

HAADTHIP



HTC

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.haadthip.com>

ธุรกิจหลัก

ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำอัดลมซึ่งได้รับลิขสิทธิ์จากโคคา-โคลา คัมปะนี (ประเทศสหรัฐอเมริกา) เมืองแอตแลนต้า มลรัฐจอร์เจีย ให้ผลิตและจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า โคคา-โคลา เฟนต้า สไปรต และผลิตภัณฑ์อื่นที่โคคา-โคลา คัมปะนี เป็นเจ้าของ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้มีนิก เมด เครื่องดื่มอควาเรียม และน้ำดื่มน้ำทิพย์ มีขอบเขตการผลิตเพื่อจำหน่ายเฉพาะใน 14 จังหวัดภาคใต้

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลกอย่างรวดเร็ว บริษัทจึงมีการประชุมระดับผู้บริหารของกลุ่มธุรกิจโคคา-โคล่า ในประเทศไทย เมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ ผ่านระบบ Video Conference และพิจารณากำหนดมาตรการ รวมทั้งข้อกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด ดังต่อไปนี้

- ประกาศมาตรการป้องกันและเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของ COVID-19 และระเบียบปฏิบัติ เรื่องการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในสถานประกอบการ รวมถึงจัดตั้งสายด่วน Hotline หาดทิพย์ 24 ชั่วโมง ให้คำปรึกษาแก่พนักงานเพื่อให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันก่วงที่



- **ติดตามและปฏิบัติตามมาตรฐานสูงสุดของกระทรวงสาธารณสุข** และได้จัดระบบการคัดกรองจัดซื้อเครื่องวัดอุณหภูมิที่มีประสิทธิภาพเพื่อคัดกรองทั้งบุคคลภายนอกและพนักงานของบริษัท พร้อมทั้งจัดให้มีแอลกอฮอล์แบบเจลและแบบน้ำ หน้ากากอนามัย จัดสถานที่ตามหลักเกณฑ์เว้นระยะห่าง 1-2 เมตร พร้อมทั้งเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดพื้นที่ทำงานที่มีจุดสัมผัสทุก 2 ชั่วโมง และจัดทำสื่อความรู้เกี่ยวกับการแพร่ระบาดให้แก่พนักงาน

- **ส่งหนังสือขอความร่วมมือผู้รับเหมาและคู่ค้า** เรื่อง ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 และจัดทำแบบสอบถามเพื่อคัดกรองผู้มาติดต่อรวมถึงผู้รับเหมา (ภาษาไทย อังกฤษ และพม่า)

- **ประกาศแนวปฏิบัติในการงดการเดินทางต่างประเทศ** และคำแนะนำการเดินทางภายในประเทศให้กับพนักงาน พร้อมทั้งติดตามและมีการยกระดับแนวปฏิบัติโดยยึดตามประกาศของรัฐบาลเป็นหลัก

- **จัดตั้งศูนย์ข้อมูลส่วนกลางและศูนย์ข้อมูลโรงงานและสาขา** เพื่อรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เพื่อให้ฝ่ายบริหารสามารถบริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อดำเนินการช่วยเหลือหรือติดตามได้อย่างใกล้ชิด

- **ประกาศคำสั่ง เรื่อง ข้อกำหนดและแนวปฏิบัติการปฏิบัติงานจากบ้าน (Work Form Home)** และสนับสนุนค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับการทำงานของพนักงาน พร้อมทั้งสนับสนุนอุปกรณ์ IT และ Application ที่เกี่ยวข้อง

- **แต่งตั้ง “คณะกรรมการบริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)”** ประกอบด้วย คณะกรรมการ 6 ด้าน (Work Stream) และกำหนดให้มีการประชุมประจำทุกสัปดาห์เพื่อติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

- **เลื่อนการจัดกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมของคนจำนวนมากออกไป** จนกว่าสถานการณ์ของโรคระบาดจะคลี่คลาย

การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทดำเนินงานตามแผนความต่อเนื่องของธุรกิจ ในภาวะฉุกเฉิน (Business Continuity Plan: BCP) และแต่งตั้ง “คณะกรรมการบริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)” ในเดือนมีนาคม 2563 เพื่อทำหน้าที่ติดตามสถานการณ์และกำหนดมาตรการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส เพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานและการบริหารจัดการของบริษัทอันอาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วยคณะกรรมการ 6 ด้าน ดังนี้

1 คณะกรรมการด้านความปลอดภัยและการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Safety & Engagement) มีหน้าที่กำหนดแนวปฏิบัติเพื่อเป็นมาตรการป้องกัน และให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อหลีกเลี่ยงการติดเชื้อ

2 คณะกรรมการด้านการให้ความช่วยเหลือลูกค้า สังคมและชุมชน (Support our Customers and Communities) มีหน้าที่ให้การช่วยเหลือลูกค้า สังคม และชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้ผ่านวิกฤตการณ์นี้

3 คณะกรรมการด้านการสื่อสารภายในและภายนอก (Continual Communication and Situation Update) มีหน้าที่ติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของ การรายงานจากภาครัฐบาล และทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลทั้ง ภายในและภายนอกอย่างถูกต้อง

4 คณะกรรมการด้านการตลาดและการปรับแผนการตลาด (Marketing and Commercial Initiatives revision) มีหน้าที่ปรับแผนการตลาดให้เหมาะสมกับภาวะ การณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

5 คณะกรรมการด้านความต่อเนื่องในการ ดำเนินธุรกิจและแผนเผชิญเหตุ (Business continuity and contingency plans) มีหน้าที่ดำเนินการและบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

6 คณะกรรมการด้านผลกระทบด้านการเงิน (Financial impact scenarios) มีหน้าที่คาดการณ์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในด้านผลกำไรและกระแสเงินสด รวมทั้งเสนอมาตรการเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้น

โดยคณะกรรมการดังกล่าวมีการประชุมเพื่อติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดทุกสัปดาห์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ บริษัทยังได้ดำเนินงานตามแผนความต่อเนื่องของธุรกิจในภาวะฉุกเฉิน (Business Continuity Plan-BCP) โดยกำหนดมาตรการที่สำคัญเพื่อรับมือต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้แก่

ด้านการผลิตและบริการ: บริษัทดำเนินการปรับแผนช่องทางการจำหน่ายและปรับขนาดของบรรจุภัณฑ์ ตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ลดความถี่ ในการออกจากบ้าน ดังนี้

- เน้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบขนาดใหญ่ (Large Pack Sizes) สำหรับการบริโภคในครัวเรือน (Home Consumption) และการเตรียมไว้เพื่อการบริโภคในครัวเรือน (Home Stock Up)
- สร้างความมั่นใจว่าสินค้าผลิตภัณฑ์แพ็คเกจขนาดใหญ่และน้ำหนัก เพื่อการบริโภคในครัวเรือนและการกักตุนมีเพียงพอในช่องทางที่สะดวกแก่ผู้ซื้อ เช่น ช่องทาง Hypermarket/Supermarket Convenient Stores รวมทั้งการสั่งซื้อทางออนไลน์ผ่าน Food Aggregator และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ตลอดจนร้านค้าย่อยในชุมชน
- เพิ่มการส่งเสริมทางการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และส่งสินค้าถึงบ้าน (Telesales)

บริษัทมีการติดตามความต้องการที่ปรับเปลี่ยนไป เพื่อบริษัทจะได้ปรับช่องทางการขายและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทัน ท่วงที นอกจากนี้ บริษัทได้ประเมินและติดตามการปฏิบัติงานของคู่ค้าหลัก รวมถึงการส่งมอบวัตถุดิบจากต้นทาง ของคู่ค้าจนถึงโรงงานลูกค้า เพื่อให้เกิดความมั่นใจใน ความปลอดภัยช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งมอบวัตถุดิบให้ลูกค้า

ด้านสภาพคล่องและสถานะทางการเงินของบริษัท ผลกระทบต่อแหล่งเงินทุนและสภาพคล่องที่ ดำเนินงาน

