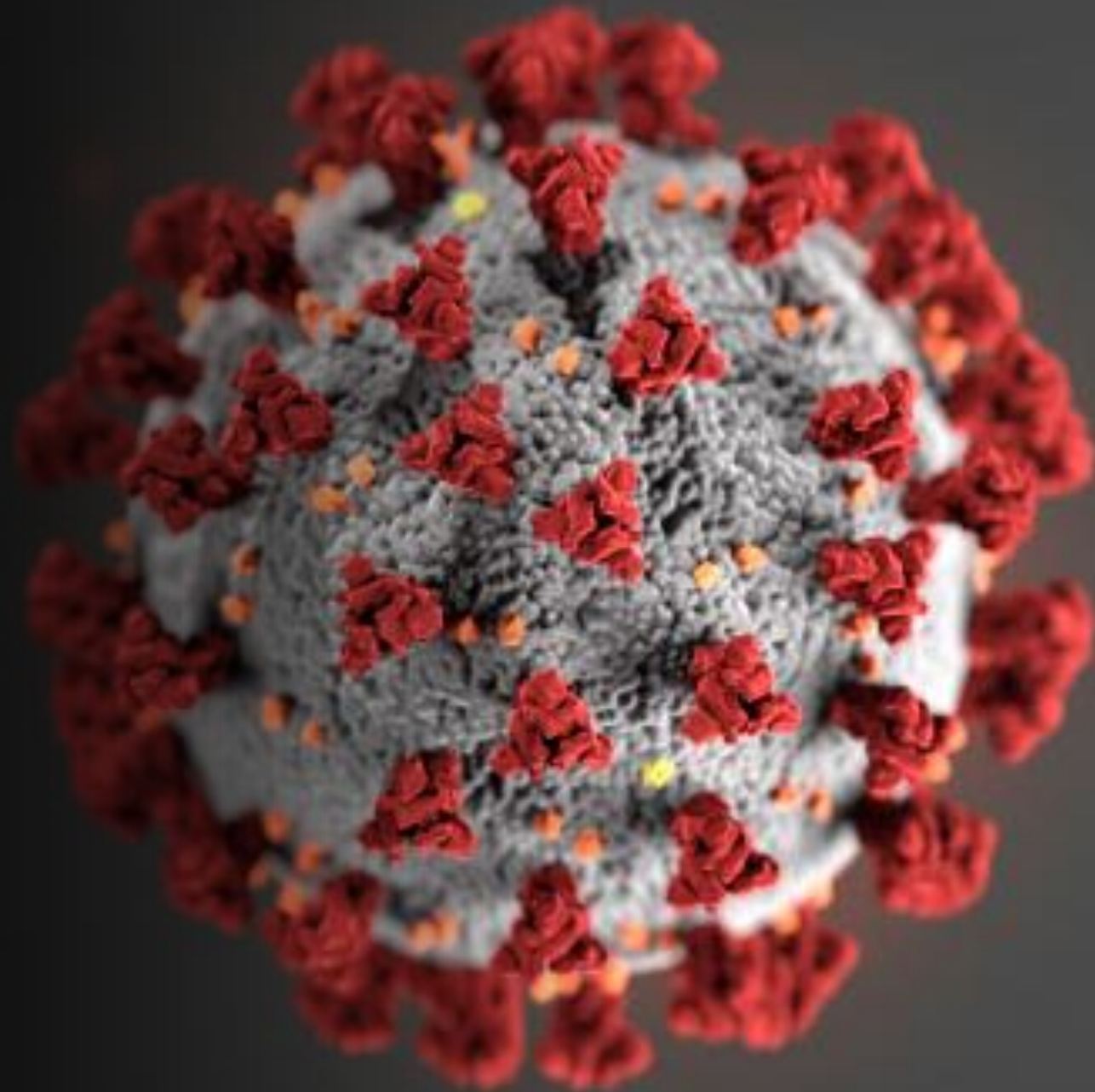




# การรับมือกับ COVID-19 สำหรับภาคธุรกิจ

---

กองส่งเสริมเทคโนโลยีความปลอดภัยโรงงาน  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม

