



การขับเคลื่อนธุรกิจ  
เพื่อความยั่งยืน

2564



“

## การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

การขับเคลื่อนธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนเป็นสิ่งที่ท้าทายอย่างยิ่ง ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งทีมบริหารและพนักงานทุกคน ด้วยความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้บรรษัทภิบาล และหลักการความยั่งยืน เพื่อมอบประสบการณ์การบริการที่เหนือระดับและน่าประทับใจด้วยโมเดลธุรกิจแบบไทยให้กับลูกค้า และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เราเชื่อว่าบริษัทที่ดำเนินงานตามวิถีความยั่งยืนครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมได้นั้น เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรได้อย่างแท้จริง เราจึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนายุทธศาสตร์แห่งความยั่งยืนเพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในทุกที่ที่เราดำเนินธุรกิจ

ธีระยุทธ จิราธิวัฒน์  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

”



## วิสัยทัศน์ และพันธกิจ (Vision & Mission)



### ธุรกิจโรงแรม

- **วิสัยทัศน์ (VISION)**  
ก้าวสู่การเป็นกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทชั้นนำของคนไทยในระดับโลก
- **พันธกิจ (MISSION)**  
ส่งมอบประสบการณ์ความเป็นไทยที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของจุดหมายปลายทางทั่วโลก เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกคน ด้วยการผสมผสานวัฒนธรรมการให้บริการที่แฝงความอบอุ่นแบบครอบครัว และความทุ่มเทของชาวเขินการา ที่พร้อมมุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

### ธุรกิจอาหาร

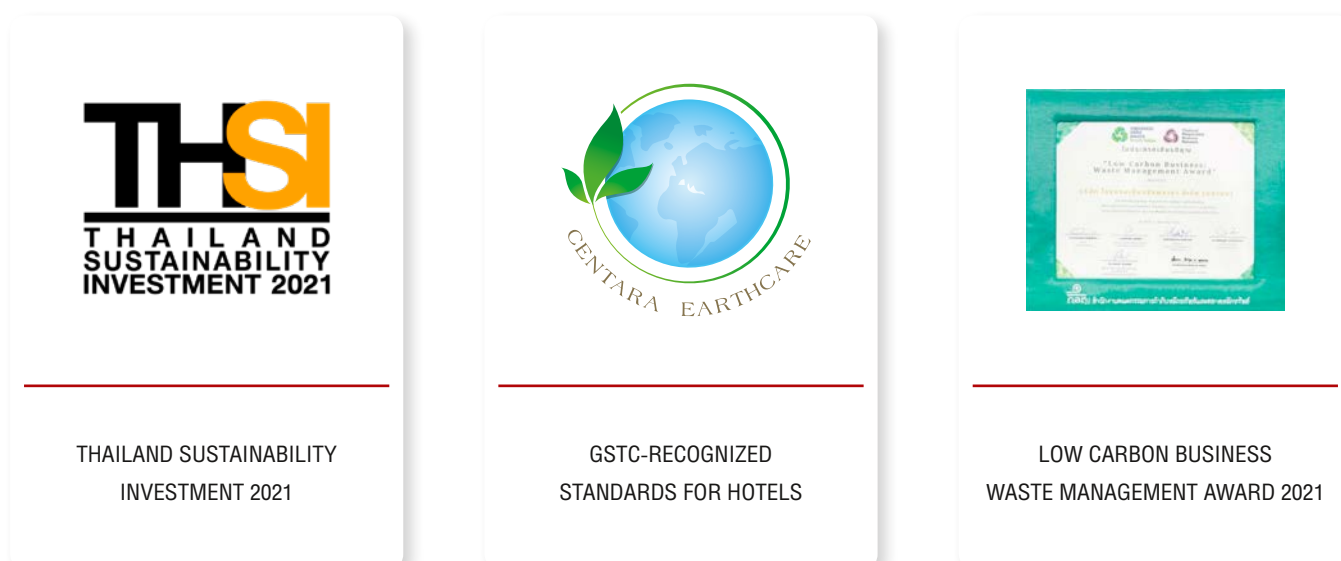
- **วิสัยทัศน์ (VISION)**  
เป็นผู้นำธุรกิจร้านอาหารอันดับ 1 ในใจผู้บริโภค ด้วยนวัตกรรม และการส่งมอบมื้ออาหารที่คุ้มค่าให้กับผู้บริโภคในทุกโอกาส
- **พันธกิจ (MISSION)**  
ส่งมอบมื้ออาหารที่อร่อย คุ้มค่า คุ้มค่า ราคา จากการบริการด้วยใจของชาวเขินการาให้กับลูกค้าทุกคน และมุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค เพื่อส่งต่อประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า และการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

## ค่านิยมองค์กร Core Value

### I·CARE เพราะเราใส่ใจ...



## รางวัลด้านความยั่งยืน



## ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ

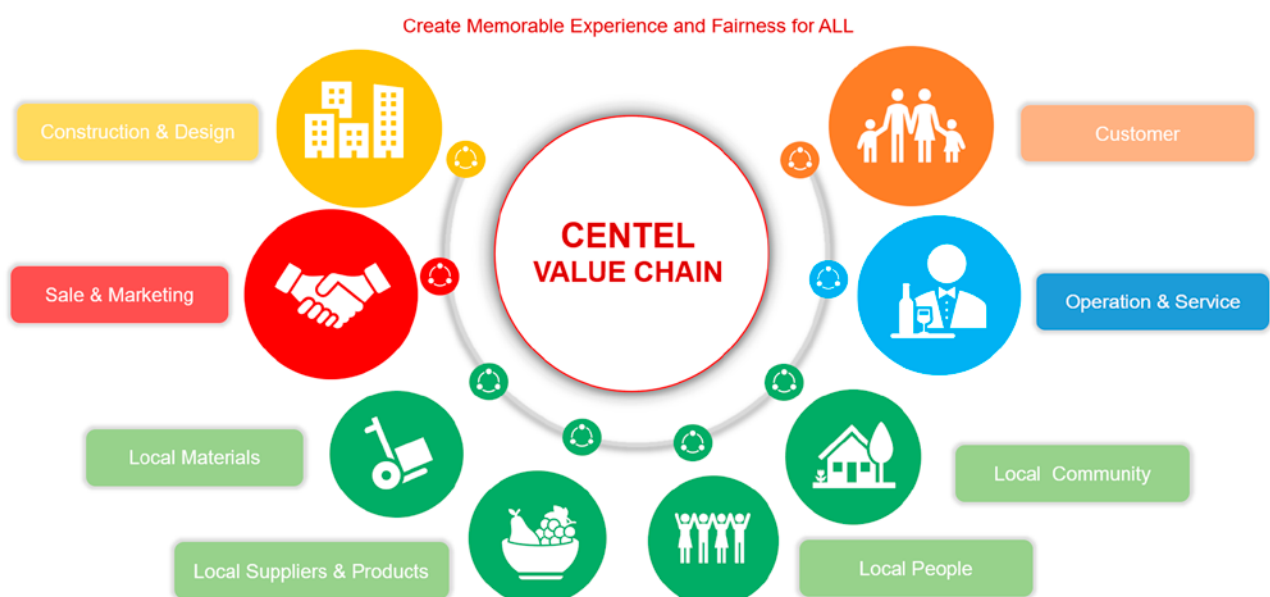
### • ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรม

บริษัททบทวนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราให้เหมาะสมกับภาพรวมสถานการณ์ในปัจจุบัน บริษัทได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินธุรกิจ 5 ปี (2565-2569) เพื่อบรรลุเป้าหมายในการทำให้เซ็นทาราก้าวสู่การเป็นหนึ่งใน 100 กลุ่มโรงแรมชั้นนำของโลก อีกทั้งตั้งเป้ารายได้รวมกว่า 1.4 หมื่นล้านบาทภายในปี 2569 ด้วยกลยุทธ์หลัก ได้แก่ การลงทุนในโครงการใหม่ที่สำคัญในต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น และประเทศนิวซีแลนด์ รวมถึงการพัฒนาโรงแรมในรูปแบบบริกรัตน์ รีสอร์ทที่มุ่งเน้นด้านสุขภาพ การพัฒนา ปรับปรุง และยกระดับแบรนด์ของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราในปัจจุบันให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ความร่วมมือกับบริษัทอื่นๆในเครือเซ็นทรัลเพื่อพัฒนาธุรกิจโรงแรมและสร้างแบรนด์ใหม่ การขยายธุรกิจการบริหารโรงแรม การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการให้บริการ และการขยายและการตลาดที่เข้าถึงลูกค้ามากยิ่งขึ้น รวมถึงการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ และรักษาฐานลูกค้าเดิมผ่านโปรแกรมเซ็นทาราเดอะวัน

### • ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจอาหาร

ยุทธศาสตร์ในการผลักดันให้ธุรกิจอาหารภายใต้การดูแลของ เซ็นทรัลเรสโตรองส์ กรุ๊ป เป็นผู้นำในธุรกิจอาหาร โดยพัฒนาร้านในรูปแบบใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้า New normal เช่น การเปิดร้านในรูปแบบตู้คอนเทนเนอร์จอง มีสเตอร์โดนัก, อานตี้ แอนส์, ร้าน KFC ที่เปิด 24 ชั่วโมง, การพัฒนาร้าน Hybrid cloud ของแบรนด์ญี่ปุ่น การพัฒนา Cloud kitchen ของ Thai cuisine มีรูปแบบการขายแบบใหม่ ทั้งการขายผ่าน Delivery platform ต่างๆ ที่เติบโตขึ้นอย่างมาก และการขายรูปแบบใหม่จากแอปพลิเคชันต่างๆ การมีแบรนด์ใหม่ สัมตำนิว เพิ่มเข้ามา ใน Portfolio ของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้หลายแบรนด์ยังเริ่มทำการพัฒนาแบรนด์คู่หูหรือ Virtual brand ต่างๆ การพัฒนาอาหารพร้อมทาน และ Ootoya ได้เปิดร้านขายของหวาน Ootoya dessert cafe เป็นต้น บริษัท มีแผนการขยายสาขาของแบรนด์เดิมที่บริษัทมีอยู่ให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้า และเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าทั้งในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด โดยมุ่งเน้นการรักษามาตรฐานสินค้าให้อยู่ในระดับสูง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอยู่เสมอ อีกทั้ง บริษัทยังมีแผนในการขยายธุรกิจสู่ช่องทางทางการขายใหม่ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าและเป็นการสร้างโอกาสในการทำรายได้และกำไรเพิ่มขึ้นในอนาคต

## กรอบและนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน



## นโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน



CENTEL ได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตบนค่านิยมที่ยั่งยืนครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการนำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้ามาเป็นแกนหลัก ในกระบวนการดำเนินงานทุกขั้นตอน ถ่ายทอดสู่สายงานปฏิบัติการต่างๆ ขององค์กร และบูรณาการแผนการปฏิบัติงานให้มีความเชื่อมโยงกัน สร้างสมดุลในมิติของ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน สร้างสัมฤทธิ์ผลแห่งการพัฒนา

อย่างยั่งยืน นำมาซึ่งประโยชน์สูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยได้ตั้งคณะทำงาน ด้านการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยคณะทำงานจากหน่วยธุรกิจโรงแรมและ ธุรกิจอาหาร ร่วมขับเคลื่อนนโยบายจากฝ่ายบริหาร ให้เกิดเป็นแนวปฏิบัติด้านความ ยั่งยืนในกระบวนการดำเนินงานของฝ่ายต่างๆ และส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนแนวทางความ ยั่งยืนในระดับพนักงานทั่วทั้งองค์กร โดยวางกรอบและเป้าหมายในการขับเคลื่อนความ ยั่งยืนไว้ 3 ด้าน คือ



อ่านนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพิ่มเติมได้ที่

<https://investor.centarahotelsresorts.com/th/sustainability/corporate-governances-document>

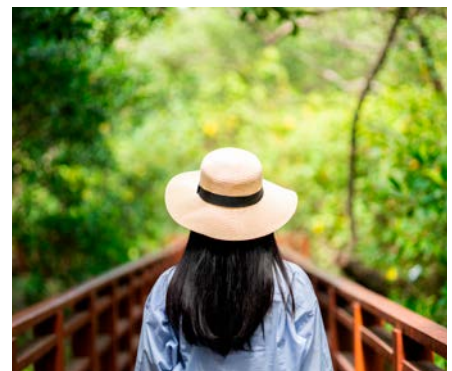
## โครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน

CENTEL ได้กำหนดโครงสร้างการดำเนินการพัฒนางานด้านความยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล ทำหน้าที่ดูแลการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน มีประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ ทำหน้าที่เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแบบบูรณาการ และจัดตั้งคณะทำงานเพื่อการพัฒนาความยั่งยืน ทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอาหาร เพื่อรายงานผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมต่อคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล โดยมีการจัดประชุมทุกๆ 3 เดือน เพื่อพิจารณาบททวน และติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทให้สอดคล้องและบรรลุเป้าหมายตามแนวทางการดำเนินธุรกิจและนโยบายการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัท นำไปสู่การสร้างสัมฤทธิ์ผลแห่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตามกรอบของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ



ในปี 2564 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล ได้เห็นชอบในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม โดยได้จัดทำแผนการดำเนินงานระยะเวลา 10 ปี ในการลดการใช้ทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจ และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 20 จากปีฐาน 2562 และเห็นชอบ

ให้ดำเนินการจัดทำการประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและโอกาสที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ (TCFD Report) เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของบริษัท



## การสร้างการรับรู้เรื่องการค้าดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัท ได้ดำเนินการสนับสนุนและส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาความยั่งยืนให้กับพนักงานในสายงานที่เกี่ยวข้องในองค์กร ทั้งการจัดอบรมภายในหน่วยธุรกิจ โรงแรมและธุรกิจอาหาร และการเข้าร่วมอบรมกับองค์กรภายนอก เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล และนำความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในองค์กร โดยได้รับความรู้

จากผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ อาทิเช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก(องค์การมหาชน), สถาบันไทยพัฒน์ , Greenview (The Global Sustainable Tourism Council-Recognized System), UNDP, Unicef

## การกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทได้ดำเนินการกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท ครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการค้าดำเนินงานอย่างยั่งยืนในระดับสากล

ทั้งในส่วนของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร รวมถึงประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ฝ่ายบริหาร ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ

### ขั้นตอนการกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



#### 1. การระบุประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

CENTEL ได้นำประเด็นความเสี่ยงที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร และประเด็นสำคัญ จากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกกลุ่ม มาศึกษาเปรียบเทียบกับประเด็นความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ จากนั้นนำประเด็นสาระสำคัญนำเสนอต่อผู้บริหารกลุ่มธุรกิจ

#### 2. การจัดลำดับความสำคัญ

มีการดำเนินการวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ และประเด็นที่มีความสำคัญต่อองค์กรร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มประเด็นหลัก คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จำนวน 13 ประเด็น และพิจารณาการจัดลำดับความสำคัญ 2 ด้านคือ ประเด็นที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร และประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ

#### 3. การพิจารณาตรวจสอบ สอบทวนประเด็นที่มีนัยสำคัญและติดตามรายงานผลการดำเนินงาน

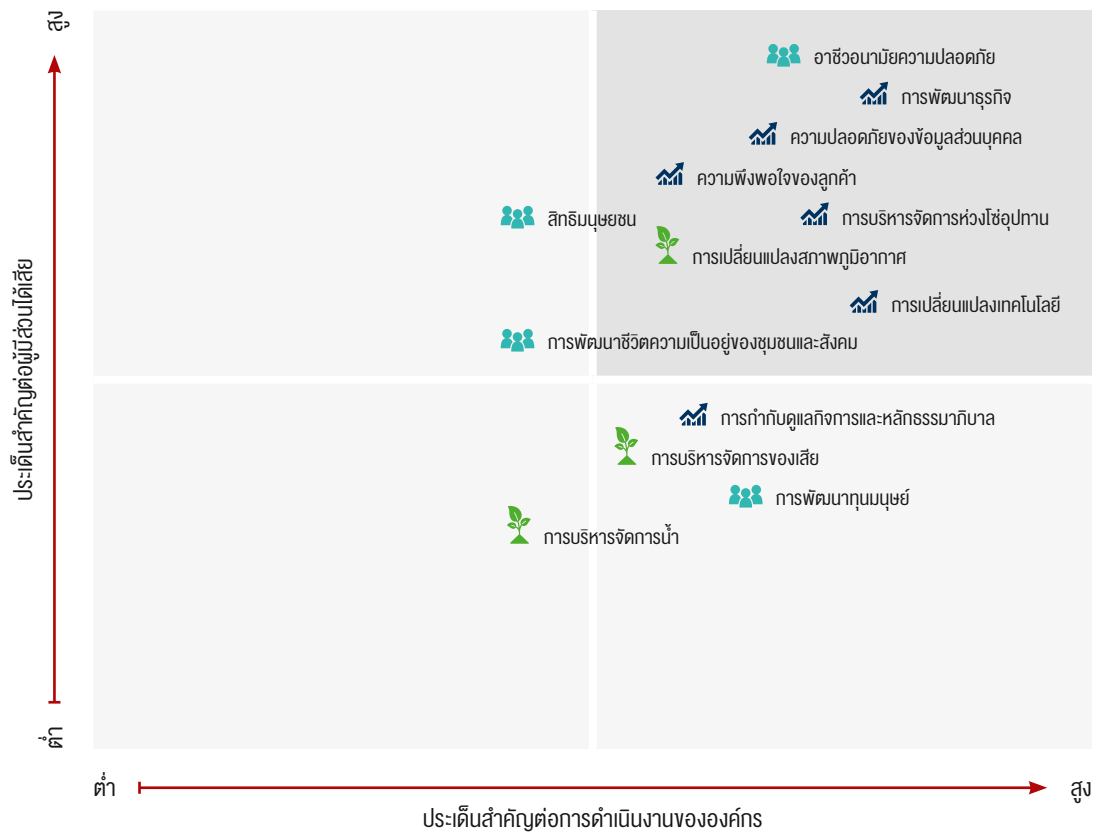
ในปี 2564 CENTEL ได้มีการทบทวนและตรวจสอบความครบถ้วนของประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ โดยพิจารณา ทบทวนลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนเรื่องความก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจ (Business Progression) โดยคณะทำงานได้เสนอให้เพิ่มระดับความสำคัญในประเด็น เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด -19 ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก เป็นระยะเวลานาน จึงมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจเพื่อรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว และมองหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจในสอดคล้องการวิถีการดำเนินชีวิตในรูปแบบใหม่ และนำเสนอต่อคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อพิจารณาอนุมัติ และนำเสนอแผนการดำเนินงานซึ่งผ่านความเห็นชอบของผู้บริหารกลุ่มธุรกิจพร้อมติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

