้น้อยที่สุด เพื่อให้มีสินค้าที่เพียงพอต่อลูกค้า โดยเฉพาะโรงงานที่ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น

ในส่วนของ**การค้าปลีก** บริษัทได้ปรับรูปแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในช่วงสถานการณ์ เช่น เพิ่มช่องทางออนไลน์และโทรศัพท์ในการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า (Call for Shop และ BigC Shopping Online) บริการส่งสินค้าให้ถึงรถของลูกค้า (Drive-through) เพื่อลดความเสี่ยงให้ลูกค้า อีกทั้งยังจัดหาสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการและมีมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 เช่น กำหนดช่องชำระเงินพิเศษให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความเสี่ยง การตรวจคัดกรองลูกค้าและบุคคลต่าง ๆ ที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ ดูแลรักษาความสะอาดและสุขอนามัยของพื้นที่ กำหนดระยะ Social Distancing ในทุกพื้นที่ส่วนรวม เป็นต้น

ด้านการขนส่งสินค้า บริษัทมีการจัดเตรียมการขนส่งที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น การขอใบอนุญาตในช่วงเคอร์ฟิว มีการจัดเตรียมรถและพนักงานให้เพียงพอเพื่อกระจายสินค้าไปถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้และช่วยบรรเทาผลกระทบให้กับผู้บริโภค

ด้านสภาพคล่องและสถานะการเงินของบริษัท

จากปัจจัยลบต่าง ๆ เช่น การขาดรายได้ในขณะที่ยังคงมีต้นทุนคงที่ กระแสเงินสดมีแนวโน้มติดลบ สินค้าคงค้างที่ไม่สามารถทำการส่งมอบได้ และการผัดผ่อนชำระหนี้ ทำให้บริษัทต้องทบทวนแผนการใช้จ่ายเงิน การรักษาสภาพคล่องทางการเงินในช่วงสถานการณ์ การเจรจากับเจ้าหนี้ สถาบันการเงิน การผ่อนปรนเงื่อนไขสินเชื่อและดอกเบี้ยจ่าย การพักชำระหนี้ การพิจารณาตัดหรือลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ทบทวนแผนการใช้จ่ายเงิน โดยเฉพาะการรักษาสภาพคล่องทางการเงินในสถานการณ์ที่มีความผันแปรสูง รวมทั้งมาตรการทางการเงินต่าง ๆ ที่จำเป็นในระยะสั้น มีการทดสอบภาวะวิกฤตเพื่อตรวจยืนยันความเข้มแข็งทางการเงิน และพิจารณาจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ (Contingency Plan) ให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในระยะยาว

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทให้ความช่วยเหลือและการบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: บริษัทมีมาตรการช่วยเหลือพนักงานในด้านต่าง ๆ มีการแจกจ่ายอุปกรณ์ป้องกัน และเพิ่มสวัสดิการพิเศษให้พนักงาน (ช่วงสถานการณ์ COVID-19) เช่น เพิ่มวงเงินค่ารักษาพยาบาลกรณีที่พนักงานติดเชื้อ การให้สิทธิซื้อประกัน COVID-19 ในราคาพิเศษ การกำหนดมาตรการดูแลสุขอนามัยในออฟฟิศ การอนุญาตให้ทำงานแบบ Work From Home เพื่อลดความเสี่ยง เป็นต้น

ลูกค้า: บริษัทมีมาตรการเพื่อดูแลสุขอนามัยในพื้นที่ที่ให้บริการลูกค้าอย่างเหมาะสม การปรับช่องทางการเข้าถึงลูกค้า การขาย การบริการ และการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น การให้ข้อมูลเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าสามารถมารับสินค้าที่สาขาโดยไม่ต้องเข้าไปในตัวอาคาร เป็นต้น

คู่ค้า: บริษัทที่มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนและจัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือ Supplier ที่ประสบปัญหาในการขายสินค้า เช่น

- เทศกาลผลไม้สดจากสวน จัดโดย บิ๊กซีฟู้ดเพลส เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบสินค้าล้นตลาด จากการไม่สามารถส่งออกสินค้าในสภาวะวิกฤตการณ์ COVID-19 ได้
- โครงการความร่วมมือระบายสินค้าเกษตรและผลไม้ บิ๊กซีช่วยจำหน่ายผลไม้จากเกษตรกร เช่น จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน น่าน สุโขทัย ตราด จันทบุรี เป็นต้น โดยจำหน่ายผลไม้ที่เป็นผลผลิตเริ่มออกสู่ตลาด แต่ช่วง COVID-19 ทำให้ผลผลิตไม่สามารถส่งออกได้

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการประเมินผลกระทบในห่วงโซ่อุปทาน (โดยเฉพาะ Supplier ที่จัดหาวัตถุดิบหลัก) ในประเทศและต่างประเทศ และหาแนวทางการจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม รวมถึงพิจารณาแผนสำหรับการดำเนินการหลังเหตุการณ์สิ้นสุด มีการเจรจาต่อรองกับคู่ค้าเพื่อให้มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ ตลอดจนปรับปรุงข้อตกลงหรือเงื่อนไขบางอย่างให้เหมาะสมกับสถานการณ์เพื่อให้บริษัทและคู่ค้าสามารถรอดพ้นจากสภาวะวิกฤตได้

ผู้ถือหุ้น: บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาไว้ซึ่งคุณค่าในระยะยาวแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นในช่วงสถานการณ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ คือ การขาดรายได้ ในขณะที่ต้นทุนคงที่ยังอยู่คงเดิม บริษัทมีการทบทวนแผนการใช้จ่ายเงิน มุ่งเน้นการรักษาสภาพคล่องทางการเงินในช่วงสถานการณ์ที่มีความผันแปรสูง รวมทั้งใช้มาตรการทางการเงินอื่น ๆ ที่จำเป็น โดยรายงานให้ผู้ถือหุ้นได้รับทราบถึงแนวทางการจัดการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ชุมชนและสังคม: บริษัทผลิตสินค้าทางเวชภัณฑ์ เช่น แอลกอฮอล์ น้ำยาฆ่าเชื้อ เจลล้างมือ เป็นต้น และนำไปบริจาคให้หน่วยงานทางการแพทย์และชุมชนที่ต้องการความช่วยเหลือ รวมทั้งร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ เพื่อช่วยเหลือ

ประชาชน เช่น โครงการ “พาณิชย์ลดราคาเพื่อประชาชน” เพื่อลดค่าครองชีพให้กับประชาชน บรรเทาความเดือดร้อน โดยบริจาคสินค้าอุปโภคบริโภคให้หน่วยงาน ชุมชน และผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 รวมทั้งใช้เครือข่ายของกลุ่มบริษัทในการช่วยกระจายสินค้าจำเป็นเร่งด่วน สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าทางเวชภัณฑ์ไปทั่วประเทศไทย

นอกจากนี้ บริษัทร่วมบริจาคเครื่องอุปโภคบริโภค อุปกรณ์และเครื่องมือที่จำเป็น เช่น หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ วัสดุการแพทย์ ให้แก่โรงพยาบาลและชุมชนต่าง ๆ อีกด้วย

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีการประเมินสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือหลังเหตุการณ์ COVID-19 ยุติลง โดยมีการกำหนด Recovery Plan เพื่อฟื้นฟูธุรกิจจากสถานการณ์ มีการปรับกลยุทธ์ของบริษัทใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน โดยยังคงให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกิดจาก New Normal และหาวิธีจัดการอย่างเหมาะสมไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ปรับปรุงการให้บริการลูกค้าและการพัฒนาสินค้าที่เหมาะสมมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินงานและให้บริการลูกค้า ผลักดันช่องทางการขายออนไลน์ให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทมีแผนที่จะพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลแก่พนักงานเพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปได้เหมาะสม รวมถึงมีการติดตามสถานการณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตามผลการจัดการที่บริษัทกำหนดและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมรับสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันท่วงที

BTS

บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์

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

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจ 4 ประเภทหลัก ได้แก่

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

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

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



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

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

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

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

2 ธุรกิจสื่อโฆษณา ผลประกอบการในภาพรวมได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าวที่เริ่มระบาดตั้งแต่ต้นปี 2563 เป็นต้นมา รวมถึงจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจและการดำเนินชีวิตประจำวันที่ยุคชะงักลงชั่วคราว ทำให้หลายบริษัทที่เป็นกลุ่มลูกค้าตอบสนองต่อสถานการณ์ดังกล่าวอย่างรวดเร็ว และลดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาลงอย่างมากที่สุด เป็นประวัติการณ์ ส่งผลให้ธุรกิจสื่อโฆษณาได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

3 ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล ได้รับผลลบจากมาตรการดังกล่าวเช่นกันโดยเฉพาะธุรกิจบริการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ที่ต้องทำธุรกรรมแบบสัมผัส อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัทได้รับผลบวกจากการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ที่มีจำนวนธุรกรรมบนช่องทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น ในส่วนของธุรกิจโลจิสติกส์มีผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างรวดเร็วจากการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากในช่วงที่มีการใช้มาตรการ Stay-at-Home และ Lockdown

บริษัทยังคงตื่นตัวในการรับมือกับวิกฤตในครั้งนี้ โดยมีการติดตามผลของการระบาดนี้อย่างใกล้ชิด มีการจัดทำแผนบรรเทาสาธารณภัยเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงลดรายจ่ายบางส่วนเพื่อให้ก่อให้เกิดประสิทธิภาพด้านต้นทุน

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีมาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบ ดูแล และสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

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

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

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

ชุมชนและสังคม: กลุ่มบริษัทมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น

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

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

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

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

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



BWG

บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / บริการเฉพาะกิจ

<http://www.betterworldgreen.com>

ธุรกิจหลัก

ให้บริการบริหารและจัดการสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว
ปรับปรุงคุณภาพและฝังกลบสิ่งปฏิกูลที่เป็นอันตราย
บำบัดน้ำเสียและปรับปรุงคุณภาพสิ่งปฏิกูล
เพื่อเป็นเชื้อเพลิงทดแทนและวัตถุดิบทดแทน

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างทั่วโลก บริษัทมีการปรับกลยุทธ์ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด นอกจากการปรับกลยุทธ์ทางบริษัทยังติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นและได้วางแผนเตรียมการรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นหรือส่งผลกระทบต่อบริษัท เมื่อเกิดเหตุการณ์ภาวะเข้าสู่ขั้นวิกฤต บริษัทได้ออกมาตรการเริ่มต้นการควบคุมการแพร่ระบาดซึ่งเน้นย้ำเรื่องการรักษาสุขอนามัย การงดเดินทางในประเทศที่มีความเสี่ยง กำหนดให้มีการสวมใส่หน้ากากอนามัย รวมทั้งกำหนดทีมผู้บริหาร ออกเป็น 2 ทีม โดยทีมที่ 1 รับผิดชอบในการเตรียมความพร้อมด้านการให้บริการลูกค้า และ ทีมที่ 2 รับผิดชอบในการเตรียมความพร้อมสำหรับกระบวนการดำเนินงานภายในและการเฝ้าระวังสุขภาวะอนามัยของพนักงาน โดยแบ่งแผนการเตรียมการเป็น 2 ระยะ ดังนี้



1 **ระยะที่ 1 สถานการณ์การแพร่ระบาดติดเชื้อ**
ในประเทศไทยอยู่ใน Phase ที่ 1 บริษัทติดตามและรวบรวมข้อมูลของลูกค้าสำหรับแผนในการจัดการที่จะส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจ มีการปรับปรุงแผนการให้บริการกรณีที่มาตราการของทางภาครัฐมีผลต่อการให้บริการ ได้แก่ แผนการขนส่ง แผนการดำเนินงาน กระบวนการทำงานในแต่ละ Process ของธุรกิจ เป็นต้น รวมทั้งกำหนดแผนการให้บริการกรณีที่เกิดการติดเชื้อ COVID-19 ภายในบริษัท และแผนการลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ COVID-19 ของพนักงาน

2 **ระยะที่ 2 สถานการณ์การแพร่ระบาดติดเชื้อ**
ในประเทศไทยอยู่ใน Phase ที่ 2 บริษัทกำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยงในการติดเชื้อของพนักงาน วางแผนกำหนดวิธีการปฏิบัติงานเพื่อลดความเสี่ยงของพนักงาน ได้แก่ ลดความถี่ในการเดินทางมาทำงาน กำหนดการใช้ประโยชน์พื้นที่ร่วมกัน กำหนดมาตรการการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home)

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดให้ทีมผู้บริหารทั้ง 2 ทีม รายงานผลการเตรียมการและติดตามสถานการณ์ทุกสัปดาห์ โดยในการดำเนินงานเพื่อบริหารจัดการวิกฤต บริษัทได้จัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยและอาหารอนามัยในการป้องกันการติดเชื้อให้กับพนักงาน ได้แก่ หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ และเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลาง รวมทั้งปรับเปลี่ยนชั่วโมงการทำงานของพนักงานที่เข้ากะ เพื่อหลีกเลี่ยงการเดินทางในช่วงเวลาเคอร์ฟิว

บริษัทมีการติดตามข้อมูลสุขภาพของพนักงาน ทุกสัปดาห์ และข้อมูลการเดินทางเมื่อพนักงานมีการ ลางาน อีกทั้งจัดเตรียมสถานที่พักชั่วคราวและอาหาร สำหรับพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อให้การดำเนินงาน ในกระบวนการต่าง ๆ เป็นไปอย่างต่อเนื่องกรณีมีการขยาย ระยะเวลาเคอร์ฟิวหรือการระบาดของโรครุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้จัดเตรียมอุปกรณ์และทรัพยากร ที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนในการทำงาน Work From Home ของพนักงาน

ในด้านการขนส่งสินค้าและการจัดการวัตถุดิบ บริษัทได้วางแผนการขนส่งและสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้ สามารถขนส่งได้ตามเวลาที่ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน กำหนด โดยการจัดตารางการขนส่งให้ลูกค้าตามกำหนดเวลา บริษัทพิจารณาจัดซื้อรายการวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานที่บางรายการอาจไม่สามารถ จัดซื้อได้เนื่องจากผู้ขายไม่สามารถนำเข้าจากผู้ผลิต ต่างประเทศ รวมทั้งวางแผนการจัดการ Supplier รายใหม่ สำรองและวัตถุดิบทดแทน เช่น ชุดป้องกันสารเคมี หน้ากาก ป้องกัน เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทมอบหมายให้แผนกประชาสัมพันธ์ สื่อสารกับลูกค้าในการขอความร่วมมือเข้าเยี่ยมชมหรือ ตรวจสอบประเมินโดยเปลี่ยนวิธีการจาก Visit on Site เป็น VDO Conference รวมทั้งสื่อสารกับชุมชนในการปรับเปลี่ยน แผนการทำกิจกรรมด้านมวลชนสัมพันธ์

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้ประเมินผลกระทบจากสถานการณ์ การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทแต่ละกลุ่มเพื่อวางแผนการช่วยเหลือ หรือบรรเทาผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับตามความ สามารถและศักยภาพของบริษัทที่จะดำเนินการได้ ดังนี้

พนักงาน: ช่วงการแพร่ระบาด บริษัทกำหนด มาตรการสำหรับพนักงานที่มีการเดินทางความเสี่ยงสูง ให้ทำงานจากที่บ้านเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ สำหรับ พนักงานที่ต้องเดินทางมาทำงานโดยตรงโดยสาธารณะ บริษัทได้จัดให้มีรถรับส่งให้กับพนักงานเพื่อลดความเสี่ยง ในการติดเชื้อ

ลูกค้า: บริษัทสอบถามและรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า ที่ใช้บริการเพื่อนำมาวางแผนในการช่วยเหลือสำหรับการ เตรียมภาชนะรองรับและรวบรวมของเสียที่เกิดจาก กระบวนการผลิตที่รอส่งกำจัด กรณีที่ไม่สามารถทำการ ขนส่งมากำจัดได้ตามระยะเวลาปกติ ทั้งนี้ บริษัทมีแผนการ ให้บริการสำหรับการเก็บรวบรวมและรับกำจัดภาชนะ อุปกรณ์ของจำพวก Food Waste ที่มีการใช้อย่างแพร่หลาย ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด โดยเฉพาะพลาสติก ต่าง ๆ ที่เกิดจากการใช้งานแล้วของกลุ่มลูกค้าในราคา พิเศษ

คู่ค้า: บริษัทไม่มีการขอปรับเปลี่ยนการชำระเงิน ค่าสินค้าและบริการ และหากคู่ค้ารายเดิมไม่สามารถจัดหา สินค้าและ/หรือบริการให้ได้เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ ระบาด ทางบริษัทจะไม่ถือเป็นข้อบกพร่องในการให้บริการ ตามข้อตกลงแต่อย่างใด

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้ทบทวนเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในระยะสั้นและระยะยาวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยวางแผนทางให้บรรลุเป้าหมาย (Business Goals) และรับมือกับ New Normal ของอุตสาหกรรมที่จะเกิดขึ้น ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 คลี่คลายแล้ว โดยมีมาตรการ 3 ด้าน คือ

1 ด้านกำลังคน บริษัทสื่อสารให้พนักงานรับรู้ถึงสถานการณ์ของบริษัทด้วยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางทั้งทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ และส่งข้อมูลการพัฒนาศักยภาพให้พนักงานเพื่อเตรียมพร้อมต่อการรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น การแพร่ระบาดซ้ำ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน เป็นต้น

2 ด้านการจัดการการเงิน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินในสถานะเศรษฐกิจที่ลดลง เนื่องจากธุรกิจของบริษัทเป็นธุรกิจปลายน้ำ หากสถานะเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ลดลงจะส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัททำให้ต้องทบทวนเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในระยะสั้นอย่างเร่งด่วน ได้แก่ การปรับลดต้นทุนทุกกระบวนการดำเนินการที่มี Fix Cost ค่อนข้างสูง ด้วยการปรับเปลี่ยนกระบวนการและนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3 ด้านการสร้างแบรนด์ เป็นแผนการดำเนินงานในระยะยาวสำหรับการปรับตัวรับมือกับ New Normal ของอุตสาหกรรมด้วยหลักการ “เชื่อมั่นและไว้วางใจ” สำหรับผู้ใช้บริการทั้งรายเก่าและรายใหม่ รวมทั้งการวางแผนการตลาดใหม่ในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อมที่มีกำลังซื้อต่ำ ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับลดต้นทุนการเผาผลาญได้ทำให้กลุ่มธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อมสามารถตัดสินใจใช้บริการได้เพิ่มมากขึ้น

ผู้ถือหุ้น: บริษัทกำหนดช่องทางรับฟังความเห็นและสื่อสารแนวทางการบริหารความเสี่ยงและรับมือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ไว้หลากหลายช่องทาง เช่น Website, Facebook, Line, Twitter ของบริษัท และผ่านทาง Website ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อีกทั้งได้เลื่อนกำหนดการประชุมผู้ถือหุ้นออกไปจนกว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดบรรเทาลงจนมั่นใจและได้รับการยืนยันจากภาครัฐ และเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดบรรเทาลงและมีแนวโน้มที่ดีขึ้น คณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้กำหนดวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเป็นวันที่ 22 พฤษภาคม 2563

ชุมชนและสังคม: บริษัทประชาสัมพันธ์ถึงภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของ COVID-19 ให้กับชุมชนโดยรอบ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความเสี่ยงสูง บริษัทได้จัดการอบรมตั้งแต่การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคและการแพร่กระจายของเชื้อ วิธีการปฏิบัติตนให้ห่างไกลจาก COVID-19 การรับประทานอาหารโดยการกินร้อน ช้อนกลาง นอกจากนี้ ยังมีการสาดฉีดน้ำใส่ผ้าปิดจมูกเมื่ออยู่ในพื้นที่เสี่ยง การทำความสะอาดมือ โดยการใช้แอลกอฮอล์เจลเมื่อต้องเดินทางออกไปข้างนอก และวิธีการล้างมืออย่างไรให้สะอาดอย่างถูกวิธีตามขั้นตอน ตลอดจนร่วมส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับชุมชนด้วยการสนับสนุนวัตถุดิบและจัดจ้างให้ชุมชนจัดทำหน้ากากผ้าสำหรับการแจกจ่ายให้กับ พนักงาน ลูกค้า และชุมชนที่ขาดแคลน

CENTEL

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / การท่องเที่ยวและสันทนาการ

<http://www.centarahotelsresorts.com>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจ 2 กลุ่ม คือ

- 1 ธุรกิจโรงแรมในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้แบรนด์ของตนเอง เช่นการราแกรนด์ เซ็นทารา เซ็นทรา โคซี่ และธุรกิจรับจ้างบริหาร โรงแรมภายใต้สัญญาบริหารโรงแรม
- 2 ธุรกิจอาหารจานด่วนในประเทศไทย ภายใต้แบรนด์ของตนเอง คือ เดอะ เทอราส อร่อยดี สุกี้แฮาส์ ซอฟท์แอร์ เกาลูน และแฟรนไชส์ คือ มิสเตอร์โดนัท เคเอฟซี อานตีแอนส์ เปปเปอร์ลันซ์ โคลด์สโตน คริมเมอร์ ชาบูตง โยชิโนยะ โอโตยะ เทนยะ และคิตสึยะ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ฝ่ายบริหารได้ดำเนินการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยนำประเด็นเข้าสู่ที่ประชุม เพื่อเตรียมแผนการรับมือและมีการติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิดตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 เป็นต้นมา และมีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ ดังนี้



การดูแลพนักงาน:

- ในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 บริษัทออกประกาศเรื่องแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 เพื่อเป็นแนวปฏิบัติของพนักงานในการทำงานและให้บริการลูกค้า และให้พนักงานปฏิบัติตัวได้อย่างถูกต้องเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อ การตรวจคัดกรองพนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการโดยการวัดอุณหภูมิก่อนเข้าพื้นที่ ติดตั้งเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ ฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อ ทำความสะอาดทุกจุดสัมผัสของพื้นที่ส่วนรวม และจัดทำประกันภัย COVID-19 ให้กับพนักงานทุกคน
- ต่อมาเดือนมีนาคม 2563 จัดทำแผนการทำงาน BCP โดยแบ่งทีมทำงานเพื่อกระจายความเสี่ยง แบ่งกลุ่มพนักงานออกเป็นทีมและสลับวันทำงาน พร้อมจัดสถานที่ทำงานให้สอดคล้องกับการเว้นระยะห่าง ทางสังคมดำเนินการเตรียมความพร้อมของพนักงานและระบบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการทำงานจากที่บ้านของพนักงาน ดัดเย็บหน้ากากผ้าเพื่อแจกให้กับพนักงานในช่วงที่หน้ากากอนามัยขาดแคลน

- ในช่วงสถานการณ์การระบาดรุนแรงขึ้น บริษัทได้ประกาศนโยบายให้พนักงานทำงานจากที่บ้านเพื่อลดความเสี่ยงจากการเดินทางของพนักงาน และขอความร่วมมือพนักงานในการหยุดงานโดยไม่รับค่าจ้าง เนื่องจากผลกระทบจากการปิดให้บริการโรงแรมเกือบทั้งหมดของบริษัททั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีการจัดการฝึกอบรมออนไลน์เพื่อพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีมาตรการทำความสะอาดสำนักงานทุกสัปดาห์เพื่อให้มั่นใจในความสะอาดในสถานที่ทำงาน นอกจากนี้ให้พนักงาน Check-in และกรอกข้อมูลใน Application หมอชนะสำหรับการติดตามความเสี่ยง

การบริหารจัดการลูกค้า:

- บริษัทแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ตั้งแต่กลางเดือนมีนาคม 2563 ว่า จะทำการปิดให้บริการโรงแรมในเดือนเมษายน 2563 เป็นต้นไป ในส่วนของระบบการจ่ายเงินให้กับลูกค้า บริษัทมีการเจรจาในการยืดระยะเวลาการจ่ายเงินหรือขอส่วนลดจากลูกค้าบางราย สำหรับลูกค้ารายย่อยที่มีกำหนดวันชำระเงินไว้แล้ว บริษัทก็ดำเนินการชำระตรงเวลาเพื่อช่วยเหลือลูกค้า

การบริหารจัดการลูกค้า: กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทน หรือ Agent มีการเจรจาเรื่องการชำระเงินสำหรับลูกค้าที่มาพักกับทางโรงแรม มีการผ่อนผันหรือชะลอการชำระเงินเป็นรายกรณี

การบริหารจัดการโรงแรมที่รับบริหาร: บริษัทมีการเจรจากับเจ้าของโรงแรมในเรื่องการชำระค่าจ้างบริหาร โดยขอชำระค่าบริหารเมื่อเปิดให้บริการได้ตามปกติ

การจัดการด้านสถานะทางการเงิน: เนื่องจาก Cash Flow ของบริษัทอยู่ในระดับดี ภาระหนี้สินและภาระในการชำระดอกเบี้ยมีไม่มาก บริษัทยังสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ โดยประมาณการว่าธุรกิจในอนาคตจะสามารถเปิดให้บริการได้ภายในไตรมาส 3/2563 และไตรมาส 4/2563 โดยมีการเตรียมวางแผนดำเนินการกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจเช่นกัน

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ฝ่ายบริหารได้จัดตั้ง **ทีม ERT (Emergency Responsible Team)** หรือ ทีมฉุกเฉิน โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รองประธานอาวุโสฝ่ายบริหารและการเงิน รองประธานฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายบุคคล ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายโปรเจกต์ ฝ่ายจัดซื้อ เข้าร่วมประชุมทุกเช้าไม่เว้นวันหยุด เพื่อประเมินสถานการณ์ ติดตามแผนการดำเนินจากภาครัฐ และให้แต่ละหน่วยงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ประกาศ พร้อมทั้งพิจารณาแผนการเงิน การลดต้นทุน และแผนการทำงานของแต่ละแผนก และรายงานสรุปให้กับคณะกรรมการบริษัททราบ

บริษัทมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแต่ละธุรกิจ ดังนี้

1 ธุรกิจโรงแรม บริษัทได้รับผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงและการปิดประเทศทำให้โรงแรมต้องปิดให้บริการ แต่ประชาชนที่กักตัวอยู่บ้านยังมีความต้องการอาหารพร้อมรับประทานที่สามารถระบุแหล่งที่มาและระบุผู้ปรุงอาหารเพื่อความมั่นใจในเรื่องความสะอาด โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลเวิลด์ เปิดบริการอาหารเดลิเวอรี่ในราคาพิเศษ พร้อม Centara Health Check ที่การ์นิตในการปรุงที่พิถีพิถัน ทั้งความสะอาด ปลอดภัยและส่งมอบ Centara Health Check Card ที่ระบุชื่อและอุณหภูมิของเชฟผู้ทำอาหาร และการันตีว่าเชฟมิได้เดินทางไปยังที่สุ่มเสี่ยงตลอด 3 เดือนที่ผ่านมา ในส่วน Centara Delivery Team หรือ พนักงานส่งอาหารทุกคนผ่านการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายทุกวัน และผ่านการอบรมแนวทางป้องกันการระบาดของไวรัส COVID-19

การนำความรู้ความสามารถและทักษะเฉพาะด้าน ของพนักงานโรงแรมมาเผยแพร่ให้กับลูกค้าในช่วงที่กักตัวอยู่บ้านเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เซ็นทาราให้ความสำคัญ โดยได้จัดทำวิดีโอสอนการทำอาหารด้วยเมนูของทางโรงแรมที่สามารถนำไปทำเองที่บ้านได้ และวิดีโอสอนการออกกำลังกายที่บ้านโดยเทรนเนอร์จากฟิตเนสของโรงแรม นอกจากนี้ยังนำเสนอเคล็ดลับการดูแลสุขภาพแบบง่าย ๆ ที่ทำได้เองจากที่บ้านโดยผู้เชี่ยวชาญจากสปาเซ็นทารีอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทมีการประมาณการผลกระทบทางการเงิน ทบทวนงบประมาณ ทบทวนค่าใช้จ่ายทั้งหมด และเริ่มเจรจากับผู้ให้บริการต่าง ๆ เพื่อเลื่อนการชำระเงิน / เสร็จสัญญาใหม่และการดำเนินมาตรการเพื่อลดผลกระทบทางการเงิน

2 ธุรกิจอาหารได้รับผลกระทบเนื่องจากศูนย์การค้าปิดให้บริการ สาขาของธุรกิจอาหารจึงต้องปรับตัว โดยเพิ่มช่องทางในการสั่งและส่งอาหารผ่าน Application ต่าง ๆ ขยายจุดที่ให้บริการ Delivery เพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ให้บริการ เพื่อสร้างรายได้ให้กับธุรกิจอาหาร การจัดซื้อวัตถุดิบในธุรกิจอาหารมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ ลดการสต็อกวัตถุดิบบางประเภทลง กำหนดปริมาณการใช้งานให้เหมาะกับสถานการณ์ในแต่ละวัน เพื่อไม่ให้สินค้าประเภทของสดเหลือเกินความจำเป็น มีการดัดแปลงสาขาที่มีอยู่เดิมให้เป็น Cloud Kitchen ออกมาตรการการจัดส่งอาหารแบบไร้สัมผัส การจ่ายชำระค่าสินค้าแบบ Cashless และขั้นตอนการทำความสะอาดของสาขา เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจถึงคุณภาพและความปลอดภัย มีการวางแผนและเคลื่อนย้ายพนักงานสาขาที่เกินความต้องการไปที่ Call Service Center เพื่อให้เพียงพอกับปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงเปิดรับสมัครพนักงานสาขาเดิมในตำแหน่ง Temporary Rider เพื่อให้มั่นใจว่ามีกำลังการจัดส่งที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

บริษัท**ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจ่ายให้สอดคล้องกับสถานการณ์** เช่น การจัดทำแพคเกจผูกปิ่นโตต่อเนื่อง 5 วัน กับ 6 แบรินด์อาหาร คือ Pepper lunch, Chabuton, Katsuya, Yoshinoya, Ootoya และ Tenya ในราคาพิเศษ นอกจากนี้บริษัทได้ร่วมกับท็อปส์เพิ่มจุดขายอาหารพร้อมทานและแบบส่งกลับบ้านจาก 10 แบรินด์ดังในเครือซีอาร์จี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการเจรจาขอส่วนลดค่า Royalty Fee ส่วนลดค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่ การขอยืดระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าจาก Supplier (Credit Term) และการขอส่วนลดพิเศษ การปรับลดเงินลงทุนสำหรับการขยายสาขาจากงบประมาณที่ได้วางไว้

3 ในด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของบริษัท แม้ว่าบริษัทมีกระแสเงินสดหลายพันล้านบาทแต่ได้เตรียมแผนขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินในวงเงิน 4.4 พันล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินลงทุนและเป็นเงินทุนหมุนเวียน ปัจจุบันสถานะทางการเงินของบริษัทมีความแข็งแกร่ง สะท้อนจากหนี้สินต่อทุน (D/E) อยู่ระดับ 0.5 เท่า ต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจเดียวกัน ดังนั้นการระดมทุนเพิ่มสภาพคล่องของบริษัทจึงไม่มีปัญหาอย่างแน่นอน

บริษัทมีการเลื่อนแผนการลงทุนและการปรับปรุงการดำเนินงานโดยพิจารณาเท่าที่จำเป็นและเหมาะสม โดยวงเงินลงทุนมีการปรับลดลงจาก 8-9 พันล้านบาท เหลือประมาณ 4 พันล้านบาทสำหรับปี 2563 โดยใช้ดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์ในการรักษาสุขอนามัยและความปลอดภัยเท่านั้น ตลอดจนพัฒนาโครงการที่สำคัญและจำเป็น บางโครงการให้แล้วเสร็จ บริษัทคาดว่าสถานการณ์มีการปรับตัวดีขึ้นในครึ่งหลังปี 2563 จากอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายหลังการเลิกมาตรการที่ควบคุม

ด้านธุรกิจอาหาร ในปี 2563 บริษัทประมาณการยอดขาย 10,000-10,500 ล้านบาท บนสมมติฐานว่าสถานการณ์โรคระบาดจะดีขึ้นในไตรมาส 3 และมีแผนการในการบริหารจัดการต้นทุนต่าง ๆ ทั้งในส่วนของต้นทุนวัตถุดิบ การปรับโครงสร้างการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรและค่าเช่า โดยปรับให้มีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับการขยายสาขาใหม่ มีแผนขยายสาขาสำหรับร้านอาหารที่เน้นการขายในส่วนของ Takeaway และ Delivery เป็นหลัก คาดการณ์ว่าจะเริ่มเปิดสาขาใหม่ในไตรมาสที่ 3/2563

4 ในการสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก บริษัทใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้ง Facebook, Instagram, Twitter, YouTube รวมทั้งเว็บไซต์ของบริษัท และข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร เกี่ยวกับมาตรการและขั้นตอนในการรักษาความสะอาดและปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค สำหรับการสั่งอาหารช่องทาง Delivery มีการแนบการ์ดที่แสดงถึงมาตรการรักษาความสะอาด เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าอาหารที่ส่งถึงมือลูกค้ามีความสะอาดและปลอดภัย