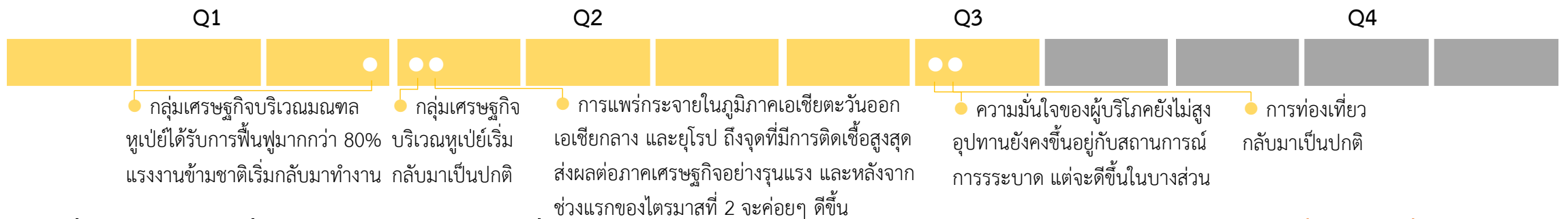


# ภาคธุรกิจควรคำนึงถึง 3 กรณี ในการวางแผนรับมือ COVID-19

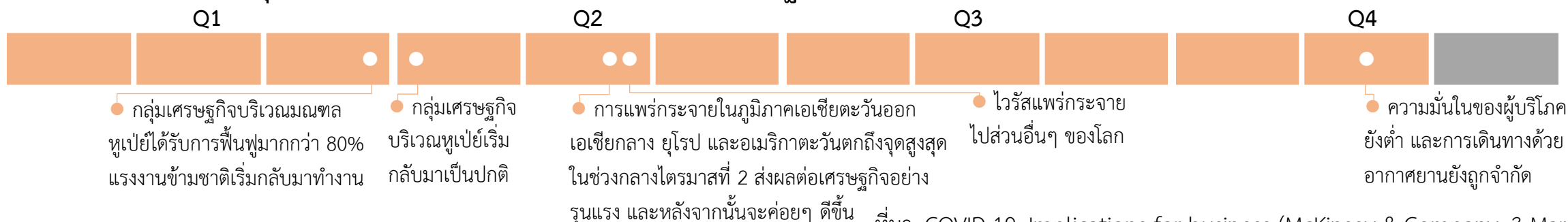
## กรณีที่ 1: กรณีที่สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว



## กรณีที่ 2: กรณีพื้นฐาน (เศรษฐกิจโลกชะลอตัวลง)



## กรณีที่ 3: กรณีร้ายแรงที่สุด (เกิดการแพร่กระจายไปทั่วโลก และเกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอย) *WHO ประกาศเป็นการแพร่กระจายไปทั่วโลก วันที่ 11 มีนาคม 2563*



# ผลกระทบต่อเศรษฐกิจประเทศจีน

การฟื้นตัวของเศรษฐกิจจะรวดเร็วเพียงใด  
ในภูมิภาคอื่นของประเทศจีน

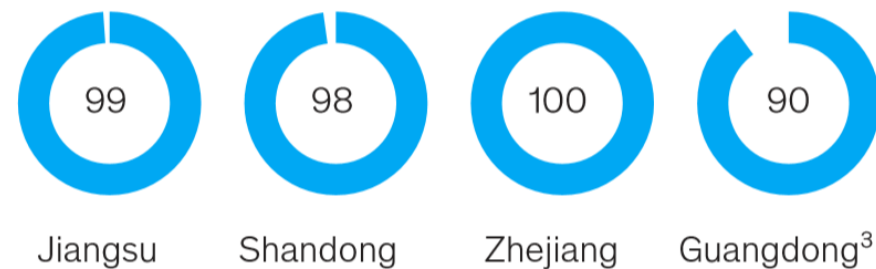
- การฟื้นตัวได้เริ่มขึ้นแล้วแต่ยังประสบปัญหาเรื่องแรงงาน และการขนส่งสินค้า
- บริษัทขนาดใหญ่ต้องมีการเกื้อกูลกันเพื่อให้เกิดการฟื้นตัวของธุรกิจ
- บริษัทขนาดเล็กต้องประสบปัญหาการขาดแคลนคนงาน และแรงงานส่วนใหญ่ที่ขอกลับประเทศยังไม่กลับมาทำงาน