## การเปลี่ยนแปลงประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนปี 2564 ไม่เปลี่ยนแปลงไปจากประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนปี 2563

การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

CENTEL SUSTAINABLE MATERIALITY MATRIX



มิติเศรษฐกิจ

มิติสังคม

มิติสิ่งแวดล้อม



## ขอบเขตของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

| ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                                                                                                                                                                                                              | ขอบเขตของผลกระทบ (ภายใน/ภายนอกองค์กร)    | หัวข้อที่นำเสนอในรายงาน                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. การพัฒนาธุรกิจ</b><br>วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้                                                                                                                                                            | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, คู่ค้า, ผู้ถือหุ้น | การตลาดและภาวะการแข่งขัน                                                                                                                                                                 |
| <b>2. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย</b><br>จัดทำแผนสำหรับการดูแลลูกค้าผู้ใช้บริการ และพนักงาน                                                                                                                                                                   | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน              | ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและคุณภาพชีวิต                                                                                                                                                    |
| <b>3. การบริหารจัดการข้อมูลส่วนตัว</b><br>มีการกำหนดนโยบายการจัดการบริหารจัดการข้อมูลส่วนตัว และปรับปรุงระบบการใช้งานข้อมูลส่วนตัวของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม กำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบการดูแลความปลอดภัยของข้อมูล                                          | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า                     | การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล                                                                                                                                           |
| <b>4. ความพึงพอใจของลูกค้า</b>                                                                                                                                                                                                                              | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า                     | การบริหารความ สัมพันธ์กับลูกค้า                                                                                                                                                          |
| <b>5. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน</b>                                                                                                                                                                                                                      | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน              | การบริหารห่วงโซ่อุปทาน                                                                                                                                                                   |
| <b>6. การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</b>                                                                                                                                                                                                        | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน              | มิติสิ่งแวดล้อม                                                                                                                                                                          |
| <b>7. การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี</b>                                                                                                                                                                                                               | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า                     | การตลาดและภาวะการแข่งขัน                                                                                                                                                                 |
| <b>8. การกำกับดูแลกิจการ</b><br>การกำกับดูแลองค์กรด้วยหลักธรรมาภิบาลที่ดี มีนโยบายและกระบวนการกำกับดูแล เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถดำเนินงาน เพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืนในระยะยาว                                                                      | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, คู่ค้า, ผู้ถือหุ้น | การกำกับดูแลกิจการ                                                                                                                                                                       |
| <b>9. การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม</b><br>ให้ความสำคัญในการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม เคารพในสิทธิความเป็นมนุษย์ จ่ายค่าจ้างตอบแทนอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม จัดให้มีช่องทางการร้องเรียน ด้านแรงงาน และมีกลไกในการตรวจสอบข้อร้องเรียน อย่างเป็นระบบ | ทุกหน่วยงาน / คู่ค้า                     | การบริหารทรัพยากรบุคคล                                                                                                                                                                   |
| <b>10. การบริหารและพัฒนาทักษะพนักงาน</b><br>สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับได้รับโอกาส ในการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะความสามารถ และนำทักษะ มาพัฒนางาน ด้านบริการ และเพิ่มโอกาส ในสู่ความก้าวหน้าในสายอาชีพ                                                | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า                     | การพัฒนาศักยภาพและทักษะให้กับพนักงาน                                                                                                                                                     |
| <b>11. ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและชุมชน</b>                                                                                                                                                                                                              | ทุกหน่วยงาน / ชุมชน                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>การบริหารทรัพยากรบุคคล</li> <li>การนำองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจสร้างชุดความรู้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม</li> <li>การพัฒนาสังคมและชุมชน</li> </ul> |
| <b>12. การบริหารจัดการของเสีย</b>                                                                                                                                                                                                                           | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน              | มิติสิ่งแวดล้อม                                                                                                                                                                          |
| <b>13. การบริหารจัดการน้ำ</b>                                                                                                                                                                                                                               | ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน              | มิติสิ่งแวดล้อม                                                                                                                                                                          |

## 11. การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (1/2)

CENTEL ได้กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็นกลุ่มต่างๆ โดยมีช่องทางในการสื่อสาร เพื่อรับฟังความคิดเห็น ความคาดหวัง นำไปสู่การพัฒนากระบวนการเพื่อตอบสนองต่อข้อคิดเห็นและความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย                                                                              | การมีส่วนร่วมและช่องทางการสื่อสาร                                                                                                                                                                                                                                                                       | ความสนใจและความคาดหวัง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | การตอบสนอง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>ลูกค้า        | <ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหลังการใช้บริการ</li> <li>การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าขณะให้บริการ</li> <li>การร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ</li> <li>การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์</li> </ul>                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>คุณภาพการให้บริการภายใต้สถานการณ์โควิด-19</li> <li>ความหลากหลายของบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า</li> <li>ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ครบถ้วน ถูกต้อง</li> </ul>                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>นำเสนอการบริการที่ประทับใจด้วยเอกลักษณ์แบบไทย</li> <li>ส่งมอบความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อให้บริการกับลูกค้าได้ตรงกับความต้องการ</li> <li>จัดทำโปรแกรม Centara Complete Care เพิ่มความมั่นใจเรื่องความสะอาด ปลอดภัยในการใช้บริการภายใต้สถานการณ์โควิด-19</li> <li>นำเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง</li> <li>พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว</li> <li>ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป็นสำคัญ</li> <li>จัดทำแผนรองรับและจัดการการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้าอย่างเคร่งครัด</li> </ul> |
| <br>คู่ค้า      | <ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมคู่ค้าประจำปี</li> <li>ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน</li> <li>สำรวจความต้องการของคู่ค้า</li> </ul>                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินงานตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และแนวทางจรรยาบรรณคู่ค้า</li> <li>การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน</li> <li>ร่วมกับพัฒนานวัตกรรมในการทำธุรกิจร่วมกัน</li> <li>การดูแลคู่ค้าภายใต้สถานการณ์โควิด-19</li> </ul>                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดระบบการสั่งซื้อแบบ one item one price</li> <li>กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและยุติธรรมและตรวจสอบได้</li> <li>จัดทำคู่มือและแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าตามหลักการความยั่งยืน ESG</li> <li>ให้ความช่วยเหลือคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจภายใต้กรอบความช่วยเหลือในสถานการณ์โควิด-19</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <br>พนักงาน     | <ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมพิเศษสำหรับพนักงานใหม่</li> <li>กิจกรรม Town Hall ให้ผู้บริหารได้พูดคุยกับพนักงานอย่างใกล้ชิด</li> <li>การสำรวจความพึงพอใจของพนักงานประจำปี</li> <li>จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการพนักงาน</li> <li>กิจกรรมสานสัมพันธ์ สร้างความผูกพันกับพนักงาน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ความก้าวหน้าในอาชีพ</li> <li>ความสมดุลในการใช้ชีวิต</li> <li>ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม</li> <li>เปิดโอกาสในการแสดงความคิดเห็น</li> <li>มาตรการดูแลพนักงานภายใต้สถานการณ์โควิด-19 เช่น ทำประกันภัยโควิด-19 และการให้ความรู้เรื่องการป้องกันโควิด-19</li> <li>นโยบายการทำงานจากที่บ้าน Work from Home เพื่อลดการแพร่ระบาด</li> <li>การจัดหาวัคซีนให้กับพนักงานทุกคน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริม พัฒนาและสร้างสัมพันธ์อันดีต่อชุมชน และสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน</li> <li>แบ่งปันความรู้เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจของบริษัท</li> <li>สร้างรายได้สู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้เศรษฐกิจของชุมชนเติบโต</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <br>ชุมชน สังคม | <ul style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมจิตอาสา</li> <li>รับฟังความคิดเห็นของชุมชนและสังคมผ่านช่องทางต่างๆ</li> </ul>                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>สร้างงาน สร้างอาชีพสนับสนุนการจ้างงานในชุมชน</li> <li>สร้างคุณค่าให้ชุมชน และสังคมผ่านการช่วยเหลือด้านต่างๆ</li> <li>พัฒนาชุมชนให้เติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน</li> <li>สนับสนุนกิจกรรมเพื่อชุมชน</li> <li>ช่วยเหลือชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากโรคโควิด 19</li> </ul>                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริม พัฒนาและสร้างสัมพันธ์อันดีต่อชุมชน และสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน</li> <li>แบ่งปันความรู้เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจของบริษัท</li> <li>สร้างรายได้สู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้เศรษฐกิจของชุมชนเติบโต</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## 11. การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (2/2)

| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                         | การมีส่วนร่วมและช่องทางการสื่อสาร                                                                                                                                                                                            | ความสนใจและความคาดหวัง                                                                                                                                                                                                                  | การตอบสนอง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>สิ่งแวดล้อม              | <ul style="list-style-type: none"> <li>สำรวจและประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการดำเนินธุรกิจ</li> </ul>                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>แผนการดำเนินงานที่คำนึงถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว</li> <li>ดูแลและรักษาสิ่งแวดล้อมรอบชุมชน</li> </ul>                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>ดูแล และบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด</li> <li>ปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการดำเนินงาน</li> <li>สนับสนุนและร่วมสร้างความรู้ในการดูแลสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานและชุมชน</li> <li>สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก</li> </ul> |
| <br>ผู้ถือหุ้น               | <ul style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์</li> <li>การประชุมสามัญผู้ถือหุ้น</li> <li>เว็บไซต์ของบริษัท สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ</li> <li>ช่องทางการรับแจ้งข้อมูลของนักลงทุนสัมพันธ์</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผลการดำเนินธุรกิจคุ้มค่า มีเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน</li> <li>ความพร้อมในการรับมือกับวิกฤตการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ</li> <li>แผนฟื้นฟูธุรกิจหลังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินธุรกิจ</li> <li>มีกิจกรรมพบปะนักลงทุน นักวิเคราะห์ ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>รับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ถือหุ้นทุกคนอย่างเท่าเทียม</li> <li>นำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานขององค์กร พร้อมทิศทางและแผนงานในการดำเนินธุรกิจ</li> </ul>                                                                                   |
| <br>ผู้มีส่วนได้เสียโดยรวม | <ul style="list-style-type: none"> <li>เว็บไซต์ของบริษัท</li> <li>การร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ</li> </ul>                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้</li> </ul>                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>กำกับดูแลกิจการอย่างมีธรรมาภิบาลภายใต้ข้อกำหนด และจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง</li> <li>เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                            |

## การร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่างๆ

บริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งผู้บริหารของบริษัทได้เข้าร่วมเป็นกรรมการขององค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

- สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association)
- สมาคมสปาไทย (Thai Spa Association)
- หอการค้าไทย (The Thai Chamber of Commerce)
- สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย (Thai Listed Companies Association)
- สภาหอการค้าไทย-อเมริกา (The American Chamber of Commerce in Thailand: AMCHAM)
- สภาหอการค้าไทย-อังกฤษ (British Chamber of Commerce Thailand: BCCT)
- สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association: PATA)
- สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก สาขาประเทศไทย (Pacific Asia Travel Association Thailand Chapter: PATA)
- สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA)
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (The Tourism Council of Thailand: TCT)
- สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (The Thai Institute of Directors Association: IOD)
- สมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition -Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption: CAC)
- สมาชิกประชาคมการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของสถาบันไทยพัฒน์ (Sustainability Disclosure Community: SDC)
- สมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network) ของ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
- สมาชิกโครงการวิถีชีวิตไม่ทิ้งขยะแห่งประเทศไทย (Vibhavadi Zero Waste) ระยะที่ 2

## มิติเศรษฐกิจ

### เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

|                                                                                                            |                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ผลการดำเนินงาน<br>ด้านธรรมาภิบาล                                                                           | การประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ<br>“ดีเลิศ (Excellent)” ต่อเนื่องทุกปี                                                          |      |
|                           | การรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติ<br>ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                               |
| เป้าประสงค์ที่ 16.5 /<br>ตัวชี้วัดที่ 16.5.1                                                               | 100 % ของพนักงานได้รับการอบรม<br>เรื่องการต่อต้านทุจริตและจรรยาบรรณองค์กร                                                           |  100%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ผลการดำเนินงาน<br>ด้านเศรษฐกิจ                                                                             | คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมทุกแบรนด์<br>ตามเป้าหมาย                                                                             |  88.9%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                            | คู่ค้าที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า<br>(Code of Conduct & Guidelines for Business Partners<br>and Suppliers) |  37%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|  ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย |  มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย                         |  อยู่ระหว่างการดำเนินการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการเป็นอย่างยิ่ง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะบริหารองค์กรโดยยึดหลักบรรษัทภิบาลที่ดีและตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีโครงสร้างการกำกับดูแลองค์กรที่ประกอบด้วย คณะกรรมการที่มีความสามารถในการกำกับดูแลและบริหารงานด้วยความโปร่งใส และดำเนินงานตามกรอบนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี อีกทั้งยังตระหนักถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร

เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีกระบวนการระบุประเด็นความเสี่ยงและบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน และมีการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนวัฒนธรรมความเสี่ยง เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ **โครงสร้างการจัดการและหัวข้อการกำกับดูแลกิจการ ในรายงานประจำปี 56-1 One Report**)

## หลักจริยธรรมทางธุรกิจ

หัวใจของการดำเนินธุรกิจที่สำคัญคือ การยึดมั่นในหลักจริยธรรม รวมถึงความยุติธรรมและคุณธรรมในการดำเนินกิจการกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยคณะกรรมการบริษัทฯ ได้วางหลักการและแนวทางในการปฏิบัติสำหรับกรรมการและผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไว้ดังนี้

- บริษัทดำเนินธุรกิจอย่างซื่อสัตย์สุจริต ทุกต้องและมั่งจริยธรรม และพัฒนากิจการให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
- ตระหนักถึงความสำคัญของความพอใจของลูกค้า พัฒนาบริการและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพตลอดเวลา ปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาค โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม ให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกชน และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ไม่เลือกปฏิบัติทั้งในด้านโอกาส ผลตอบแทน การแต่งตั้งโยกย้าย ตลอดจนจัดให้มีการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของพนักงาน
- ดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม และให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่
- ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและจ้องบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด

## การกำกับดูแล

บริษัทได้จัดทำจรรยาบรรณสำหรับกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานขึ้นตามแนวทางของกลุ่มเซ็นทรัลซึ่งมีเจตนารมณ์ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ มีความยุติธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีความรับผิดชอบที่ดีต่องู้อถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า ผู้บริหาร พนักงาน และสังคมโดยรวม เพื่อเป็นการกำหนดกรอบ แนวทางการปฏิบัติตนในหน้าที่ การให้ความสำคัญต่อลูกค้า การรักษาผลประโยชน์ของบริษัท การปฏิบัติตนต่อสังคม และกำหนดแนวปฏิบัติหากพบเห็นการกระทำที่ไม่เป็นไปตามจรรยาบรรณของบริษัทฯ ทั้งนี้บริษัทกำหนดให้พนักงานทุกคนต้องได้รับการสื่อสารและมีการทบทวนข้อปฏิบัติตามจรรยาบรรณของบริษัทเป็นประจำทุกปี ในปี 2564 บริษัทได้กำหนดให้

พนักงานระดับจัดการจนถึงผู้บริหารระดับสูงเข้าทบทวนความรู้ และทำแบบทดสอบความรู้ด้านจรรยาบรรณของบริษัทโดยแยกเป็นธุรกิจโรงแรม จำนวน 1,403 คน และธุรกิจอาหาร 3,145 คน รวมทั้งสิ้น 4,548 คน ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ 100 % และพนักงานระดับหัวหน้างานและระดับปฏิบัติการได้รับการทบทวนและทดสอบความรู้ด้านจรรยาบรรณคิดเป็นร้อยละ 90.37% โดยแผนฝึกอบรมจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการและรายงานผลการดำเนินงานต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการบริษัทรับทราบ นอกจากนี้แล้วพนักงานใหม่ทุกคนที่เข้าร่วมงานกับบริษัทจะต้องลงนามรับทราบจรรยาบรรณบริษัท เพื่อปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดอย่างเคร่งครัด

**CENTRALGROUP**

**CODE OF CONDUCT**

**15 ถึง 26 พฤศจิกายน นี้**  
ขอเชิญพนักงานและผู้บริหารทุกท่าน  
15 - 26 November  
Executives and employees all level

**เข้าสู่สอบ <<<**

**จรรยาบรรณองค์กร**  
บริษัทกลุ่มเซ็นทรัล ประจำปี 2564

เพื่อวัดความเข้าใจและนำเอาจรรยาบรรณในการทำงาน  
รวมทั้งร่วมแสดงเจตนารมณ์สนับสนุนองค์กร  
ให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

Please take a moment to take 2021 Code of Conduct quiz  
to check your understanding of ethical code and support  
the good corporate governance for the sustainable development.