สำหรับพนักงาน ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญแก่พนักงานผ่านอีเมลและ Line เพื่อให้หัวหน้างานแจ้งแก่พนักงานที่เกี่ยวข้องทราบถึงความแผนการดำเนินงานของบริษัท และข้อมูลการป้องกัน คำแนะนำเรื่อง COVID-19 แนวทางปฏิบัติสำหรับพนักงานอย่างสม่ำเสมอตามประกาศของทางราชการ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้ให้ความช่วยเหลือและการบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงานและครอบครัว: บริษัทจัดการการประกันภัย COVID-19 เป็นเวลา 1 ปี สำหรับพนักงานทุกคน มีการแจกจ่ายหน้ากากสำหรับพนักงานปฏิบัติการและองค์กรทั้งหมดในช่วงที่หน้ากากอนามัยขาดแคลน บริษัทได้ขอความร่วมมือจากพนักงานในการลาโดยไม่รับค่าจ้าง แต่ยังคงได้รับสวัสดิการต่าง ๆ เหมือนเดิม สำหรับโรงแรมที่ปิดให้บริการเนื่องจาก พ.ร.ก.ฉุกเฉิน บริษัทให้การสนับสนุนทางการเงินพิเศษสำหรับพนักงานที่มีงานน้อยลง และไม่มีเงินเพียงพอในการดำรงชีวิตระหว่างปิดโรงแรม ตั้งแต่เมษายน – มิถุนายน 2563 โดยพนักงานของโรงแรมสามารถรับเงินสนับสนุนจากประกัน 62% และบริษัทได้กัณวงเงินสำหรับให้พนักงานกู้พิเศษอีก 38% เพื่อให้พนักงานมีรายได้ในการดำรงชีพ

ลูกค้า: บริษัทยึดหยุ่นในเรื่องเงื่อนไขการยกเลิกและเปลี่ยนแปลงการเข้าพักกับโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราสำหรับการจองใหม่และการจองที่มีอยู่แล้ว โดยสามารถเปลี่ยนแปลงการเข้าพักภายในโรงแรมเดียวกันได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในห้องพักประเภทเดิมและแพคเกจอาหารแบบเดิม ภายในวันที่ 31 มีนาคม 2564 กรณีที่ต้องการยกเลิกการจอง ลูกค้าจะได้รับเงินคืนเต็มจำนวน โดยสามารถทำการเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกการจองได้ ภายในวันที่ 31 สิงหาคม 2563 โดยแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 24 ชั่วโมง (สำหรับการจองผ่านเซ็นทาราโดยตรงเท่านั้น)

บริษัทมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อสนับสนุนส่วนลดให้กับลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ เช่น โครงการ Help the Heroes เพื่อสนับสนุนบุคลากรทางการแพทย์และช่วยเหลือคนไทยที่ได้รับผลกระทบจากไวรัส COVID-19 โดยเมื่อลูกค้าซื้อบัตรเงินสดเซ็นทารา มูลค่าตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป ลูกค้าจะได้รับเพิ่มอีก 50% จากยอดการซื้อทั้งหมด โดย 25% จะถูกส่งต่อไปยังมูลนิธิที่ลูกค้าสามารถเลือกได้เอง (มูลนิธิชัยพัฒนาหรือสภาอากาศไทย) และอีก 25% จะถูกเพิ่มเข้าไปในยอดบัตรเงินสดของลูกค้า โครงการมอบส่วนลด

พิเศษ 25% จากทุกโปรโมชั่นบนเว็บไซต์ของเซ็นทาราให้กับบุคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่สาธารณสุขทุกท่าน เป็นต้น

ผู้ถือหุ้น: บริษัทมีการเลื่อนประชุมสามัญประจำปี 2563 และเลื่อนวันจ่ายเงินปันผลที่กำหนดไว้ออกไปโดยไม่มีกำหนดเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 และต่อมาเมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2563 ได้แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบถึงนโยบายของโรงแรมเนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ในการปิดให้บริการโรงแรมบางแห่งชั่วคราวในเดือนเมษายน 2563 ทั้งในประเทศและมัลดีฟส์เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของไวรัส COVID-19 พร้อมมาตรการลดต้นทุนทางธุรกิจ และสร้างรายได้เพิ่มผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น บริการจัดส่งอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

บริษัทแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบถึงมติที่ประชุมกรรมการ โดยได้เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นงดจ่ายเงินปันผลสำหรับผลการดำเนินงานปี 2562 เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและสภาพคล่องของบริษัทเป็นอย่างมากและไม่อาจคาดการณ์ได้ว่า จะส่งผลกระทบต่อเป็นระยะเวลานานเพียงใด การบริหารสภาพคล่องและกระแสเงินสดจึงต้องมีความระมัดระวังเป็นอย่างสูง บริษัทจึงได้ดำเนินมาตรการลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายพนักงาน และค่าใช้จ่ายในการบริหารงานในทุกส่วนอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีการเลื่อนแผนการลงทุนและการปรับปรุงการดำเนินการโดยพิจารณาดำเนินการเท่าที่จำเป็น

ชุมชนและสังคม: บริษัทดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือสังคม เช่น ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัลมอบเงินและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่จำเป็นในการรักษาผู้ป่วย COVID-19 จำนวน 30 ล้านบาทให้กับโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพฯ ปริมลฑล และต่างจังหวัดที่ขาดแคลน ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัลมอบเงิน 1 ล้านบาท เพื่อจัดหาความคุ้มครองชีวิตให้บุคลากรทางการแพทย์ทั่วประเทศ สนับสนุนห้องพักให้กับผู้บริหารและอาจารย์แพทย์ที่ดูแลผู้ป่วยทั่วไปของโรงพยาบาลตำรวจเข้าพักรักษาฟรี พร้อมอำนวยความสะดวกอย่างเต็มที่ หลังจากที่ต้องทำงานหนัก เพื่อให้ทุกคนได้มีกำลังใจและกำลังกายอย่างเต็มที่เพื่อต่อสู้กับวิกฤตครั้งนี้ สนับสนุนมื้ออาหารจากร้านอาหารในเครือให้แก่บุคลากรทางการแพทย์ เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีการประเมินระยะเวลาการฟื้นตัวและกำหนดสัดส่วนของธุรกิจ ทบทวนเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในระยะสั้น และมีการกำหนดแผนระยะยาวในการรับมือ “New Normal” โดยกลยุทธ์ที่บริษัทนำมาใช้ในช่วงวิกฤต COVID-19 คือ กลยุทธ์ “6R” ประกอบด้วย

1 Reduce: ลดค่าใช้จ่ายและควบคุมต้นทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ให้นำเงินเดือนพนักงานยื่นเรื่องใช้สิทธิรับเงินจากประกันสังคมและมีสวัสดิการเพิ่มเติมให้กับพนักงานบางส่วน พร้อมกับประสานงานกับโรงแรมในเครือแต่ละแห่งดำเนินการต่อรองลดค่าใช้จ่ายช่วงที่ต้องปิดโรงแรมชั่วคราวเพื่อบรรเทาผลกระทบช่วงสั้น เป็นต้น

2 Relay: ชะลอการใช้จ่ายในส่วนที่เป็นสัญญาระยะยาว เช่น ค่าใช้จ่ายซ่อมบำรุงต่าง ๆ ลดรายจ่ายค่า Wifi ภายในโรงแรม เป็นต้น ซึ่งได้รับความร่วมมือกับบริษัทคู่สัญญาอย่างดี ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการรักษาสัมพันธ์ที่ดีทางธุรกิจกันในระยะยาว

3 Renovate: ปรับปรุงโรงแรมช่วงปิดให้บริการ เริ่มจากโรงแรมในสมุยอัพเกรดขึ้นเป็น 6 ดาว และปรับปรุงโรงแรมเซ็นทารา เซ็นทรัลเวิลด์ โดยใช้เงินลงทุนรวมปีนี้ประมาณ 2-3 พันล้านบาท ลดลงจากงบลงทุนเดิมของปีนี้ 8-9 พันล้านบาท แต่บริษัทยังคงเป่างบลงทุน 5 ปีไว้ เช่นเดิมที่ 2.1 หมื่นล้านบาท

4 Recovery: จัดทำแผนการฟื้นตัวของแต่ละธุรกิจให้กลับมาเข้าสู่ภาวะปกติให้เร็วที่สุด โดยเพิ่มแนวทางหารายได้เพิ่มเติม เช่น นำทีมทำความสะอาดที่ได้รับมาตรฐานระดับโรงแรมเซ็นทาราออกไปให้บริการนอกสถานที่ เป็นบริการลักษณะการทำความสะอาดแบบ Delivery เป็นต้น ส่วนการฟื้นตัวในระยะยาว ทีมการตลาดได้วางแผนรองรับความต้องการในประเทศจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากหลังจากรัฐบาลผ่อนปรน Lockdown ประเทศแล้ว

5 Restructure: ปรับโครงสร้างธุรกิจรองรับกับความท้าทายรอบด้าน โดยก่อนหน้านี้ บริษัทปรับโครงสร้างเพื่อรองรับกับยุค Digital Transformation หลังสถานการณ์ COVID-19 โครงสร้างธุรกิจต้องพัฒนาระบบ AI เพื่อนำมาใช้งานเพิ่มขึ้น เพิ่มช่องทางเข้าถึงลูกค้าควบคู่กับพัฒนาศักยภาพของบริษัทให้ดีขึ้นกว่าเดิม สอดคล้องกับแผนการเติบโตในระยะยาว 3-5 ปีข้างหน้า

6 Resilient: สร้างความยืดหยุ่นเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางธุรกิจ พร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและในอนาคตไปพร้อมกัน

ในส่วนของ การปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพ New Normal โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราที่กลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งได้มี **การยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัย** อย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อความปลอดภัยของลูกค้าตลอดจนพนักงานของบริษัททุกคนด้วย โปรแกรมเซ็นทารา คอมพลีท แคร์ (Centara Complete Care) ซึ่งดำเนินงานร่วมกับอีโคแล็บ (Ecolab) บริษัทชั้นนำระดับโลกด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับความสะอาดและสุขอนามัย และบริษัทเอสจีเอส (SGS) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบคุณภาพและปลอดภัยระดับโลกจากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ นอกจากนี้ เพื่อทำหน้าที่ดูแลความปลอดภัยและกำกับการทำงานในโรงแรมทุกแห่งในเครือให้ถูกต้องตามหลักปฏิบัติ 12 ข้อ สอดรับกับแนวทางปฏิบัติด้านสุขภาพขององค์การอนามัยโลก (WHO) สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (WTTC) และหน่วยงานด้านสาธารณสุขในทั้ง 6 ประเทศที่เซ็นทาราดำเนินธุรกิจอยู่ ประกอบด้วย

- กำหนด**มาตรการการเว้นระยะห่าง**ระหว่างผู้เข้าพักด้วยกันและระหว่างพนักงานเช็นทาราและผู้เข้าพัก เช่น การจัดที่นั่งในพื้นที่ส่วนกลางให้มีระยะห่างที่ปลอดภัย บริการส่งอาหารให้ลูกค้ารับประทานภายในห้อง และการส่งกระเป๋าเดินทางของลูกค้าถึงบริเวณหน้าประตูห้องพัก อีกทั้งการจำกัดอัตราการเข้าพักของลูกค้าในโรงแรมไม่ให้นานเกินจนเกินไป เป็นต้น

- กำหนด**หลักปฏิบัติด้านสุขอนามัย** การตรวจวัดอุณหภูมิของพนักงาน ลูกค้า และผู้เข้าพักออกโรงแรมทุกคน พนักงานทุกคนต้องสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย รวมถึงการติดตั้งจุดบริการแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อและเจลล้างมือตามจุดสาธารณะต่าง ๆ ภายในโรงแรม

- **ยกระดับด้านการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ** โดยเพิ่มมาตรการอย่างรอบด้านและเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรคในพื้นที่ส่วนรวมของโรงแรม เช่น ห้องน้ำ ลิฟท์โดยสาร และจุดที่ต้องมีการสัมผัสร่วมกัน เป็นต้น รวมทั้งติดตั้งสเปรย์ไอพ่นในบริเวณห้องพัก ทางเดินห้องอาหาร และพื้นที่สาธารณะต่าง ๆ ในโรงแรมเพื่อฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ

- **ฝึกอบสมพนักงาน** พนักงานเช็นทาราจะได้รับการอบรมเรื่องสุขอนามัยและการทำความสะอาดอย่างเข้มงวด รวมถึงบริษัทและบุคคลอื่น ๆ ที่เข้ามาให้บริการในโรงแรม เช่น เคาน์เตอร์บริษัททัวร์ เป็นต้น อีกทั้งการจัดตารางการทำงานของพนักงานให้บริการเพื่อลดความเสี่ยงการติดเชื้อข้ามทีม

ทั้งนี้ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราได้ผ่านการประเมินมาตรฐาน SHA มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยว เป็นโครงการความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กับกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวว่าทุกคนจะได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุขและความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการในประเทศไทย

ในส่วนของธุรกิจอาหาร ได้ให้ความสำคัญกับสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้าและพนักงานทุกคนอย่างสูงสุด เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ลดความเสี่ยงในการติดเชื้อหรือแพร่กระจายเชื้อ อีกทั้งเพื่อสร้างความมั่นใจและคลายความกังวล โดยดำเนินการภายใต้ 3 แม่บทหลัก 17 มาตรการ เช่น การคัดกรองอย่างเข้มงวดรักษาความสะอาดทุกขั้นตอน การตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายของพนักงาน โดยตรวจวัดก่อนเข้าปฏิบัติงานและทุก 4 ชั่วโมง กำหนดให้พนักงานล้างมือทุกครั้งตามมาตรฐานการปฏิบัติงานและสเปรย์แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้ออย่างน้อยชั่วโมงละ 1 ครั้ง เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อพื้นผิวต่าง ๆ ทุกครั้ง หลังลูกค้าใช้บริการ มีการเน้นย้ำพิเศษสำหรับพนักงานในส่วนปรุงอาหารและผู้ที่ต้องสัมผัสอาหาร ให้สวมถุงมือและหน้ากากอนามัยตลอดเวลา เพื่อสร้างความมั่นใจว่าอาหารทุกเมนูที่ปรุงจากร้านมีมาตรฐานและปลอดภัย เน้นย้ำมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมโดยจัดพื้นที่ให้บริการภายในร้านให้เหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงมุ่งเน้นการให้บริการแบบไร้สัมผัส (Contactless Service) ตั้งแต่ขั้นตอนการจัดเตรียมอาหารไปจนถึงขั้นตอนการชำระเงิน เป็นต้น

CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชยกรรม

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

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-Eleven และให้สิทธิแก่ผู้ค้าปลีกรายอื่น ในการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย และลงทุนในธุรกิจ สนับสนุนธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ อาทิ ผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ ตัวแทนรับชำระสินค้าและบริการ รวมถึงการลงทุนในธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้า แบบชำระเงินสดและบริการตนเอง ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร”

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงเริ่มเกิดเหตุวิกฤต บริษัทได้มีการติดตาม สถานการณ์อย่างใกล้ชิดโดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ได้มีการสั่งการให้หน่วยงานบริหารความเสี่ยงติดตาม สถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างใกล้ชิดและให้หน่วยงาน ประสานรัฐกิจติดตามประกาศต่าง ๆ จากภาครัฐ ตลอด 24 ชั่วโมง โดยหลังจากที่กระทรวงสาธารณสุข ได้ออกประกาศให้ COVID-19 เป็นภัยพิบัติแห่งชาติ บริษัท สื่อสารให้พนักงานทุกระดับรับทราบและนำไปปฏิบัติ ออกจดหมายชี้แจงแก่พนักงานทั่วประเทศให้ตระหนักถึง ความร้ายแรงของ COVID-19 และขอให้พนักงานปฏิบัติตาม ข้อบังคับของบริษัทอย่างเคร่งครัด รวมถึงคณะกรรมการ บริหารของบริษัทได้มีการเรียกประชุมเพื่อวางแผนรับมือ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ร่วมกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อสรุป คาดการณ์ และประเมินผลกระทบ ของเหตุการณ์ที่มีต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ อีกทั้ง กำหนดมาตรการสำคัญเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์และ ป้องกันความเสี่ยง ดังนี้



1 ด้านพนักงาน (ร้านสาขาและสำนักงาน) บริษัทได้มีการกำหนดกลุ่มความเสี่ยง (Risk Identification) เพื่อให้สามารถบริหารจัดการเหตุวิกฤตได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์โดยบริษัทได้แบ่งกลุ่มความเสี่ยงออกเป็น 3 กลุ่มคือ a) กลุ่มบุคคลที่ได้รับการติดเชื้อและได้รับการยืนยันจากกระทรวงสาธารณสุข b) กลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิดกลุ่ม (a) หรือเป็นบุคคลที่เดินทางกลับมาจากประเทศกลุ่มเสี่ยงที่ประกาศโดยกระทรวงสาธารณสุขหรือหน่วยงานภาครัฐ c) กลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิดกลุ่ม (b) โดยหลังจากที่สามารถจัดกลุ่มความเสี่ยงได้แล้ว ขั้นตอนถัดไปคือการกำหนดมาตรการรองรับในแต่ละกลุ่มเสี่ยงเพื่อให้การป้องกันเป็นไปอย่างรวดเร็วและไม่ขยายไปสู่วงกว้าง

2 ด้าน Business Operation บริษัทดำเนินธุรกิจค้าปลีกและร้านค้าสะดวกซื้อซึ่งในปัจจุบันมีร้านสาขาประมาณ 12,000 สาขาทั่วประเทศและมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านประมาณ 13 ล้านคนต่อวัน ซึ่งโอกาส

การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ในร้านเซเว่นฯ อยู่ในระดับสูง ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการออกมาตรการป้องกันต่าง ๆ ในร้านสาขาทั่วประเทศโดยขอให้พนักงานทุกระดับชั้นปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เนื่องจากหากพบผู้ติดเชื้อที่ได้รับการยืนยันจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาใช้บริการที่ร้านสาขา บริษัทจะต้องปิดร้านสาขาและทำความสะอาดตามข้อกำหนดของกรมควบคุมโรคซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

3 ด้าน Supply Chain เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทไม่หยุดชะงัก บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของ BU ต่าง ๆ ที่เป็นห่วงโซ่อุปทานของร้านสาขา เพื่อให้กิจการดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง เช่น คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า การขนส่ง เป็นต้น โดยบริษัทได้กำชับไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ COVID-19 ทั้งในส่วนของพนักงานและสถานที่ พร้อมทั้งให้มีการรายงานสถานการณ์มายังส่วนกลางอย่างสม่ำเสมอ

4 ด้านการเงิน (Financial) เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ทางภาครัฐได้มีการออกประกาศและข้อกำหนดต่าง ๆ เช่น การออก พ.ร.ก. ฉุกเฉินเพื่อกำหนดเวลาห้ามออกนอกเคสสถานตามระยะเวลาที่กำหนด การกำหนดห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การปิดจังหวัด/พื้นที่ เป็นต้น โดยมาตรการเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท ทั้งนี้บริษัทได้มีการประเมินความคุ้มค่าในการเปิดดำเนินการร้านสาขาทั่วประเทศ

บริษัทได้มีการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) เพื่อเป็น Roadmap ในการบริหารธุรกิจให้ยังคงดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงัก นอกจากนี้บริษัทได้ออกมาตรการ Work From Home จากการรณรงค์ของภาครัฐเพื่อลดการเดินทางด้วยรถยนต์สาธารณะและลดความหนาแน่นในสถานที่ทำงานโดยบริษัทได้ขอความร่วมมือจากพนักงานให้ทำงานจากที่บ้านโดยกำหนดเงื่อนไขดังต่อไปนี้

- พนักงานต้องปฏิบัติตามระเบียบของบริษัทอย่างเคร่งครัด
- พนักงานต้องพร้อมในการสื่อสารทันที
- พนักงานต้องสามารถเดินทางมายังสำนักงานได้ทันที เมื่อมีความจำเป็นเร่งด่วน
- พนักงานต้องปฏิบัติงานที่บ้าน ไม่อนุญาตให้ปฏิบัติงานในสถานที่อื่น

ทั้งนี้ เพื่อให้การทำงานจากบ้านเปรียบเสมือนการทำงานในสำนักงาน บริษัทได้มีการเตรียมระบบการทำงานต่าง ๆ เพื่อรองรับ เช่น ระบบการประชุม Online (Webex, BlueJeans, CP ALL Connect และ True Virtual Connect) ระบบการสื่อสารด้วยอีเมล เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในช่วงเกิดเหตุวิกฤต คณะกรรมการบริหารของบริษัทได้มีการจัดตั้งคณะทำงานต่าง ๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อบริหารจัดการเหตุวิกฤต ประกอบด้วย **Crisis Management Committee (CMC)** ทำหน้าที่ตัดสินใจและสั่งการการจัดการวิกฤต กำกับดูแลแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ สนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น และสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง **Crisis Working Team (CWT)** ทำหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลตามสถานการณ์ปัจจุบัน ประเมินสถานการณ์และเสนอแผน BCM เพื่อให้คณะทำงาน CMC ตัดสินใจ รวมถึงจัดเตรียมข้อมูลเพื่อสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสีย **Business Crisis Team (BCT)** ทำหน้าที่นำแผนฉุกเฉินไปใช้รองรับเหตุวิกฤตเพื่อให้ธุรกิจกลับเข้าสู่ภาวะปกติ รายงานการจัดการวิกฤตไปยังคณะทำงาน CWT ดำเนินการตามแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจและจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อจัดการเหตุวิกฤต

บริษัทมีการเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยโดยออกมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ COVID-19 ในส่วนของร้านสาขา และสถานที่ทำงาน เช่น จัดเตรียมหน้ากากอนามัย เจลล้างมือ จุดวัดอุณหภูมิ การเว้นระยะห่างระหว่างการให้บริการ งดมือกั้นเป็อน เป็นต้น ตามที่กรมอนามัยได้เสนอ นอกจากนี้ยังมีการทบทวนการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ดังนี้

1 ด้านการผลิตสินค้าและบริการ เช่น การปรับรูปแบบสินค้าและบริการ การปรับกระบวนการจัดหาวัตถุดิบและขั้นตอนการผลิต เป็นต้น

2 ด้านการขนส่ง เช่น การปรับเปลี่ยนเส้นทางหรือช่วงเวลาในการขนส่ง การจัดหา Suppliers เพิ่มเติมเพื่อช่วยให้การขนส่งและการกระจายสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

3 ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ เช่น การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและการให้บริการ การเพิ่มมาตรการดูแลสุขอนามัยของพนักงานและลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจ การปรับ/ขยายกลุ่มลูกค้า เป็นต้น

4 ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของบริษัท เช่น การมีมาตรการสำคัญเพื่อช่วยให้บริษัทสามารถรักษา Cash Flow ในช่วงภาวะวิกฤต การทบทวนค่าใช้จ่าย แผนการลงทุน การขอขยายเวลาการชำระหนี้ การศึกษาและใช้สิทธิประโยชน์จากมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ได้จากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารและให้ข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ในช่วงภาวะวิกฤตผ่านช่องทางที่จัดเตรียมไว้ เช่น **กลุ่มสตรีคส์พาร์ตเนอร์ส** มีการสื่อสารผ่านช่องทาง SBP มอลล์ และ CPALL Connect เกี่ยวกับมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ COVID-19 ในการให้บริการลูกค้า มาตรการจัดการคัดกรองความเสี่ยงของพนักงาน และแนวปฏิบัติตนเองเพื่อลดความเสี่ยง **กลุ่มพนักงาน** มีการสื่อสารผ่านตัวแทน Risk Champion ประจำหน่วยงาน ช่องทาง CPALL Connect และอีเมลภายใน เพื่อรายงานสถานการณ์ให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน สื่อสารมาตรการปฏิบัติดูแลตนเองอย่างถูกต้อง เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อตนเอง ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทดำเนินการช่วยเหลือหรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงานและครอบครัว: บริษัทมุ่งเน้นการดูแลสุขอนามัยของพนักงานและจัดหาอุปกรณ์ป้องกันให้กับพนักงานที่มีความเสี่ยงสูง (พนักงานประจำร้านสาขาทั่วประเทศและพนักงานศูนย์กระจายสินค้า) รวมทั้งกำหนดมาตรการ Work From Home และการเหลื่อมเวลาในการทำงาน บริษัทยังได้ดำเนินโครงการ “เราอยู่เคียงข้างกัน” เพื่อดูแลจิตใจของพนักงาน โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาทั้งเรื่องการทำงานและชีวิตส่วนตัวโดยไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ บริษัทประกาศนโยบายไม่มีการเลิกจ้างพนักงานจากสถานการณ์ COVID-19 และจะดูแลค่ารักษาพยาบาลหากพบว่ามีพนักงานติดเชื้อ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการมอบคู่มือป้องกันและเครื่องดื่มให้กับครอบครัวพนักงานที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ รวมทั้งช่วยเหลือด้านค่าใช้จ่ายการศึกษาบุตรของพนักงาน

ลูกค้า: บริษัทจัดโปรแกรม “ร่วมด้วยช่วยค่าครองชีพ” ให้กับลูกค้า เช่น เมนูอาหารในราคาถูก ลดราคาสินค้าของกินของใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

ผู้ถือหุ้น: ในการประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทจัดให้มีถ่ายทอดสดบรรยากาศการประชุมผ่านจอภาพเพื่อลดความแออัดในห้องประชุมและจัดการประชุมให้สั้น กระชับ และให้เสร็จสิ้นภายในเวลาไม่เกิน 1.30 ชั่วโมง รวมทั้งเปิดรับฟังความเห็นและข้อซักถาม โดยให้ผู้ถือหุ้นสามารถส่งคำถามล่วงหน้าก่อนการประชุมมายังบริษัท

ชุมชนและสังคม: ดำเนินการภายใต้แนวคิด “คนไทยไม่ทิ้งกัน” โดยช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม เช่น

- **กลุ่มแพทย์ พยาบาล บุคลากรทางการแพทย์** มีการมอบอาหาร น้ำดื่ม ชุดอุปกรณ์ตรวจสอบสุขภาพ พื้นฐาน และอุปกรณ์ที่จำเป็นต่าง ๆ ตลอดจนบริจาคเงิน 77 ล้านบาท ให้กับ 77 โรงพยาบาล
- **ผู้มีรายได้น้อย** ช่วยเหลือด้านค่าครองชีพ โดยจัดแคมเปญอาหารในราคาประหยัด เช่น ข้าวกล่อง 20 บาท บริจาคถุงยังชีพ มีการสร้างงานสร้างอาชีพผ่านโครงการที่มอบให้บริการส่งถึงบ้าน (Home Delivery) เป็นต้น
- **เกษตรกร** บริษัทช่วยเหลือเกษตรกรโดยนำผลไม้มาขายในร้าน 7-11 (นำร่อง 850 สาขาในเขตกรุงเทพฯ และ 424 สาขาภาคใต้)
- **WS-สงฆ์** โดยร่วมสมทบทุนโรงทานตามวัดต่าง ๆ

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัททำความเข้าใจและวิเคราะห์ New Normal ของอุตสาหกรรมค้าปลีกที่จะเกิดขึ้นภายหลังจากสถานการณ์ COVID-19 ตลอดจนกำหนดแผนระยะยาวในการรับมือเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวของบริษัท โดยใช้กลยุทธ์ 4Rs ประกอบด้วย React “Resilience” “Rebound” และ “Reform” ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานใน 5 ด้าน ได้แก่

1 Business มุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์และ Home Delivery การประเมินความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม การแบ่งประเภทสินค้าโดยเน้นพิจารณาความต้องการแบบ Store-by-Store และการอำนวยความสะดวกในการชำระเงินแบบ Contactless

2 People ให้ความสำคัญกับการดูแลด้านสุขอนามัย ปรับเปลี่ยนระบบการทำงานให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้นและสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วยความเข้าใจ (Empathy)

3 Supply Chain & Technology ประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าและทำงานร่วมกับคู่ค้าในการพัฒนาสินค้าที่มีความต้องการ พิจารณาความเป็นไปได้ในการจัดหาจากคู่ค้าที่หลายแหล่ง (Multi-Sourcing) เร่งการดำเนินงานตามแผน Digital Transformation

4 Finance มีการทำ Stress Testing ทบทวนแผนการใช้จ่ายเงินและให้ความสำคัญกับบริหารสภาพคล่อง

5 Sustainability ให้การสนับสนุนช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียโดยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์ COVID-19 ให้ความร่วมมือกับรัฐบาลและหน่วยงานราชการในการปฏิบัติตามมาตรการที่เกี่ยวข้อง



HMPRO

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชยกรรม

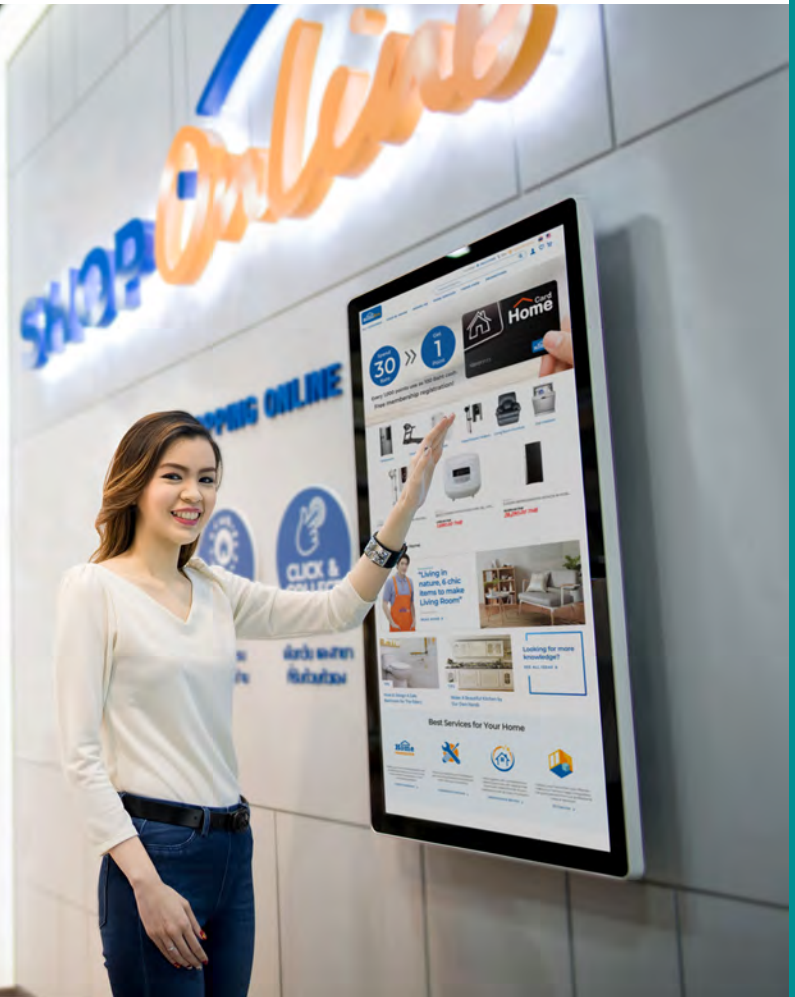
<http://www.homepro.co.th>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจค้าปลีก โดยจำหน่ายสินค้า และให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ตกแต่ง ต่อเติม ซ่อมแซม ปรับปรุง อาคาร บ้าน และที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร (One Stop Shopping Home Center) โดยใช้ชื่อ โฮมโปร (HomePro) เป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัท

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทได้ให้ความร่วมมือและดำเนินการสอดคล้องกับมาตรการและคำสั่งของหน่วยงานรัฐอย่างเต็มที่เพื่อช่วยจำกัดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยถือเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ บริษัทได้ประเมินสถานการณ์อย่างต่อเนื่องและดำเนินการตามมาตรการที่เหมาะสมเพื่อรองรับความต้องการจับจ่ายใช้สอยของลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการที่จำเป็นเร่งด่วนต่อการซ่อมแซมบ้านและที่อยู่อาศัย กลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาความสะอาด กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลสุขภาพ กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการทำงานที่บ้าน รวมถึงกลุ่มเครื่องครัวและเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน



ตั้งแต่ช่วงต้นของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 บริษัทได้แต่งตั้ง**คณะกรรมการกลางพิเศษเพื่อเฝ้าระวังและบริหารความเสี่ยง** ตลอดจนคณะกรรมการย่อยสำหรับแต่ละธุรกิจ โดยคณะกรรมการเหล่านี้ได้ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและประเมินผลกระทบต่อธุรกิจในด้านต่าง ๆ รวมถึงควบคุมดูแลให้การดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยที่มีการประกาศเพิ่มเติมอยู่เสมอ นอกจากนี้ บริษัทยังได้ยกระดับมาตรการและระบบการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับความต้องการจ่ายซื้อสินค้าและบริการของบริษัทผ่านช่องทางออนไลน์อีกด้วย