## ตัวชี้วัดผลทางอุตสาหกรรม

ปักกิ่ง	เสฉวน	จีน
-59%	+40%	-14%

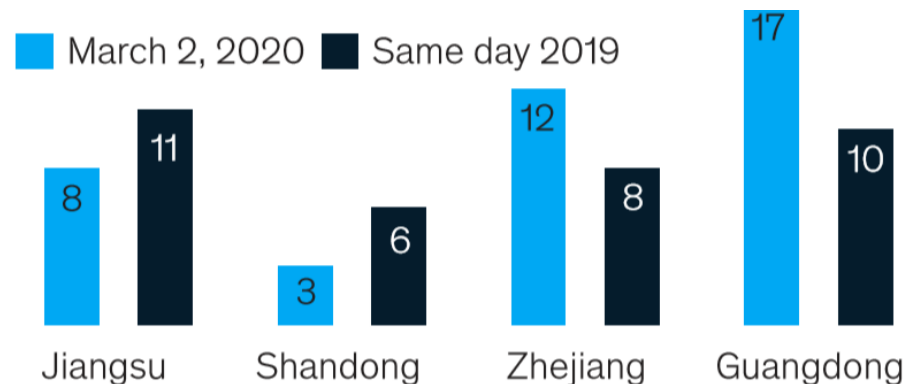
อัตราการปล่อยมลพิษทางอากาศ NO<sub>2</sub> และลดอัตราการปล่อย PMI

จำนวนธุรกิจภาคอุตสาหกรรมที่กลับมาทำการผลิตอีกครั้ง (%)



จำนวนความสามารถของแรงงานที่ทำงานได้ เทียบระหว่างวันที่ 2 มีนาคม 2563 กับวันเดียวกันในปีที่แล้ว

ขนาดตัวชี้วัดเป็นอัตราส่วนต่อจำนวนประชากรในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2563



ที่มา: COVID-19: Implications for business (McKinsey & Company, 3 Mar 2020)

# ผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวจีน

ต้องใช้เวลานานเพียงใดผู้บริโภคชาวจีนจึงจะมีความเชื่อมั่นและกลับมา

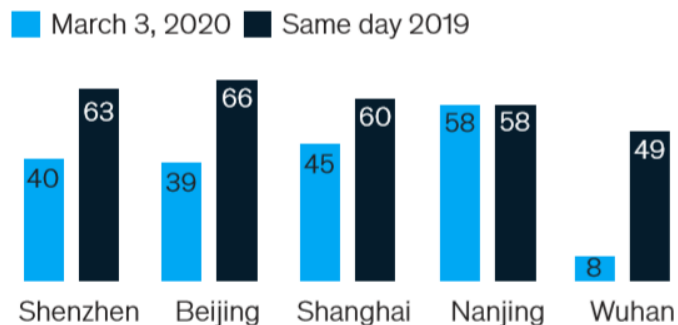
## พฤติกรรมการบริโภคเช่นเดิม

- เศรษฐกิจประเทศจีนจะเริ่มฟื้นตัวก่อน หลังจากนั้นผู้บริโภคจึงจะกลับมาเชื่อมั่นอีกครั้ง
- ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการระบาดโดยตรง เช่น การท่องเที่ยว และโรงพยาบาล จะฟื้นตัวช้ากว่าภาคส่วนอื่น

## ตัวชี้วัดด้านจรรยาบรรณเปรียบเทียบระหว่าง

วันที่ 3 มีนาคม 2563 กับวันเดียวกันในปีที่แล้ว

สำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลเท่านั้น



โรงเรียนเริ่มเปิดภาคเรียน จำนวนจังหวัด

ใช้การเรียนออนไลน์

กำหนดเปิดเรียน

ยังอยู่ระหว่างรอประกาศ

หลังวันที่ 15 มีนาคม



ตัวอย่างพฤติกรรมผู้บริโภค เทียบกับปีที่แล้ว

-92%

ร้านค้าปลีกของรถยนต์โดยสาร  
ในเดือนกุมภาพันธ์

-37%

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ขายได้ในเดือนมกราคม

-\$60,000 ล้าน

ค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคจ่ายค่าอาหารและ  
เครื่องดื่มในเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์