**CENTRALRETAIL CENTRALPATTANA CENTARA**

**CENTRALGROUP**

**3 ดี มิสดี** | ไม่ทำผิดจรรยาบรรณแบบไม่ทันรู้ตัว

ช่วงเทศกาลสงกรานต์เพื่อ  
ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับ  
จรรยาบรรณองค์กรให้  
พนักงานทุกคนได้รับรู้

คุณยังมั่นใจว่า...?  
ไม่ทำผิดจรรยาบรรณ  
องค์กรโดยไม่ทันรู้ตัว

ร่วมเป็นเจ้าและเรียนรู้  
เกี่ยวกับจรรยาบรรณองค์กร

**คำอธิบายจรรยาบรรณองค์กร**

ไม่ว่าในทางใดก็ตามเราต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณองค์กร  
จรรยาบรรณองค์กรไม่ใช่แค่คำพูด แต่เป็นสิ่งที่เราต้อง  
ปฏิบัติตามอย่างจริงจัง เพราะจะทำให้เรา  
เข้าสู่ความเป็นองค์กรระดับโลก เราจึงเลือกที่จะใช้  
จรรยาบรรณองค์กรเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กร

เดือนเด่นเองด้วย "3 ดี มิสดี"  
หากละเลยเพียงใด ก็ต้องรู้ผลไม่ช้า

1. กำลังนี้แล้ว "ดีต่อองค์กร" หรือไม่?  
2. กำลังนี้แล้ว "ดีต่อผู้รับ" หรือไม่?  
3. กำลังนี้แล้ว "ดีต่อตนเอง" หรือไม่?

**CODE OF CONDUCT**

**CENTRALRETAIL CENTRALPATTANA CENTARA**

### 1. การปฏิบัติตนในหน้าที่

ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ระเบียบ จ้องบังคับ และนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย รับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุจริต รอบคอบ ระมัดระวัง และพร้อมรับมือกับความเสี่ยงทั้งปวงอันอาจเกิดขึ้น เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงความเจริญเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืนของบริษัทฯ เป็นหลัก อุทิศและทุ่มเทเวลาเพื่อการปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยความมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ ความรู้ความสามารถ สติยข้อต่อความรับผิดชอบที่มี ยืนตรงจรรยาบรรณ ความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมอยู่เสมอ

### สัมพันธ์ภาพกับผู้ร่วมงานและผู้เกี่ยวข้อง

ปฏิบัติตนต่อผู้ร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้นและชุมชน ด้วยความอ่อนน้อม โอบอ้อมอารี มีน้ำใจ สุจริตใจ ให้เกียรติ เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรี รับฟัง อดทนหนักแน่น มั่นคง ไม่ลุแก่อำนาจ เป็นแบบอย่างที่ดี

### การรักษาความยุติธรรม

ปฏิบัติตนอย่างเที่ยงธรรมและให้ความยุติธรรมต่อกฎเกณฑ์เหมือนกัน เช่น มีความกล้าที่จะลงโทษผู้ที่กระทำผิด พิจารณาให้เข้าเห็นความชอบตามผลงาน ส่งเสริมพนักงานที่มีความสามารถให้ขึ้นดำรงตำแหน่งที่เหมาะสม และแสดงความรับผิดชอบที่จะไม่ปล่อยให้มีการเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิดใดๆ ในขอบเขตอำนาจหน้าที่ของตน

### 2. การให้ความสำคัญต่อลูกค้า

มุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างและรักษาความเชื่อถือว่าไว้วางใจและความภักดีของลูกค้าของบริษัทฯ เหมือนสิ่งอื่นใด โดยจะไม่หย่อนยาน และต้องคำนึงถึงความปลอดภัยและสวัสดิภาพของลูกค้า ปรับปรุงคุณภาพของสินค้า บริการ และนวัตกรรมที่นำเสนออย่างต่อเนื่องให้อยู่ในระดับและมาตรฐานที่กำหนด รับฟังความคิดเห็นของลูกค้าอย่างจริงจัง จัดการกับข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรมภายในระยะเวลาที่เหมาะสม ปกป้องและรับผิดชอบต่อข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ควบคุมดูแลให้การติดต่อ การโฆษณา และการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ ของบริษัทฯ ถูกต้อง ชัดเจน ตรงไปตรงมา ดำเนินธุรกิจโดยการเพิ่มความเชื่อทางวัฒนธรรมและจริยธรรมของสังคม

### 3. การรักษาผลประโยชน์ของบริษัทฯ

สนับสนุนและกำกับดูแลให้บริษัทฯ และหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสไม่ทุจริตคอร์รัปชัน อีกทั้งสื่อสารให้ลูกค้า คู่ค้า/ผู้รับเหมา/ซัพพลายเออร์ ทราบด้วยว่า บริษัทฯ คาดหวังให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตนตามมาตรฐานบรรษัทภิบาล คัดกรองประโยชน์ของบริษัทฯ เป็นหลัก แม้ต้องเสียสละประโยชน์ส่วนตัวหรือความเสี่ยงการประพฤติปฏิบัติที่มีความขัดแย้งกับผลประโยชน์กับบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม เช่น ไม่ประกอบกิจการส่วนตัวที่แข่งขันกับบริษัทฯ ไม่ถกขวยโอกาสทางธุรกิจของบริษัทฯ ไปเป็นของตนเอง ไม่ใช้อำนาจหน้าที่ของตนแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวและพรรคพวก เช่น ไม่กระทำการธุรกรรมในนามบริษัทฯ ที่อาจก่อให้เกิดผลประโยชน์ส่วนตัว ไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ของบริษัทฯ เพื่อรับผลประโยชน์อื่นใดจากผู้รับเหมา/ซัพพลายเออร์ ฯลฯ ไม่ซื้อขาย โอน รับโอนหลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยอาศัยประโยชน์จากข้อมูลภายในที่ยังไม่เปิดเผยเพื่อประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่น

### การใช้/รับสินบน

ไม่กระทำหรือเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการรับหรือให้ทรัพย์สินหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ เช่น ไม่ให้มีการจ่ายหรือรับสินบน ไม่ว่าจะเป็นตัวเงินหรือผลประโยชน์อื่นใด ในอันที่จะดำเนินธุรกิจให้ลุ่ล่ง ไม่กระทำหรือเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติอื่นใดซึ่งไม่เป็นไปตามครรลองที่สอดคล้องกับมาตรฐานบรรษัทภิบาล

### 4. การปฏิบัติตนต่อสังคม

การวางตัวในสังคม รักษาเกียรติของตนให้เป็นที่ยอมรับในสังคม วางตัวให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ กาลเทศะ และภาพลักษณ์ของบริษัทฯ การสื่อสารกับสาธารณะให้เฉพาะผู้เกี่ยวข้องที่ได้รับมอบหมายเท่านั้น เป็นผู้ให้สัมภาษณ์หรือให้ข่าวแก่สื่อมวลชน

### การรักษาความลับของบริษัทฯ

รักษาข้อมูลความลับของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด ไม่ให้รั่วไหลไปยังบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง แม้ว่าจะสิ้นสุดการปฏิบัติหน้าที่กับบริษัทฯ แล้วก็ตาม ยกเว้นกรณีที่เป็นไปตามกฎหมายหรือเงื่อนไขผูกพันที่ต้องปฏิบัติตาม

### การไม่ผูกฟิฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งทางการเมือง

ปฏิบัติตนอย่างเคร่งครัดโดยไม่ผูกฟิฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งทางการเมือง การใช้เสรีภาพทางการเมืองส่วนบุคคลต้องไม่กระทบต่อภาพลักษณ์หรือทำความเสียหายแก่บริษัทฯ

### การมีส่วนร่วมในสังคมและชุมชน

บริษัทฯ ตระหนักในความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมโดยรวมที่บริษัทฯ ประกอบธุรกิจอยู่ ด้วยตระหนักถึงพันธกิจที่จะตอบแทนชุมชนเหล่านั้นที่ได้ช่วยให้บริษัทฯ อยู่มาได้อย่างยั่งยืนในระยะเวลาที่ผ่านมา และก็จะส่งเสริมให้คู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ปฏิบัติเช่นเดียวกันด้วย

### การใช้เครือข่ายสังคม

ต้องใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบและมีความรับผิดชอบในการใช้เครือข่ายสังคม โดยระมัดระวังที่จะไม่แสดงความคิดเห็นอันไม่เหมาะสมใดๆ อันอาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ หรือก่อให้เกิดความเข้าใจที่ไม่เหมาะสมต่อบริษัทฯ

### 5. แนวปฏิบัติหากพบเห็นการกระทำที่ไม่เป็นไปตามจรรยาบรรณของบริษัทฯ

หากพบเห็นการกระทำที่ไม่เป็นไปตามจรรยาบรรณของบริษัทฯ/ ทุจริตต่อหน้าที่/ ผิดกฎหมาย ให้ร้องเรียนต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารหรือประธานกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ โดยไม่ต้องกลัวถูกดำเนินการทางวินัย ผู้ร้องเรียนจะได้รับความคุ้มครองโดยบริษัทฯ จะรักษาทั้งชื่อของผู้ร้องเรียนและข้อมูลที่ได้รับเป็นความลับ และบริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการคุ้มครองป้องกันอย่างเหมาะสม เรื่องที่ร้องเรียน หากมีมูลและมีรายละเอียดข้อเท็จจริงที่ชัดเจนเพียงพอ จะมีการดำเนินการตรวจสอบ สืบสวน และสอบสวนหา เพื่อหาทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำโดยรวดเร็วต่อไป ตามคู่มือการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียน ที่กำหนดกระบวนการพิจารณาเรื่องการฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ การคุ้มครองผู้ร้องเรียน ผู้พิจารณา ระยะเวลาการพิจารณา และการลงโทษผู้ฝ่าฝืนจรรยาบรรณ และการหาสาเหตุเพื่อหาทางป้องกันแก้ไขไม่ให้เกิดซ้ำ