ในด้านการดูแลพนักงานและลูกค้า บริษัทดำเนินการป้องกันการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานต่าง ๆ เช่น จำกัดการเดินทาง การประชุมแบบพบหน้า การจัดสรรเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น การเว้นระยะห่างทั้งในสาขาและสำนักงานใหญ่ การทำงานจากที่พักอาศัย (Work From Home) การจัดตั้งจุดล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อไวรัส การตรวจคัดกรองอุณหภูมิพนักงาน ลูกค้า และผู้มาติดต่อ การลดการสัมผัสในพื้นที่สำนักงานและสาขา การจำกัดการเดินทางกลับภูมิลำเนาของพนักงาน ตลอดจนประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้พนักงานลูกค้า และผู้มาติดต่อ ปฏิบัติตามขั้นตอนเพื่อความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เราสามารถส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการแม้ในสถานการณ์ที่มีข้อจำกัด

สำหรับการบริหารห่วงโซ่อุปทานและคลังสินค้า

บริษัทมีส่วนแบ่งของยอดขายสินค้าที่จัดหาจากต่างประเทศทั้งหมดประมาณ 10% โดยมีสัดส่วนที่มาจากประเทศจีนประมาณ 6-8% เท่านั้น ซึ่งบริษัทได้สำรองสินค้าในส่วนนี้ก่อนหน้าช่วงวันหยุดเทศกาลตรุษจีนตามปกติ ทำให้ไม่ได้รับผลกระทบมากนักจากการปิดทำการของลูกค้าในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 นอกจากนี้ลูกค้าของบริษัทบางส่วนได้กลับมาเริ่มดำเนินการผลิตตามปกติแล้ว ความเสี่ยงด้านความพร้อมของสินค้าจึงถือว่าอยู่ในระดับที่ควบคุมได้

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการกลางพิเศษเพื่อเฝ้าระวังและบริหารความเสี่ยง ตลอดจนคณะกรรมการย่อยสำหรับแต่ละธุรกิจ คณะกรรมการเหล่านี้ได้ติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างใกล้ชิดและประเมินผลกระทบต่อธุรกิจในด้านต่าง ๆ รวมถึงควบคุมดูแลให้การดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรการรักษาสุขภาพและความปลอดภัยที่มีการประกาศเพิ่มเติมอยู่เสมอ โดยบริษัทได้ประเมินผลกระทบของ COVID-19 ไว้ดังนี้

1 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค: สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ (New Normal) ปรับวิถีการดำรงชีวิตเพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อ โดยการที่ผู้บริโภคต้องอยู่บ้านมากขึ้น ทำให้มีความต้องการและความจำเป็นที่จะปรับปรุงที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมมากขึ้นกับการทำงานหรือเรียน รวมทั้งการใช้ชีวิตประจำวันที่บ้านและจากการที่ร้านอาหารหลายแห่งปิดให้บริการ ส่งผลให้ผู้บริโภคทำอาหารทานเองที่บ้าน

นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เพราะอยู่กับบ้านมากขึ้น ทำให้มีกิจกรรมใหม่ ๆ ที่ให้ทำเวลาอยู่บ้าน อาทิ ตกแต่งบ้าน ปลูกต้นไม้ และกิจกรรมเพื่อการบันเทิง เป็นต้น โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเหล่านี้ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้สินค้าที่เกี่ยวข้องมียอดขายที่ดี เช่น กลุ่มอุปกรณ์ภายในบ้าน กลุ่มเครื่องครัว และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน กลุ่มเครื่องเสียง กลุ่มเครื่องครัว กลุ่มตกแต่งบ้าน รวมถึงกลุ่มกระเบื้อง เป็นต้น

2 จำนวนสาขาที่ปิดดำเนินการ: สืบเนื่องจากคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้ประกาศใช้ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน ออกมาตรการ Lockdown ตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม 2563 ส่งผลให้สาขาโฮมโปรและเมกาโฮมส่วนใหญ่ปิดดำเนินการ รวมไปถึงการจำกัดเวลาในการเปิดทำการให้น้อยกว่าปกติสำหรับสาขาที่สามารถเปิดทำการได้ โดยมีสาขาที่ปิดบริการชั่วคราว ได้แก่ โฮมโปร 69 สาขา เมกาโฮม 8 สาขา และสาขาโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซียปิดดำเนินการ 6 สาขา

นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ เหล่านี้ได้ประเมินผลกระทบต่อธุรกิจทั้งในด้านยอดขาย ค่าใช้จ่าย และสภาพคล่องรวมถึงควบคุมดูแลให้การดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทได้ปฏิบัติตามแนวทางของศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) อย่างเคร่งครัด สำหรับในกระบวนการต่าง ๆ บริษัทมีการบริหารจัดการ ดังนี้

1 การจัดการในส่วนของลูกค้า บริษัทได้จัดให้มี

จุดลงทะเบียนและวัดอุณหภูมิลูกค้าก่อนเข้าอาคาร จัดให้มีเจลแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ โดยบริษัทได้จำกัดจำนวนลูกค้าที่เข้าใช้บริการในแต่ละสาขา รวมถึงจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ารอรับบริการ ซึ่งจะมีการนั่งเว้นระยะห่าง 1 เมตร กำหนดให้มีการทำความสะอาด ฆ่าเชื้อโรค ในจุดสัมผัสทุกชั่วโมง และส่งเสริมการชำระเงินผ่าน Internet Banking หรือ QR Payment พร้อมจัดให้มีช่องทาง Self-Checkout เพื่อลดการสัมผัสโดยพนักงานทุกคนจะสวมหน้ากากอนามัยและ Face Shield ตลอดเวลาการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ ในส่วนของสาขา ทางบริษัทได้จัดช่องทางพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการและสตรีมีครรภ์ให้ได้รับบริการก่อน

2 การจัดการในส่วนของพนักงาน บริษัทได้

ตระหนักถึงความปลอดภัยของพนักงานและมีมาตรการเพื่อลดการติดเชื้อ โดยสนับสนุนให้พนักงานทำงานที่บ้าน สลับกันหยุดงาน และจัดสรรเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น พร้อมจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ครบครันให้แก่พนักงานเพื่อลดการแพร่ระบาด นอกจากนี้ บริษัทได้จำกัดการเดินทางกลับภูมิลำเนา และจัดการประชุมตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมทั้งในสาขาและสำนักงานใหญ่

3 การจัดการในส่วนของสาขาที่มีคำสั่งปิด

บริษัทเปิดตัวบริการ SHOP4YOU เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าผ่าน Line Application เพื่อใช้ในการติดต่อสอบถาม ถ่ายรูปส่งตัวอย่างสินค้า รายละเอียดการโอนเงิน และการกำหนดเวลาจัดส่ง ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกบริการส่งภายในวันหรือวัดถัดไปที่ซื้อสินค้า (Same Day/Next Day Delivery) หรือไปรับสินค้าที่สาขา (Click and collect) เพิ่มเติมจากการสื่อสารผ่าน Call Center และ Tele-Sales

4 การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

ทางสาขาได้สนับสนุนการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านระบบซื้อขายออนไลน์ Omni Channel และเพิ่มขีดความสามารถของบริการสำหรับลูกค้ามารับสินค้าที่สาขาหรือบริการส่งภายในวันหรือวัดถัดไปที่ซื้อสินค้า (Same Day / Next Day Delivery) ทั้งนี้ บริษัทได้ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของบริษัทให้มีความรวดเร็วเพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของการทำธุรกรรมออนไลน์

นอกจากนี้ บริษัทได้มีมาตรการในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่าง ๆ เช่น ค่าจ้างล่วงเวลา ค่าตอบแทนที่ขึ้นอยู่กับผลงาน (Sales Incentive) ลดการจัดจ้างงานจากภายนอก (Outsource) ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่า และค่าใช้จ่ายทางการตลาด อีกทั้งบริษัทได้มีการดำเนินการบริหารกระแสเงินสดและสภาพคล่อง โดยมีการประเมินผลกระทบต่อยอดขายที่ลดลงในกรณีต่าง ๆ ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 1 บริษัทได้ขยายวงเงินและเบิกเงินกู้ยืมระยะสั้นเพื่อเตรียมชำระเงินกู้ที่ครบจะกำหนด โดยในไตรมาสที่ 2 นี้สินระยะสั้นและระยะยาวบางส่วนได้ถูกชำระคืน

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทให้ความช่วยเหลือและการบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงานและจัดหาอุปกรณ์สำหรับป้องกันตัวเองให้ปลอดภัยจาก COVID-19 รวมถึงจำกัดการเดินทาง การประชุมแบบพบหน้า การจัดสรรเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น การเว้นระยะห่างทางสังคมทั้งในสาขาและสำนักงานใหญ่ การทำงานแบบ Work From Home

ลูกค้า: บริษัทจัดแคมเปญสินค้าราคาพิเศษเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระลูกค้า พร้อมทั้งพัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย เพิ่มความสะดวกสบายและสุขอนามัยที่ดีของลูกค้า สนับสนุนการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านระบบซื้อขายออนไลน์แบบ Omni Channel บริการ SHOP4YOU เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าผ่าน Line Application เพื่อใช้ในการติดต่อสอบถาม ถ่ายรูปส่งตัวอย่างสินค้า รายละเอียดการโอนเงิน และการกำหนดเวลาจัดส่งซึ่งลูกค้าสามารถเลือกบริการส่งภายในวันหรือวันถัดไปที่ซื้อสินค้า (Same Day/Next Day Delivery) หรือไปรับสินค้าที่สาขา (Click and Collect) เพิ่มเติมจากการสื่อสารผ่าน Call Center และ Tele-Sales ลดการสัมผัส (Touchless) โดยการใช้ QR Code สแกนรับส่วนลดและ E-Catalog แทนการใช้โบรชัวร์ รวมถึงมีช่องทางการชำระเงินโดยไม่ใช้เงินสด หรือแนะนำให้ใช้วิธี Cashless โดยการจ่ายผ่าน Online Application และ QR Payment

ผู้เช่า: บริษัทได้มีการยกเว้นหรือลดค่าเช่าให้กับผู้เช่าที่ปิดสถานประกอบการตามคำสั่งรัฐบาล ทั้งผู้ประกอบการร้านค้าเช่าที่อยู่ในพื้นที่สาขาของโฮมโปร และศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ เพื่อบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของผู้เช่า

ผู้ถือหุ้น: บริษัทจัดประชุมผู้ถือหุ้นโดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของผู้ถือหุ้นและพนักงาน โดยมีมาตรการรองรับต่าง ๆ เช่น ขอความร่วมมือให้ผู้ถือหุ้นมอบฉันทะให้กรรมการอิสระแทนการเข้าประชุมด้วยตนเอง เนื่องจากบริษัทสามารถจัดที่ประชุมได้ไม่เกิน 150 ที่นั่ง จึงจัดให้มีการถ่ายทอดสดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นในรูปแบบ VDO Conference จัดให้มีการคัดกรองตามแนวปฏิบัติของกรมควบคุมโรค บริเวณหน้าห้องประชุม เป็นต้น

ชุมชนและสังคม: บริษัทในฐานะผู้นำด้าน Total Home Solution ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเรื่องบ้านครบวงจร ได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและสังคม โดยร่วมกับหน่วยงานราชการจังหวัดลพบุรี 3 หน่วยงาน ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดลพบุรี สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดลพบุรี กองพันเสนารักษ์ที่ 1 จังหวัดลพบุรี สร้างโรงพยาบาลสนาม ตามมาตรฐานโครงสร้างงานสาธารณสุข เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับผู้ป่วย COVID-19 ที่มีการระบาดอย่างต่อเนื่อง โดยทีมช่าง Home Service ร่วมกับทหารช่าง กองพันเสนารักษ์ที่ 1 จังหวัดลพบุรี ดำเนินการปรับปรุงเรือนนอนทหารเป็นห้องพักผู้ป่วยจำนวน 16 เตียง โดยได้กั้นผนังห้องพักผู้ป่วยด้วยแผ่นโพลีคาร์บอเนตเพื่อจัดเตียงนอนผู้ป่วยให้เป็นสัดส่วนและถูกสุขลักษณะ พร้อมสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และปรับปรุงห้องอาบน้ำจำนวน 16 ห้อง ห้องสุขาจำนวน 10 ห้อง ปรับปรุงหลังคาบริเวณเคาน์เตอร์พยาบาลเพื่อลดความร้อนโดยการตีฝ้าและบุฉนวนกันความร้อน พร้อมทั้งเปลี่ยนหลังคาเป็นเมทัลชีทติดฉนวนกันความร้อนพียูบริเวณจุดคัดกรองผู้ป่วย

นอกจากนี้ บริษัทได้รับพระราชทานพระราชวโรกาสเข้าเฝ้าทูลละอองพระบาทสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี โดยคณะผู้บริหารของบริษัทเข้าเฝ้าทูลละอองพระบาททูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายเงินจำนวน 1 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนโครงการที่เกี่ยวข้องกับ COVID-19 ของสภาเกษตรกรไทย

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ (New Normal) ปรับวิถีการดำรงชีวิตเพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อโดยที่ผู้บริโภคต้องอยู่บ้านมากขึ้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยการปรับกลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ทุก Lifestyle ของลูกค้า ดังนี้

1 ด้านสินค้า: บริษัทคัดสรรสินค้าที่ตอบโจทย์ทุก Segment ทุก Lifestyle รับ New Normal เช่น ลูกค้าที่ต้องทำงานที่บ้าน (Work From Home) เช่น เฟอร์นิเจอร์ โต๊ะและเก้าอี้ ลูกค้าที่ต้องการความบันเทิงที่บ้านมากกว่าจะออกไปข้างนอก (Entertainment Home) เช่น Smart TV กลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่ต้องเรียนออนไลน์ (Learning at Home) และลูกค้าที่รักสุขภาพ ชอบทำอาหารเอง (Cooking at Home) เช่น หม้อทอด เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก กลุ่มสินค้าสุขอนามัย (Hygienic) อาทิ เครื่องอบจาน เครื่องซักผ้า เครื่องอบผ้า เครื่องฟอกอากาศ เครื่องกรองน้ำ สินค้าจำเป็นในการดูแลบ้าน ซ่อมแซม ปรับปรุงบ้าน และบริการด้าน Home Service การันตีด้วยทีมช่างมืออาชีพเพื่อตอบโจทย์ความเป็น Total Home Solution อย่างแท้จริง ภายใต้ Concept “Happy Home Healthy Living” ยิ่งอยู่บ้าน ยิ่งรู้ว่าบ้านต้องการอะไร

2 ด้านบริการ: บริษัทปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและรับมือกับสถานการณ์ COVID-19 โดยเน้นสร้างยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่ทางบริษัทมีอยู่แล้วเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านระบบซื้อขายออนไลน์แบบ Omni Channel บริการ SHOP4YOU บริการส่งสินค้าภายในวันหรือวัดถัดไปที่ซื้อสินค้า (Same Day/Next Day Delivery) หรือไปรับสินค้าที่สาขา (Click and Collect) พร้อมทั้งมีบริการทำความสะอาดโดย “Cleaning Solution” 6 บริการ ได้แก่ บริการล้างแอร์ฆ่าเชื้อโรค บริการอบฟันทันเชิลฆ่าไวรัส COVID บริการดูแลไรฝุ่นที่นอน บริการล้างเครื่องซักผ้า บริการล้างเครื่องดูดควัน/เตาผิง และบริการล้างแทงค์น้ำจากทีมช่างมืออาชีพ Home Service ที่มีการป้องกันตนเองในการให้บริการบ้านลูกค้าทุกราย โดยช่างทุกคนจะต้องทำการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนออกไปให้บริการ และต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือขณะปฏิบัติงานที่บ้านลูกค้า พร้อมใช้น้ำยาฆ่าเชื้อเช็ดทำความสะอาดเครื่องมือช่างทุกชนิดก่อนให้บริการลูกค้าในรายต่อไป ซึ่งลูกค้าสามารถใช้บริการผ่าน “Home Service Mobile Application” ที่ให้บริการเรื่องบ้านแบบครบวงจร ครอบคลุมงานบริการมากกว่า 100 บริการ

นอกจากนี้ ในการจัดงานโฮมโปร เอ็กซ์โปร์ บริษัทได้มีการพัฒนา Application VR 360o VIRTUAL EXPERIENCE เพื่อเปิดประสบการณ์ช้อปปิ้งเสมือนจริงเรื่องบ้านไว้บนมือถือโดยลูกค้าสามารถชมงานผ่านสมาร์ตโฟน พร้อมเลือกซื้อสินค้าผ่าน Application หรือเลือกซื้อออนไลน์ผ่าน www.homepro.co.th หรือผ่านทาง Facebook HomePro Thailand และ Official Line @HomePro ก็สามารถทำได้เช่นกัน

JWD

บริษัท เจดับเบิ้ลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์

<http://www.jwd-group.com>

ธุรกิจหลัก

ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนแบบครบวงจร แบ่งเป็น 5 ธุรกิจ ได้แก่

- 1 รับฝากและบริหารสินค้าบนพื้นที่ทั่วไป และพื้นที่เขตปลอดอากร
- 2 ขนส่งสินค้าในประเทศและข้ามแดน
- 3 ขนย้ายให้กับบุคคลและองค์กรทั้งในและต่างประเทศ
- 4 จัดการเอกสารและข้อมูล เช่น รับฝากข้อมูล/สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำลายเอกสารและบริการขนส่งเอกสาร เป็นต้น
- 5 ธุรกิจอื่นๆ ได้แก่ ให้เช่าอาคารสำนักงานและคลังสินค้า และให้บริการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงต้นของเหตุการณ์ COVID-19 คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเร่งจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์โรคระบาด COVID-19 (BCP) โดยให้ความสำคัญกับการเตรียมการด้านการปฏิบัติการในทุกๆระดับ การจัดการ Supply Chain การจัดการความเสี่ยงเรื่องปริมาณเงินสดคงเหลือ งบประมาณที่จะใช้ในการบริหารจัดการ ความช่วยเหลือเยียวยาพนักงานในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า และการเจรจาต่อรองกับเจ้าหนี้ที่จะถึงกำหนดชำระเป็นการเร่งด่วนเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ หลังจากทีคณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติแผนข้างต้น ทีมตอบโต้เหตุฉุกเฉินนำโดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้เร่งสื่อสาร ติดตาม และตรวจสอบให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติตามแผนดังกล่าวโดยเคร่งครัด



บริษัทให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงานเป็นอย่างยิ่ง และคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการแก่ลูกค้า ด้วยเหตุนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจึงได้มีการจัดทำมาตรการในการทำงานในสถานการณ์ที่ผิดปกติอันเกิดจากโรคระบาดและจัดตั้งคณะทำงานในสถานการณ์ COVID-19 ขึ้นพร้อมทั้งออกมาตรการต่าง ๆ ประกาศใช้กับพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และผู้มาติดต่อ เช่น การจัดเตรียมหน้ากากอนามัยให้พนักงาน และกำหนดให้พนักงานสวมใส่หน้ากากขณะทำงาน ตั้งจุดคัดกรองพนักงานและผู้มาติดต่อ กำหนดให้ประชุมผ่าน VDO Conference ตลอดจนการออกมาตรการในการทำงานในคลังสินค้าเพื่อให้ลูกค้านั้นมั่นใจว่าสินค้าที่มากับที่คลังจะไม่มี การปนเปื้อนของไวรัส COVID-19 เช่น การตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้า การฆ่าเชื้อโรคในคลังสินค้า การแบ่งพื้นที่เก็บสินค้าที่สุ่มเสี่ยงแยกต่างหาก เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติให้จัดตั้ง**ทีมจัดการเฉพาะกิจภายใต้สถานการณ์ COVID-19** ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการนำแผนการบริหารความต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์โรคระบาด COVID-19 (BCP) ที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติไปปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรม ตลอดจนกำกับดูแลและติดตามให้พนักงานปฏิบัติตามแผนดังกล่าวอย่างเคร่งครัด รวมถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจใช้มาตรการที่เหมาะสมตามระดับความรุนแรงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นแตกต่างกันตามที่กำหนดไว้ในแผน BCP รวมทั้งมีอำนาจในการตัดสินใจเร่งด่วน ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้ระบุไว้ในแผน BCP เพื่อป้องกันความเสียหายร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้นได้

บริษัทมีการจัดการและเตรียมทรัพยากรให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในช่วงภาวะวิกฤต เช่น การจัดเตรียม Laptop เพิ่มเติมสำหรับพนักงานที่ต้อง Work From Home และวางระบบ IT อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้พนักงานสามารถทำงานจากที่บ้านในขณะที่ยังสามารถเข้าถึงข้อมูลจากระบบของบริษัทได้อย่างปลอดภัย รวดเร็ว และสามารถประชุมผ่าน VDO Conference Call ได้ นอกจากนี้ บริษัทได้จัดเตรียมอุปกรณ์เกี่ยวกับความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เช่น หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ ให้พนักงานอย่างเพียงพอ ตลอดจนมีการพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อทุกวันในเวลาเช้าและเย็น เป็นต้น

สำหรับด้านการดำเนินธุรกิจ บริษัทมีการปรับตัวด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ได้แก่

1 ด้านการผลิตสินค้าและบริการ: บริษัทมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงเรื่องการแพร่ระบาดของโรค เช่น การนำระบบ Automated มาใช้ในคลังสินค้า (ASRS) และ การใช้เทคโนโลยี BI มาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนาบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ตลอดจนการติดต่อกับลูกค้าผ่านการประชุม VDO Conference Call เป็นหลัก

2 ด้านการขนส่ง: บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากรถที่ใช้ในกิจการมากขึ้น รวมถึงการลดการใช้ Outsources ลง โดยมีการปรับเปลี่ยนเส้นทางการเดินทางและช่วงเวลาในการเดินทางอย่างเหมาะสม เพื่อประโยชน์ในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด ตลอดจนเป็นการช่วยควบคุมค่าใช้จ่ายของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3 ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ: บริษัทขยายกลุ่มลูกค้า B2C มากขึ้นจากการเปิดตัวธุรกิจ Cold Chain Express Delivery โดยมองเห็นโอกาสทางธุรกิจจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการสั่งอาหารออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้ บริษัทมีมาตรการกำกับดูแลให้พนักงานที่ต้องพบกับลูกค้าปฏิบัติตามมาตรการป้องกันความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรคอย่างเคร่งครัด เช่น การกำหนดให้ใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือตลอดเวลาในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

4 ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงิน:

บริษัทกำหนดให้ผู้บริการในแต่ละ Business Units ทบทวนค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยให้ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและกำหนดให้การควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด บริษัทพิจารณาแผนการลงทุนใหม่โดยเลื่อนการลงทุนที่ยังไม่จำเป็นออกไปก่อนเพื่อถนอมเงินไว้ใช้ป้องกันความเสี่ยง หากบริษัทสูญเสียรายได้โดยมีนัยสำคัญจากสถานการณ์ดังกล่าว บริษัทมีการขอขยายระยะเวลาชำระหนี้และขอลดดอกเบี้ยกับเจ้าหนี้ต่าง ๆ มีการใช้สิทธิประโยชน์จากมาตรการบรรเทาผลกระทบตามมาตรการของรัฐ เช่น ขอสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) และการขอวงเงินกู้ระยะสั้น (PN) เพื่อสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉินอย่างทันท่วงที

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีทีมตอบโต้เหตุฉุกเฉินที่รับผิดชอบในการวางแผนการสื่อสาร การกำหนดประเด็นการสื่อสาร และการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างเหมาะสม ผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ เช่น Email, Line, Facebook และ Website ของบริษัท ซึ่งได้มีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะกับกลุ่มลูกค้า บริษัทแจ้งการปรับเปลี่ยนนโยบายการทำงานล่วงเวลาของพนักงานในคลังสินค้าให้สอดคล้องกับประกาศจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งบริษัทได้แจ้งลูกค้าอย่างทันท่วงทีเพื่อให้เข้าใจสถานการณ์และสามารถวางแผนการนำสินค้าเข้าและออกจากคลังสินค้าได้ตามเวลาการทำงานล่วงเวลาใหม่นี้เพื่อให้ไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ลูกค้าและคู่ค้า

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้ประเมินสถานการณ์และผลกระทบที่อาจเกิดกับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ และจัดการผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: บริษัทแจกหน้ากากอนามัยและสำรองหน้ากากอนามัยไว้ให้พนักงานสามารถเบิกใช้ได้ตามความจำเป็นตลอดเวลา รวมถึงทำประกัน COVID-19 ให้กับพนักงานทุกคน บริษัทมีนโยบายให้พนักงานกู้เงินในอัตราดอกเบี้ย 0% สำหรับพนักงานที่ได้รับความเดือดร้อนและมีเหตุจำเป็น โดยผู้บริหารของบริษัทจะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทยังไม่มีนโยบายเลิกจ้างหรือลดเงินเดือนของพนักงาน

ลูกค้า: บริษัทเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่ประสบปัญหาจากสถานการณ์ COVID-19 แจ้งขอขยายระยะเวลาในการชำระหนี้หรือขอลดค่าเช่าหรือบริการได้เป็นรายการณี โดยกำหนดช่องทางและขั้นตอนพิจารณาไว้โดยชัดเจน

คู่ค้า: ในกรณีที่คู่ค้าขอลดหรือยกเลิกระยะเวลา Credit Term บริษัทได้พิจารณาดำเนินการตามความประสงค์ของลูกค้าเป็นรายการณี

ผู้ถือหุ้น: บริษัทเลื่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 ในช่วงวิกฤตของสถานการณ์ COVID-19 ออกไปโดยไม่มีกำหนด อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากผลการดำเนินงาน ปี 2562 แทนการเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้รับเงินปันผลเร็วขึ้น ทั้งนี้ ภายหลังสถานการณ์ต่าง ๆ เริ่มคลี่คลาย คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดให้มีการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2563 ในรูปแบบผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อป้องกันความเสี่ยงของโรคระบาด

ชุมชนและสังคม: บริษัทมีการสั่งซื้อหน้ากากอนามัยแบบซักได้เพื่อแจกจ่ายให้กับพนักงานจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์งานเศษผ้า ชุมชนบ้านอ้อมโรงหีบ ตำบลบ้านเกาะ จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับที่คลังสินค้าห้องเย็นหลักของบริษัทเพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชน นอกจากนี้ บริษัทได้มีการบริจาค Face Shield และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ให้แก่ รพ. สมุทรสาคร และหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ เช่น กรมการแพทย์ คณะแพทยรามาธิบดี ศูนย์ปฏิบัติการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินด้านความมั่นคงประจำพื้นที่กรุงเทพฯ ศูนย์คัดกรอง COVID-19 สุวรรณภูมิและดอนเมือง เป็นต้น เพื่อเป็นกำลังใจแก่เจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อยับยั้งการระบาดในประเทศไทย

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้มีการประเมินวิเคราะห์สถานการณ์และผลกระทบทางธุรกิจที่ได้รับผลกระทบในเชิงบวกและลบ ได้แก่

- **ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก** ได้แก่ ธุรกิจคลังสินค้าห้องเย็นและคลังสินค้าทั่วไป มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.9 และ 9.5 ของบริษัทในปี 2562 โดยรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากมีใช้การบริการโลจิสติกส์สำหรับสินค้าทั่วไป อาหารและสินค้าควบคุมอุณหภูมิ ทั้งในส่วนของธุรกิจที่เป็น B2B และ B2C โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสั่งสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ E-commerce ซึ่งจะกลายเป็น New Normal บริษัทคาดว่าธุรกิจเหล่านี้จะได้รับประโยชน์อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

- **ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเชิงลบ** ได้แก่ ธุรกิจคลังสินค้ายานยนต์ มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.9 ของบริษัทในปี 2562 รายได้ลดลงอย่างมีนัยยะสำคัญในไตรมาส 2/2563 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากธุรกิจยานยนต์ที่หยุดการผลิตชั่วคราวและลดอัตราการผลิตลงในระยะเวลาดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้ผลิตรถยนต์ได้กลับมาดำเนินการผลิตอีกครั้งตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 เป็นต้นมา ทำให้ Supply Chain ของอุตสาหกรรมเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวขึ้น บริษัทคาดว่าธุรกิจนี้จะสามารถกลับมาสร้างรายได้ในระดับเดิมได้ภายในปี 2564

สำหรับ**ธุรกิจคลังสินค้าอंतरาย** มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.7 ได้รับผลกระทบจากจำนวนตู้สินค้าที่ลดลงซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าสินค้าในกลุ่มอะไหล่รถยนต์ อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากการหยุดการผลิตชั่วคราวของโรงงานผลิตรถยนต์ อย่างไรก็ตาม สินค้าอंतरายประเภทอื่น ๆ ไม่ได้รับผลกระทบมากนัก ทั้งนี้ ระยะเวลาการฟื้นตัวของธุรกิจนี้ส่วนหนึ่งจะดีขึ้นตามสถานการณ์โรคระบาดในช่วงครึ่งปีหลัง และอีกส่วนหนึ่งจะสัมพันธ์กับการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งโดยภาพรวมบริษัทคาดว่าธุรกิจนี้จะกลับสู่สภาวะปกติได้ในช่วงปลายปี 2563 เป็นต้นไป (ระยะเวลาการฟื้นตัวของธุรกิจที่บริษัทประเมินข้างต้น ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ไม่มีการระบาดเพิ่มเติมของเชื้อไวรัส COVID-19 อีกในอนาคต)

- **ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบ** คือ ธุรกิจขนส่งสินค้า มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14 ของบริษัทในปี 2562 ได้รับผลกระทบเชิงบวกจากธุรกิจคลังสินค้าห้องเย็นและคลังสินค้าส่งผลทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากธุรกิจดังกล่าว ในขณะที่เดียวกันก็ได้รับผลกระทบเชิงลบจากธุรกิจคลังสินค้ายานยนต์และคลังสินค้าอंतरายส่งผลให้ มีรายได้ลดลงจากธุรกิจดังกล่าว เช่นเดียวกัน บริษัทคาดว่าจะสามารถดำรงผลประกอบการของธุรกิจนี้ได้ในระดับใกล้เคียงหรือต่ำกว่าในปีก่อนเล็กน้อย และคาดว่าจะสามารถกลับมาได้มีการเติบโตด้านผลประกอบการได้ในปี 2564

จากผลกระทบดังกล่าว บริษัททบทวนเป้าหมายแผนการดำเนินงานในระยะสั้น โดยยังคงตั้งเป้าหมายที่จะเป็น **Asean Top Specialized Supply Chain Solutions ในธุรกิจด้านสินค้าอंतरาย เคมี สินค้าควบคุม อุณหภูมิและยานยนต์** ซึ่งบริษัทมีความชำนาญและการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งขยายไปในประเทศอาเซียนที่มีศักยภาพ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นปัจจัยสำคัญหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ดำเนินการปรับแผนการดำเนินงานในระยะสั้นเพื่อให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในภาวะโรคระบาด โดยการลดหรือเลื่อนการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ที่ยังไม่จำเป็นออกไปยกเว้นการลงทุนในคลังสินค้าห้องเย็น คลังสินค้าทั่วไป และคลังสินค้าประเภท Built-to-Suit ซึ่งมีความต้องการใช้บริการชัดเจนแล้ว ทั้งนี้ บริษัทยังมีแผนที่จะขยายคลังสินค้าที่อยู่ในความต้องการเพิ่มขึ้นอีกในอนาคตโดยจะมีการนำเอาระบบอัตโนมัติมาใช้ในการบริหารจัดการมากขึ้นตามลำดับ เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานคนซึ่งอาจเป็นอุปสรรคในภาวะโรคระบาด นอกจากนี้ ยังได้เปิดตัวธุรกิจขนส่งสินค้าควบคุมอุณหภูมิต่วน (Cold Chain Express) เพื่อตอบสนองฐานลูกค้าที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นในตลาดจากภาวะโรคระบาดนี้และจะกลายเป็น New Normal ในอนาคต

บริษัทกำหนดและจัดลำดับความสำคัญเรื่องเร่งด่วนที่บริษัทต้องมีการพัฒนาปรับปรุง ได้แก่

- 1 **ด้าน HR:** การดูแลพนักงานด้านสุขภาพและสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ให้น้อยที่สุด
- 2 **ด้าน Cost Optimization:** การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด
- 3 **ด้าน Delay Investment:** การเลื่อนการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเชิงลบและในโครงการต่าง ๆ ที่ยังไม่จำเป็นเร่งด่วน

4 ด้าน Expand Potential Business: การขยายการลงทุนและสร้างบริการใหม่ ๆ เช่น ธุรกิจคลังสินค้า ห้างเย็นและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เป็นต้น ซึ่งได้รับผลกระทบเชิงบวกจากสถานการณ์ COVID-19 เป็นต้น

5 ด้าน Technology and Automation Development: การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและระบบอัตโนมัติต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและทดแทนการใช้แรงงานคน