-80%

การใช้บริการโรงแรมในเดือนมกราคม  
และกุมภาพันธ์



### ระยะที่ 1

จำนวนผู้ติดเชื้อมีจำนวนน้อย และไม่มีการแพร่กระจาย



### ระยะที่ 2

จำนวนผู้ติดเชื้อมีจำนวนมาก และมีการแพร่กระจาย



### ระยะที่ 3

ภาครัฐมีการสั่งการ และมีมาตรการเฝ้าระวังรัดกุม



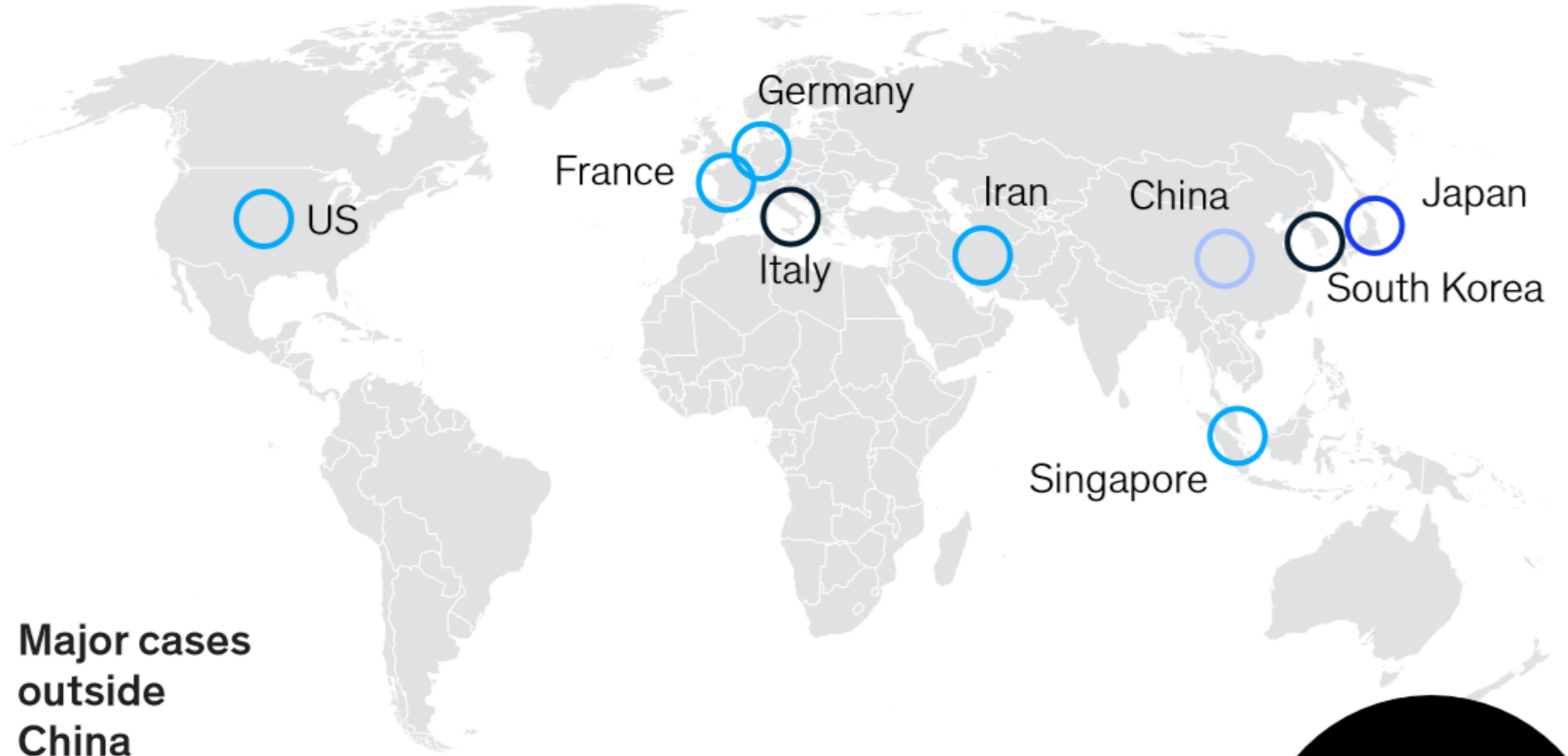
### ระยะที่ 4

มีเคสเพิ่มขึ้น ระบบสาธารณสุขมีมาตรการรับมืออย่างเป็นระบบ



### ระยะที่ 5

เคสใหม่ลดน้อยลง ประชาชนกลับมาใช้ชีวิตปกติ



### Major cases outside China



# การรับมือ COVID-19: ผู้ประกอบการสามารถสร้าง Checklist ตามมาตรการหลักทั้ง 7 กลุ่ม ในการรับมืออย่างทันที่

## 1. มาตรการป้องกันพนักงาน

- ปฏิบัติตามคู่มือแนะนำจากกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด
- สื่อสารกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตรวจสอบว่าพนักงานทำตามมาตรการจากกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด

## 2. ตั้งทีมประสานงานเพื่อรับมือ

- CEO ของบริษัทควรเป็นผู้นำสำหรับการดูแลภาพรวมของทีม
- ภายในทีมควรประกอบด้วยคณะทำงาน 5 ฝ่าย ดังนี้  
1) ด้านบุคคล 2) ด้านการเงิน 3) ด้านการติดต่อบริษัทคู่ค้า 4) ด้านการตลาดและฝ่ายขาย 5) ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร
- สร้างเป้าหมายในการควบคุมสถานการณ์ โดยจำลองสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น ในการรับมือด้านต่างๆ