## การตรวจสอบและการควบคุมภายใน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) จึงได้จัดตั้งสำนักงานตรวจสอบภายในขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำกับดูแลการดำเนินงานและการบริหารงานให้เป็นไปในแนวทางที่ถูกต้อง

โดยมีผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายในเป็นผู้เสนอแผนงานตรวจสอบประจำปีและการปรับปรุงแผนงานตรวจสอบระหว่างปี รายงานผลการตรวจสอบตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในและจริยธรรมของผู้ตรวจสอบภายใน

## การทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทให้ความสำคัญและยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ตลอดจนตระหนักว่าการทุจริตคอร์รัปชัน นอกจากจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของบริษัทแล้วยังเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทอีกด้วย จึงได้จัดทำนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขึ้น พร้อมด้วย “คู่มือการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียน” ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของวินัยในการปฏิบัติงาน โดยกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานที่ไม่ปฏิบัติตามย่อมถูกสอบสวนและพิจารณาโทษทางวินัยตามระเบียบของบริษัท กฎบัตร และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกัน บริษัทจะไม่ลดค่าแห่ง ลงโทษ หรือให้ผลลบต่อกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ที่ปฏิเสธการทุจริตคอร์รัปชัน แม้ว่าการกระทำนั้นจะทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ โดยบริษัทได้กำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ดังนี้

1. บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงต่าง ๆ เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการทุจริต และได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดเป็นระเบียบที่ได้มีการบังคับใช้ โดยยึดประสิทธิผลในการป้องกันและยับยั้งการทุจริต ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของระบบการควบคุมภายในที่ดี
2. บริษัทได้กำหนดแนวทางการดำเนินงาน ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนการดำเนินงานซึ่งมีรายละเอียดที่เพียงพอ อันเป็นไปตามนโยบายต่อต้านการทุจริต และสามารถที่จะป้องกันการทุจริตใด ๆ ที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจได้ โดยครอบคลุมถึงกิจกรรมการดำเนินการต่าง ๆ เช่น การบริจาคในเชิงการกุศล และการให้การสนับสนุนในนามบริษัท (corporate sponsorships) การให้หรือการรับของกำนัล และการต้อนรับดูแล (การนันทนาการ) รวมถึงการมอบเงินหรือประโยชน์ ตลอดจนการให้การสนับสนุนทางการเมือง
3. บริษัทได้กำหนดให้มีระบบการควบคุมภายใน เพื่อให้แน่ใจว่านโยบายต่อต้านการทุจริตจะมีถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลซึ่งครอบคลุมถึง การจัดทำเอกสารสำหรับธุรกรรมทางการเงิน กระบวนการทางบัญชีทั้งหมด รวมถึงระบบทรัพยากรบุคคลและระบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท
4. บริษัทได้จัดให้มีช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่มีความปลอดภัยแก่ผู้แจ้งเบาะแส ผู้เรียกร้อง ผู้ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง ให้สามารถขอคำปรึกษาในทางลับ รวมถึงทำการนำเสนอคำร้องขอ คำแนะนำ ข้อมูล/รายงาน หรือข้อร้องเรียนใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่ถูกกล่าวหาว่าเป็นการทุจริต พร้อมทั้งมีมาตรการที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ในการปกป้องผู้แจ้งข้อมูลการทุจริต โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความเสียหายของผู้แจ้งเบาะแส ผู้เรียกร้องหรือผู้ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง
5. บริษัทได้ทำการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตทั้งภายในและภายนอกบริษัท เพื่อให้มีการดำเนินการมีการปฏิบัติตามนโยบายที่เกิดขึ้นในวงกว้าง เช่น การเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตบนเว็บไซต์ การทำแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานทุกคนศึกษาทำความเข้าใจและปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ การสื่อสารในรูปของจดหมายก็ยังถูกส่งออกไปถึงบรรดาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อการประกอบธุรกิจในแต่ละส่วนได้ดำเนินการไปอย่างโปร่งใสผ่านมาตรการต่อต้านการทุจริตที่บังคับใช้
6. บริษัทได้จัดให้มีการประเมินและอบรมให้แก่พนักงานเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตที่บังคับใช้ พร้อมทั้งยกตัวอย่างกรณีต่าง ๆ ให้พนักงานนำไปปรับใช้มากขึ้น

บริษัทได้เข้าเป็นแนวร่วมปฏิวัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption: CAC) ซึ่งเป็นโครงการภายใต้สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หอการค้าไทย หอการค้าต่างชาติด สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สมาคมธนาคารไทย สภาธุรกิจตลาดทุนไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2554 และผ่านการประเมินได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิวัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตจากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิวัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559 และต่ออายุการรับรองเป็นสมาชิกเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562 และในปี 2565 จะดำเนินการต่ออายุสมาชิกฯ อีกครั้งเมื่อครบกำหนด

บริษัทได้กำหนด “มาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน” เพื่อเป็นแนวทางให้พนักงานทุกคนของบริษัทยึดถือในการปฏิบัติงาน ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องได้รับทราบเจตนารมณ์และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท และยังได้เผยแพร่นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันไว้ในหน้าเว็บไซต์ของบริษัท <http://centel-th.listedcompany.com/cg.html> และออกจดหมายแจ้งคู่ค้าเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างสุจริตและโปร่งใสภายใต้มาตรการที่วางไว้ และเชิญชวนให้คู่ค้าเข้าร่วมแสดงเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมปฏิวัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต

นอกจากนี้บริษัท ได้สื่อสารเรื่องนโยบายของบริษัทให้กับพนักงานในบริษัทรับทราบและแจ้งให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มรับทราบผ่านหน้าเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อให้ทุกคนยึดเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

## การรับแจ้งข้อมูล เบาะแส และเรื่องร้องเรียน

บริษัท ได้จัดทำนโยบายการรับแจ้งข้อมูลและเบาะแส Whistle-Blowing Policy และจัดช่องทางให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สามารถแจ้งเบาะแส ร้องเรียน ข้อสงสัย หรือพบเห็นการกระทำที่สงสัยว่ามีการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือจรรยาบรรณ และการทุจริตต่อหน้าที่ พร้อมส่งหลักฐานถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดคู่มือการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียน เพื่อกำหนดรายละเอียด และกระบวนการในการตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยเริ่มตั้งแต่การแจ้งร้องเรียน/ เบาะแส

ของผู้มีสิทธิร้องเรียน ไปจนถึงขั้นตอนและกระบวนการในการตรวจสอบข้อเท็จจริง เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริต การคอร์รัปชัน และประพฤติมิชอบ จนถึงสิ้นสุดกระบวนการ โดยจะมีคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อดำเนินการหาข้อเท็จจริง และรายงานให้ผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการบริษัทและผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาทบทวนโทษในกรณีที่มีความผิดตามกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับของบริษัทฯ ทั้งนี้ได้กำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิให้กับบุคคลที่แจ้งเบาะแส ร้องเรียนด้วย

## ช่องทางในการติดต่อ

บริษัทได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการร้องเรียน / แจ้งเบาะแส การทุจริต คอร์รัปชัน ประพฤติมิชอบ การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่งบริษัท และ ธรรมนูญหรือจรรยาบรรณตามประมวลธรรมภิบาลและจริยธรรมของพนักงานและ ลูกจ้างของบริษัท ดังนี้

ช่องทางการร้องเรียน / แจ้งเบาะแส ผู้มีสิทธิร้องเรียนสามารถนำเสนอข้อร้องเรียน

ไปยังผู้มีสิทธิรับข้อร้องเรียนได้ 3 ช่องทางดังต่อไปนี้ (1) ร้องเรียนด้วยวาจาโดยตรงต่อ ผู้มีสิทธิรับข้อร้องเรียน (2) ร้องเรียนผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ของผู้มีสิทธิรับข้อร้องเรียน หรือผ่านเว็บไซต์ <https://investor.centarahotelsresorts.com/en/sustainability/whistleblowing> (3) ร้องเรียนทางจดหมายถึงผู้มีสิทธิรับข้อร้องเรียน หรือติดต่อหน่วยงานดังนี้

### • สำนักเลขาธิการคณะกรรมการตรวจสอบ

โทรศัพท์: (02) 769-1234 ต่อ 6658 อีเมล: [whistleblower\\_centel@chr.co.th](mailto:whistleblower_centel@chr.co.th)

ที่อยู่ทางไปรษณีย์: คณะกรรมการตรวจสอบ บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน สามารถสอบถามหรือขอรับคำแนะนำได้ที่

### • สำนักเลขาธิการบริษัท

โทรศัพท์: (02) 769-1234 ต่อ 6132 อีเมล: [co.secretary\\_centel@chr.co.th](mailto:co.secretary_centel@chr.co.th)