- แหล่งเงินทุนและต้นทุนทางการเงินของบริษัท ยังคงเหมือนเดิม โดยปกติบริษัทได้มีการติดต่อ สื่อสารและมีการประสานงานกับธนาคารพาณิชย์ ที่ให้สินเชื่ออยู่เป็นระยะ และได้รับแจ้งข้อเสนอ Soft Loan โดยไม่คิดดอกเบี้ยเป็นเวลา 6 เดือน ตามโครงการช่วยเหลือของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งบริษัทอาจเลือกเพิ่มขยายวงเงินดังกล่าว เพื่อสำรองไว้ใช้เมื่อมีความจำเป็นเท่านั้น
- บริษัทยังคงมีสภาพคล่องและสถานะทางการเงิน และมีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยให้กับ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ค่าภาษีสรรพสามิต เป็นต้น ได้ตามสถานการณ์ ปกติ โดยไม่ได้เลื่อนการจ่ายชำระตามโครงการ ช่วยเหลือจากรัฐบาล

ผลกระทบต่องบการเงิน

- มูลค่าทรัพย์สินที่แสดงในงบการเงิน ณ ปัจจุบัน ยังไม่เห็นแนวโน้มว่าได้รับผลกระทบอย่างมีนัย สำคัญ ทั้งนี้ สำหรับลูกค้าพบว่าแม้บริษัทจะมี กลุ่มลูกค้าในช่องทางการขายระบบ Traditional Trade (ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 28% ของปริมาณขาย ทั้งหมด) ที่หยุดกิจการชั่วคราวตามมาตรการ Lockdown ก็ตาม แต่สัดส่วนการชำระเงินของ ช่องทางนี้ส่วนใหญ่ 98% เป็นการชำระเงินสด มีเพียง 2% เท่านั้นที่บริษัทให้เครดิตต่อม จึง คาดการณ์ว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทมากนัก

- บริษัทประมาณการว่าจะมีโอกาสที่บริษัทจะ เพิ่มภาระผูกพันในอนาคต (Contingence Liabilities) อยู่ในระดับที่ต่ำ

จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ด้วยความพร้อม ในการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงอย่างทันท่วงทีของ บริษัท ทำให้สถานการณ์การระบาดของเชื้อ COVID-19 ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบบัญชีและการจัดทำงบการเงิน รวมไปถึงประสิทธิภาพของระบบการควบคุมภายใน

บริษัทได้มีการสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายใน และภายนอก ดังนี้

การสื่อสารภายใน: บริษัทสื่อสารกับพนักงาน ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสรุปสถานการณ์ประจำวัน (Daily Update) และให้ความรู้เพื่อสร้างความตระหนัก ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ผ่าน ช่องทางต่าง ๆ ของบริษัท เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ภายใน กลุ่มไลน์ (Line) อีเมล Hotline อย่าง ต่อเนื่องเพื่อให้พนักงานได้ตระหนักและไม่ละเลยกับการ ใช้ชีวิตประจำวัน อีกทั้งได้จัดกิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย ความเครียด โดยจัดกิจกรรมให้พนักงานแชร์ไอเดีย “อะไร คือสิ่งที่เราสร้างสรรค์ได้ในช่วง COVID-19” และส่งเข้ามา ประกวดเพื่อรับรางวัลที่จัดเตรียมไว้ นอกจากนี้ CEO ได้แสดงความห่วงใยพนักงานและครอบครัวของพนักงาน ผ่าน “สารจาก CEO” มาอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

การสื่อสารภายนอก: บริษัทได้แจ้งเรื่องผลกระทบจาก COVID-19 เช่น แจ้งสถานะทางการเงินของบริษัทให้กับผู้ถือหุ้นทราบผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์ แจ้งลูกค้าและผู้ประกอบการได้ทราบถึงมาตรการการป้องกันและควบคุมการติดเชื้อ COVID-19 ซึ่งบริษัทได้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อลดการแพร่เชื้อ รวมถึงบริษัทได้เปิดตัวภาพยนตร์สั้นออนไลน์ชุดพิเศษ ชื่อว่า “For the Human Race” เพื่อนำเสนอการร่วมแรงร่วมใจและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 เพื่อสร้างความหวัง ปลงบวก และความสามัคคีของคนจากทุกมุมโลก และเปิดตัว VTR “ไค้ก-หาดทิพย์ เป็นกำลังใจ...สู้ภัยโควิด-19” ผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทเพื่อเป็นกำลังใจ สร้างปลงบวก ให้ผู้มีส่วนได้เสียผ่านพ้นภัยนี้ไปด้วยกันอย่างดีที่สุดและเร็วที่สุด