บริษัทมีการวิเคราะห์ New Normal ของอุตสาหกรรม เพื่อวางแผนในการปรับตัวในอนาคตโดยประเมินจากแต่ละอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- **อุตสาหกรรมยานยนต์**จะได้รับผลกระทบเชิงลบจาก New Normal ที่จะมีอัตราการผลิตในประเทศลดลง เนื่องจากความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดลง บริษัทมีแผนที่จะสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการตลาดใหม่เพิ่มเติม ได้แก่ อุตสาหกรรมอะไหล่รถยนต์ (Auto Parts) และมีแผนในการขยายธุรกิจไปยังประเทศที่มีศักยภาพเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญในอาเซียน เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย เป็นต้น
- **อุตสาหกรรมอาหารและสินค้าควบคุมอุณหภูมิ** จะได้รับผลกระทบเชิงบวกเนื่องจากรูปแบบการบริโภคสินค้าที่ต้องการให้มีการส่งสินค้าถึงตัวผู้บริโภคมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากเติบโตของธุรกิจในรูปแบบ Online ซึ่งจะส่งผลดีต่อความต้องการพื้นที่คลังสินค้าห้องเย็นและการขนส่งสินค้าควบคุมอุณหภูมิ บริษัทจึงมีแผนจะขยายธุรกิจดังกล่าว ตลอดจนการเสริมบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ เช่น Value Added Service ในคลังสินค้า การให้บริการ Cold Chain Express และการให้บริการด้าน Food Service เป็นต้น

- **อุตสาหกรรมโลจิสติกส์**จะได้รับผลในเชิงบวกจาก New Normal โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากอิทธิพลของธุรกิจ E-Commerce เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคปรับตัวสู่การซื้อสินค้าแบบ Offline มาเป็น Online มากขึ้นตั้งแต่ช่วงมีการ Lockdown ประเทศต่อเนื่องมาจนถึงในปัจจุบัน ส่งผลในเชิงบวกต่อความต้องการใช้ Supply Chain Management นับตั้งแต่บริการนำเข้าสู่ออกคลังสินค้า ขนส่ง ตลอดจนคลังสินค้าที่เป็น Fulfillment Center สำหรับสนับสนุนงานด้าน E-Commerce โดยตรงเพิ่มมากขึ้น บริษัทจึงมีแผนขยายธุรกิจดังกล่าวซึ่งได้เริ่มดำเนินการแล้วปัจจุบัน

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมโลจิสติกส์จะได้รับประโยชน์จากการขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งบริษัทเล็งเห็นความสำคัญและได้ดำเนินการขยายธุรกิจและเครือข่ายธุรกิจในภูมิภาคอาเซียนมาแล้วเป็นเวลามากกว่า 5 ปี ครอบคลุม 9 ประเทศในภูมิภาคและยังคงมีแผนที่จะขยายธุรกิจในต่างประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากภาวะ New Normal อย่างเต็มที่

MAJOR

บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / สื่อและสิ่งพิมพ์

<http://www.majorcineplex.com>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ ธุรกิจโบว์ลิ่งและคาราโอเกะ
ธุรกิจลานสเก็ตน้ำแข็ง ธุรกิจพื้นที่เช่าและศูนย์การค้า
ธุรกิจการสร้างและการจัดจำหน่ายภาพยนตร์
และธุรกิจบริการสื่อโฆษณา

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทประกาศนโยบายรับมือสถานการณ์ฉุกเฉิน (BCP) และบรรจุเข้าไปในวาระส่วนในการประชุมคณะกรรมการความเสี่ยงภายใต้หัวข้อความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) มีการจัดตั้งคณะกรรมการป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 เพื่อการกำกับดูแลและรับมืออย่างมีประสิทธิภาพ สื่อสารนโยบายและระเบียบข้อบังคับกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยจัดให้พนักงานส่วนใหญ่ทำงานที่บ้าน (Work from Home) สำหรับพนักงานที่จำเป็นต้องเข้าทำงานในสถานปฏิบัติงานของบริษัท บริษัทกำหนดให้พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัย วัดไข้ ล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ และเว้นระยะห่างที่ปลอดภัยจากการติดเชื้อ (Social Distancing)

บริษัทสนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันที่จำเป็นให้พนักงานทุกคน ได้แก่ หน้ากากอนามัย ปรอทวัดไข้ และสเปรย์แอลกอฮอล์ พร้อมทั้งติดตามสถานะทางสุขภาพและสวัสดิภาพในการทำงานอย่างใกล้ชิดโดยจัดให้มีการทำงานแบบ Work From Home ให้มากที่สุด และกำหนดให้พนักงานที่มีความจำเป็นต้องเข้าทำงานในสถานปฏิบัติงานต้องปฏิบัติตามแนวทางป้องกันการติดเชื้ออย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีกองทุนเงินกู้ยืมให้กับพนักงานที่ประสบปัญหาจากสถานการณ์ COVID-19 ด้วย



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทจัดตั้งคณะกรรมการป้องกันและควบคุมโรคติดต่อไวรัส COVID-19 โดยรายงานตรงต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารเพื่อการกำกับดูแลและรับมืออย่างมีประสิทธิภาพ มีการสื่อสารนโยบายและระเบียบข้อบังคับกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยคณะกรรมการดังกล่าวประเมินสถานการณ์เป็นรายวัน/รายชั่วโมง ซึ่งพิจารณาครอบคลุมถึงจำนวนผู้ติดเชื้อที่เพิ่มขึ้น การกระจายตัวของผู้ติดเชื้อ และพื้นที่เสี่ยงต่าง ๆ รวมถึงประสานงานร่วมกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก

บริษัทประกาศปิดโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศตั้งแต่วันที่ 18 มีนาคม 2563 (ก่อนที่รัฐบาลประกาศ) เพื่อแสดงถึงความตระหนักในความรับผิดชอบต่อสังคม โดยบริษัทได้มีกระบวนการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในพื้นที่โรงภาพยนตร์ ไบว์ลิ่ง คาราโอเกะ ไอซ์สเก็ตติ้ง ทั่วประเทศในวันดังกล่าว ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ได้มีการจัด Conference

Call สำหรับกลุ่มนักวิเคราะห์และกองทุนเพื่อชี้แจงสถานการณ์ของบริษัท รวมถึงแนวโน้มการจัดการปัญหาต่าง ๆ โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้ให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามด้วยตนเอง

บริษัทมีการทบทวนแผนธุรกิจในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่ปิดโรงภาพยนตร์โดยใช้ช่องทางสื่อสารผ่านทาง YouTube และ Facebook สำหรับการขายขนมขบเคี้ยว (Popcorn) ได้มีการเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทาง Grab, Lineman เป็นต้น สำหรับการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า บริษัทมีการจัดการประชุม (Online Conference) เพื่อหารือร่วมกันในการขยายระยะเวลาการชำระและแผนการนำเข้าสินค้า ในส่วนของสถานะทางการเงิน บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพคล่องเพื่อ Cash Flow ในช่วงภาวะวิกฤตได้มีการทบทวนค่าใช้จ่ายและแผนการลงทุน รวมถึงการใช้สิทธิประโยชน์จากมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ได้จากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทตระหนักถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อความกังวลด้านสุขภาพและการดำเนินชีวิตของผู้คนที่ต้องปรับเปลี่ยนไปเพื่อป้องกันตนเองจากการติดเชื้อ บริษัทในฐานะผู้นำในอุตสาหกรรมธุรกิจโรงพยาบาลเพื่อสร้างสรรคคุณภาพชีวิต มีการให้ความช่วยเหลือและการบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: บริษัทสนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันที่จำเป็นให้พนักงานทุกคน ได้แก่ หน้ากากอนามัย ปรอทวัดไข้ และสเปรย์แอลกอฮอล์ กำหนดให้มีการทำงานแบบ Work From Home ให้มากที่สุด สำหรับพนักงานที่มีความจำเป็นต้องเข้าทำงานในสถานปฏิบัติงานบริษัทกำหนดให้พนักงานต้องปฏิบัติตามแนวทางป้องกันการติดเชื้ออย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีกองทุนเงินกู้ยืมให้กับพนักงานที่ประสบปัญหาจากสถานการณ์ COVID-19

ลูกค้า: บริษัทขยายเวลาการใช้ Promotion หรือสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับลูกค้า รวมถึงการส่งเสริมกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ สำหรับลูกค้าพื้นที่เช่าและห้างร้าน มีการพักการชำระค่าเช่าในระหว่างที่ศูนย์การค้าปิดดำเนินการ

ชุมชนและสังคม: บริษัทสนับสนุนบุคลากรทางการแพทย์ในการรับมือสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ด้วยการบริจาคหน้ากากและสมทบทุนให้โรงพยาบาลและหน่วยงานราชการต่าง ๆ

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทเตรียมความพร้อมการเปิดให้บริการหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดดีขึ้นโดยให้ความสำคัญกับการดูแลสุขอนามัยของลูกค้า ทั้งนี้ มีการกำหนด**มาตรการเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า** ได้แก่

- กำหนดให้พนักงานต้องมีการตรวจวัดอุณหภูมิ ก่อนเข้าปฏิบัติงาน มีการบันทึกข้อมูลการคัดกรองทุกวัน และให้พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัยระหว่างที่ติดต่อกับลูกค้าและบุคคลภายนอก
- มีมาตรการ Social Distancing โดยกำหนดให้มีการเว้นระยะห่างในพื้นที่โรงพยาบาล มีจุดรอคิวห่างกัน ติดตั้งฉากกั้นบริเวณเคาน์เตอร์ให้บริการ
- กำหนดให้มี Extra Cleaning โดยทำความสะอาดพื้นที่สัมผัสทุก 1 ชั่วโมง การอบโอโซนและฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในโรงพยาบาลและบริการแอลกอฮอล์เจลแก่ผู้มาใช้บริการ
- พัฒนา Touchless Experience ทุกจุดชำระเงิน รองรับการทำรายการในรูปแบบ Cashless และ Virtual Card เน้นให้ลูกค้าทำรายการผ่านช่องทางออนไลน์และให้มีการเข้าสู่โรงพยาบาลด้วยระบบ QR Code



MEDICAL SPECIALTY CENTER
MAHACHAI HOSPITAL



M-CHAI

บริษัท โรงพยาบาลมหาชัย จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / การแพทย์

<http://www.mahachaihospital.com>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจโรงพยาบาล คือ โรงพยาบาลมหาชัย และโรงพยาบาลในเครือ ได้แก่ โรงพยาบาลมหาชัย 2 โรงพยาบาลมหาชัย 3 โรงพยาบาลมหาชัยแม่กลอง โรงพยาบาลมหาชัยเพชรรัตน

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากวิกฤต COVID-19 ที่เกิดขึ้น บริษัทมีการประเมินผลกระทบในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานและผู้มาใช้บริการ บริษัทจัดอุปกรณ์เพื่อช่วยป้องกันโดยมีการแจกหน้ากากอนามัยให้กับพนักงาน จัดเตรียมเจลแอลกอฮอล์ล้างมือไว้ตามจุดต่าง ๆ กำหนดให้ลูกค้าทุกท่านสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าและมีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้ามาใช้บริการ อีกทั้งจัดเตรียมพื้นที่สำหรับผู้ที่มิชอบภูมิสูงเกิน 37.5 องศา หรือมีอาการไข้ ไอ จาม ไว้ที่พื้นที่เฉพาะ ไม่ให้ปะปนกับผู้มาใช้บริการท่านอื่น มีการปรับเปลี่ยนการทำงานให้พนักงานมี Social Distancing โดยให้มีระยะห่างตามมาตรการที่รัฐบาลแนะนำ



นอกจากนี้ บริษัทได้มีการจัดตั้งทีมเพื่อติดตามสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยมีการจัดการเป็นผู้นำทีม โดยมีการประชุมร่วมกันกับผู้บริหารเพื่อเตรียมรับมือกับการแพร่ระบาด โดยพิจารณาจากการติดเชื้อที่เพิ่มขึ้นในแต่ละวันจากทางรัฐบาลเพื่อปรับการทำงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ บริษัทได้ประเมินสถานการณ์ต่าง ๆ ดังนี้

1 ด้าน Business Operation เนื่องด้วยการที่ผู้มาใช้บริการมีจำนวนลดน้อยลง บริษัทได้มีการจัดอัตรากำลังของพนักงานให้เหมาะสมกับปริมาณงาน เพื่อส่งผลดีต่อการเงินของบริษัทที่สามารถลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เช่น โบนัสในภาวะที่ลูกค้าลดลง เป็นต้น

2 ด้าน Supply Chain บริษัทวางแผนตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อจนเสร็จสิ้นกระบวนการจัดส่งสินค้า เพื่อให้ได้สินค้าในเวลาและปริมาณที่บริษัทต้องการ โดยประสานงานกับคู่ค้าให้มีการส่งสินค้าที่บริษัทมีความจำเป็นต้องใช้โดยมีการคำนวณเพื่อให้ปริมาณสินค้าคงคลังสอดคล้องกับปริมาณการใช้งาน และมีสำรองตามความเหมาะสม

3 ด้าน Financial Status บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการบริหารกระแสเงินสดให้มีพอเพียงในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยมีการทำ Projection ในหลาย Model ทางธุรกิจเพื่อรองรับในทุกสถานการณ์ ทั้งนี้ บริษัทยังได้มีแผนการบริหารความต่อเนื่อง (BCP) โดยเตรียมแผนไว้ในหลาย ๆ สถานการณ์

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ภาวะวิกฤต COVID-19 ส่งผลให้บริษัทไม่สามารถปฏิบัติงานในลักษณะเดิมได้ บริษัทจึงมีการแต่งตั้งทีมงานที่ดูแลโดยเฉพาะ มีการประชุมร่วมกันทั้งผู้บริหารระดับสูง และพนักงานเพื่อหาแนวทางปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่ประชาชนต้องทำงานจากที่บ้านหรือมีการจำกัดการเดินทาง ทำให้ไม่สามารถออกมาใช้บริการได้ตามปกติ

1 ด้านการให้บริการ บริษัทให้บริการการจัดส่งยาตามบ้านแทนการมารับยาที่โรงพยาบาล โดยมีการจัดส่งทั้งทางไปรษณีย์ในยาที่สามารถจัดส่งได้และจัดส่งยาโดยเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลสำหรับประเภทยาที่ต้องมีการรักษาฉุกเฉินหรือต้องอธิบายการใช้ยาโดยเภสัชกร และยังมีบริการ Drive Through มารับที่โรงพยาบาลโดยไม่ต้องลงจากรถ บริษัทได้ประสานกับบริษัทประกันทำ Telemedicine โดยคนไข้ไม่ต้องมาโรงพยาบาล และมีการจัดส่งยาไปที่บ้านหลังจากปรึกษาแพทย์เสร็จ นอกจากนี้ บริษัทมีแผนเยี่ยมบ้านเพื่อให้ความรู้หรือดูแลผู้ป่วยที่ไม่สะดวกเดินทางมาโรงพยาบาล

2 ด้านการเงิน เนื่องจากจำนวนผู้มาใช้บริการลดน้อยลง โรงพยาบาลมีการปรับตัวโดยมีการจัดกำลังคนตามภาระงานเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายให้เหมาะสม มีการวางแผนในเรื่องการบริหารสภาพคล่องเพื่อให้ผ่านวิกฤตนี้ไปได้ โดยมีทั้งการชะลอการลงทุนและการเจรจาเรื่องดอกเบี้ยเงินกู้

3 ด้านการปฏิบัติงาน บริษัทมีการจัดเตรียมเรื่องการประชุมทางไกลเพื่อความสะดวกในการทำงานโดยไม่ต้องเดินทางมารวมกัน สำหรับผู้ที่ต้องปฏิบัติงานในพื้นที่ บริษัทได้จัดอุปกรณ์เพื่อช่วยป้องกันโดยมีการแจกหน้ากากอนามัยให้กับพนักงานทุกคนทุกวันที่มาทำงาน พร้อมทั้งการจัดเตรียมแอลกอฮอล์ล้างมือไว้ตามจุดต่าง ๆ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

เนื่องด้วยผลกระทบของ COVID-19 ไม่เพียงส่งผลต่อธุรกิจแต่ยังส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท บริษัทจึงดำเนินการช่วยเหลือหรือบรรเทาผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับ ดังนี้

พนักงานและครอบครัว: บริษัทไม่ได้มีการลดเงินเดือนแต่อย่างใด มีการดูแลสุขภาพของพนักงาน โดยการแจกหน้ากากอนามัยและให้บริการเจลแอลกอฮอล์อย่างพอเพียงให้กับพนักงาน กรณีที่พนักงานมีอาการไข้สูงร่วมกับอาการอื่น ๆ ที่น่าสงสัย บริษัทจะตรวจหาเชื้อ COVID-19 ให้ทันทีโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายกับพนักงาน รวมถึงให้มีการฉีดวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่เพื่อแยกอาการของโรคไข้หวัดใหญ่กับ COVID-19 บริษัทยังได้สนับสนุนอาหารให้พนักงานโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่าย ตลอดจนเจรจายืดหนี้ของพนักงานที่มีกับสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่อยืดการชำระเงินออกไป นอกจากนี้บริษัทมีสวัสดิการรักษาส่งพนักงานโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายอีกทั้งดูแลถึงครอบครัวพ่อแม่สามี ภรรยา และบุตรโดยมีส่วนลด 30%

ลูกค้า: บริษัทชำระเงินค่าสินค้าและบริการตามข้อตกลงตามปกติเพื่อเป็นการช่วยเหลือลูกค้าไม่ให้มีปัญหาในด้านการเงิน

ลูกค้า: บริษัทจัดโปรโมชั่นราคาการตรวจสุขภาพในราคาพิเศษในช่วง COVID-19 ให้แก่ลูกค้า

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีการทบทวนเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในระยะสั้นและระยะยาวให้สอดคล้องกับสถานการณ์และเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal เช่น การพิจารณาความพร้อมเรื่อง Telemedicine ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่าง ๆ หรืออุปกรณ์มัลติมีเดียในการส่งเสริมด้านการดูแลสุขภาพเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป การเตรียมเรื่องการจัดตั้งร้านขายยาในกรณีที่กระทรวงพาณิชย์เข้ามาควบคุมราคา ยา การหาบริการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ของบริษัท

NYT

บริษัท นามยง เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์

<http://www.namyongterminal.com>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจให้บริการท่าเทียบเรือเพื่อการส่งออกและนำเข้ารถยนต์และสินค้าทั่วไป โดยมีท่าเทียบเรือและพื้นที่ให้บริการตั้งอยู่ในบริเวณท่าเทียบเรือ A5 ท่าเรือแหลมฉบัง อำเภอกะสีราชา จังหวัดชลบุรี ลักษณะการให้บริการแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- 1 การให้บริการท่าเทียบเรือ
- 2 การให้บริการพื้นที่ฝากเก็บสินค้าและเตรียมความพร้อมก่อนส่งออก
- 3 การให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องับธุรกิจหลัก

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันกึ่งต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากวิกฤต COVID-19 ที่เกิดขึ้น บริษัทมีการติดตามข้อมูลและวางมาตรการแบ่งแยกเป็น 2 ระยะ ประกอบด้วย

1 ระยะที่ 1: มาตรการป้องกันและเฝ้าระวัง

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 บริษัทมีการจัดประชุมเพื่อกำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ตามแนวทางของรัฐบาล โดยบริษัทได้จัดเตรียมหน้ากากอนามัยให้แก่พนักงาน มีการจัดเตรียมเจลแอลกอฮอล์ประจำจุดต่าง ๆ และประชาสัมพันธ์ให้บุคคลในพื้นที่รับทราบ นอกจากนี้ ยังให้แม่บ้านทำความสะอาดจุดสัมผัสร่วมต่าง ๆ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ

2 ระยะที่ 2 : มาตรการยกระดับความเข้มงวดวิธีการทำงาน ซึ่งอาจมีผลกระทบจากการประกาศ พ.ร.ก.ฉุกเฉินและเคอร์ฟิวในระยะเวลาอันใกล้ (เมื่อเริ่มพบผู้ติดเชื้อในประเทศจากกรณีสนามมวย)

ในเดือนมีนาคม 2563 บริษัทมีการประชุมผู้บริหารส่วนที่เกี่ยวข้องและกำหนดมาตรการ Work From Home เพื่อให้ท่าเรือ A5 เป็นฐานที่มั่นของบริษัท ลดความเสี่ยงจากการเป็นพาหะของคนกรุงเทพฯ (ซึ่งพบการติดเชื้อแล้ว) โดยให้พนักงานส่วนงานกรุงเทพฯ ไม่ต้องไปทำงานที่แหลมฉบัง แต่ให้ใช้มาตรการสลับวันทำงานแทน



ทั้งนี้ ฝ่ายคลังสินค้าได้ติดต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยแจ้งมาตรการต่าง ๆ ของบริษัทที่อาจส่งผลกระทบต่อ การประสานงานหรือความไม่สะดวกในการติดต่อ แจ้งวันหยุด การเลื่อนหรือสลับเวลาการทำงานของ ทีมงานให้ลูกค้าทราบ บริษัทมีการรายงานแผนงานให้ คณะกรรมการทราบ ตลอดจนจัดประชุมพนักงานโดยผ่าน VDO conference ทั้งสาขาแหลมฉบังและกรุงเทพฯ และ สรุปผลการประชุมผ่านไลน์กลุ่ม (Official Line Group) สำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานนอกพื้นที่/พนักงานขับรถ เพื่อให้รับทราบข้อมูลของบริษัทอย่างเท่าเทียมกัน

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง บริษัทมีการจัดทรัพยากรและเตรียมอุปกรณ์สนับสนุน ต่าง ๆ ให้พร้อมในภาวะวิกฤต โดยฝ่ายจัดซื้อจัดจ้างได้ สำรองปริมาณอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้มีใช้อย่างน้อย 3 เดือน โดยดูจากปริมาณสั่งซื้อย้อนหลัง เนื่องจากหลังการ Lockdown แล้ว อาจทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้นและเป็นสินค้า

ควบคุม หาซื้อได้ยากและขนส่งระหว่างจังหวัดมีปัญหา สำหรับฝ่าย IT มีการเฝ้าระวังเรื่องความปลอดภัยด้าน ไซเบอร์เนื่องจากในภาวะวิกฤต ตรวจสอบเรื่องสัญญาณ อินเทอร์เน็ต ระบบความพร้อมโทรศัพท์ และความพร้อม อุปกรณ์ Laptop ในกรณีที่พนักงาน Work From Home ร้องขออุปกรณ์

ในการบริหารจัดการด้านการเงิน บริษัทยังคง ยึดมั่นหลักการชำระหนี้ตรงเวลาตามสัญญาและ Credit Term ที่ได้รับ ทั้งนี้ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ฝ่ายบริหารได้มีการสรุปค่าใช้จ่ายที่ คาดว่าจะเกิดขึ้นหรือที่ตั้งงบประมาณไว้ตามแผนงานช่วง เดือนเมษายน - มิถุนายน 2563 เพื่อพิจารณาว่ารายการ ค่าใช้จ่ายใดต้องชำระตามสัญญาหรือเป็นรายการเกี่ยวกับ พนักงานหรือสาธารณูปโภคหรือเพื่อความจำเป็นอย่างยิ่ง ต่อการดำเนินธุรกิจต่อไปได้ หากเป็นรายการ Admin Cost เช่น ค่าอบรม สวัสดิการพนักงานที่ยังไม่จำเป็น หรือมีแล้ว ไม่สามารถดำเนินการให้สอดคล้องกับมาตรการของบริษัท หรือของรัฐบาล บริษัทพิจารณาให้เลื่อนออกไปก่อนและ เมื่อสถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติจึงค่อยกลับมาทำงานตาม แผนงานต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทได้ปรับเปลี่ยนการทำงานด้านการเงิน (Treasury) เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่อาจมีการ Lockdown ในเขตกรุงเทพฯ ส่งผลทำให้การจ่ายเงินให้ลูกค้าที่แหลมฉบังโดยการเซ็นเช็คและส่งไปจากกรุงเทพฯ ไม่สามารถทำได้เหมือนภาวะปกติ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทดำเนินการช่วยเหลือหรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: บริษัทมุ่งเน้นการดูแลบุคลากรเพื่อให้ผ่านพ้นวิกฤตการณ์โดยมีมาตรการสลับเวลายามาทำงาน มาตรการด้าน Social Distancing และการดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงาน มีการจัดหาหน้ากากอนามัยให้พนักงาน รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบว่าประกันภัยกลุ่มบริษัทมีการคุ้มครองครอบคลุมกรณี COVID-19 ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายปรับลดเงินเดือนของพนักงานแต่อย่างใด

ผู้ถือหุ้น: บริษัทได้เลื่อนการประชุมผู้ถือหุ้นออกไปตามมาตรการของรัฐบาล ต่อมาเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดในประเทศไทยดีขึ้นตามลำดับ ประกอบกับรัฐบาลได้มีประกาศมาตรการผ่อนปรนให้มีการจัดประชุมได้นั้น บริษัทจึงกำหนดวันประชุมผู้ถือหุ้นขึ้นใหม่เป็นวันที่ 9 ตุลาคม 2563 โดยให้ผู้ถือหุ้นสามารถส่งคำถามล่วงหน้าผ่านช่องทางที่บริษัทกำหนด ทั้งนี้ บริษัทได้แจ้งข่าวดังกล่าวผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรวมถึงแจ้งในหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นอีกด้วย ซึ่งการประชุมผู้ถือหุ้นดำเนินการภายใต้ความปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด

ชุมชนและสังคม: ภายหลังจากการทดลองดำเนินการตามมาตรการจัดการ COVID-19 ระยะหนึ่ง บริษัทได้จัดทำ Clip VDO เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ผู้มาติดต่อรับทราบแนวทางในการปฏิบัติของบริษัท และในกรณีที่หน่วยงานกำกับหรือหน่วยงานราชการต้องการแนวทางเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา บริษัทยินดีเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อไป

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2563 ได้มีการปรึกษาเรื่องผลกระทบของ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมรถยนต์ทั้งตัวเลขการผลิตและส่งออก โดยบริษัทวิเคราะห์ว่าจากสถานการณ์ COVID-19 แม้ว่าบริษัทจะได้รับผลกระทบจากรายได้ที่ลดลงและกำไรที่ลดลง ในทางกลับกัน บริษัทได้รับ “โอกาส” ในการขยายธุรกิจใหม่ซึ่งเดิมก่อนเกิดเหตุการณ์มีต้นทุนสูง แต่เมื่อเกิดเหตุการณ์บริษัทมีต้นทุนที่ต่ำลง ดังนั้น ในภาวะวิกฤตบริษัทได้ประเมินทั้งโอกาสใหม่และผลเสียจากความเสียหายที่ได้รับจากธุรกิจปัจจุบันโดยปกติธุรกิจของบริษัทไม่อาจกำหนดปริมาณรายได้ด้วยตนเอง เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการที่เป็นห่วงโซ่อุปทานตรงกลางระหว่างผู้ผลิตรถยนต์และผู้ใช้รถยนต์ภายในประเทศและภายนอกประเทศ แต่บริษัทกำหนดประเด็นความสำคัญในเรื่องการบริหารต้นทุนและลดค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น ซึ่งเป็นแผนงานปกติของบริษัทอยู่แล้ว

สำหรับการวิเคราะห์ New Normal บริษัทมองว่ามีผลกระทบต่อบริษัทอย่างแน่นอน อย่างไรก็ตาม ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเห็นว่า การผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่จะเข้ามาทดแทนรถยนต์ที่ใช้ในปัจจุบันจะยังไม่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยเนื่องจากยังมีปัญหาเรื่อง Facility Supplied อีกมาก ดังนั้น ณ ปัจจุบัน บริษัทดำเนินธุรกิจโดยการขยายธุรกิจจาก “โอกาสใหม่” ซึ่งมีต้นทุนที่ต่ำลงจากก่อนเหตุการณ์ COVID 19 คือ การจัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท ซีฮอร์ส เฟอร์รี จำกัด “Seahorse” ดำเนินธุรกิจให้บริการขนส่งและโดยสารด้วยเรือ RORO Passenger (ROPAX) ระหว่างชายฝั่งทะเลตะวันออกกับภาคกลางตอนล่างและขนส่งต่อเนื่องไปยังภาคใต้

OTO

บริษัท วันทูนวัน คอนแทคส์ จำกัด (มหาชน)

mai: บริการ

<http://www.onetonecontacts.com>

ธุรกิจหลัก

ให้บริการบริหารจัดการงานลูกค้าสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ และให้บริการออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบศูนย์บริการข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน และมีบริการให้เข้าอุปกรณ์ Contact Center และบริการให้เช่าซอฟต์แวร์ทั้งซอฟต์แวร์สำเร็จรูปและซอฟต์แวร์ระบบ Contact Center ที่ปรับเปลี่ยนระบบการทำงานให้เหมาะสมกับธุรกิจขององค์กรเพื่อให้บริการลูกค้า

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงต้นของเหตุการณ์ บริษัทมีการติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างใกล้ชิด มีการออกมาตรการระงับการเดินทางไปต่างประเทศ เพื่อไปอบรมสัมมนาหรือปฏิบัติภารกิจอื่นใดของบริษัท บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งในด้านการดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้ได้อย่างต่อเนื่อง บริษัทมุ่งเน้นในเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานให้ห่างจากภาวะเสี่ยงที่จะติดเชื้อ COVID-19 โดยจัดทำประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ และแจ้งสถานการณ์ให้พนักงานรับทราบตลอดเวลาผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งกำหนดให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือ หรือใช้เจลแอลกอฮอล์ทำความสะอาด ตรวจสอบอุณหภูมิอย่างสม่ำเสมอ มีการทำความสะอาดสถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ สาธารณะ ระบบปรับอากาศ ลิฟท์ เครื่อง Scan ด้วยระบบฆ่าเชื้อทุก 2 อาทิตย์



ในกรณีที่พบว่าพนักงานผู้ต้องสงสัยติดเชื้อ COVID-19 ให้คัดกรองพนักงานออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1 พนักงานที่ตรวจพบแล้วว่าติดเชื้อ COVID-19 ให้เข้ารับกักตัวที่โรงพยาบาลตามสิทธิและอยู่ในความดูแลของกระทรวงสาธารณสุขโดยทันที
- 2 พนักงานที่มีความเสี่ยงสูงให้เข้าตรวจที่โรงพยาบาลตามสิทธิทันที และเข้าสู่กระบวนการคัดกรองพร้อมอยู่ในความดูแลของกระทรวงสาธารณสุขโดยทันที
- 3 พนักงานที่มีความเสี่ยงต่ำ พิจารณาให้พนักงาน Work From Home หรือจัดให้พนักงานเข้าปฏิบัติงานในพื้นที่ที่บริษัทจัดไว้ให้เป็นเวลา 14 วันเพื่อฝ้าดูอาการ ทั้งนี้บริษัทกำหนดให้พนักงานทุกคนทำประเมินความเสี่ยงการติดเชื้อ COVID-19 ทุกวันศุกร์ของสัปดาห์ พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบจากข้อมูลเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในการบริหารจัดการภายใต้สถานการณ์ในภาวะวิกฤตนั้น บริษัทได้กำหนดทีมจัดการเฉพาะกิจและมีผู้รับผิดชอบโดยตรงเพื่อให้การดำเนินงานและการตัดสินใจมีประสิทธิภาพ โดยแต่งตั้งคณะกรรมการป้องกันและรับมือภาวะการณ์แพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ซึ่งมีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายด้านการป้องกัน ด้านการเผชิญเหตุ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้าน BCP รวมถึงติดตามการปฏิบัติงานและทบทวนปรับเปลี่ยนนโยบายทุกด้านตามความเหมาะสม โดยคณะทำงานย่อยในแต่ละด้านมีหน้าที่ ดังนี้

1 ภาระงานด้านการป้องกันการแพร่ระบาด มีหน้าที่ในการนำเสนอแนวทางและแผนการป้องกันการแพร่ระบาดให้ครอบคลุมในทุกสถานการณ์

2 ภาระงานด้านการเผชิญเหตุมีหน้าที่ในการกำหนดแผนการปฏิบัติการที่ชัดเจนเมื่อเกิดเหตุ พร้อมทั้งดำเนินการและประสานงานกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3 ภาระงานด้านประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวทางการดำเนินงานในการป้องกันและเผชิญเหตุเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจนแก่เป้าหมายทั้งภายในและภายนอกบริษัท

4 ภาระงานด้านบริหารการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) มีหน้าที่ในการสนับสนุนกระบวนการเครื่องมือระบบสื่อสารสารสนเทศ พร้อมทั้งบูรณาการแผนและสนับสนุนการดำเนินการ Work From Home