ที่อยู่ทางไปรษณีย์: สำนักเลขาธิการบริษัท บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ผู้ร้องเรียนสามารถเลือกที่จะไม่เปิดเผยตนเองก็ได้ หากเห็นว่าการเปิดเผยจะทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้ร้องเรียน แต่ถ้าผู้ร้องเรียนเลือกที่จะไม่เปิดเผยตนเอง ข้อร้องเรียนจะต้องระบุรายละเอียดข้อเท็จจริงที่ชัดเจนเพียงพอที่จะแสดงให้เห็นว่ามีเหตุอันควรเชื่อถือได้ว่ามีการกระทำใดๆ ต่อบริษัท พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท โดยทุจริตหรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่งบริษัท หรือธรรมนูญหรือจรรยาบรรณของบริษัท ผู้ร้องเรียนสามารถแจ้งเรื่องร้องเรียนได้มากกว่า 1 ช่องทาง และไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตนเอง แต่การเปิดเผยตนเองจะทำให้บริษัทสามารถแจ้งผลการดำเนินการหรือรายละเอียดเพิ่มเติมในเรื่องที่ร้องเรียนให้ทราบได้

## จำนวนการ ทุจริตคอร์รัปชันและจำนวนข้อร้องเรียนผ่านช่องทาง whistleblowing

| ปี 2564                                |              | จำนวนเรื่องที่เกิดขึ้น | ได้รับการตรวจสอบและแก้ไขแล้ว | อยู่ในระหว่างการตรวจสอบ |
|----------------------------------------|--------------|------------------------|------------------------------|-------------------------|
| การทุจริตคอร์รัปชัน                    | ธุรกิจโรงแรม | 0                      | 0                            | 0                       |
|                                        | ธุรกิจอาหาร  | 29                     | 27                           | 2                       |
| ข้อร้องเรียนผ่านช่องทาง whistleblowing | ธุรกิจโรงแรม | 4                      | 4                            | 0                       |
|                                        | ธุรกิจอาหาร  | 3                      | 1                            | 2                       |
| รวมทั้งสิ้น                            |              | 36                     | 32                           | 4                       |

## การบริหารจัดการความเสี่ยง

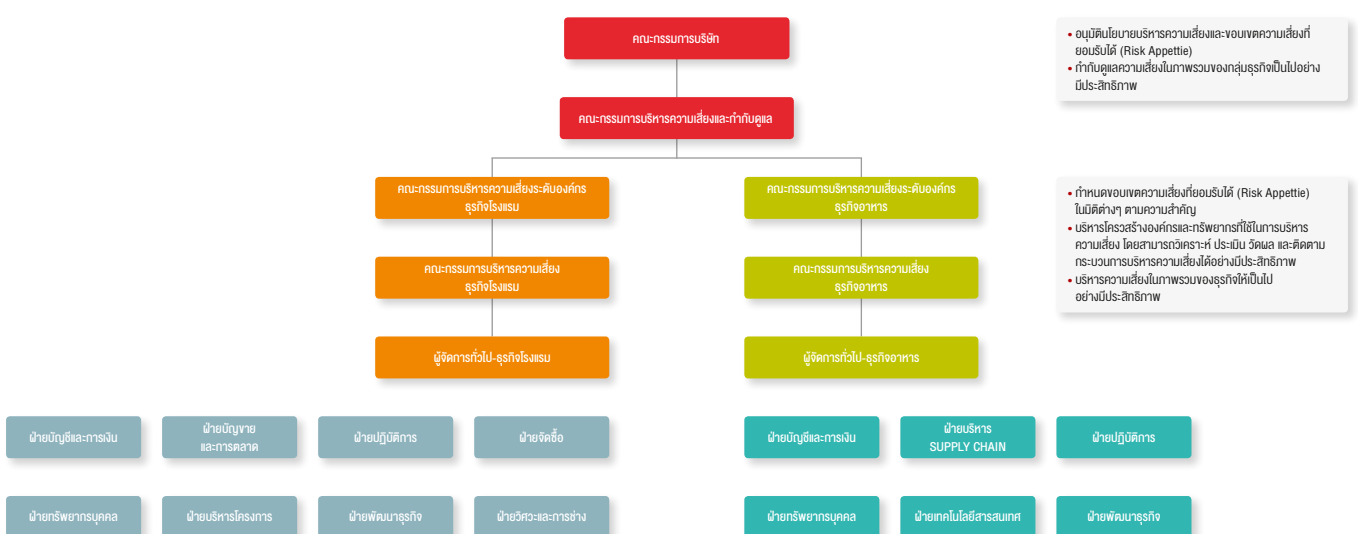
การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญ เพื่อให้การดำเนินงานเกิดความมั่นคง และเติบโตอย่างยั่งยืน อีกทั้งการบริหารความเสี่ยงถือเป็นเครื่องมือในการช่วยให้ผู้บริหารสามารถบ่งชี้และจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยงตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้บริษัทสามารถแยกหน้าที่ด้านบริหารความเสี่ยงออกจากหน่วยงานที่อาจจะก่อให้เกิดความเสี่ยง และเพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและการประสิทธิผล มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และหน่วยงานบริหารความเสี่ยง โดยมีหน้าที่ประเมินระดับความเสี่ยงทั้งทางด้านของโอกาสเกิดและผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผล และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อนำเสนอผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัท

อย่างทันเวลา ให้สามารถบริหารความเสี่ยงดังกล่าวโดยพิจารณาจากต้นทุนและผลประโยชน์ของการจัดทำ การควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่บริษัทยอมรับได้ ตลอดจนต่อเสี่ยงหรือเหตุการณ์ที่จะลดหรือทำให้เกิดการหยุดชะงักในการดำเนินงานน้อยที่สุด รวมถึงการติดตามการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่าความเสี่ยงเหล่านั้นได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม และมีการวัดผลและประเมินผลงานด้วย โดยกำหนดให้ประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญของแต่ละฝ่ายงานเจ้าของความเสี่ยง เป็น KPI ของฝ่ายงานนั้นๆ เพื่อผลักดันให้เกิดการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท โดยจะมีการทำงานประสานอย่างใกล้ชิดระหว่าง ฝ่ายงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk owner) และฝ่ายบริหารความเสี่ยง

## กระบวนการประเมินความเสี่ยง



## โครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยง



ในปี 2564 บริษัทได้มอบหมายให้ นายศิษฐ์ ทศนุต์ ตำแหน่ง Senior Director of Corporate Affairs & Legal เป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบงานด้านการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร การทวนสอบ และการติดตาม

กระบวนการบริหารความเสี่ยง และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการความเสี่ยง และกำกับดูแลของบริษัทเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท

## การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management)

บริษัทได้วางนโยบายเรื่องการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management) เพื่อสร้างมั่นใจในการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง หากมีเหตุอันจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเกิดการหยุดชะงัก จัดทำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) หรือ BCP เพื่อนำไปใช้ในการรวบรวมเอกสาร ข้อมูล การวัดและทดสอบประสิทธิภาพการทำงาน และการรักษา

และพัฒนากระบวนการบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ เมื่อ Business Continuity Management มีประสิทธิภาพก็จะมั่นใจได้ว่าแม้เกิดเหตุอันจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเกิดการหยุดชะงัก บริษัทยังสามารถปฏิบัติงานได้ที่ระดับต่ำสุดที่ยอมรับได้ เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

## วัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร (Risk Culture)

บริษัท มุ่งมั่นในการส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมและการนำกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงไปปฏิบัติในองค์กร โดยใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินงาน พร้อมทั้งนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจที่สำคัญ และผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมความเสี่ยงขององค์กร มีการกำหนดแนวทางวัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยง และบังคับใช้ทั่วทั้งองค์กรโดยพนักงานทุกคนมีหน้าที่ในการนํ้าชี้ จัดการและ

รายงานความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของตนเอง ผู้บริหารและพนักงานทุกคน มีหน้าที่ในการปฏิบัติตามนโยบายและกระบวนการบริหารความเสี่ยง นอกจากนี้ได้จัดให้มีการฝึกอบรมความรู้เรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงของหน่วยงาน เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจในกรอบการบริหารความเสี่ยง ความรับผิดชอบต่อความเสี่ยง และการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงและสามารถนำเอาแนวทางดังกล่าวมาใช้ในการดำเนินของหน่วยงานธุรกิจต่างๆของบริษัท

## การบริหารความเสี่ยงจากสถานการณ์โควิด 19

ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ฝ่ายบริหารของบริษัทได้จัดตั้งทีม ERT (Emergency Responsible Team) หรือทีมฉุกเฉิน โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานเจ้าหน้าที่การเงิน รองประธานฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายบุคคล ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายโครงการ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ เข้าร่วมประชุม

อย่างต่อเนื่อง โดย ERT ดำเนินการประเมินสถานการณ์ ติดตามแผนการดำเนินงานจากภาครัฐ และให้แต่ละหน่วยงานธุรกิจ แต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ประกาศ พร้อมทั้งพิจารณาแผนการเงิน การลดต้นทุน และแผนการทำงานของแต่ละแผนก และรายงานสรุปให้กับคณะกรรมการบริษัททราบ

## การรายงานตามกรอบการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD)

ในปี 2564 คณะกรรมการความเสี่ยง กำกับดูแลและการพัฒนาความยั่งยืน ได้เห็นชอบให้ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร ดำเนินการประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลการดำเนินงานธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้ที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ความเสี่ยงดังกล่าวและได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท ให้ดำเนินการเพื่อประเมินผลกระทบที่เกี่ยวข้อง โดยอยู่ในระหว่างการดำเนินงาน คาดว่าจะแล้วเสร็จปี 2565 ซึ่งบริษัท สามารถจะนำผลการวิเคราะห์และคำแนะนำจากที่ปรึกษามาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานต่อไป



### CORE ELEMENTS OF RECOMMENDED CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

- **GOVERNANCE**  
The organisation's governance around climate-related risks and opportunities
- **STRATEGY**  
The actual and potential impacts of climate-related risks and opportunities on the organisation's businesses, strategy and financial planning.
- **RISK MANAGEMENT**  
The processes used by the organisation to identify, assess and manage climate-related risks.
- **METRICS AND TARGETS**  
The metrics and targets used to assess and manage relevant climate-related risks and opportunities.