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้บรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน ดังนี้

พนักงานและครอบครัว: เน้นเรื่องความปลอดภัยของพนักงานเป็นสำคัญ และได้จัดแต่งตั้ง “คณะกรรมการด้านความปลอดภัยและการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Safety & Engagement)” เพื่อกำหนดแนวปฏิบัติ มาตรการป้องกันและให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อหลีกเลี่ยงการติดเชื้อ อีกทั้งได้มีการบรรเทาและลดผลกระทบให้แก่พนักงานและครอบครัวทั้งในเรื่องการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยและการช่วยเหลือด้านการเงิน เช่น ค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับการทำงานของพนักงาน มอบถุงยังชีพให้พนักงานสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จ่ายโบนัสระหว่างกาลเป็นกรณีพิเศษในอัตรา 1 เดือนให้พนักงาน จัดอาหารกลางวันให้กับพนักงาน ช่วยเหลือค่าใช้จ่ายในการตรวจเชื้อ COVID-19 และจ่ายเงินเดือนให้พนักงาน 100% ในกรณีที่พนักงานต้องกักตัว รวมถึงมีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลส่วนกลางเพื่อทำหน้าที่สื่อสาร ติดตามข่าวสาร และให้คำปรึกษาแก่พนักงานเพื่อให้การช่วยเหลือได้อย่างทันการณ์

ลูกค้า: บริษัทได้ให้การช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ในหลายรูปแบบ เช่น พิจารณาขยายเวลาการผ่อนชำระหนี้คงค้างให้กับลูกค้า รับผิดชอบสินค้า/การรับคืนสินค้าอายุ จัดรายการส่งเสริมการขาย แก้อักร้านค้าเพื่อให้ร้านค้ามีต้นทุนลดลง สนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลให้แก่ร้านค้า/ลูกค้า เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทได้พัฒนาระบบการชำระเงิน โดยนำระบบ E-Banking สำหรับชำระเงินหรือการชำระหนี้ค่าสินค้าและบริการ เพื่อลดการสัมผัสและสนับสนุนให้ร้านค้ามีระบบการชำระเงินที่สะดวกสบายมากขึ้น

ผู้ถือหุ้น: บริษัทเลื่อนการประชุมผู้ถือหุ้นออกไปจากกำหนดการเดิม ทั้งนี้ บริษัทได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเลื่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563

ชุมชนและสังคม: บริษัทส่งมอบอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลและผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่หน่วยงานและบุคลากรทางสาธารณสุข ได้แก่ โรงพยาบาล ศูนย์โรงพยาบาลประจำจังหวัด โรงพยาบาลประจำอำเภอ โรงพยาบาลสนาม และขยายเพิ่มเติมไปถึงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานภาคสนาม เช่น ทหาร ตำรวจ ด่านตรวจคัดกรอง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด รวมไปถึงสถานสงเคราะห์เด็ก คนชรา และผู้พิการในพื้นที่ภาคใต้ รวมถึงกลุ่มอนุรักษ์ฯ โดยได้ส่งมอบผลิตภัณฑ์ เช่น ไค้ก แพนด้า สไปรท์ น้ำดื่ม น้ำทิพย์ น้ำแร่ธรรมชาติ 100% บอนอควา มากกว่า 346,000 ขวด และอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล เช่น หน้ากากอนามัย N95 500 ชิ้น หน้ากากอนามัยแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง หน้ากากอนามัยแบบผ้า มากกว่า 88,000 ชิ้น หน้ากาก Face Shield มากกว่า 17,000 ชิ้น ที่คล้องสายหน้ากากอนามัย 5,000 ชิ้น ที่ผลิตโดยพนักงานหาดทิพย์ แอลกอฮอล์แบบน้ำและแบบเจล มากกว่า 31,000 ชิ้น และวิตามินซี 5,200 ซอง