บริษัทมีการดำเนินการในด้านต่างๆ ดังนี้

- **ด้าน Business Operation** เพื่อให้ธุรกิจยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง สามารถรองรับการบริการให้แก่ลูกค้าได้ตามข้อตกลง บริษัทได้กำหนด Back Up Site เพื่อรองรับการเกิดเหตุฉุกเฉินได้อย่างทันท่วงที มีการปรับเวลาการทำงานเพื่อให้พนักงานมาทำงานได้ตามกำหนดเวลาและหลีกเลี่ยงความแออัดจากใช้รถสาธารณะในการเดินทาง กำหนดจำนวนพนักงานที่ต้องปฏิบัติงานในออฟฟิศให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการให้บริการลูกค้า รวมทั้งให้มีการดำเนินการตามมาตรการ Work From Home ด้วยการจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับพนักงานอย่างพร้อมเพียง
- **ด้านการจัดการ Financial Status** บริษัทจัดทำประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไรขาดทุนใหม่ให้สะท้อนกับสถานการณ์และสถานะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น เช่น ลูกค้าขอลดค่าบริการเนื่องจากได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะวิกฤต บริษัทจัดทำมาตรการและขั้นตอนการรับ-จ่ายเงิน และวงเงินสำรองฉุกเฉินในกรณีไม่สามารถเข้าสถานที่ทำงานได้ เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีมาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบ ดูแล และสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

พนักงาน: บริษัทจัดเหลื่อมเวลาการทำงานเพื่อให้พนักงานมาทำงานได้โดยไม่ต้องใช้รถสาธารณะในเวลาเร่งด่วน ลดความเสี่ยงต่อความแออัดของผู้คน มีการกำหนดมาตรการ Work From Home เพื่อให้พนักงานไม่ต้องเดินทางมาทำงานที่ออฟฟิศ เป็นการลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ ซึ่งบริษัทได้จัดหาอุปกรณ์ Notebook และอุปกรณ์อื่น ๆ เพื่อให้พนักงานทำงาน Work From Home ได้ นอกจากนี้ บริษัทให้ความใส่ใจในสุขอนามัยของพนักงาน โดยจัดทีมที่ปรึกษากรณีพนักงานเกิดความกังวลใจว่าอยู่ในกลุ่มเสี่ยงหรือไม่และจะปฏิบัติตนอย่างไร มีการจัดหาหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ให้พนักงาน ฉีดยาฆ่าเชื้อในสถานที่ทำงาน รวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างน้อย 2 อาทิตย์ต่อครั้ง เพื่อให้พนักงานเกิดความมั่นใจในความปลอดภัย

ลูกค้า: บริษัทยังคงให้บริการที่ต่อเนื่องแม้อยู่ในช่วงวิกฤต อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการหารือร่วมกับลูกค้าในการนำข้อมูลการให้บริการออกนอกบริษัท ในกรณีที่จะต้องดำเนินการ Work From Home นอกจากนี้ ในกรณีที่ลูกค้าขอให้บริษัทปรับลดค่าบริการเนื่องจากลูกค้าได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะวิกฤต บริษัทได้พิจารณาช่วยเหลือปรับลดในอัตราที่เหมาะสม

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

ในช่วงที่ COVID-19 ระบาด บริษัทได้รับผลกระทบจากลูกค้าของบริษัทที่มีบริการเกี่ยวกับการเดินทาง การประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ และอื่น ๆ ซึ่งมีการลดการใช้จ่ายในงานบริการลงจำนวนมาก ดังนั้น หากยังคงมีการแพร่ระบาดอยู่ บริษัทคาดการณ์ว่าการกลับมาดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิมอาจเป็นไปได้ยาก ดังนั้น ในช่วงที่ผ่านมา บริษัทมีการทบทวนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งรวมไปถึงการปรับลดเงินเดือนของผู้บริหารระดับกลางไปถึงระดับสูง มีการปรับกระบวนการให้บริการสินค้าใหม่ เน้นในสิ่งที่ตลาดต้องการในช่วงวิกฤต เช่น งานบริการที่เกี่ยวข้อง Digital Service เป็นต้น ตลอดจนมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจ รวมถึงไปถึงพัฒนา Solutions จะนำมาปรับใช้ในอนาคต

บริษัทได้ทบทวนเป้าหมายยอดขายและกำไรขาดทุนใหม่ บริษัทพบว่าลูกค้ารายใหญ่มีการหยุดบริการจากสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งมีผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทการแก้ปัญหาในระยะสั้น คือ การขยายลูกค้าใหม่และปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานใหม่มากขึ้น ขณะนี้บริษัทได้วางแผนล่วงหน้าไว้เพียง 12 เดือน เพราะมีปัจจัยเปลี่ยนแปลงอยู่ค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตาม บริษัทวางแผนเตรียมพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์การระบาดรอบใหม่โดยมุ่งเน้นที่การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพให้ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด และยังสามารถดำเนินกิจการไปได้ด้วยการปรับตัวสู่สถานการณ์การใช้รูปแบบใหม่ในหลากหลายกระบวนการตั้งแต่การทำงาน การประชุม การหาลูกค้า การส่งมอบงาน ฯลฯ

PHOL

บริษัท ผลิตภัณฯ จำกัด (มหาชน)

mai: บริการ

<http://www.pdgth.com>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจ

- 1 จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม
- 2 ให้บริการออกแบบ ผลิต รับก่อสร้าง ให้บริการเกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำ เพื่ออุปโภคและบริโภค

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรง ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จึงเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ เพื่อพร้อมรับกับสถานการณ์ โดยในช่วงต้นของสถานการณ์ ฝ่ายบริหาร ได้มีการประชุมหารือเพื่อคาดการณ์ผลกระทบที่มีต่อธุรกิจ คู่ค้า รวมถึงแนวทางและวิธีการในการดำเนินการเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง และมีการติดตามข้อมูล ข่าวสารอย่างใกล้ชิด

บริษัทกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อการป้องกัน ควบคุมโรค COVID-19 ตามคำแนะนำของกรมควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด โดยจัดทำเป็นประกาศแจ้งแก่พนักงานรับทราบทั่วทั้งองค์กรเพื่อให้มีแนวทางปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การคัดกรองพนักงานและบุคคลภายนอกผู้ที่เข้ามาติดต่อบริษัท กำหนดให้สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา หมั่นล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ที่บริษัทจัดให้ จัดการประชุมแบบออนไลน์ การเว้นระยะห่างในทุกกิจกรรม รวมถึงกำหนดบทลงโทษ สำหรับผู้ที่ฝ่าฝืนการปฏิบัติ เป็นต้น



นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการดูแลการทำงาน สะอาดสถานที่ทำงานอย่างเข้มงวด มีการฉีดพ่นเพื่อฆ่า เชื้อโรคภายในบริเวณพื้นที่บริษัทและพื้นที่ส่วนกลางจุดที่ ต้องสัมผัสบ่อยมีการดูแลสุขอนามัยและสุขภาพ ของพนักงานอย่างทั่วถึง เช่น การแจกหน้ากากอนามัย เจล/สเปรย์แอลกอฮอล์ และประทัดใช้สำหรับพนักงาน รวมถึงการจัดสถานที่ทำงานและโรงอาหารแบบเว้นระยะห่าง เป็นต้น

บริษัทกำหนดแนวทางตามแผนบริหารความ ต่อเนื่องของธุรกิจ โดยให้มีการปฏิบัติงานจากบ้าน (Work From Home) มีการจัดแบ่งกลุ่มพนักงานสลับกันมาทำงาน เพื่อลดความเสี่ยงการติดเชื้อและมีการเตรียมความพร้อม ในด้านต่าง ๆ เช่น

- ตรวจสอบความพร้อมของแต่ละหน่วยงาน กำหนด ให้ทุกหน่วยงานจัดทำแผนดำเนินงานเพื่อไม่ ให้การดำเนินงานหยุดชะงัก ตั้งแต่การแบ่งทีม เมื่อต้องดำเนินงานแบบ Work From Home การกำหนดวิธีการดำเนินงานที่เหมาะสมวิธีการ สื่อสารก่อนเริ่ม Work From Home

- จัดให้มีเทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์ ซอฟต์แวร์ ที่จำเป็นอย่างเพียงพอ สนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับอินเทอร์เน็ต รวมถึงการปรับระบบการทำงานลดจำนวนเอกสาร เน้นการประชุมออนไลน์ E-Meeting (Hangout) เพื่อสนับสนุนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการเตรียมความพร้อมด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญเพื่อช่วยให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่อง มีการจัดทำแผนรองรับและกู้ภัยจากเหตุสุดวิสัย Disaster Recovery Plan (DRP) เพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้ได้มีการทดสอบระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สำหรับ Work From Home ด้วย

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทได้มีการจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) สำหรับการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและอาจส่งผลให้ธุรกิจหยุดชะงักได้ เพื่อให้มีการบริหารจัดการและสามารถสั่งการได้อย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ จึงได้มอบหมายให้รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายสนับสนุนองค์กรเป็นหัวหน้าทีม BCP ตามโครงสร้างคณะทำงานบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อจัดเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น กำหนดกระบวนการเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน พร้อมทั้งรายงานต่อฝ่ายบริหาร คณะกรรมการบริหาร ความเสี่ยงและคณะกรรมการบริษัท เป็นลำดับ

บริษัทคาดการณ์และประเมินถึงผลกระทบที่อาจมีต่อธุรกิจไม่ว่าจะเป็นผลกระทบใน Supply Chain ที่อาจส่งผลให้ธุรกิจหยุดชะงัก รวมถึงความปลอดภัยของพนักงานในองค์กรและบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้อง ซึ่งบริษัทได้รับผลกระทบในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ดังนี้

- ลูกค้าหลักที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 มีการลดกำลังการผลิต ชะลอการใช้จ่ายหรือหยุดการสั่งซื้อ ส่งผลให้มียอดขายลดลง โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ลดลงประมาณ 30% กลุ่มชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มปีโตรเคมี ลดลงประมาณ 20% จากปีก่อน ณ ช่วงเวลาเดียวกัน
- ผู้ขายหลักในต่างประเทศที่มีการ Lockdown มีการเลื่อนการส่งมอบสินค้า
- ราคาสินค้าเกี่ยวกับการป้องกันโรค COVID-19 พุ่งสูงขึ้น
- เกิดคู่แข่งใหม่ทำให้มีการแข่งขันด้านราคาที่ยืดหยุ่นยิ่งขึ้น

จากผลกระทบดังกล่าว บริษัทประเมินว่าธุรกิจของบริษัทสามารถสร้างโอกาสในการขายได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทอยู่ในกลุ่มธุรกิจการขายสินค้าและบริการเกี่ยวกับอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย จึงได้มีการปรับกลยุทธ์และแผนงานขายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ดังนี้

- **กลยุทธ์ Speed** การหาสินค้าตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้นได้อย่างทันที และเร็วกว่าคู่แข่ง ส่งผลให้บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 1/2563 เพิ่มขึ้น 13.91% เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน
- **การเสนอสินค้าทดแทน** เพื่อรักษารฐานลูกค้า
- **การเพิ่มช่องทางการขายและหาลูกค้ากลุ่มใหม่** เพิ่มเติมจากแผนงานเดิมเพื่อสร้างโอกาสในการขายสินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยเฉพาะกลุ่มราชการ กลุ่มสาธารณสุขและโรงพยาบาล ซึ่งบริษัทมียอดขายที่เพิ่มจากกลุ่มดังกล่าวหลายเท่าตัว

- **การนำข้อมูลลูกค้ามาวิเคราะห์ ประเมิน และวางแผนการขาย** รวมถึงควบคุมการสั่งซื้อเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสินค้าคงคลัง อีกทั้งปรับกระบวนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น การเพิ่มความถี่ในการวางแผนการสั่งซื้อเพื่อให้เกิดความสมดุลของความต้องการสินค้าและปริมาณสินค้าคงคลัง การเพิ่มความระมัดระวังในการอนุมัติวงเงินการให้เครดิตกับลูกค้า (กรณีมีการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่) ลูกค้ากลุ่มตัวแทน มีการให้ชำระค่าสินค้าเกี่ยวกับสถานการณ์ COVID-19 เป็นเงินสด และมีการวางเงินมัดจำเพื่อลดความเสี่ยงของลูกค้าการค้ำ เป็นต้น
- **ด้านการจัดการ Supply Chain** ฝ่ายบริหารมีการประเมินความเสี่ยงและจัดเตรียมความพร้อมในด้าน Supply Chain ที่อาจเกิดผลกระทบต่อธุรกิจ โดยมีการเร่งเพิ่มผู้ผลิตแหล่งใหม่ ๆ ให้ครอบคลุมหลายภูมิภาคเพื่อสามารถสั่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน รองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วหรือให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด รวมถึงการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตในประเทศมาทดแทนกับความต้องการของตลาดในภาวะวิกฤตดังกล่าว โดยบริษัทเน้นการดำเนินการอย่างรวดเร็วตั้งแต่การหาสินค้าทดแทน รวมถึงการติดตามสื่อสารกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดสม่ำเสมอส่งผลให้บริษัทสามารถส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ตามความต้องการ หรือมีผลกระทบน้อยที่สุด
- **ด้านสถานะการเงิน** บริษัทประเมินสถานะทางการเงินของบริษัทอยู่เสมอ มีการสำรองเงินที่ครอบคลุม เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง รักษาสภาพคล่องให้เพียงพอต่อการดำเนินงานในกรณีที่บริษัทขาดรายได้ รวมทั้งกำหนดให้ฝ่ายการเงินดูแลติดตามสถานการณ์ของลูกค้ากลุ่มที่อาจได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 นอกจากนี้ บริษัทยังมีการควบคุมค่าใช้จ่าย ชะลอโครงการที่ไม่จำเป็นหรือไม่เร่งด่วน รวมทั้งจัดทำประกันธุรกิจหยุดชะงักเพื่อรองรับผลกระทบดังกล่าว

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

นอกเหนือจากการดูแลพนักงานด้านสุขภาพชีวิต-อนามัยและสุขภาพของพนักงาน บริษัทได้คำนึงถึงการมีสังคมและชุมชนที่ปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยได้มีการดำเนินการดังนี้

ลูกค้า: ลูกค้ากลุ่มธุรกิจน้ำ (กลุ่มห้างสรรพสินค้า) ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 บริษัทลดค่าบริการงานระบบรีไซเคิลน้ำ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการบริหารจัดการโดยการควบคุมค่าใช้จ่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับรายได้ที่ลดลงหรือให้มีผลกระทบน้อยที่สุด

ผู้ถือหุ้น: บริษัทสามารถจัดการประชุมผู้ถือหุ้นได้ตามที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนปฏิบัติตามมาตรการและแนวทางดำเนินการในการจัดประชุมผู้ถือหุ้นตามข้อแนะนำของกรมควบคุมโรคติดต่อ กระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ บริษัทขอความร่วมมือให้ผู้ถือหุ้นมอบอำนาจแก่กรรมการอิสระของบริษัทเป็นผู้รับมอบอำนาจเข้าร่วมประชุมแทน โดยแจ้งแก่ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าผ่านช่องทางข่าวของตลาดหลักทรัพย์ฯ และหน้าเว็บไซต์ของบริษัท

ชุมชนและสังคม: บริษัทได้มีการจัดทำโครงการบริจาคอุปกรณ์ PPE ป้องกัน COVID-19 เพื่อสนับสนุนอุปกรณ์สำหรับความปลอดภัยต่อองค์กร หน่วยงานราชการที่ขาดแคลน หรือมีความต้องการสินค้า เช่น กลุ่มโรงพยาบาล หน่วยงานสาธารณสุข อีกทั้งมีการแจกหน้ากากอนามัยในแหล่งชุมชนเพื่อเป็นการช่วยเหลือประชาชนทั่วไปและรณรงค์ให้สวมใส่หน้ากากอนามัย รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ทั้งเรื่องการปฏิบัติตัวในสถานการณ์ COVID-19 ผ่านช่องทางหลากหลาย ได้แก่ เว็บไซต์ของบริษัท (www.pdgth.com) ออนไลน์ (pholonline.com) และ Facebook

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ และทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจของบางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งกระทบกับกลุ่มลูกค้าเดิมของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทมีการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงโดยมีการทบทวนเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในระยะสั้น มีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น

- การขยายการขายในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการเติบโต เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น และขยายการขายสู่กลุ่มลูกค้าใหม่จากช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่ส่งผลให้บริษัทสามารถเข้าหาลูกค้าในกลุ่มดังกล่าวได้มากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มสาธารณสุข กลุ่มร้านขายยา ร้านค้าตามสถานศึกษา เป็นต้น
- การปรับปรุงระบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง โดยลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ลดเอกสาร รวมถึงการดำเนินงานโดยอาศัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมากยิ่งขึ้น
- การบริหารจัดการ Supply Chain ให้พร้อมรับสถานการณ์การหาผู้ผลิตในภูมิภาคใหม่ ๆ สำรองเพื่อสามารถตอบสนองด้วยสินค้าที่ได้มาตรฐาน

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมสำหรับการจัดทำแผนดำเนินงานในระยะยาวเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจองค์กร ได้แก่

- การจัดเตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมสำหรับการเติบโตขององค์กรโดยการจัดให้มีการอบรมให้ความรู้กับผู้บริหาร หัวหน้างานและพนักงานกลุ่ม Talent เพื่อให้สามารถพัฒนาองค์กรพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
- การจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กรให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลก พร้อมสร้างโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท โดยมีที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางเติบโตขององค์กร ภายใต้โครงการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาการพัฒนากลยุทธ์และการพัฒนาผู้บริหาร (TU-RAC)



SPI

บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชย

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

ธุรกิจหลัก

ถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company)

โดยมีการลงทุนในธุรกิจ 3 ประเภท คือ

- 1 ธุรกิจการลงทุนในธุรกิจสินค้าอุปโภค
- 2 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
- 3 ธุรกิจการพัฒนาสวนอุตสาหกรรม และลงทุนในธุรกิจอื่นๆ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานและสุขภาพของอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน จึงกำหนดแนวทางการดูแลด้านสุขอนามัยต่าง ๆ เพื่อการรองรับการปฏิบัติงานในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เช่น การงดการเดินทางไปในประเทศที่มีความเสี่ยง การทำความสะอาดพื้นที่สัมผัสอย่างสม่ำเสมอ แจกหน้ากากอนามัยชนิดซ้กได้ให้กับพนักงาน และจัดรถของบริษัทไว้สำหรับพนักงานที่มีความจำเป็นต้องเดินทางไปปฏิบัติภารกิจของบริษัท เป็นต้น

บริษัทยังได้อนุมัติการปฏิบัติงานที่บ้าน (Work From Home) โดยให้พนักงานและหัวหน้างานกำหนดเป้าหมายกิจกรรม และวางแผนการปฏิบัติตามหน้าที่และความรับผิดชอบร่วมกัน มีการดูแลเรื่องทรัพยากร อุปกรณ์ระบบและ/หรือรูปแบบการขนส่งเอกสารต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานของพนักงานในระหว่างที่มีการ Work From Home บริษัทยังได้สนับสนุนให้นำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการจัดประชุมกับพนักงานหรือหน่วยงานอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในระหว่างสถานการณ์ดังกล่าวอีกด้วย



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทกำหนดตัวแทนจากแต่ละหน่วยงานทำหน้าที่ประสานงานในสถานการณ์เพื่อเตรียมความพร้อมในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่ปกติหรือเหตุการณ์ฉุกเฉิน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ตัวแทนจากแต่ละฝ่าย และ 2) ตัวแทนสนับสนุน และมีกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร 2 แนวทางคือ จากผู้บริหารถึงพนักงาน และจากพนักงานถึงผู้บริหารผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนด สำหรับการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร มีการสื่อสารตามช่องทางที่กำหนดไว้ สำหรับพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นมาจากต่างประเทศ เป็นการสื่อสารผ่าน Video Conference หรือระบบการประชุม Online

บริษัทมีแนวทางในการสร้างความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (Business Continuity Plan) โดยระบุเป้าหมายและกิจกรรมการปฏิบัติงานระหว่างการปฏิบัติงานที่บ้านในเหตุการณ์ฉุกเฉิน และมีการตรวจสอบทรัพยากรที่จำเป็นที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น สถานที่ปฏิบัติงาน อุปกรณ์เทคโนโลยี และข้อมูลสารสนเทศ เป็นต้น ที่พนักงานจำเป็นต้องมีระหว่างการปฏิบัติงานเพื่อให้ทีมงานบริหารความเสี่ยงได้รับทราบและสามารถบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

บริษัทได้วางแผนเพื่อบริหารสภาพคล่องและลดความเสี่ยงเรื่องสถานการณ์ทางการเงินของบริษัท โดยออกหุ้นกู้ระยะยาวเป็นจำนวนเงิน 5,000 ล้านบาท เพื่อทดแทนเงินกู้ระยะสั้นและเพิ่มเงินสดในการเสริมสภาพคล่องให้กับบริษัทสำหรับรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจมีระยะเวลายาวนานกว่าที่ประเมินไว้

นอกจากนี้ บริษัทมีการสื่อสารเชิงรุกในสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ทั้ง 4 แห่ง เพื่อติดตามและประเมินสถานการณ์ของลูกค้าย่างใกล้ชิด ในการพิจารณาแนวทางให้ความช่วยเหลือลูกค้าในกรณีที่เกิดปัญหาจากการดำเนินธุรกิจเป็นรายกรณี

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีมาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบ ดูแล และสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

พนักงาน: บริษัทมีการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการปฏิบัติงานในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 และป้องกันการแพร่ระบาด โดยบริษัทได้ประกาศมาตรการดูแลสุขอนามัยของพนักงาน เช่น การงดการเดินทางไปในประเทศที่มีความเสี่ยง การทำความสะอาดพื้นที่สัมผัสอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทมีการแจกหน้ากากอนามัยชนิดซึกได้ให้กับพนักงานและจัดเตรียมเจลล้างมือประจำจุดต่าง ๆ

ลูกค้า: บริษัทมีการดำเนินธุรกิจสวนอุตสาหกรรม ซึ่งมีการเปิดการดำเนินงานอยู่ทั้งหมด 4 แห่ง ได้แก่ สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ศรีราชา สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ กบินทร์บุรี สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ลำพูน และสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ แม่สอด ซึ่งเป็นธุรกิจให้เช่าและบริการ บริษัทมีการประเมินผลกระทบแยกตามกลุ่มธุรกิจและประเภทอุตสาหกรรม โดยพิจารณาจากระดับความรุนแรงของผลกระทบที่ลูกค้าแต่ละรายได้รับ เพื่อกำหนดมาตรการให้ความช่วยเหลือตามความเหมาะสม

คู่ค้า: บริษัทยังคงดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าได้อย่างต่อเนื่อง ไม่มีการบอกยกเลิกสัญญาจ้างต่าง ๆ อีกทั้งยังคงชำระเงินค่าจ้างและค่าบริการได้ตามกำหนดเวลา

ผู้ถือหุ้น: คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติให้เลื่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นออกไป ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้น บริษัทได้ประกาศจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลเป็นอัตราเต็มแทนการจ่ายเงินปันผลประจำปี นอกจากนี้ บริษัทได้นำส่งรายงานงบการเงินไตรมาส 1 ปี 2563 ตามกำหนด เพื่อเป็นการแสดงความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้นว่าบริษัทสามารถดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และค่านิยมของบริษัท ต่อมาบริษัทได้กำหนดวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 ในรูปแบบตามที่รัฐบาลกำหนดโดยคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยของผู้ถือหุ้น

ชุมชนและสังคม: บริษัทมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนและสังคมจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยความร่วมมือกับบริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น สนับสนุนหน้ากากอนามัย และเครื่องพ่นหมอกฆ่าเชื้อให้แก่โรงพยาบาล มอบผลิตภัณฑ์ในเครือสหพัฒน์เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบจาก COVID -19 นอกจากนี้ โรงแม่กบตันเพลส (KBSC) จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งเป็นธุรกิจโรงแรมของบริษัท ได้ตอบรับเป็นศูนย์กักตัวผู้เดินทางกลับจากต่างประเทศ (Local Quarantine)

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทมีการประเมินสถานการณ์กลุ่มธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบในเชิงลบ ได้แก่ กลุ่มสิ่งทอและแฟชั่น กลุ่มสินค้าเครื่องสำอางที่ต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นตัว บริษัทจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน โดย **เพิ่มสัดส่วนช่องทางการจัดหน่ายแบบ online** และ **เพิ่มช่องทางการดำเนินธุรกิจผ่านการทำ Business Matching ให้กับบริษัทที่ SPI ลงทุนอยู่** นอกจากนี้ บริษัทยังเร่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายต่าง ๆ ของบริษัทที่ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม และทัน่วงที

ในด้านการลงทุน บริษัทยังคงมองหาโอกาสในการลงทุนเพื่อกระจายความเสี่ยงและสร้างผลกำไรให้กับบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับความระมัดระวังในการลงทุนซึ่งถือเป็นนโยบายหลักของบริษัท

สำหรับการปฏิบัติงานตามวิถี New Normal บริษัทให้ความสำคัญกับการกลับมาดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงานทุกคนไปพร้อม ๆ กัน โดยกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานสำหรับช่วงเวลาหลังจากสถานการณ์ COVID-19 ต่อไปอีกระยะหนึ่ง เช่น การเพิ่มระยะห่าง Social Distancing การงดกิจกรรมที่มีการรวมตัวกันของคนจำนวนมาก การตรวจวัดอุณหภูมิ การกำหนดให้มีการสวมใส่หน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ การปฏิบัติงานแบบเหลื่อมการเวลาปฏิบัติงาน ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563 จนกว่าจะมีประกาศเปลี่ยนแปลง เป็นต้น



TBSP

บริษัท ทีบีเอสพี จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / สื่อและสิ่งพิมพ์

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

ธุรกิจหลัก

ธุรกิจการผลิต การพิมพ์เอกสาร
ป้องกันการปลอมแปลง ได้แก่ เช็คนาการ
แบบฟอร์มทางธุรกิจ และบัตรพลาสติก

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เกิดขึ้น บริษัทได้ประกาศมาตรการป้องกันการระบาดของ COVID-19 และได้มีประกาศภาวะฉุกเฉินเฉพาะพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง สำหรับพนักงานอื่น ๆ ให้อยู่ในพื้นที่ของตัวเองด้วยความสงบผ่าน SMS All User อีกทั้งได้กำหนดเวลาหรือจัดสรรเวลาการทำงานของพนักงานในส่วนของไลน์ผลิตให้สอดคล้องกับการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักรตามที่ภาครัฐบาลกำหนด

บริษัทได้มีการสื่อสารมาตรการให้พนักงานในองค์กรรับทราบและปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เช่น มีการวัดอุณหภูมิร่างกายพนักงานก่อนเข้าพื้นที่การทำงาน กรณีพบพนักงานมีอุณหภูมิร่างกายสูงกว่า 37 องศาเซลเซียส จะไม่อนุญาตให้เข้าพื้นที่บริษัท พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่อยู่ในพื้นที่บริษัท มีการจัดหาเจลแอลกอฮอล์และน้ำยาฆ่าเชื้อให้กับพนักงานอย่างพอเพียง การจัดการพื้นที่ Social Distancing งดการอบรมสัมมนา ทั้งภายในและภายนอก จัดโต๊ะรับประทานอาหารให้หันหน้าเข้ากำแพงและเว้นระยะห่างกัน แบ่งทีมทำงานและทีมสนับสนุนการปฏิบัติงาน Work From Home โดยให้หัวหน้างานตรวจสอบการลาของพนักงานในหน่วยงาน และรายงานให้หน่วยงานทรัพยากรบุคคลรับทราบทุกวัน เป็นต้น



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทได้มีการแต่งตั้ง**คณะทำงานตอบโต้เหตุฉุกเฉินโรคระบาด COVID-19** เพื่อบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยแบ่งทีมออกเป็น 8 ทีม ได้แก่ 1) ทีม Safety 2) ทีมประสานงานลูกค้า 3) ทีมสื่อสาร 4) ทีม Production 5) ทีมสนับสนุนจัดหาอุปกรณ์ 6) ทีม Logistic 7) ทีม IT Infrastructure และ 8) ทีม Risk Management ซึ่งบริษัทได้กำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละทีมอย่างชัดเจน ทั้งนี้คณะทำงานตอบโต้เหตุฉุกเฉินโรคระบาด COVID-19 จะมีการรายงานผลการติดตามให้ทีมงานและผู้บริหารรับทราบทุกวัน

บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ เช่น ด้าน Business Risks ด้าน Financial Risks ด้าน Compliance Risks ด้าน Operation Risks เป็นต้น โดยมีการ**กำหนด Key Risk Factors** คือ

- Logistic & WH & Outsource ได้แก่ Material Shortage, Stock Management และ Outsource – Raw material
- Backup Site: ผลิตไม่ได้ต่อเนื่องตามข้อตกลงกับลูกค้า

- QA: Recall Product กรณีพบบางที่มีปัญหา
- Cost & Expense: ประเมินค่าใช้จ่ายในการบริการจัดการในสภาวะฉุกเฉิน COVID-19
- Revenue: ภายยอดขายในอนาคตได้รับผลกระทบจาก COVID-19
- Human Resource Capability: ประเมินความเสี่ยงและเสนอแผนควบคุมความเสี่ยง เช่น การทำประกันภัยให้กับพนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนด **Flow Process แผนฉุกเฉินกรณีพบบังงานติด COVID-19** และทำการซ้อมแผนฉุกเฉิน พร้อมทั้งได้มีการสื่อสารให้กับพนักงานและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การประกาศเรื่องแนวทางการปฏิบัติสำหรับพนักงานที่เดินทางไปต่างประเทศในช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19 การประกาศมาตรการเดินทางกลับต่างจังหวัดและการกักตัวในช่วงโรคระบาด COVID-19 การประกาศเรื่องมาตรการผ่อนปรนการเดินทางกลับต่างจังหวัดและการกักตัวในช่วงโรคระบาด COVID-19 การจัดทำแบบสอบถามคัดกรองไวรัส COVID-19 เบื้องต้น การจัดทำแบบสำรวจที่พักอาศัยและเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ของพนักงานเพื่อคัดกรองพนักงานและเฝ้าระวังหากพนักงานอยู่ในพื้นที่เสี่ยงเบื้องต้น รวมถึงแจ้งข่าวเหตุฉุกเฉินหรือสถานการณ์แก่พนักงาน เป็นต้น

บริษัทมีการปรับตัว/ทบทวนในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ได้แก่

- จัดทำจดหมายชี้แจงการเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์การแพร่กระจายเชื้อ COVID-19 ส่งให้ลูกค้าทั้งงานที่ผลิตที่บริษัทและบริษัทในเครือ
- มีการบริหารจัดการด้านการจัดส่งในสภาวะฉุกเฉิน หรือภาครัฐสั่งปิดเมือง หรือหากพบพนักงานของบริษัทขนส่งติดเชื้อ จะจัดหา Supplier มาทดแทนเพื่อไม่ให้กระทบกับธุรกิจ
- จัดหาบริษัทที่สามารถเข้ามาดำเนินการทำความสะอาดพื้นที่ได้รวดเร็วที่สุดกรณีพบพนักงานติดเชื้อ COVID-19
- จัดหา Supplier สำรองสำหรับจัดหา Material
- มาตรการยกเลิกการเข้าพบลูกค้าของทีมขาย ใช้การประชุมผ่าน Conference Call
- ดำเนินการด้าน QA-Incoming Material กรณีที่มาจากต่างประเทศกลุ่มเสี่ยงหรือพื้นที่เสี่ยงในประเทศ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นและจัดการผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ เช่น

พนักงาน: บริษัทมีการจัดหาหน้ากากอนามัยและเจลล้างมือแจกให้กับพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทจัดทำประกันสุขภาพและออกค่าใช้จ่ายในการตรวจและรักษากรณีที่พบพนักงานติดเชื้อ COVID-19 ให้กับพนักงาน

ชุมชนและสังคม: บริษัทบริจาคสติ๊กเกอร์ติดฟิล์ม COVID-19 จำนวน 200,000 ชุดให้กับโรงพยาบาลศิริราช และมอบหน้ากาก Face Shield จำนวน 1,000 ชุดให้กับโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์สภากาชาดไทย รวมถึงได้มอบเงินเพื่อสนับสนุนการจัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 จำนวน 200,000 บาท

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

จากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคม บริษัทได้มีการทบทวนและวางแผนเพื่อรับมือภายหลังสถานการณ์ COVID-19 ในด้านต่าง ๆ เช่น

ลูกค้า: บริษัทกำหนดแผนในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการผลิตงานที่มีคุณภาพและส่งมอบให้ทันกำหนด พร้อมทั้งสรรหาวิธีการในการลดต้นทุนการผลิตงานและด้านอื่น ๆ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการทบทวนเรื่องราคาขายสินค้าให้กับลูกค้า

คู่ค้า: บริษัทกำหนดแผนและแนวทางในการดำเนินการต่อรองด้านราคากับทาง Supplier ให้มากขึ้น