- ตรวจสอบว่าการจัดการด้านความปลอดภัยในการรับมือสำหรับในองค์กรเพียงพอแล้วหรือไม่

## 3. การขาดสภาพคล่องทางการเงิน และแผนสำรองกรณีฉุกเฉิน

- ระบุรายละเอียดของสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในบริษัท และลงรายละเอียดแผนการจัดการสถานการณ์
- แจกแจงตัวแปรต่างๆ ที่จะส่งผลต่อรายได้และราคา
- จัดทำโมเดล cash flow, P&L และบัญชี ของแต่ละสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น
- แจกแจงในพื้นฐานของกรณีที่น่าตื่นตระหนกที่สุด

## 4. รายละเอียดร่วมกับบริษัทคู่ค้า

- ระบุรายละเอียดของขอบเขตและเวลาในการเปิดรับบริษัทคู่ค้าในบริเวณต่างๆ (เสี่ยงมาก – น้อย)
- พยายามทำให้เกิดเสถียรภาพในการกักเก็บสินค้า และวัตถุดิบในการผลิต ณ ขณะนั้น
- การสร้างเสถียรภาพระยะยาว

## 5. มาตรการของฝ่ายการตลาด

- พยายามทำให้เกิดเสถียรภาพมากที่สุด ณ ขณะนั้น เช่น การกักตุนสินค้า (ต้องทำมากขึ้น หรือน้อยลง) การลดราคา เพื่อกระตุ้นการขาย การเพิ่มบริการในการส่งสินค้าถึงที่หมาย ฯลฯ
- การสร้างเสถียรภาพระยะยาว

## 6. การฝึกแผนฉุกเฉินพร้อมทีม เพื่อให้เห็นภาพความสำคัญของสถานการณ์ในทุกมิติ

- ระบุรายละเอียดกิจกรรมที่จะทำในการรับมือของแต่ละเฟสที่แตกต่างกัน
- ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ เช่น ระบุว่าใครเป็นผู้นำในเหตุการณ์ และให้ผู้นำถือสิทธิ์เด็ดขาด

## 7. การเป็นตัวอย่งที่ดี

- สนับสนุนการทำกิจกรรม แผนการ และองค์ความรู้ต่างๆ ที่ทำได้