นอกจากนี้ โคคา-โคล่า ได้มอบเงินสนับสนุนจากมูลนิธิโคคา-โคล่า สหรัฐอเมริกาให้มูลนิธิชัยพัฒนาเป็นเงิน 12 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนภารกิจช่วยเหลือหน่วยงานและบุคลากรทางสาธารณสุขของ “กองทุนชัยพัฒนาสู้ภัยโควิด 19 (และโรคระบาดต่างๆ)” อันเนื่องมาจากพระราชดำริของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์ และหลังจากที่รัฐบาลได้เริ่มผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 และกลุ่มธุรกิจโคคา-โคล่าในประเทศไทยได้ร่วมสนับสนุนมอบเงินสมทบอีก 25 ล้านบาท จากการหยุดโฆษณาบนสื่อโทรทัศน์และสื่อดิจิทัลของแบรนด์ในประเทศไทยเป็นการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 23 มีนาคมที่ผ่านมา ซึ่งมูลนิธิชัยพัฒนาได้จัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์ต่าง ๆ เช่น ห้องตรวจเชื้อความดันลบแบบเคลื่อนที่และแคปซูลความดันลบ (Isolation Room/ Isolation Chamber) หุ่นยนต์ปั่นโต และกระจกสื่อสารทางไกล ฯลฯ ให้แก่โรงพยาบาลต่าง ๆ โดยบริษัทเป็นผู้แทนกลุ่มธุรกิจโคคา-โคล่า ในประเทศไทยสนับสนุนด้านการขนส่งไปยังโรงพยาบาล 11 แห่งในภาคใต้

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจ ภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

จากสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในครั้งนี้นี้ บริษัทได้ทบทวนการดำเนินงาน เป้าหมายและแผนงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

1 การดูแลพนักงาน

บริษัทมีมาตรการในการปกป้องดูแลพนักงาน โดยยังคงรักษามาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของ **การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)** โดยพิจารณาจัดทำอุปกรณ์ที่กั้นระหว่างโต๊ะทำงานสำหรับพนักงานที่มีโต๊ะทำงานติดกัน กำหนดเส้นทางเดิน การตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าทำงานในแต่ละวัน กำหนดให้พนักงานใส่หน้ากากอนามัยและล้างมือด้วยเจลฆ่าเชื้อเพื่อดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาปรับใช้ในการทำงาน เช่น การประชุมทางออนไลน์ การส่งเอกสารและแบ่งปันข้อมูลงานต่าง ๆ ผ่านทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น **เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “วิถีชีวิตใหม่” (New Normal)**

2 การกำหนดและแต่งตั้งทีมกำกับดูแล

บริษัทมีการกำหนดและแต่งตั้งทีมกำกับดูแล **ชัดเจนในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงาน** เพื่อการสื่อสารและการตัดสินใจร่วมกันทั้งในระดับหน่วยงานและภูมิภาคสาขา เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องในสถานการณ์ที่จำเป็นและสำคัญ รวมถึงช่วยให้บริษัทมีความพร้อมในการปฏิบัติงานอย่างมีระบบและมีแบบแผน

3 การปรับรูปแบบการขายผ่านช่องทางออนไลน์

จากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ที่ทำให้รูปแบบการขายออนไลน์มีอิทธิพลมากขึ้นสำหรับหลาย ๆ ประเภทธุรกิจ บริษัทจึงได้มีการ **ปรับช่องทางการขายให้เป็นไปในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น** เช่น การขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มของบริษัท ผ่านทาง Grab food, Lineman หรือ foodpanda เป็นต้น

4 การประเมินความเสี่ยง

บริษัทกำหนดแผนการ **ประเมินความเสี่ยงทั้งในเรื่องของการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19** ที่อาจกลับมา มีผลกระทบอีกครั้ง และ **วางแผนรองรับทั้งในระยะสั้นและระยะยาว** รวมถึงการประเมินความเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศเพื่อกำหนดมาตรการทางกลยุทธ์ธุรกิจให้มีความเหมาะสมและมั่นคง