คู่แข่ง: บริษัทมองหาธุรกิจใหม่เพื่อนำลูกค้าคู่แข่ง เช่น การทำงานด้านแพลตฟอร์มรองรับการทำงานออนไลน์ รวมถึงมีแผนในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานแทนการทำงานแบบ Manual ด้วย

อย่างไรก็ดี แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จะคลี่คลายลง แต่บริษัทยังคงให้ความสำคัญในการสร้างความตระหนักให้กับพนักงานในด้านการดูแลสุขภาพอย่างต่อเนื่อง



TVD

บริษัท ทีวี โดเร็ค จำกัด (มหาชน)

mai: บริการ

<http://www.tvdirect.tv>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ภายใต้โมเดลธุรกิจ Omni Channel ที่เป็นการเชื่อมโยงช่องทางการขายสินค้าแบบออฟไลน์ และออนไลน์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน งานหลักดังนี้

- 1 Direct Shopping แบ่งเป็น 3 ส่วนงานย่อย คือ การตลาดทางทีวี (TV Marketing) การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์ การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
- 2 Online Shopping บริการจัดจำหน่ายสินค้าทางเว็บไซต์ Mobile Application รวมถึงโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง
- 3 Retail Shopping เสนอขายสินค้าและบริการแบบขายปลีกผ่านร้านค้า TVD Shop รวมถึงแบบขายส่ง

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

เมื่อเกิดเหตุการณ์ภาวะวิกฤต COVID-19 ขึ้น ในช่วงต้นของการแพร่ระบาด บริษัทได้มีการประเมินผลกระทบต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อจัดการกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นว่าจะส่งผลกระทบต่อในด้านใดได้บ้าง ซึ่งรวมไปถึงด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานผู้ปฏิบัติงานภายในบริษัท

บริษัทได้มีการตัดสินใจออกมาตรการที่สำคัญเพื่อรับมือและตอบสนองอย่างทันก่วงที่ เพื่อเป็นการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 โดยให้พนักงานปฏิบัติงานในรูปแบบ Work From Home และจัดเตรียมอุปกรณ์ด้านอิเล็กทรอนิกส์ในการทำงานให้แก่พนักงานทุกคน

OMNI CHANNEL



ในเดือนมีนาคม 2563 บริษัทมีการประชุมผู้บริหารของทุกหน่วยงานของบริษัทและบริษัทในเครือและได้ประกาศมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันความเสี่ยงจากการติดเชื้อ COVID-19 เช่น มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 มาตรการให้คำแนะนำการปฏิบัติตัวไม่ให้เสี่ยงต่อการติดเชื้อ COVID-19 การกำหนดจุดวัดอุณหภูมิเพื่อคัดกรองโรคก่อนเข้าทำงาน การห้ามไม่ให้บุคคลภายนอกเข้าพื้นที่อาคาร รวมทั้งมอบหมายให้ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลดำเนินการสรรหาเจลล้างมือและหน้ากากอนามัยทั้งจากภายในและภายนอกบริษัทเพื่อแจกจ่ายแก่พนักงานอย่างเร่งด่วน

บริษัทยังขอความร่วมมือให้พนักงานมีวิจารณญาณ กลั่นกรองข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ดังกล่าวและไม่ให้แชร์ข่าวสารดังกล่าวผ่านกลุ่ม Line ของบริษัทเพื่อหลีกเลี่ยงการสร้างคามวิตกกังวล ทั้งนี้ ขอให้พนักงานติดตามข่าวสารจากภาครัฐและปฏิบัติตามข้อแนะนำอย่างเคร่งครัด

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

เพื่อรับมือกับภาวะวิกฤตดังกล่าว บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการ COVID-19 Company Decision Committee ซึ่งประกอบด้วยประธานกรรมการ กรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท กรรมการผู้จัดการบริษัทในเครือโดยมีอำนาจในการพิจารณาตัดสินใจและกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาด โดยมีการตั้ง Group Line ของคณะกรรมการ COVID-19 Company Decision Committee เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร และ Update ข้อมูลระหว่างกันได้อย่าง Real Time นอกจากนี้ บริษัทแต่งตั้งคณะทำงาน “ชุดปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน COVID-19” ประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ของบริษัทและบริษัทในเครือ เพื่อทำหน้าที่ปฏิบัติการและประสานงานระหว่างสถานการณ์ดังกล่าว

สถานการณ์ COVID-19 ถือเป็นสถานการณ์วิกฤตที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน คณะกรรมการบริษัทและหัวหน้าฝ่ายงานได้ทำการวางแผนเพื่อออกแบบโครงสร้างการปฏิบัติงานและระดมความคิดเพื่อจัดการกับปัญหา บริษัทได้มีการตั้งฝ่ายติดตามสถานการณ์ความคืบหน้า ประกาศ พ.ร.ก.ฉุกเฉินและคำสั่งต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้ บริษัทมีกระบวนการสื่อสารโดยการปฏิบัติตามมาตรการ Social Distancing อย่างเคร่งครัด และหากเป็นการติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอก บริษัทจะใช้การประชุมทางโทรศัพท์หรือวิธีการอื่นที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยงการรวมตัวหรือพบปะกันแบบ Face to Face

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการประเมินผลกระทบและการจัดการต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากวิกฤตดังกล่าวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: บริษัทอนุญาตให้พนักงานปฏิบัติงานในรูปแบบ Work From Home เพื่อเป็นการลดการเดินทาง การสัมผัสและลดการรวมตัวของบุคคล ซึ่งเป็นการลดการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส COVID-19 บริษัทยังได้จัดเตรียมจุดตรวจวัดอุณหภูมิและแจกเจลล้างมือรวมทั้งหน้ากากอนามัยให้กับพนักงานที่ยังคงต้องมาปฏิบัติงานที่บริษัท เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสดังกล่าว ตลอดจนจัดสวัสดิการให้พนักงานสามารถซื้อสินค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อในราคาพิเศษ

ลูกค้า: บริษัทมีการจัดโปรโมชั่นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการฆ่าเชื้อและป้องกันเชื้อ COVID-19 แก่ลูกค้าทุกท่าน

ผู้ถือหุ้น: บริษัทได้มีการวางแผนและจัดการประชุมผู้ถือหุ้นตามแนวทางควบคุมโรคของหน่วยงานภาครัฐอย่างเคร่งครัดเพื่อรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ถือหุ้นได้เป็นอย่างดี

ชุมชนและสังคม: บริษัทได้ให้การช่วยเหลือโดยการแจกหน้ากากอนามัยและเจลล้างมือให้กับชุมชนและประชาชน

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

หลังจากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 เริ่มคลี่คลายแล้ว บริษัทได้ประเมินระยะเวลาการฟื้นตัวของบริษัทประกอบการทำแผนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์และการปฏิบัติงานแบบ New Normal เพื่อยังคงรักษาความสามารถในการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทยังคงมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจใน 2 รูปแบบ คือ ธุรกิจ B2C (Business to Customer) ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง และ B2B (Business to Business) ซึ่งรองรับเทรนด์ Direct to Consumer ธุรกิจทั้งสองกลุ่มนี้จะช่วยกระจายความเสี่ยงให้แก่บริษัท

ธุรกิจหลัก

เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งแรกใน จ.ชลบุรี ให้บริการสุขภาพทั้ง 4 ด้านครบวงจร ได้แก่ บริการตรวจรักษาโรค พึ่งพุ่มรรถภาพ ป้องกันโรค และส่งเสริมสุขภาพ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทประกอบธุรกิจบริการด้านโรงพยาบาลเอกชน จึงตระหนักถึงภัยของการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 มาตั้งแต่เริ่มต้น โดยได้มีการประเมินผลกระทบต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ และได้กำหนดมาตรการสำคัญ เพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นอย่าง ทันท่วงที่ บริษัทให้ความสำคัญต่อมาตรการควบคุมป้องกัน ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด และ เพื่อให้มีการติดตามวางแผนเตรียมความพร้อมรับมือผู้ป่วย ทั้งด้านเวชปฏิบัติ การวินิจฉัย การดูแลและป้องกันการ ติดเชื้อในโรงพยาบาลของบุคลากรโรงพยาบาลทุกกลุ่ม บริษัทมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุดพิเศษเพื่อประชุม วางแผนและรับมือสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 เพื่อ กำหนดนโยบายในการดำเนินงานดูแลรักษา และเฝ้าระวัง ผู้ป่วยหรือบุคลากรที่เป็นกลุ่มเสี่ยงโรคติดเชื้อ COVID-19 โดยได้จัดทำแผนงาน มาตรการ และแนวทางปฏิบัติต่างๆ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อ COVID-19 ประเมินผล การดำเนินงาน พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ในการทำงาน ตลอดจนปรับแผนการดำเนินงานให้เป็น ปัจจุบัน



จากสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้น บริษัทพิจารณาจากเหตุการณ์หรือสัญญาณ (Trigger Points) ที่อาจมีผลกระทบต่อการทำงานหรือกระทบต่อชิวอนามัยและความปลอดภัยของผู้รับบริการ แพทย์พยาบาล และบุคลากรของโรงพยาบาลที่สถานพยาบาล จึงได้มีกระบวนการปฏิบัติการเพื่อคัดกรองคัดแยกผู้รับบริการ แพทย์พยาบาล และบุคลากรของโรงพยาบาลเอกซัล โดยในส่วนของผู้รับบริการจะมีทีมพยาบาลคัดกรองที่บริเวณประตูทางเข้าอาคารโดยมีการสแกนวัดอุณหภูมิ สอบถามประวัติการเดินทาง และติดสติ๊กเกอร์เป็นสัญลักษณ์ให้กับผู้รับบริการว่าผ่านการตรวจสอบแล้ว ในส่วนของบุคลากรจะมีเจ้าหน้าที่แผนกทรัพยากรบุคคลเป็นผู้ตรวจคัดกรองที่บริเวณจุดสแกนนี้วกก่อนเข้ามาทำงานทุกคน

บริษัทได้ประกาศนโยบายและระเบียบบริษัทเพื่อป้องกันโรคระบาดโดยมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารและบุคลากรอย่างทั่วถึง มีการขอความร่วมมือแพทย์และพนักงานงดหรือหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังประเทศที่มีการระบาดของเชื้อ COVID-19 โดยอ้างอิงตามประกาศฉบับล่าสุดของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข กรณีที่แพทย์หรือพนักงานมีความจำเป็นต้องเดินทางไปต่างประเทศที่มีการระบาดต้องมีการตรวจ PCR for COVID-19 ที่โรงพยาบาลทันที และให้หยุดงาน 14 วันนับตั้งแต่วันที่กลับถึงประเทศไทย โดยรายงานตัวต่อหัวหน้าแผนกผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ทุกวันจนครบ 14 วัน

นอกจากนี้ บริษัทมีการคาดการณ์และประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นว่าจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของบริษัท ดังนี้

1 ด้าน Business Operation บริษัทดำเนินการตามมาตรการควบคุมป้องกันของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด การให้บริการผู้ป่วยทั่วไปจะต้องผ่านจุดคัดกรองก่อนเข้ารับบริการ และมีการคัดแยกผู้ป่วยตามแนวทางเวชปฏิบัติ การวินิจฉัย ดูแลรักษาและการป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาล ให้เป็นไปตามประกาศโดยกรมการควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งการจัดหาอุปกรณ์ PPE รองรับผู้ป่วย แพทย์ พยาบาล และบุคลากรทางการแพทย์ที่ให้บริการผู้ป่วยอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้เกิดต้นทุนเพิ่มขึ้นอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ในขณะที่จำนวนผู้ป่วยลดลงเนื่องจากกระบวนการกักตัวเองของภาครัฐ ทำให้โรงพยาบาลมีผลประกอบการด้านรายได้ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

2 ด้าน Supply Chain เนื่องจากมาตรการห้ามการเดินทาง การออกนอกบ้าน ธุรกิจโรงพยาบาลก็ได้รับผลกระทบจากผู้มาใช้บริการลดลง ประกอบกับในช่วงของการแพร่ระบาดของ COVID-19 อุปกรณ์ เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ น้ำยาฆ่าเชื้อโรค อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการติดเชื้อจากโรค COVID-19 ได้ปรับราคาสูงขึ้นเป็นสองถึงสามเท่าและหาซื้อได้ยาก โรงพยาบาลต้องรับผิดชอบจัดซื้อและเตรียมอุปกรณ์และเวชภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและการดูแลผู้ป่วยติดเชื้อไว้ตลอดเวลา ทั้งนี้ในช่วงเดือนเมษายน 2563 เป็นต้นมา จากปริมาณผู้ให้บริการที่ลดลง ส่งผลกระทบต่อรายได้โรงพยาบาลจึงมีการควบคุมกระบวนการจัดซื้อโดยจัดหาและเวชภัณฑ์ที่จำเป็นต้องใช้ให้เพียงพอโดยไม่ซื้อมาเก็บไว้เป็นจำนวนมากเนื่องจากสินค้าประเภทยารักษาโรคและเวชภัณฑ์ต่าง ๆ บางประเภทอาจสูญเสียคุณภาพได้สำหรับสินค้าประเภทวัสดุและของใช้ทั่วไป โรงพยาบาลควบคุมปริมาณการใช้และการสั่งซื้อเพื่อลดต้นทุนและลดค่าใช้จ่ายในกรณีที่รายได้ลดลง

3 ด้าน Financial มีมาตรการด้านการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายโดยปรับปรุงงบประมาณในด้านต่าง ๆ ที่ยังไม่จำเป็น เช่น ปรับลดและชะลอแผนการลงทุนด้านอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์และสิ่งก่อสร้างสำหรับปี 2563 จัดซื้อเฉพาะเครื่องมือแพทย์เพื่อการทดแทนและจำเป็น ลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค ปรับลดค่าล่วงเวลาพนักงาน เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ในการบริหารจัดการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งเป็นภาวะวิกฤตที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารได้แต่งตั้งคณะกรรมการรับสถานการณ์ฉุกเฉินโรคติดเชื้อ COVID-19 เพื่อดำเนินงาน โดยกำหนดให้แต่ละหน่วยงานมีบทบาทและความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน เช่น **ฝ่ายบริหาร** ทำหน้าที่อนุมัตินโยบายและสนับสนุนทรัพยากรอย่างเพียงพอต่อการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการรองรับการเกิดโรคระบาดร้ายแรง **ผู้อำนวยการฝ่ายการแพทย์** ทำหน้าที่ประสานคณะกรรมการรับสถานการณ์ COVID-19 เป็นผู้บัญชาการแผนปฏิบัติการรองรับการเกิดโรคระบาดร้ายแรงโดยให้นโยบายและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน กำกับ การปฏิบัติการและรับรายงานจากพยาบาลเวรตรวจการตัดสินใจเริ่มและยุติแผนปฏิบัติการ ตลอดจนพิจารณา กลับกองการให้ข่าวแก่ญาติและสื่อมวลชน **คณะกรรมการป้องกันและควบคุมการติดเชื้อในโรงพยาบาล (PCIC)** ทำหน้าที่กำหนดแผนปฏิบัติการรองรับการเกิดโรคระบาดร้ายแรงให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ ร่วมพิจารณาจัดหาอุปกรณ์ป้องกันร่างกายให้เหมาะสมต่อการใช้งาน และแนวทางปฏิบัติในการแยกผู้ป่วยตามแนวทางการลดการแพร่กระจายเชื้อ ให้คำแนะนำแก่แพทย์ประจำแผนกฉุกเฉิน พยาบาลควบคุมการติดเชื้อ และทีมการพยาบาลที่ดูแลผู้ป่วย ตลอดจนร่วมประชุมประเมินผลการปฏิบัติงาน และทบทวนปัญหาเกี่ยวกับคณะกรรมการรับสถานการณ์ COVID-19 ตามวาระการประชุม เป็นต้น

บริษัทยังให้ความสำคัญกับการดำเนินการเฝ้าระวัง ทั้งจากภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ดังนี้

- **การเฝ้าระวังภายในองค์กร** มีการติดตามผลการตรวจหาเชื้อ COVID PCR และรายงานต่อแพทย์ผู้รักษาและคณะกรรมการรับสถานการณ์ COVID-19 และเฝ้าระวังผู้ป่วยกลุ่มเสี่ยงสูงโรคติดเชื้อ COVID-19 (PUI) และรับไว้ดูแลรักษาในโรงพยาบาล เพื่อยืนยันผลการตรวจหาเชื้อ COVID PCR ทั้งนี้ บริษัทได้เตรียมความพร้อมไว้สำหรับ 2 กรณี คือ

1) ผลตรวจ COVID PCR เป็น Negative คือ ไม่เป็นโรคติดเชื้อ COVID-19 ให้รักษาตามอาการ และให้ผู้ป่วยออกจากโรงพยาบาลได้ตลอดจนโทรศัพท์ติดตามอาการจนครบ 14 วัน

2) ผลตรวจ COVID PCR เป็น Positive รายงานผู้ป่วยติดเชื้อต่อสาธารณสุข จ.ชลบุรี ซึ่งหากเกิดกรณีนี้ ทางโรงพยาบาลมีห้องสำหรับรองรับผู้ป่วยโรคติดเชื้อ COVID-19 จำนวน 3 ห้อง (Isolated Room with 12 ACHES) ที่แผนกผู้ป่วยในชั้น 6 อาคาร 1 จำนวน 2 ห้อง และแผนกผู้ป่วยวิกฤตจำนวน 1 ห้อง วิธีการดูแลรักษาปฏิบัติตามแนวเวชปฏิบัติ การวินิจฉัย ดูแลรักษา และป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาลกรณีโรคติดเชื้อ COVID-19 จนกระทั่งแพทย์มีคำสั่งให้ส่งต่อสถานที่กักตัวตามที่รัฐบาลจัดตั้ง แต่หากผู้ป่วยมีอาการหนักเกินศักยภาพการดูแลรักษาของโรงพยาบาลจะประสานงานกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดชลบุรีเพื่อทำการส่งตัวผู้ป่วยรักษาต่อที่โรงพยาบาลที่มีศักยภาพสูงกว่า

นอกจากนี้ การเฝ้าระวังบุคลากรของโรงพยาบาล ได้มอบหมายให้แผนกทรัพยากรบุคคลทำหน้าที่เฝ้าระวัง ติดตาม ดูแลบุคลากรทุกคนของโรงพยาบาล

- **การเฝ้าระวังภายนอกองค์กร** มีติดตามสถานการณ์ระบาดทั้งในระดับประเทศและระดับโลกอย่างต่อเนื่อง เช่น จำนวนผู้ป่วยติดเชื้อ จำนวนผู้ป่วยติดเชื้อเสียชีวิต เพื่อใช้ในการประเมินความเสี่ยง และเฝ้าระวังพื้นที่เสี่ยงต่างๆ ทั้งจากในและต่างประเทศ ตลอดจนติดตามแนวทางเวชปฏิบัติ การวินิจฉัย การดูแลรักษาและการป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาลจาก WHO, CDC, กรมการแพทย์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เพื่อนำมาปรับใช้เป็นแนวปฏิบัติสำหรับแพทย์และบุคลากร

นอกจากนี้ บริษัทมีการปรับตัวในช่วงภาวะวิกฤต โดยมุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ค่ารักษาพยาบาล เพื่อให้ธุรกิจดำเนินการต่อไปได้ด้วยวิธีต่าง ๆ ได้แก่

- **Home Health Service:** เป็นนโยบายการให้บริการทำแผลนอกสถานที่ บริการส่งยาทางไปรษณีย์ให้กับผู้ป่วยโรคเรื้อรัง เช่น เบาหวาน โดยแพทย์เป็นผู้วินิจฉัยปรึกษาทางโทรศัพท์ให้กับผู้ป่วยที่เป็นคนไข้ประจำของโรงพยาบาล
- **Flu Vaccine:** ให้บริการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ตามบริษัทคู่สัญญา
- **การให้บริการตรวจสุขภาพ** สำหรับผู้ที่ต้องการความมั่นใจในสุขภาพที่แข็งแรง

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นและจัดการผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนี้

พนักงาน: บริษัทมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงานทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสัมผัสเชื้อ COVID-19 นอกจากนี้ บริษัทไม่มีการปรับลดเงินเดือนของพนักงานโดยพนักงานยังคงมาทำงานตามหน้าที่รับผิดชอบเพราะธุรกิจโรงพยาบาลต้องเปิดบริการ 24 ชั่วโมง แต่ลดอัตราส่วนของการทำงานล่วงเวลา รวมทั้งยังคงไว้ซึ่งการให้สวัสดิการเงินกู้ยืมแก่พนักงานในอัตราดอกเบี้ยต่ำซึ่งเป็นสวัสดิการที่ให้การช่วยเหลือพนักงานมาโดยตลอด สวัสดิการทุนการศึกษาบุตรพนักงานเพื่อบรรเทาภาระต่าง ๆ ให้กับพนักงานในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ตลอดจนมีการเปิดตลาดนัดในช่วงพักสำหรับให้พนักงานนำสินค้ามาขายเพิ่มรายได้

ลูกค้า: บริษัทให้ความสำคัญกับการป้องกันและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าผู้รับบริการของโรงพยาบาล โดยดำเนินการตามมาตรการคัดกรองและป้องกันการตรวจโรคติดเชื้อระบบทางเดินหายใจสำหรับผู้ป่วยกลุ่มเสี่ยงแยกต่างหาก เป็นต้น นอกจากนี้ ยังกำหนดให้แม่บ้านเช็ดทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะทุก 30 นาที เป็นต้น

คู่ค้า: บริษัทเน้นการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการให้ตรงตามเวลาที่กำหนด เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว

ผู้ถือหุ้น: บริษัทมีการจัดประชุมผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2563 โดยมีแนวทางในการจัดประชุมผู้ถือหุ้นตามมาตรการของภาครัฐ เช่น จัดให้มีจุดคัดกรองอุณหภูมิโดยเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์บริเวณหน้าประตูทางเข้าอาคารที่ประชุมเพื่อเฝ้าระวังและคัดกรอง และเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดที่อาจเกิดขึ้น กำหนดให้ผู้เข้าร่วมประชุมต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยระหว่างการประชุม ขอความร่วมมือผู้ถือหุ้นและผู้รับมอบฉันทะ ผู้ถือหุ้นที่มีความเสี่ยงสูงพิจารณามอบฉันทะให้แก่บุคคลอื่นหรือมอบแก่กรรมการอิสระ โดยหากผู้ถือหุ้นมีคำถามที่เกี่ยวข้องกับการประชุมสามารถส่งให้บริษัทล่วงหน้าได้ เป็นต้น

ชุมชนและสังคม: บริษัทตระหนักถึงความสำคัญและการมีส่วนร่วมของชุมชนและสังคม โดยเฉพาะในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 บริษัทจัดให้มีกิจกรรมร่วมกับสภาอากาศไทยในการรับบริจาคเลือด และตู้ปันสุขสำหรับช่วยเหลือประชาชนที่เดือดร้อนในบริเวณใกล้เคียงกับโรงพยาบาล

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

จากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น บริษัทมีแนวทางในการปรับปรุงการรักษาโรคโดยผู้ป่วยสามารถปรึกษาแพทย์ผ่าน Application Line@ ของโรงพยาบาล ให้บริการทำแผลนอกสถานที่, บริการส่งยาทางไปรษณีย์ให้กับผู้ป่วยโรคเรื้อรัง เช่น เบาหวาน โดยแพทย์เป็นผู้วินิจฉัยทางโทรศัพท์ให้กับผู้ป่วยที่เป็นคนไข้ประจำของโรงพยาบาล ให้บริการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ตามบริษัท คู่สัญญา ตลอดจนให้บริการตรวจสุขภาพนอกสถานที่สำหรับผู้ที่ต้องการความมั่นใจในสุขภาพที่แข็งแรง เป็นต้น



COM7

บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชยกรรม

<http://www.comseven.com>

ธุรกิจหลัก

จำหน่ายสินค้าไอทีประเภทคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงให้บริการ ศูนย์ซ่อมสินค้าแบรนด์ Apple

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงต้นของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 บริษัทให้ความสำคัญกับสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานภายในบริษัทโดยออกมาตรการแนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งนี้ เช่น กำหนดให้พนักงานและผู้มาติดต่อต้องผ่านจุดคัดกรองก่อนเข้าสำนักงาน ห้ามพนักงานเดินทางไปในประเทศกลุ่มเสี่ยง ลดความหนาแน่นของพนักงานในโรงอาหาร กำหนดจำนวนพนักงานที่ต้องปฏิบัติงาน โดยพนักงานที่สำนักงานใหญ่ให้มาปฏิบัติงานปกติ ยกเว้นพนักงานบางส่วนที่ต้อง Work From Home ซึ่งบริษัทให้พนักงานนำเครื่องคอมพิวเตอร์ประจำตำแหน่งไปใช้งานที่บ้านเพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงาน สำหรับพนักงานหน้าร้าน ในระหว่างที่ห้างสรรพสินค้าปิดทำการให้พนักงานรอส่งคำสั่งการปฏิบัติงานจากหัวหน้างานเป็นหลักเท่านั้น



คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารได้มีการประชุมและประเมินผลกระทบต่อการทำงาน รวมทั้งการวางแผนเพื่อรับมือกับเหตุการณ์ดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพโดยประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วเห็นว่าผลกระทบต่อบริษัทในวงกว้างเนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไอที ประเภทคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้อง กลุ่มบริษัทมีการปิดร้านจำหน่ายสินค้าและศูนย์บริการรับซ่อมสินค้าและบริการที่เปิดให้บริการภายในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า และ Community Mall บางร้านเป็นการชั่วคราวในเขตกรุงเทพมหานครและในบางจังหวัดตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม 2563 ตามมาตรการป้องกันการระบาดของ COVID-19 ซึ่งกลุ่มบริษัทได้ให้ความใส่ใจกับเหตุการณ์การระบาดของ COVID-19 เป็นพิเศษ โดยเร่งลดต้นทุนและประหยัดค่าใช้จ่าย

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 บริษัทได้รับผลกระทบจากที่รัฐบาลประกาศ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน ให้ร้านในห้างสรรพสินค้าที่นอกเหนือจากร้านอาหารปิดทำการ ทำให้ร้านจำหน่ายสินค้าและศูนย์บริการรับซ่อมสินค้าและบริการของกลุ่มบริษัทในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า และ Community Mall บางร้านต้องปิดให้บริการเป็นการชั่วคราว บริษัทได้เร่งดำเนินการจัดตั้งทีมงานเพื่อรับมือขอขอบในการปรับแผนดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์และมีการติดตามการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด โดยได้ปรับกลยุทธ์ในการกระตุ้นยอดขายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ดังนี้

1 ประกาศแคมเปญให้เช่า Notebook หรือ iPad รองรับการทำงานที่บ้าน หรือ Work From Home

เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าองค์กรในการเตรียมความพร้อมรับมือสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 โดยลูกค้าสามารถรับของใหม่ภายใน 24 ชั่วโมง พร้อมอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย และลงโปรแกรมซอฟต์แวร์พร้อมใช้งานในราคาเริ่มต้นที่ 499 บาท/เดือน/เครื่อง เป็นการตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มองค์กรที่ไม่มีอุปกรณ์เพียงพอที่ช่วยสร้างความพร้อมให้ภาคธุรกิจขับเคลื่อนเดินหน้าต่อไปในช่วงวิกฤตนี้ได้

2 ปรับแผนธุรกิจออนไลน์

โดยเพิ่มจำนวนพนักงานที่ดูแลช่องทางออนไลน์ให้สอดคล้องกับจำนวนยอดสั่งซื้อที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และติดต่อกับบริษัทขนส่งในการกระจายสินค้าไปยังลูกค้าให้รวดเร็วและทันต่อความต้องการใช้สินค้า โดยลูกค้าที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลจะได้รับสินค้าภายใน 3 ชั่วโมง

3 เปิดช่องทางขายใหม่ Drive Through และ Pop-Up Store

ลูกค้าสามารถโทรศัพท์มาสั่งสินค้าและขับรถมารับ (Drive Through) ที่สำนักงานใหญ่บางนา โดยไม่ต้องลงจากรถ นอกจากนี้ ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าผ่านช่องทาง Pop-Up Store ที่สำนักงานใหญ่ ที่ร้าน Banana และ Studio7 ซึ่งบริษัทมีมาตรการคุม COVID-19 ด้วยการเปิดให้บริการลูกค้ารอบละไม่เกิน 10 คน

บริษัทได้มีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดที่สำนักงานใหญ่โดยการจัดให้มีการพ่นฆ่าเชื้อภายในสำนักงาน และมีการจัดตั้งเจลล้างมือแอลกอฮอล์ไว้ตามจุดต่าง ๆ มีการออกประกาศมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ให้พนักงานทุกคนที่มาปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด และแจ้งสถานการณ์ปัจจุบันให้พนักงานรับทราบ เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อในแต่ละวัน จำนวนของผู้ติดเชื้อที่อยู่ในบริเวณเขตบางนา เนื่องจากเป็นบริเวณใกล้เคียงของบริษัท เพื่อให้พนักงานป้องกันดูแลตนเอง เป็นต้น

ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทกำหนดช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนี้

- **พนักงาน:** แผนก HR จะประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ให้พนักงานทุกคนทราบผ่านทางอีเมลของบริษัท และ Application IT Easy เช่น แจ้งสถานการณ์สุขภาพของพนักงาน เป็นต้น
- **ลูกค้า:** บริษัทได้มีการสื่อสารกับลูกค้าหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อีเมล Line Facebook เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และให้ลูกค้าสอบถามข้อมูลหรือร้องเรียนได้สะดวก
- **ผู้ถือหุ้น:** บริษัทได้แจ้งข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท <https://www.comseven.com/investor-relations/>

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการดูแลบรรเทาผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่

พนักงาน: บริษัทเห็นความสำคัญต่อสุขภาพของพนักงานและบุคคลในครอบครัวของพนักงานจึงได้มีการจัดทำกรมธรรม์ประกันภัย COVID-19 กับเมืองไทยประกันภัยในราคาพิเศษ ซึ่งพนักงานสามารถซื้อกรมธรรม์ให้สามี ภรรยา และบุตรของพนักงานได้โดยไม่จำกัดจำนวน นอกจากนี้ บริษัทมอบสิทธิพิเศษตรวจเชื้อไวรัส COVID-19 และรับวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่สำหรับพนักงานฟรีและครอบครัวของพนักงานในราคาพิเศษที่โรงพยาบาลสินแพทย์ ศรีนครินทร์ บริษัทยังได้ออกหนังสือรับรองการได้รับผลกระทบทางธุรกิจจากไวรัส COVID-19 ให้พนักงานของบริษัทที่ได้รับผลกระทบด้านค่าครองชีพเพื่อใช้ในการยื่นพักชำระหนี้ต่อสถาบันการเงิน อีกทั้งบริษัทได้ติดตามข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาประชาสัมพันธ์ให้กับพนักงานได้ทราบโดยทั่วกัน ดังนี้

- การลงทะเบียนขอรับประโยชน์เงินทดแทน กรณีว่างงานจากเหตุสุดวิสัยไวรัส COVID-19
- การปรับลดการส่งเงินสมทบประกันสังคมให้กับลูกจ้างให้เหลือ 1% หรือ 150 บาทต่อเดือน จากเดิม 5% หรือ 750 บาทต่อเดือน
- การหักเงินเดือนนำส่ง กรอ./กยศ. จะปรับลดจำนวนเงินที่แจ้งให้หักเงินเดือนเพื่อชำระเงินคินกองทุนของผู้กู้ยืมทุกราย ลดจำนวนหักเงินเดือนเหลือ 10 บาท/คน/เดือน
- การพักชำระหนี้โครงการสวัสดิการสินเชื่อรถจักรยานยนต์
- การปรับลดอัตราเงินสะสมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้พนักงานที่ประสงค์ขอปรับลดทะเบียนผ่านเว็บไซต์ของบริษัท

ลูกค้า: บริษัทได้ปรับแผนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น เช่น การให้เช่า Notebook หรือ iPad รองรับการทำงานที่บ้าน (Work From Home) การบริการส่งสินค้าให้ลูกค้าเร็วขึ้นเพื่อตอบสนองการใช้งานที่เร่งด่วนโดยลูกค้าที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลจะได้รับสินค้าภายใน 3 ชั่วโมง และการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเพื่อให้ลูกค้าที่มีความจำเป็นและต้องการซื้อสินค้าในช่วงรัฐบาลประกาศ พ.ร.ก. ฉุกเฉิน

คู่ค้า: บริษัทมีมาตรการเพื่อช่วยเหลือคู่ค้า เช่น การปรับลดราคาค่าเช่าทรัพย์สินและอุปกรณ์ IT ต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มาตรการขยายระยะเวลาการชำระหนี้เป็นต้น เพื่อเป็นการช่วยเหลือคู่ค้าให้ดำรงธุรกิจต่อไปได้

ชุมชนและสังคม: บริษัทได้จ้างงานพนักงานสัญญาจ้างเพื่อช่วยในการจัดเตรียมสินค้าที่รอจัดส่งให้กับลูกค้า ซึ่งแนวทางการสรรหาจะเน้นพนักงานที่อาศัยอยู่บริเวณชุมชนรอบ ๆ บริษัท มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook ของบริษัท จุดต่อรถโดยสาร เป็นต้น เพื่อเป็นการช่วยเหลือและสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทประเมินสถานการณ์หลังการระบาดและกลับเข้าสู่สภาวะปกติ กล่าวคือ จากการที่สาขาของบริษัทส่วนมากอยู่ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งเมื่อเปิดดำเนินการได้ ช่องทางการขายสินค้าของบริษัทจะเข้าสู่สภาวะปกติ ทำให้บริษัทได้รับผลกระทบเพียงระยะสั้น ๆ เท่านั้น โดยในส่วนของเป้าหมายและแผนการดำเนินการระยะสั้นอยู่ระหว่างการพิจารณาของผู้บริหาร

ทั้งนี้ ในปี 2563 มีการเปิดตัวสินค้าใหม่ของหลายบริษัท ซึ่งจากการคาดการณ์น่าจะส่งผลดีต่อยอดขายของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงได้จัดมาตรการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เช่น โปรโมชั่นบัตรเครดิต หรือการเปิดจองสินค้าใหม่โดยมีของแถมที่ดึงดูดใจมากกว่าปกติ เป็นต้น ส่วนช่องทางการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ บริษัทยังคงจัดโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดงานสินค้าลดราคาของบริษัท และการออกงานแสดงสินค้าตามที่ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดการจำหน่ายสินค้า

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ (Water Treatment System) และธุรกิจบริการทางการแพทย์ที่ให้ความสำคัญต่อสุขอนามัยเป็นพิเศษ (Hygienic) ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจบริการทางการแพทย์ด้านศูญยไตเทียม และคลินิกเวชกรรมเพื่อสุขภาพและความงาม

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนทั่วไปและองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลก ทำให้ภาครัฐในหลายประเทศได้ประกาศภาวะฉุกเฉิน รวมทั้งได้ออกมาตรการ ระเบียบหรือข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด อาทิ การสั่งปิดร้านค้า ห้างสรรพสินค้า ห้ามเดินทางเข้า-ออกประเทศ รวมถึงการห้ามออกนอกเคหสถานภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการทำงานชีวิตประจำวัน และส่งผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจตามไปด้วย

ทีมผู้บริหารได้มีการประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือและวางแผนดำเนินการจัดการ การออกมาตรการเฝ้าระวังและป้องกัน รวมถึงปรับแผนการดำเนินธุรกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 โดยแต่งตั้งทีมงานบริหารและดำเนินงานภายใต้สภาวะวิกฤต COVID-19 และมีการประชุมติดตามความคืบหน้าการดำเนินการบริหารงานภายใต้สภาวะวิกฤต COVID-19 ได้แก่



WE LIFT YOUR LIFE
เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ

“มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของลูกค้า คู่ค้า สังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม”

- 1 พิจารณานำแผนการดำเนินงานต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) มาใช้ในองค์กร
- 2 ติดตามการดำเนินงานด้านสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยในองค์กร
- 3 ติดตามการประเมินสถานการณ์และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน
- 4 พิจารณาแนวทางและมาตรการบรรเทาผลกระทบ COVID-19
- 5 พิจารณาแผนฟื้นฟูธุรกิจที่ได้รับผลกระทบ COVID-19

นอกจากนี้ บริษัทยังได้สื่อสารให้พนักงานเพื่อทราบถึงแนวทางและมาตรการต่าง ๆ ขององค์กรอย่างสม่ำเสมอโดยจัดกิจกรรม Morning Talk อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นการประชุมร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานทั้งองค์กรผ่าน Video Conference ซึ่งผู้บริหารจะแจ้งข่าวสารการดำเนินธุรกิจและมาตรการต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อให้พนักงานได้รับทราบและเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อนำมาพิจารณาปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กร โดยพนักงานทุกคนมีส่วนร่วม และร่วมกันปฏิบัติตามเพื่อให้องค์กรและพนักงานทุกคนก้าวผ่านสภาวะวิกฤตที่ยากลำบากครั้งนี้ไปด้วยกัน

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทแต่งตั้งทีมงานบริหารและดำเนินงานภายใต้สภาวะวิกฤต COVID-19 ซึ่งมีประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการเป็นประธานของทีมงาน โดยจัดการประชุมคณะกรรมการบริหาร เรื่อง HR-ISSUE อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อประชุมติดตามการดำเนินการบริหารงานภายใต้สภาวะวิกฤต COVID-19 ทั้งนี้ ที่ประชุมได้ติดตามสถานการณ์และระดมการแพรวะระมัดเพื่อประเมินการบริหารงานตามสถานการณ์โดยได้จัดทำมาตรการรองรับไว้ เช่น ประกาศมาตรการป้องกันการระบาดของเชื้อ COVID-19 ในองค์กร กำหนดระเบียบปฏิบัติสำหรับการ Work From Home มีการจัดทำแผนการทดสอบระบบ IT เพื่อรองรับมาตรการฉุกเฉิน รวมทั้งแผนการบริหารจัดการคลังสินค้าและสาขาเพื่อรองรับความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

บริษัทได้ประเมินสถานการณ์และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานจากเหตุการณ์ COVID-19 เพื่อหาแนวทางในการบริหารจัดการ ดังนี้

1 ด้านการดำเนินงานในแต่ละประเภทธุรกิจ

- **ธุรกิจด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์** ออกแบบประกอบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำ ปรับปรุงซ่อมแซม และบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ฯ พบว่าลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบในด้านการให้บริการ เนื่องจากพนักงานไม่สามารถเข้าพื้นที่ของลูกค้าเพื่อดำเนินการให้บริการ ในส่วนของลูกค้ากลุ่มธุรกิจร้านอาหาร ได้รับผลกระทบจากการปิดการให้บริการในพื้นที่ห้างสรรพสินค้า รวมถึงสถานที่เฝ้าระวังต่าง ๆ จึงส่งผลกระทบต่อรายได้ที่ลดลง
- **ธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์** (การฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม) พบปัญหาและอุปสรรคในการเข้าติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เนื่องด้วยมีมาตรการจำกัดพื้นที่ ระยะเวลา และจำนวนคนในการเข้าพบ
- **ธุรกิจการให้บริการด้านความงามและผิวพรรณ** ไม่สามารถดำเนินกิจการได้ตามปกติตามประกาศของภาครัฐ ต่อมาแม้ภาครัฐจะมีมาตรการผ่อนปรนอนุญาตให้คลินิกความงามสามารถให้บริการได้บางส่วน แต่มีผลให้ธุรกิจขาดรายได้หลักจากการให้บริการหัตถการส่วนใบหน้า

2 ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

- **ด้านผู้บริโภค:** พบปัญหาการจัดการจัดหาสินค้าและบริการเพื่อจัดส่งให้ลูกค้าไม่เป็นไปตามแผนงาน เนื่องด้วยการสั่งซื้อสินค้าทั้งในและต่างประเทศ มีข้อจำกัดในการดำเนินงาน รวมถึงในช่วงที่ทีมพนักงานที่จัดอยู่ในกลุ่มเสี่ยงที่ต้องเข้าสู่กระบวนการกักตัวเป็นระยะเวลา 14 วัน ส่งผลกระทบต่อการวางแผนกำลังคนในการให้บริการลูกค้าในพื้นที่ต่าง ๆ

- **ด้านผู้ผลิต:** ได้รับผลกระทบเรื่องการวางแผนการสั่งซื้อ/ผลิตสินค้าเนื่องด้วยผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 จึงต้องทำการประเมินและปรับแผนการสั่งซื้อ/ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้ทันตามกำหนดการส่งมอบสินค้าและบริการ

- **ด้านการขนส่ง:** ปรับการจัดการเส้นทางในการขนส่งสินค้าและบริการให้เหมาะสมและใช้ทรัพยากรในการเดินทางอย่างคุ้มค่าที่สุด รวมถึงให้พนักงานที่ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าและบริการ สวมหน้ากากอนามัยและต้องผ่านการคัดกรองโดยการวัดอุณหภูมิก่อนเข้าสถานที่ทำงานและหลังจากกลับเข้ามาทุกครั้ง รวมถึงบันทึกข้อมูลจุดหมายปลายทางที่นำส่งสินค้าและบริการเพื่อให้สามารถคัดกรองผู้ที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงได้

- **ด้านช่องทางการจำหน่าย:** ปรับกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายยิ่งขึ้น เช่น เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการแจ้งขอรับบริการทางออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า รวมถึงพนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้อย่างไร้ข้อจำกัดในเรื่องสถานที่ทำงาน เป็นต้น

- **3 ด้านการเงิน** เนื่องด้วยลูกค้าในกลุ่มต่าง ๆ ของบริษัทได้รับผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 ครั้งนี้ ส่งผลกระทบต่อการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ มียอดรายได้ที่ลดลง ดังนั้น เพื่อให้บริษัทสามารถรักษา Cash Flow ในช่วงภาวะวิกฤตนี้ จึงมีมาตรการและขอความร่วมมือจากผู้บริหารและพนักงานในการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น การใช้เครื่องใช้สำนักงานและทรัพยากรในองค์กรอย่างคุ้มค่า การปรับลดชั่วโมงการทำงานล่วงเวลา (เนื่องด้วยภาระงานที่ลดลง) การขอขยายระยะเวลาชำระหนี้กับคู่ค้าอย่างสมเหตุสมผล การชะลอแผนการลงทุน การปรับลดเงินเดือนผู้บริหารระดับสูง (ชั่วคราว) การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจากมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ได้จากภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากสถาบันการเงินในรูปแบบ Soft Loan

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

คณะกรรมการบริหารได้มีการประชุมเพื่อพิจารณาถึงมาตรการต่าง ๆ ที่นำใช้ในองค์กรเพื่อรับมือสถานการณ์วิกฤต COVID-19 ครั้งนี้ ซึ่งรวมถึงการบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียในด้านต่าง ๆ ดังนี้

พนักงาน: บริษัทผ่อนปรนมาตรการลดการทำงานล่วงเวลา แต่หากมีความจำเป็นในการทำงานล่วงเวลาสามารถจัดทำแผนการทำงานล่วงเวลานำเสนอพิจารณาอนุมัติได้

ผู้ถือหุ้น: บริษัทจัดให้มีช่องทางที่ผู้ถือหุ้นสามารถติดต่อสอบถามตลอดจนรับฟังความคิดเห็นหรือขอข้อมูลกับบริษัทได้โดยตรงผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.filtervision.co.th อีเมลหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์และเลขานุการบริษัท

ชุมชนและสังคม: บริษัทได้ดำเนินโครงการน้ำดื่มเพื่อน้อง (ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7) และยังคงดำเนินโครงการต่อเนื่องในปี 2563 เพื่อส่งมอบน้ำดื่มบริสุทธิ์ให้เด็ก ๆ และเยาวชนในโรงเรียนและชุมชนโดยรอบ เพื่อให้มีสุขอนามัยที่ดีทั้งในสถานการณ์ปกติและในสภาวะวิกฤต COVID-19 นอกจากนี้ บริษัทได้เข้าร่วมโครงการ maiA Virtual Run อย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการระดมทุนนำเงินบริจาคให้แก่สภาอากาศไทย เป็นการเสริมสร้างสุขภาพในกลุ่มพนักงานและแบ่งปันสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้ป่วยในโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

ในเดือนกรกฎาคม 2563 คณะกรรมการบริหารได้มีการประชุมสรุปผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 เพื่อร่วมกันวิเคราะห์และพิจารณาสรุปแผนระยะยาวในการดำเนินธุรกิจในยุค New Normal โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์การรักษาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ รวมถึงแผนในการปรับกลยุทธ์การดำเนินงานขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อเพิ่มศักยภาพบุคลากร การปรับกำลังพลให้สามารถสนับสนุนการดำเนินงานภายใต้การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนยิ่งขึ้น

MEGA

บริษัท เมก้า โลฟโซเอ็นซ์ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชย

www.megawecare.com

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสินค้าอุปโภคบริโภค
(Fast Moving Consumer Goods หรือ FMCG)
ในประเทศกำลังพัฒนา ได้แก่ ประเทศเมียนมาร์
เวียดนาม และกัมพูชา นอกจากนี้มีการพัฒนา
ผลิต ทำการตลาด และขายผลิตภัณฑ์กลุ่มบำรุงสุขภาพ
ผลิตภัณฑ์ยาตามใบสั่งแพทย์
และผลิตภัณฑ์ยาจำหน่ายหน้าเคาน์เตอร์สุขภาพ
ภายใต้เครื่องหมายการค้า Mega We Care™
ผ่านเครือข่ายการจัดจำหน่ายของบริษัท
และผู้จัดจำหน่ายภายนอกใน 29 ประเทศทั่วโลก

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากวิกฤต COVID-19 ที่เกิดขึ้น บริษัทได้จัดประชุม
คณะกรรมการเพื่อ Update ข้อมูลเกี่ยวกับ COVID-19 และ
จัดเตรียมความพร้อมของบริษัททั้งการกำหนดมาตรการ
ดูแลด้านสุขอนามัย มีการทำความสะอาดสำนักงานต่าง ๆ
และมีการปฏิบัติอื่น ๆ เช่น การฆ่าเชื้อ กำหนดให้ใส่
หน้ากากอนามัยในการเข้าร่วมประชุม แจกหน้ากากอนามัย
ให้แก่พนักงาน และบริษัทมีการฉีดวัคซีนใช้หวัดใหญ่
สำหรับพนักงานทุกคน



บริษัทเตรียมความพร้อมให้พนักงานทุกคนมีความพร้อมในการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) โดยบริษัทจัดหาแล็ปท็อป สนับสนุนค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ต และกำหนดให้ทีมเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ช่วยเหลือการทำงานออนไลน์ของพนักงานทุกคนที่ทำงานจากที่บ้าน และในระหว่างที่เกิดเหตุการณ์ระบอบ การประชุมพนักงานทั้งหมดถูกจัดขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งได้มีการนำมาใช้ในบริษัทตั้งแต่ก่อนสถานการณ์การระบาดที่รุนแรงขึ้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมไปถึงความต่อเนื่องในการดำเนินงานของทุกสาขาทั่วโลกและความต่อเนื่องในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ยาและวิตามินที่มีความสำคัญสูงสุด จึงต้องมีการผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อให้แน่ใจว่าจะมีผลิตภัณฑ์เพียงพอกับความต้องการ

บริษัทมีการประสานงานและตรวจสอบกับ Supplier เกี่ยวกับความพร้อมของวัตถุดิบและได้ยืนยันคำสั่งซื้อสำหรับการจัดส่งในอนาคตเพื่อให้มั่นใจว่ามีความต่อเนื่องด้านการจัดส่งและราคาสำหรับวัตถุดิบ ขณะที่โรงงานยังคงดำเนินการผลิตสินค้าและมีระบบป้องกันที่เพียงพอซึ่งพนักงานและฝ่ายการผลิตมีการดำเนินการตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางการเงิน โดยมีการติดตามลูกค้าอย่างละเอียดเพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินระหว่างการระบาดของ COVID-19 บริษัทมีการเก็บรักษาเงินกองทุนบางส่วนในรูปของเงินฝากประจำเพื่อให้มั่นใจว่าจะมีเงินสดอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนประสานงานกับธนาคารเพื่อให้แน่ใจว่าสินเชื่อทั้งหมดและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการธนาคารไม่ได้ถูกระงับ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทดำเนินการช่วยเหลือหรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: บริษัทมีการดูแลสุขภาพของพนักงาน โดยการแจกหน้ากากอนามัยและให้บริการเจลแอลกอฮอล์อย่างพอเพียง รวมทั้งไม่มีการหักเงินเดือนและดูแลให้ประกันสุขภาพของพนักงานครอบคลุมการรักษาโรค COVID-19

ผู้ถือหุ้น: บริษัทได้เลื่อนจัดการประชุมผู้ถือหุ้นปี 2563 พร้อมทั้งนำระบบออนไลน์มาใช้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ถือหุ้น โดยผู้ถือหุ้นสามารถเข้าดูการประชุมออนไลน์ได้จากการล็อกอินผ่านระบบที่ทางบริษัทได้จัดทำขึ้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

จากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในครั้งนี้นี้ บริษัทไม่ได้รับผลกระทบมากนัก โดยโรงงานยังคงดำเนินการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง แต่อาจพบปัญหาในด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื่องจากปัญหาการหยุดดำเนินงานของธุรกิจขนส่งและส่งออกในประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด

บริษัทมีการวิเคราะห์ “New Normal” ที่อาจเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมของบริษัท คือ การให้ความสำคัญกับสุขภาพของผู้บริโภค มุ่งเน้นการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์ยาและอาหารเสริมที่หลากหลายและจำเป็นในชีวิตประจำวัน เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันบริษัทมีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเรื่องการผลิต การจัดจำหน่าย เพื่อให้มั่นใจว่ามีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

นอกจากนี้ บริษัทมีแนวทางในการเตรียมตัวเข้าสู่วิถีการทำงานแบบ New Normal โดยมีมาตรการดูแลสุขภาพพนักงาน ตรวจเช็คอุณหภูมิ บริการเจลล้างมือรวมถึงดูแลทำความสะอาดในพื้นที่สำนักงาน การเตรียมการในเรื่องระบบการทำงานโดยมีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างทั่วถึงทั้งเรื่องการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต การประชุมออนไลน์ ส่งอีเมล เป็นต้น

PLANB

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / สื่อและสิ่งพิมพ์

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

ธุรกิจหลัก

ให้บริการและผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย
แบ่งเป็น 6 ธุรกิจหลัก ดังนี้

- 1 สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit Media)
- 2 สื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Classic Media)
- 3 สื่อโฆษณาดิจิทัล (Digital Media)
- 4 สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าและ
ซูเปอร์มาร์เก็ต (Retail Media)
- 5 สื่อโฆษณาภายในสนามบิน (Airport Media)
- 6 สื่อโฆษณาออนไลน์ (Online Media)
และธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม ได้แก่
สปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง อาร์ทิสเมเนจเม้นท์
รวมถึงอีสปอร์ตและเกมออนไลน์

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

สถานการณ์ COVID-19 นอกจากจะส่งผลกระทบต่อ
ต่อการดำเนินงานและสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัย
ของคนในสังคมแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาพรวมของ
เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในระยะสั้น เนื่องจาก
มาตรการที่ภาครัฐได้ออกมาเพื่อลดการแพร่ระบาดทำให้
กิจกรรมต่าง ๆ ถูกปรับเปลี่ยนและยกเลิกไป อย่างไรก็ตาม
แม้การดำเนินธุรกิจของบริษัทจะประสบความท้าทายใน
ระยะสั้น บริษัทยังคงมุ่งยกระดับธุรกิจและวางรากฐาน
การดำเนินงานต่อไปเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะสามารถ
เติบโตได้ในระยะยาว โดยบริษัทมีการปรับแผนการทำงาน
เพื่อความปลอดภัยของพนักงานซึ่งไม่กระทบต่อมาตรฐาน
การให้บริการแก่ลูกค้า ดังนี้

- ให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการป้องกัน
เชื้อ COVID-19 แก่พนักงานทุกภาคส่วน
- ให้พนักงานปฏิบัติงานจากบ้านเพื่อลด
ความเสี่ยงการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสและ
ลดความหนาแน่นของระบบขนส่งมวลชน
โดยไม่กระทบต่อขั้นตอนการทำงานโดยเฉพาะ
ระยะเวลาการขึ้นสื่อดิจิทัล



- ยกเลิกการประชุมด้วยตัวเองกับบุคคลภายนอก เพื่อลดความเสี่ยงต่อสุขภาพ แต่ลูกค้าสามารถติดต่อบริษัทได้ตลอดเวลาผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ โดยเฉพาะทุกบริการของ Google Suite
- ฝ่ายปฏิบัติการดูแลหลังการขายยังคงมุ่งมั่นติดตามและดูแลสื่อตามมาตรฐานเดิม ทีมงานทุกคนจะได้รับ Protection Pack เมื่อต้องปฏิบัติงานในพื้นที่เสี่ยง
- ทีม Crisis Management Committee ทำการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบต่อการใช้บริการในทุกสัปดาห์
- เพิ่มมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ เช่น การจัดการประชุมผ่าน Virtual Meeting แทนการติดต่อกันโดยตรง จัดตั้งทีมงานในการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบต่อการใช้บริการในทุกสัปดาห์ เป็นต้น

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทได้มีการวางแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) ซึ่งเป็นการวางแผนธุรกิจในทุกมิติเพื่อเตรียมความพร้อมภายในองค์กร โดยกำหนดขั้นตอนและวิธีการที่ชัดเจนเพื่อรองรับการดำเนินงานให้กลับสู่ภาวะปกติ ประกอบด้วย

- 1 การวิเคราะห์ผลกระทบหลัก ๆ ของธุรกิจ ทั้งรายได้ ค่าใช้จ่าย และการดำเนินงาน
- 2 การออกแบบการทำงาน กระบวนการเฝ้าระวัง การดูแลพนักงาน โดยสร้างทีมงานเพื่อ Update รองรับสถานการณ์ตรง
- 3 ตรวจสอบสภาพคล่อง การวิเคราะห์วางแผนจัดการทางการเงิน
- 4 ตรวจสอบห่วงโซ่อุปทานอยู่ตลอดเวลา โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความเสี่ยง สร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าในระยะยาว รวมถึงมาตรการลดค่าใช้จ่าย ชะลอแผนการลงทุนในโครงการใหม่ ๆ และการปรับโครงสร้างเงินทุนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือให้ทุกฝ่ายผ่านวิกฤตไปด้วยกัน เช่น

พนักงาน: ปรับแผนการดำเนินงานเพื่อความปลอดภัยของพนักงานและทำแผนประกัน COVID-19 ให้กับพนักงานทุกคนในองค์กร

ลูกค้า: มีการปรับนโยบายขายเพื่อสนับสนุนแผนการทำงานและช่วยให้ลูกค้าดำเนินงานต่อไปได้อย่างราบรื่น ดังนี้

- เพิ่มความยืดหยุ่นให้แก่ลูกค้าโดยให้ลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงระยะสัญญาบางกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับแผนการตลาดผ่านการติดต่อฝ่ายขายของบริษัทได้ตลอดเวลา
- เพิ่มมูลค่าสื่อในสัญญาด้วยการมอบสื่ออภินันทนาการมูลค่า 20% ของยอดซื้อในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มิถุนายน 2563 เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำแคมเปญการตลาดที่ยังดำเนินอยู่ (ยกเว้นสื่อ PIDs MRT และ Digital MRT)
- มอบอภินันทนาการพิเศษเพิ่มเติมให้แก่ลูกค้าที่ขึ้นสื่อ Bus ในช่วงระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2563 โดยขยายระยะสัญญาเพิ่มอีก 2 เดือนต่อท้ายสัญญา
- สื่อที่ได้รับผลกระทบทางตรง เช่น สื่อ In-mall บริษัทจะไม่เรียกเก็บค่าสื่อจำนวน 7 สื่อ ในช่วงเวลาที่ได้รับผลกระทบ (16 มีนาคม - 15 เมษายน 2563) โดยลูกค้าสามารถกลับมาใช้สื่อได้เต็มจำนวนหลังจากสื่อกลับมาเปิดให้บริการตามปกติ

ชุมชนและสังคม: ร่วมรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการใช้สื่อโฆษณาของบริษัทในการเป็นสื่อกลางกระจายข้อมูลข่าวสาร Update สถานการณ์ รวมถึงคอนเทนต์ที่เป็นข้อความให้กำลังใจผ่านข้อความบนจอดิจิทัลเพลนบีในแคมเปญ #ThailandTogetherAsOne โดยร่วมอุทิศเวลาโฆษณาผ่านจอดิจิทัลกว่า 780 จอทั่วประเทศ 16 สื่อทั่วประเทศ โดยมีเหล่าศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง นักกีฬาและนักธุรกิจที่มีชื่อเสียงกว่า 70 ชีวิต ออกมาแสดงข้อความให้กำลังใจบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้สามารถผ่านเหตุการณ์ครั้งนี้ไปได้ด้วยกัน

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทเชื่อว่าอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในประเทศไทยจะกลับมาเติบโตได้อย่างต่อเนื่องหลังผ่านวิกฤต COVID-19 โดยจะเกิดความสมดุลในสัดส่วนของ 3 สื่อหลักมากขึ้น ประกอบด้วย ทีวี ออนไลน์ และสื่อนอกบ้านโดยในปัจจุบันบริษัทมีเครือข่ายสื่อนอกบ้านที่แข็งแกร่งที่สุดครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงเลือกลงทุนอย่างต่อเนื่องในโครงการที่ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าในระยะยาว รวมถึงมาตรการลดค่าใช้จ่าย ชะลอแผนการลงทุนในโครงการใหม่ ๆ รักษาความมั่นคงในสถานะทางการเงินและเตรียมความพร้อมขององค์กรในการปรับกระบวนการและเพิ่มศักยภาพการพัฒนาบุคลากรของบริษัทเพื่อเพิ่มมาตรฐานการให้บริการที่ติดต่อกับลูกค้าด้วยสถานะการเงินที่แข็งแกร่งและงบดุลที่แข็งแกร่ง เพื่อให้พนักงานสามารถมั่นใจได้ว่าบริษัทมีความพร้อมรับมือกับความไม่แน่นอนในสถานการณ์ปัจจุบันและมั่นใจว่าองค์กรจะกลับมาเติบโตอย่างแข็งแกร่งยิ่งกว่าเดิมทันทีหลังสถานการณ์กลับสู่สภาวะปกติ

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจสถานพยาบาลประเภทที่รับผู้ป่วย
ไว้ค้างคืน ในลักษณะโรงพยาบาลทั่วไป
(General Hospital) ภายใต้ชื่อ
“โรงพยาบาลพระรามเก้า”

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

ในช่วงต้นของเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 คณะกรรมการบริษัทและทีมผู้บริหารได้มีการประชุมหารือร่วมกันเพื่อรับมือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยฝ่ายบริหารจัดการได้มีการประชุมและแต่งตั้งคณะกรรมการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการป้องกันการติดเชื้อโดยเฉพาะและช่วยเตรียมข้อมูลเพื่อให้ฝ่ายบริหารจัดการได้พิจารณาเพื่อตัดสินใจ

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่มีต่อการดำเนินงานและสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานอย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ โดยบริษัทได้เตรียมจัดหาอุปกรณ์สำหรับป้องกันการติดเชื้อให้กับแพทย์และพนักงาน เช่น หน้ากากอนามัย หน้ากาก N95 และชุด PPE อย่างเต็มที่ รวมทั้งจัดสถานที่สำหรับใช้ในการตรวจรักษาผู้ป่วยแยกเป็นโซนออกจากภายในตัวอาคาร ทำให้ป้องกันและควบคุมการติดเชื้อได้ นอกจากนี้ บริษัทได้ออกมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ เพื่อรับมือหรือตอบสนองอย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ เช่น การคัดกรองผู้ป่วยก่อนเข้าโรงพยาบาล การเปิด Clinic แยกผู้ป่วยที่มีความเสี่ยง การดูแลรักษาความสะอาดและสุขอนามัยในโรงพยาบาล เป็นต้น



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีบทบาทในกระบวนการจัดการภาวะวิกฤต มีการติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของแผนดำเนินการต่าง ๆ ตลอดจนสนับสนุนทีมงานในการดำเนินงานช่วงภาวะวิกฤตดังกล่าว บริษัทได้แต่งตั้งกรรมการเฉพาะกิจที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการป้องกันและควบคุมการติดเชื้อ เพื่อติดตามสถานการณ์ วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอฝ่ายบริหารจัดการเพื่อช่วยในการตัดสินใจที่สำคัญ

บริษัทมีการปรับตัวในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ได้แก่

1 ด้านการบริการ มีการคัดกรองผู้ใช้บริการ แยกสถานที่ตรวจผู้ป่วยที่มีความเสี่ยง คลินิกสำหรับผู้ป่วยทางเดินหายใจโดยเฉพาะ และเนื่องจากผู้ป่วยและญาติมีความกังวลในการรับบริการที่โรงพยาบาลแต่ยังจำเป็นต้องได้รับการรักษาพยาบาลอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงพัฒนาช่องทางการให้บริการอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น Telemedicine ซึ่งช่วยให้ผู้ป่วยสามารถใช้ Video Call สื่อสารกับแพทย์ในการปรึกษาอาการเจ็บป่วย

2 ด้านการขนส่ง โดยเพิ่มช่องทาง Medical Delivery ในการส่งยาไปที่บ้านเพื่อให้ถึงมือคนไข้ได้สะดวกขึ้น รวมถึงการให้บริการอื่น ๆ เช่น การฉีดวัคซีนที่บ้าน ทำให้ผู้ป่วยยังสามารถได้รับบริการอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

3 ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของบริษัท เช่น การมีมาตรการสำคัญเพื่อช่วยให้สามารถรักษา Cash Flow ในช่วงภาวะวิกฤต การทบทวนค่าใช้จ่ายและแผนการลงทุน การขอขยายเวลาการชำระหนี้ การศึกษาและใช้สิทธิประโยชน์จากมาตรการบรรเทาผลกระทบที่ได้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในช่วงภาวะวิกฤต บริษัทมีการจัดการและเตรียมทรัพยากรไว้รองรับทั้ง เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์ IT ทีม IT Support รวมทั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยที่จำเป็นต่าง ๆ นอกจากนี้ บริษัทมีกระบวนการสื่อสารกับภายนอกผ่านหลากหลายช่องทาง เพื่อสื่อสารให้ผู้ป่วยและญาติ ซึ่งเป็นผู้รับบริการได้รับทราบสถานการณ์และสามารถปฏิบัติตามมาตรการด้านสุขอนามัยเมื่อมาใช้บริการ เช่น การใส่หน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่าง และการปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันการติดเชื้ออื่น ๆ เป็นต้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการดูแลบรรเทาผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่

พนักงาน: มีการดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงานและจัดหาอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้แก่พนักงานอย่างเพียงพอ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือด้านการเงินหรือปัจจัยสี่ เช่น โครงการตู้ปันสุข การสนับสนุนเงินช่วยเหลือพิเศษหรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำสำหรับพนักงานที่ได้รับผลกระทบ เป็นต้น

ลูกค้า: จัดโปรแกรมให้ลูกค้าสามารถใช้บริการในราคาพิเศษ ตลอดจนถึงให้บริการโดยใช้ Telemedicine เพื่อตอบสนองแก่ผู้ใช้บริการที่มีความจำเป็นแต่ไม่สามารถเดินทางมาโรงพยาบาลได้ เป็นต้น

ผู้ถือหุ้น: มีการเลื่อนการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 และขยายระยะเวลาให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอวาระการประชุม เสนอชื่อบุคคลเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการ รวมทั้งส่งคำถามล่วงหน้าสำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ เพื่อลดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาด บริษัทได้ถ่ายทอดสดการประชุมในรูปแบบออนไลน์ให้แก่ผู้ถือหุ้นได้รับชม และสื่อสารแนวทางการบริหารความเสี่ยงและรับมือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น

ชุมชนและสังคม: บริษัทมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนหรือสังคมจากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 โดยให้ความรู้เกี่ยวกับแพร่ระบาดและการป้องกันดูแลสุขภาพแก่ชุมชนและสังคม

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

สถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ปัจจุบันได้ขยายวงกว้างขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจและมีผลกระทบต่อธุรกิจและอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ รวมทั้งมีผลกระทบต่อกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท ในส่วนที่เกี่ยวกับรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาล ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากมาตรการควบคุมโรค การจำกัดการเดินทาง การปิดเมือง รวมถึงมาตรการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home)

อย่างไรก็ดี บริษัทมีกลยุทธ์องค์กร “PRARAM9 A-B-V” ที่ยังช่วยสร้างการเติบโตให้แก่ธุรกิจ ด้วยการยกระดับการให้บริการสุขภาพสู่ความเชี่ยวชาญก้าวหน้าในการดูแลรักษาผู้ป่วยโรคซับซ้อน พร้อมทั้งพัฒนาบริการใหม่ ๆ สำหรับกลุ่มลูกค้าที่สุขภาพดีและมีความต้องการสร้างเสริมสุขภาพให้เข้มแข็งเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า ตลอดจนพัฒนาระบบการให้บริการอย่างครบวงจรผ่านช่องทางใหม่ ๆ ที่มีความต้องการจากกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เช่น การพัฒนาโรงพยาบาลในระบบ Virtual การให้บริการนอกสถานที่ ครอบคลุมลูกค้าได้กว้างไกลมากขึ้น เป็นต้น



PSL

บริษัท พรีเมียม ชิปปิ้ง จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์

<http://www.preciousshipping.com>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจเดินเรือโดยเป็นเจ้าของเรือ
เอนกประสงค์ขนาดเล็กสำหรับขนส่งสินค้าแห้ง
เทกองแบบไม่ประจำเส้นทาง มีเส้นทางเดินเรือ
ครอบคลุมทั่วโลกในภูมิภาคสำคัญ ประกอบด้วย
สหรัฐอเมริกา แคนาดา ยุโรป ละตินอเมริกา-แอฟริกา
อินเดียอนุทวีป-ตะวันออกกลาง
และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตะวันออกไกล
ซึ่งสินค้าพื้นฐานที่กองเรือขนส่งคือ
สินค้าทางการเกษตร เหล็ก ปุ๋ย สินแร่และเนื้อแร่
ไม้ซุง ถ่านหินและอื่นๆ

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทมีการติดตามความคืบหน้าและผลกระทบ
จากสถานการณ์ COVID-19 ตั้งแต่ช่วงต้นของสถานการณ์
หลังจากเห็นว่าสถานการณ์ผู้ติดเชื้อมีแนวโน้มเพิ่มสูง
ขึ้นมาก ในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2563 คณะผู้บริหาร
ของบริษัทได้ปรึกษาร่วมกันและได้ประกาศให้
พนักงานในแต่ละแผนกเริ่ม Work From Home ตั้งแต่
กลางเดือนมีนาคม 2563 โดยพนักงานในบริษัทประมาณ
ร้อยละ 90 ให้ Work From Home และพนักงานในแต่ละทีม
สลับการทำงานที่สำนักงาน เพื่อลดความหนาแน่นของ
พนักงานที่จะเข้ามาอยู่ในที่ทำงาน (Social Distancing)

การที่บริษัทสนับสนุนให้พนักงาน Work From Home
นั้น เพื่อเป็นการลดการเดินทางออกนอกเคหะสถาน
และลดความเสี่ยงที่จะได้รับเชื้อในระหว่างการเดินทาง
ไปกลับที่ทำงาน บริษัทได้ปรับปรุงระบบการปฏิบัติงาน
โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ระบบการทำงานสามารถ
เชื่อมโยงกันได้ระหว่างบ้านและที่ทำงานเพื่อให้ทุกส่วนงาน
ยังคงปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถติดต่อกัน
ได้ตลอดระหว่างพนักงานและผู้บริหาร รวมถึงการจัด
ประชุมต่าง ๆ



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะผู้บริหารติดตามสถานการณ์ของโรคระบาดที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนได้มอบหมายให้ฝ่ายตรวจสอบระบบการปฏิบัติงานบนเรือ จัดเตรียมแนวปฏิบัติและมาตรการในการขึ้นเรือสำหรับลูกเรือ รวมถึงจัดทำ Checklist และ Questionnaire สำหรับลูกเรือและบุคคลอื่นที่จะมาขึ้นเรือก่อนถึงเมืองท่า และกำหนดให้ลูกเรือที่ขึ้นเรือมาใหม่ต้องแยกกักตัวเองเป็นระยะเวลา 14 วันก่อนเริ่มปฏิบัติงานบนเรือ ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งในมาตรการป้องกันโรคระบาดที่บริษัทกำหนดให้ปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

บริษัทจัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันที่จำเป็นให้ลูกเรือ เช่น หน้ากากอนามัย ปรอทวัดไข้ แอลกอฮอล์ และเสื้อชุด

ป้องกันเชื้อโรค เป็นต้น พร้อมติดตามสถานะทางสุขภาพและสวัสดิภาพในการทำงานอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ บริษัทสื่อสารแนวทางการปฏิบัติงานและแนวทางการป้องกันโรคระบาดแก่ลูกเรือและพนักงานที่สำนักงาน เพื่อจัดการให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ โดยบริษัทให้พนักงานส่วนใหญ่ทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) ส่วนพนักงานที่จำเป็นต้องเข้าทำงานในสำนักงานออฟฟิศต้องสวมใส่หน้ากากอนามัย วัดไข้ ล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ที่บริษัทจัดเตรียมไว้และเว้นระยะห่างที่ปลอดภัยจากการติดเชื้อ (Social Distancing) มีการแบ่งทีมเข้าทำงานในแต่ละแผนก มีการสลับการทำงานในแต่ละทีมเพื่อลดความหนาแน่นของพนักงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังคงชำระหนี้ต่าง ๆ ตรงเวลาและสามารถผ่านพ้นสถานการณ์ทางการเงิน โดยได้รับความช่วยเหลือจากสถาบันทางการเงินต่าง ๆ ตามมาตรการช่วยเหลือจากธนาคารแห่งประเทศไทย

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทยึดถือความปลอดภัยของพนักงาน ลูกเรือ และตัวเรือของบริษัทเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด และในขณะนี้ยังไม่พบการติดเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งในกองเรือและที่สำนักงานของบริษัท นอกจากนี้ ถึงแม้บริษัทจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรค COVID-19 บริษัทยังคงดูแลพนักงานของบริษัทเช่นเดิมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้พนักงานโดยบริษัทไม่มีการเลิกจ้างหรือลดเงินเดือนพนักงานและลูกเรือของบริษัท

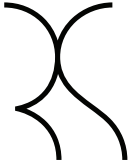
บริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติในการดำเนินงาน มาตรการ และแนวปฏิบัติสำหรับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 สำหรับพนักงานที่สำนักงานบริษัท และสนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันที่จำเป็นให้แก่ลูกเรือ เช่น หน้ากากอนามัย ปรอทวัดไข้ และสเปรย์แอลกอฮอล์ เป็นต้น พร้อมทั้งติดตามสถานะทางสุขภาพและสวัสดิภาพในการทำงานอย่างใกล้ชิดและกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับการป้องกันสำหรับโรคระบาดนี้อย่างเคร่งครัด

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการเปลี่ยนถ่ายคนประจำเรือที่ไม่สามารถกลับบ้านได้ในเมืองท่าหรือประเทศที่ยังไม่อนุญาต ให้มีการเปลี่ยนถ่ายคนประจำเรือในทุกเมืองท่าที่สามารถทำได้ในทันที ทั้งนี้ด้วยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย ทำให้การเปลี่ยนถ่ายคนประจำเรือที่ประเทศไทย (เกาะสีชัง) สามารถดำเนินการผ่านไปได้อย่างราบรื่น ทั้งการจัดเตรียมงานและการปฏิบัติตามมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันโรคเป็นไปอย่างสมบูรณ์

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูงได้ประเมินและติดตามสถานการณ์ของโรคระบาดที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงได้มอบหมายให้ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดูแลติดตามการดำเนินงานที่สำคัญในบริษัทเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ เช่น ฝ่ายตรวจสอบระบบการปฏิบัติงานบนเรือจัดเตรียมแนวปฏิบัติ/มาตรการในการขึ้นเรือสำหรับลูกเรือ ฝ่ายกฎหมายและฝ่ายกองเรือดูแลจัดเตรียมในเรื่องการขนถ่ายลูกเรือกลับบ้านและการส่งลูกเรือใหม่ไปขึ้นเรือ ฝ่ายปฏิบัติงานด้านระบบคอมพิวเตอร์ดูแลให้ระบบการปฏิบัติงานทางคอมพิวเตอร์สามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง มีความน่าเชื่อถือ และปลอดภัยจากภัยไซเบอร์ เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ระบบการทำงานที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ระหว่างบ้านและที่ทำงาน เพื่อให้ทุกส่วนงานยังคงปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่องและสามารถติดต่อกันได้ตลอดระหว่างพนักงานและผู้บริหาร รวมถึงการจัดประชุมต่าง ๆ ซึ่งการดำเนินงานที่กล่าวมานั้น บริษัทยึดถือความปลอดภัยของพนักงาน ลูกเรือ และตัวเรือของบริษัทเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด ในขณะนี้บริษัทกำลังจัดเตรียมระบบการฝึกอบรมออนไลน์ระหว่างลูกเรือ/พนักงาน และที่สำนักงานบริษัท เพื่อให้ลูกเรือ/พนักงานได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับระบบการปฏิบัติงานบนเรือต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้กับการทำงาน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความปลอดภัยในการปฏิบัติงานบนเรือ



RS GROUP

RS

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / พาณิชย

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

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจพาณิชย์ที่มีคอนเทนต์และความบันเทิง
จำหน่ายสินค้า รวมถึงมีระบบวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า
และระบบเทเลมาร์เก็ตติ้ง

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

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

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



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

ส่วนของการวางแผนกำลังคนนั้น แต่ละส่วนงานได้ออกแบบให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่แตกต่างกันออกไป เช่น บางแผนกลดจำนวนคนลงครึ่งหนึ่งโดยใช้วิธีการจับคู่สลับวันหยุด เพื่อให้มีคนรับผิดชอบแทนกันได้โดยไม่ขาดความต่อเนื่อง และพนักงานทุกคนต้องเตรียมความพร้อมของตนเองสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ตลอดเวลา

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

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีบทบาทในการจัดการภาวะวิกฤตโดยมีการจัดประชุมและแต่งตั้งชุดทำงานเฉพาะกิจขึ้นมา โดยมีฝ่ายทรัพยากรบุคคลและวัฒนธรรมองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบหลัก ทำงานร่วมกับผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้เกิดการตัดสินใจหรือแก้ไขเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที

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

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

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้ออกมาตรการที่หลากหลายในการป้องกันและดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนอย่างดีที่สุด เช่น

พนักงาน: กำหนดมาตรการป้องกันดูแลด้านสุขอนามัยของพนักงาน เช่น Social Distancing สนับสนุนการทำงานผ่านเทคโนโลยีและระบบออนไลน์ แจกจ่ายอุปกรณ์ป้องกันด้านสุขภาพให้แก่พนักงาน ทั้งนี้ บริษัทไม่มีมาตรการการไล่ออกหรือปรับลดเงินเดือนของพนักงาน

ลูกค้า: จัดหาและส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาพิเศษเพื่อช่วยดูแลด้านสุขภาพ แจกเจลแอลกอฮอล์ฟรีทุกการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า

คู่ค้า: ชำระค่าสินค้าตรงกำหนดเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนในสถานการณ์การเงินที่ตกต่ำ

ผู้ถือหุ้น: จ่ายปันผลระหว่างกาลแทนการจ่ายปันผลกลางปีเนื่องจากบริษัทมีการเลื่อนการจัดการประชุม AGM

ชุมชนและสังคม: มีการตั้งตู้ปันสุข 4 จุดในแหล่งชุมชน

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

เนื่องจากในภาวะวิกฤตนี้บริษัทแทบไม่ได้รับผลกระทบจึงไม่ได้จัดทำแผนฟื้นฟูกิจการ และยังถือเป็นผลดีของบริษัทที่ทำธุรกิจประเภท Commerce และ Media โดยเน้นรูปแบบ Online จึงยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้คนที่กักตัวอยู่บ้านใช้สินค้าและบริการของบริษัทมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมุ่งเน้นแผนงานที่จะพัฒนาและผลิตสินค้าประเภทดูแลสุขภาพให้มีคุณภาพเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการส่งมอบสุขภาพที่ดีให้กับบุคคลทั่วไปและผลิตรายการที่มีคุณภาพครบครันทั้งสาระและบันเทิงพร้อมเป็นกระบอกเสียงช่วยเหลือชุมชนสังคมอย่างดีที่สุด

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



TNDT

บริษัท ไทย เอ็น ดี ที จำกัด (มหาชน)

mai: บริการ

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

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจบริการการทดสอบ ตรวจสอบ และรับรองผล ด้วยเทคนิคไม่ทำลาย (NDT) ซึ่งไม่ทำลายชิ้นงานให้ผิดไปจากก่อนการทดสอบ เป็นเทคนิคที่ใช้ในกรณีที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่าหรือใช้อุปกรณ์อื่นใดได้โดยง่าย สามารถใช้ในภาคอุตสาหกรรมทั้งการแพทย์ การเกษตร และภาคอุตสาหกรรม เพื่อความปลอดภัยทางวิศวกรรมทางอากาศยาน อากาศยาน โดยข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปวิเคราะห์เพื่อการรับรอง แก๊ว ปรับปรุง ให้เป็นไปตามมาตรฐาน ข้อกำหนด

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนองอย่างทันต่อสิ่งที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานจึงมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อ ประกาศนโยบาย/มาตรการจากหน่วยงานรัฐ เป็นต้น บริษัทได้นำแผนสำรองฉุกเฉิน (BCP) มาใช้เพื่อบริหารจัดการในช่วงเหตุการณ์ดังกล่าว บริษัทยังได้กำหนดแผน Work From Home เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อจากการรวมตัวและการเดินทางมาปฏิบัติงานของพนักงาน นอกจากนี้ มีการสื่อสารข้อมูลให้แก่พนักงานรับทราบอย่างทั่วถึง



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทได้แต่งตั้งหน่วยงานในการบริหารจัดการ
เฝ้าระวังและป้องกันสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ
COVID-19 ในสถานที่ทำงาน พร้อมทั้งกำหนดมาตรการ
ป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 เช่น การดูแลรักษา
ความสะอาดในสถานที่ทำงาน การจัดเตรียมเจลล้างมือ
สเปรย์แอลกอฮอล์ไว้พื้นที่ส่วนกลาง กำหนดให้มีการวัด
อุณหภูมิก่อนเข้าพื้นที่ และใช้การประชุมในรูปแบบ Online
แทนการประชุมแบบ Face to Face เป็นต้น บริษัทมีการ
สื่อสารมาตรการดังกล่าวให้พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า รับทราบ

ในด้านการดำเนินธุรกิจ บริษัทได้รับผลกระทบจาก
สถานการณ์ COVID-19 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว
ประกอบกับภาวะวิกฤตของอุตสาหกรรมน้ำมันและก๊าซ
ธรรมชาติในตลาดโลกยังไม่คลี่คลาย ส่งผลให้โครงการ
ลงทุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดังกล่าวมีการเลื่อน
การลงทุนออกไป ส่งผลกระทบโดยตรงของธุรกิจของ
บริษัทซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมน้ำมันและ
ก๊าซธรรมชาติโดยตรง บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการ
ตรวจสอบและวางแผนกระแสเงินสดอย่างใกล้ชิดเพื่อให้
มั่นใจว่าสามารถจัดการค่าใช้จ่ายได้จนสามารถผ่านพ้น
วิกฤต

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีมาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบและสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: บริษัทจัดให้มีสวัสดิการประกันสุขภาพไวรัส COVID-19 สำหรับพนักงาน มีการลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อโดยการอนุญาตให้มีการ Work From Home สำหรับพนักงานที่จำเป็นต้องเดินทางมาปฏิบัติงาน บริษัทได้จัดสวัสดิการรถรับส่งพนักงานที่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19

ผู้ถือหุ้น: บริษัทให้ความสำคัญกับสุขอนามัยของผู้เข้าร่วมการประชุมจึงมีการเลื่อนการประชุมผู้ถือหุ้นออกไปก่อนในช่วงที่มีการระบาดอย่างรุนแรง และเมื่อสถานการณ์คลี่คลาย บริษัทได้จัดประชุมผู้ถือหุ้นภายใต้แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 ตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล เช่น มีการจัดที่นั่งประชุมตามมาตรการ Social Distancing มีการคัดกรองก่อนเข้าร่วมประชุม เป็นต้น

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทตระหนักว่าในอนาคตหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 จะมีการใช้เทคโนโลยีและระบบออนไลน์มาใช้ในการทำงานมากขึ้น บริษัทจึงได้ดำเนินการปรับปรุงระบบงานสารบรรณเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลมากขึ้น เพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินและรองรับการทำงานรูปแบบใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ในด้านการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือจากวางแผนกระแสเงินสดอย่างใกล้ชิดแล้ว บริษัทเร่งดำเนินการตามแผนธุรกิจที่วางไว้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มจากนวัตกรรม “คุณสมบัติของลำแสงอิเล็กตรอน (Electron Beam)” มาเป็นสารตั้งต้น เพื่อนำไปใช้ในสินค้าทางการแพทย์ อุตสาหกรรม การเกษตร สาธารณสุข รวมถึงด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้พื้นที่ของบริษัทที่จังหวัดระยอง เป็นแหล่งการเรียนรู้และวิจัยเพื่อรองรับการพัฒนานวัตกรรมแห่งอนาคตในพื้นที่เขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC เป็นแห่งแรกในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN)

VGI

VGI

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

SET: บริการ / สื่อและสิ่งพิมพ์

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

ธุรกิจหลัก

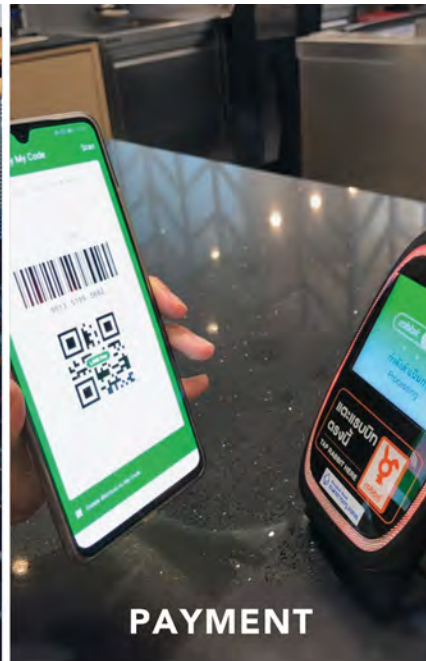
ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการชำระเงิน
และธุรกิจโลจิสติกส์

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทให้ความสำคัญในความปลอดภัยและ
อาชีวอนามัยของพนักงานและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเป็น
สิ่งสำคัญที่สุด โดยจากสถานการณ์ COVID-19 ที่ผ่านมา
บริษัทได้กำหนดดัชนีชี้วัด (KPIs) ว่าจะต้องไม่มีพนักงาน
ติดเชื้อ COVID-19 และได้จัดทำนโยบายวางแผนการดำเนิน
ธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน



ADVERTISING



PAYMENT



LOGISTICS

บริษัทประกาศนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน ดังนี้

- 1 **นโยบาย Work From Home** ตั้งแต่เริ่มมีการระบาดเกิดขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ โดยแจ้งให้มีส่วนร่วมได้เสียทุกฝ่ายทราบ เช่น นักลงทุน นักวิเคราะห์ เป็นต้น
- 2 **นโยบายให้พนักงานหลีกเลี่ยงการเดินทางไปต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเสี่ยง**
- 3 **มาตรการด้านสุขอนามัยต่าง ๆ** เช่น การจัดสรรหน้ากากอนามัยและเจลล้างมือให้แก่พนักงาน การตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้างาน การฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อทุก 2 สัปดาห์ ตลอดจนทำประกัน COVID-19 ให้แก่พนักงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังติดตั้งระบบการประชุมทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดโอกาสการอยู่ร่วมกันในสถานที่ประชุมเป็นเวลานาน

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทได้มีการวางโครงสร้าง Business Continuity Planning (BCP) โดยมี CEO, CFO และ COO เป็น Executive Commander รับผิดชอบสูงสุดในการจัดการสถานการณ์วิกฤตและทำงานร่วมกับ BCM committee ซึ่งเป็นผู้บริหารในระดับ Chief Level สำหรับในระดับปฏิบัติการ มี Human Resource Director เป็น BCM Manager เป็นผู้รับผิดชอบหลัก และมี Operation Team, Support Team และ IT Support Team สนับสนุนในการปฏิบัติงาน

ในระหว่างภาวะวิกฤต บริษัทดำเนินการตามแผน BCP ที่กำหนดไว้มีการจัดอบรมการใช้งานระบบ Network (VPN) และระบบ Software ต่าง ๆ เช่น ระบบบัญชี ระบบ Ayuda หรือโปรแกรมอื่น ๆ พร้อมทั้งเตรียมความพร้อมสำหรับอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อรองรับการทำงานในรูปแบบ Work From Home

นอกจากนี้ บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาสื่อต่าง ๆ ของตนเอง เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการให้บริการแก่ลูกค้า จึงได้อาศัยโอกาสที่โฆษณาส่วนใหญ่จากลูกค้าได้เจรจาเลื่อนไปฉายในช่วงครึ่งปีหลัง ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงสื่อโฆษณานอกบ้านที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นผ่านการปรับเปลี่ยนป้ายภาพนิ่งเป็นหน้าจอดิจิทัล ซึ่งหากบริษัททำการปรับปรุงสื่อดังกล่าวในช่วงสถานการณ์ปกติจะเกิดผลกระทบจากการหยุดโฆษณาซึ่งจะทำให้รายได้ลดลง

สำหรับด้านการจัดการทางการเงิน บริษัทได้จัดให้มีการประชุมกับผู้บริหารทุกฝ่ายอย่างใกล้ชิดเพื่อทำการประเมินผลกระทบทางการเงินจากสถานการณ์ดังกล่าว ภายหลังจากการประเมิน บริษัทได้มอบหมายให้ทีมงานนักลงทุนสัมพันธ์ทำการสื่อสารข้อมูลดังกล่าวแก่นักวิเคราะห์และนักลงทุนผ่านการประชุมออนไลน์และรายงานคำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน (MD&A) ทั้งนี้ บริษัทได้จัดให้มีมาตรการทางการเงินที่มุ่งเน้นใน 3 ประเด็น คือ

- 1 การดูแลให้ VGI มีสภาพคล่องที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ
- 2 การเจรจาให้ลูกค้าเลื่อนสื่อโฆษณาไปยังช่วงครึ่งปีหลัง
- 3 การลดค่าใช้จ่ายในส่วนต่าง ๆ และเลื่อนการใช้เงินลงทุนเพื่อโครงการใหม่ ๆ

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทดำเนินการช่วยเหลือหรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

พนักงาน: พนักงานถือเป็นกำลังสำคัญที่จะทำให้บริษัทผ่านพ้นช่วงวิกฤตนี้ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากการใส่ใจสุขภาพของพนักงานด้วยการจัดทำประกัน COVID-19 แล้วนั้น บริษัทไม่มีนโยบายลดพนักงาน และจ่ายเงินเดือนพนักงานทุกท่านตามปกติ

ลูกค้าและผู้บริโภค: บริษัทได้นำแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อเป็นหนึ่งในช่องทางช่วยเหลือลูกค้าและสังคมดังต่อไปนี้

- **ธุรกิจสื่อโฆษณา** โดยแบ่งปันพื้นที่สื่อโฆษณาในการกระจายคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับ COVID-19 ให้แก่หน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรโดยไม่มีค่าใช้จ่าย
- **ธุรกิจบริการซาร์เวีย** ร่วมเป็นหนึ่งในช่องทาง การบริจาคเงินเพื่อร่วมสมทบทุนการผลิต อุปกรณ์ป้องกันและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ร่วมกับสภาอากาศไทย มีการร่วมกับแรบบิท รีเวิร์ดส์ในการแจกคะแนนสะสมหากซื้อประกัน COVID-19 ผ่านช่องทางของแรบบิท
- **ธุรกิจโลจิสติกส์** มอบโอกาสให้คนขับรถแท็กซี่ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งพัสดุ Kerry แทน การวิ่งรับผู้โดยสาร รวมถึงให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายแก่ผู้ที่ต้องการส่งของใช้ที่สำคัญให้แก่ ทีมแพทย์และโรงพยาบาล

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้มีการประเมินผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ตั้งแต่ช่วงแรกๆ โดยจัดทำประมาณการภายใน เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารกับนักลงทุน นักวิเคราะห์ และผู้ถือหุ้น ซึ่งบริษัทได้แจ้งผลกระทบต่อธุรกิจแก่นักลงทุนผ่านช่องทางการประชุม Conference ในรายงานประจำปี และ MD&A

สำหรับการวิเคราะห์ New Normal และการกำหนดแผนระยะยาวในการรับมือ บริษัทตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงในยุค Disruption ตั้งแต่ช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยเริ่มปรับตัวและใช้กลยุทธ์ใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวตั้งแต่ปี 2560 โดยบริษัท**ปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจจากการเป็นเพียงผู้ให้เช่าพื้นที่สื่อโฆษณา กลายเป็นผู้ให้บริการ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันส์ผ่านแพลตฟอร์มธุรกิจสื่อโฆษณา บริการชำระเงิน และโลจิสติกส์**ด้วย Ecosystem นี้ ช่วยให้บริษัทสามารถดึงดูดให้พันธมิตรรายใหม่ ๆ เข้ามาทำธุรกิจร่วมกัน ทำให้บริษัทมีความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจและสามารถกระจายความเสี่ยงจากการมีแหล่งรายได้ที่หลากหลายมากขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทได้เห็นเทรนด์ความต้องการใช้สื่อโฆษณาออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจึงได้ตั้งหน่วยธุรกิจใหม่ที่ให้บริการเกี่ยวกับออนไลน์เอเจนซีเพื่อตอบสนองต่อเทรนด์ที่เปลี่ยนไป ซึ่งบริษัทเชื่อว่าสื่อโฆษณานอกบ้านยังคงเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าโฆษณาที่ต้องการสื่อสารไปยัง Mass Audience อย่างไรก็ตาม สื่อออนไลน์จะเป็นช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้น การขยายขอบเขตการดำเนินงานให้ครอบคลุมสื่อโฆษณาทั้งสอง จะทำให้บริษัทสามารถใช้โฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ชุมชนและสังคม: บริษัทร่วมกับกลุ่มบริษัท BTS สมทบเงินช่วยเหลือจำนวนกว่า 100 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนโครงการที่เกี่ยวข้องกับการบรรเทาผลกระทบจาก COVID-19 โดยหนึ่งในโครงการที่สำคัญ ได้แก่ โครงการ “นักรบเสื้อขาวสู้ภัย COVID-19” ของแพทยสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และแพทยสภา เพื่อร่วมจัดทำกรมธรรม์ประกันชีวิตและบริจาคเงินเข้ากองทุนสนับสนุนและเยียวยาผู้ลี้ภัยกว่า 70 ล้านบาทให้กับแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ทางการแพทย์ และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) รวมทั้งหมดกว่า 1 ล้านคนทั่วประเทศ นอกจากนี้กลุ่มบริษัท BTS วีจีไอ และบริษัทในเครือ ได้มอบกล่องบรรเทาทุกข์ส่งความสุขจำนวน 20,000 กล่อง โดยมีธุรกิจโลจิสติกส์ของ Kerry เป็นตัวกลางในการส่งของแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง



VL

บริษัท วี.แอล.เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

mai: บริการ

<http://www.vltanker.com>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจให้บริการขนส่งทางทะเล สำหรับผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ ซึ่งสินค้าหลักแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ น้ำมันดิบ น้ำมันเตา น้ำมันใส น้ำมันหล่อลื่น และน้ำมันปาล์ม

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่มีต่อการดำเนินงานและสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานโดยบริษัทได้มีการประชุมร่วมกันเพื่อประเมินสถานการณ์จากการแพร่ระบาดและติดตามเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด อีกทั้งได้ออกคำสั่งและประกาศมาตรการต่าง ๆ อย่างเร่งด่วนให้ทันต่อเหตุการณ์ ตลอดจนสื่อสารไปยังพนักงานทุกคนในองค์กร โดยในช่วงต้นของเหตุการณ์บริษัทได้ประกาศใช้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งครอบคลุมเรื่องการกักตัวและการงดการเดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยง นอกจากนี้ บริษัทเร่งจัดหาอุปกรณ์ป้องกัน น้ยาฆ่าเชื้อ เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิ เจลแอลกอฮอล์ล้างมือไว้ประจำสำนักงานและจัดส่งไปยังเรือทุกลำของบริษัท การเพิ่มจุดคัดกรองก่อนเข้าสำนักงาน การจัดพื้นที่ในการจัดส่งเอกสารสำหรับบุคคลภายนอก เพื่อลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ และกำหนดให้พนักงานทุกคนสวมใส่หน้ากากอนามัย เว้นระยะห่าง ไม่ทานอาหารร่วมกัน หมั่นล้างมือ และทำความสะอาดพื้นที่โต๊ะทำงานของแต่ละบุคคล



ต่อมาบริษัทมีแนวทางให้พนักงาน Work From Home โดยได้พิจารณาตามความจำเป็นและความเหมาะสมของลักษณะงาน มีการกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัดการทำงาน ระบบวิธีการสื่อสาร ติดตาม ตลอดจนจรรยาบรรณการทำงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทได้จัดเตรียมความพร้อมด้าน IT เพื่อสนับสนุนในการทำงาน Work From Home และการประชุมผ่านระบบ Online

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีบทบาทในกระบวนการจัดการภาวะวิกฤตโดยรับผิดชอบติดตามสถานการณ์และความคืบหน้าของแผนดำเนินการต่าง ๆ ตลอดจนสนับสนุนทีมงานในการดำเนินงานช่วงภาวะวิกฤตดังกล่าวซึ่งบริษัทมีการจัดการและติดตามสถานการณ์เป็นรายวันทั้งจำนวนผู้ติดเชื้อและมาตรการตามข้อกำหนดและประกาศของรัฐ โดยมีการประชุมร่วมกันสัปดาห์ละ

2 ครั้ง นอกจากนี้ บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารภาวะฉุกเฉิน โดยมีบทบาทหน้าที่ ดังนี้

- เป็นศูนย์กลางในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ รวมถึงการอนุมัติงบประมาณในการแก้ไขปัญหาจนกว่าสถานการณ์ COVID-19 จะผ่านพ้นไป
- กำหนดแนวทางในการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร ตัดสินใจประกาศใช้แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ
- กำหนดมาตรการเตรียมความพร้อมล่วงหน้าเพื่อรับมือกับผลกระทบความรุนแรงจากภาวะวิกฤตหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินที่เกิดขึ้น
- ดำเนินการลดผลกระทบจากการหยุดชะงักทางธุรกิจต่อผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจขององค์กร
- บรรเทาความเสียหายทางธุรกิจให้อยู่ในระดับที่องค์กรรับได้

บริษัทได้ติดตามสถานการณ์ ข่าวสาร กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่มาจากหน่วยงานกำกับ และเพิ่มมาตรการดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงาน ลูกค้า ผู้ปฏิบัติงาน บนเรือและในสำนักงาน เช่น การตรวจวัดอุณหภูมิ การเว้นระยะห่าง (Social Distancing) การลดจำนวนพนักงานโดยการสลับวันการเข้าปฏิบัติงานเพื่อลดความเสี่ยงการทำความสะอาดฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อโรค มาตรการกักตัวสำหรับผู้ที่เป็นไข้ ทั้งนี้ เพื่อรองรับการดำเนินงานในช่วงภาวะวิกฤต บริษัทได้ทำการจัดเตรียมระบบ IT และอุปกรณ์ที่รองรับการทำงานแบบ Work From Home และการประชุมผ่านระบบ Zoom Meeting ตลอดจนแจกจ่ายอุปกรณ์สุขอนามัยต่าง ๆ สำหรับพนักงานที่ยังต้องปฏิบัติงานในพื้นที่ เช่น หน้ากาก PPE หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ เป็นต้น

ในช่วงเวลาดังกล่าว บริษัทมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานและการส่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น วางบิล รับเช็ค เอกสารอื่น ๆ เป็นต้น ผ่านระบบ Online ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ รวมทั้งเน้นการประชุม Online แทนการเข้าร่วมประชุมด้วยตนเองยกเว้นกรณีมีเหตุจำเป็น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย อย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทมีการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นและจัดการผลกระทบผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

พนักงาน: บริษัทไม่ได้มีการจ้างพนักงานออกและยังคงดำเนินการธุรกิจตามปกติ หากพบว่าพนักงานอยู่ในความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ อนุญาตให้ไปพบแพทย์และให้กักตัวเป็นระยะเวลา 14 วัน โดยไม่ถือเป็นวันลาและจ่ายค่าจ้างตามปกติ

ผู้ถือหุ้น: บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงต่อผู้ถือหุ้นที่จะมาเข้าร่วมประชุมจึงได้ทำการเลื่อนการประชุมสามัญประจำปีออกไป และเปิดช่องทางการส่งคำถามผ่านอีเมลหรือทางเว็บไซต์ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทได้ขอความร่วมมือในการมอบฉันทะการเข้าร่วมประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการรวมตัวและลดความเสี่ยงจากการแพร่ระบาด ทั้งนี้ บริษัทประกาศข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างทั่วถึงและสื่อสารกับผู้ถือหุ้นในงาน Opportunity Day ผ่านระบบออนไลน์

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้เศรษฐกิจชะลอตัว ประกอบกับมาตรการปิดประเทศเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดได้ส่งผลต่อความต้องการใช้น้ำมัน เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจด้านการขนส่งให้กับผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่ในประเทศ จึงได้รับผลกระทบเพียงช่วงสั้น ๆ จากการลดกำลังการผลิตของโรงกลั่นน้ำมัน ทำให้การขนส่งของบริษัทชะลอตัวลงตามกำลังการผลิต อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์ต่าง ๆ คลี่คลายลง บริษัทจะสามารถให้บริการได้ตามปกติ ทั้งนี้ บริษัทยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปโดยไม่มีการเลิกจ้างพนักงานหรือหยุดให้บริการขนส่งเป็นระยะเวลานาน