## นวัตกรรมในการให้บริการ

ในปี 2564 บริษัทได้มีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ในการให้บริการแก่ลูกค้าภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่พฤติกรรมและความคาดหวังในการใช้บริการของลูกค้าเปลี่ยนไป โดยนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในระบบการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า และเพิ่มความมั่นใจในใช้บริการอย่างปลอดภัย ในมาตรการที่เคร่งครัด บริษัทได้เปิดตัวโครงการ Guest Digital Service ในโรงแรมต่างๆ ในประเทศไทย เพื่อปรับปรุงทั้งกระบวนการให้บริการลูกค้าและระบบการทำงานภายใน พนักงานโรงแรมจะตอบกลับและให้บริการอย่างรวดเร็วเมื่อลูกค้าแจ้งความต้องการหรือสอบถามข้อมูล รวมถึงบริการเช็คอินล่วงหน้า การสั่งอาหารไปส่งยังห้องพัก (in-room ordering) การจองบริการสปาบริการซักรีดบริการขอความช่วยเหลืออื่นๆ รวมถึง และการแจ้งเตรียมเตียงผ่านบริการระบบดิจิทัล ซึ่งระบบทั้งหมดนี้ทำให้ลูกค้าไม่ต้องรอนาน สามารถรับบริการได้ทันที เพิ่มความสะดวกสบายและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ได้พัฒนาระบบ OR Luggage Tag ในการจัดการสัมภาระของลูกค้าสามารถติดตามเส้นทางในการนำส่ง เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจ

ว่าสัมภาระจะถูกนำส่งได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ บริษัทมุ่งมั่นในการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ และให้ความสำคัญต่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงานในฐานะผู้ใช้งาน เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

สำหรับโรงแรมในกรุงเทพได้ปรับกลยุทธ์ในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มไปที่บ้านแทนการมาใช้บริการที่โรงแรม มีการนำระบบ Delivery เข้ามาให้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจโรงแรมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้สะดวกขึ้น อาทิเช่น HungryHub, Grab และ Robinhood รูปแบบการให้บริการจัดทำโครงการ A meet-from-home catering การจัดเลี้ยงนอกสถานที่หรือจัดงานที่บ้าน การจัดดินเนอร์ในห้องสวีท In-Suite Dining แบบส่วนตัวในช่วงที่มีมาตรการเคร่งครัดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19



### EXCLUSIVE IN-SUITE DINING

The Centara Grand at CentralWorld has launched a new culinary offer for you and your guests to experience the finest cuisine of our award-winning restaurants served in the comfort of a luxurious suite combined with stunning city views from up high.

This experience is aligned with our Centara Complete Care programme which was developed to ensure the protection, safety and wellbeing of our guests.

Ventisi set menu priced at THB 2,200++ per person  
Uno Mas set menu priced at THB 3,800++ per couple  
Red Sky set menu priced at THB 4,200++ per person

#### SPECIAL OFFERS

\*At a minimum consumption of THB 9,888 you can enjoy a complimentary overnight stay in the suite you are dining in (terms & conditions apply).  
\*Additional accommodation offers are available, for as low as THB 1,600 per night in a Deluxe Room (not inclusive of breakfast). For more information, please contact our Reservations Team at 02-100-6252 or email: cgrwreservations@chr.co.th

Available daily from 17:00 hrs. onwards  
Advance reservation is required (bookings for the same day to be made before 14:00 hrs.)





For further information call T: 02-100-6252 E: diningcgrw@chr.co.th  
@centragrandcentralworld @centragrand.centralworld

### ดินเนอร์ในห้องพัสดุหรู

"Exclusive In-Suite Dining" เป็นประสบการณ์อันแสนพิเศษและยอดเยี่ยมที่ทางโรงแรมได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารในห้องพักหรู ซึ่งจะมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามและบรรยากาศที่โรแมนติก

ประสบการณ์นี้สอดคล้องกับโปรแกรม Centara Complete Care ซึ่งได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับแขกผู้เข้าพัก

ดินเนอร์ในห้องพัสดุหรูมี 3 เมนู ได้แก่  
ดินเนอร์ Ventisi ราคาเริ่มต้นที่ 2,200 บาท++ ต่อคน  
ดินเนอร์ Uno Mas ราคาเริ่มต้นที่ 3,800 บาท++ ต่อคู่  
ดินเนอร์ Red Sky ราคาเริ่มต้นที่ 4,200 บาท++ ต่อคน  
(ราคานี้รวมภาษีและค่าบริการ)

#### พิเศษ!

\*\*\*หากลูกค้าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มตั้งแต่ 9,888 บาท สามารถได้รับที่พักคืนฟรีในห้องพักหรู 1 คืน (ขึ้นอยู่กับห้องพักที่เข้าพัก)

\*\*\*หากลูกค้าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มตั้งแต่ 9,888 บาท สามารถได้รับที่พักคืนฟรีในห้องพักหรู 1 คืน (ขึ้นอยู่กับห้องพักที่เข้าพัก)

ดินเนอร์ในห้องพัสดุหรูมี 3 เมนู ได้แก่  
ดินเนอร์ Ventisi ราคาเริ่มต้นที่ 2,200 บาท++ ต่อคน  
ดินเนอร์ Uno Mas ราคาเริ่มต้นที่ 3,800 บาท++ ต่อคู่  
ดินเนอร์ Red Sky ราคาเริ่มต้นที่ 4,200 บาท++ ต่อคน  
(ราคานี้รวมภาษีและค่าบริการ)

ดินเนอร์ในห้องพัสดุหรูมี 3 เมนู ได้แก่  
ดินเนอร์ Ventisi ราคาเริ่มต้นที่ 2,200 บาท++ ต่อคน  
ดินเนอร์ Uno Mas ราคาเริ่มต้นที่ 3,800 บาท++ ต่อคู่  
ดินเนอร์ Red Sky ราคาเริ่มต้นที่ 4,200 บาท++ ต่อคน  
(ราคานี้รวมภาษีและค่าบริการ)

ดินเนอร์ในห้องพัสดุหรูมี 3 เมนู ได้แก่  
ดินเนอร์ Ventisi ราคาเริ่มต้นที่ 2,200 บาท++ ต่อคน  
ดินเนอร์ Uno Mas ราคาเริ่มต้นที่ 3,800 บาท++ ต่อคู่  
ดินเนอร์ Red Sky ราคาเริ่มต้นที่ 4,200 บาท++ ต่อคน  
(ราคานี้รวมภาษีและค่าบริการ)



นอกจากนี้เข็ณการายังได้พัฒนาระบบการให้บริการโดยนำด้านเทคโนโลยี Symphony Point of Sales หรือ POS มาใช้เพื่อเพิ่มความเร็วในการให้บริการลูกค้าในห้องอาหาร และเพิ่มความสะดวกให้กับพนักงาน และบริษัทสามารถบริหารจัดการข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว และเพิ่มประสิทธิภาพในระบบการทำงานให้มากขึ้น

ในปี 2564 เข็ณการจับมือ ทรู ดิจิทัล พาร์ค เปิดตัวที่แห่งขัณคัณหาสตาร์ทอัพในไทย ภายใต้โครงการ “Centara Hotels and Resorts X True Digital Park present CENTARA Startup Sandbox” การคัณคัณนวัตกรรมหรือการบริการใหม่ๆ ที่เข็ณการสามารถทำเพื่อช่วยยกระดับประสบการณ์การเข้าพักที่โรงแรมของลูกค้าให้น่าจดจำและประทับใจมากยิ่งขึ้น โดยเข็ณการและทรู ดิจิทัล พาร์ค พร้อมสนับสนุนผู้ประกอบการในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำอย่างใกล้ชิดแก่ทีมผู้เข้าแข่งขันตลอด 3 เดือนที่ร่วมโครงการ ต่อเนื่องจนถึงการคัณคัณเลือกและตัดสินทีมผู้ชนะการประกวด



ในส่วนของธุรกิจอาหาร แบนด์มิสเตอร์ โดนัท เปิดตัวโมเดลใหม่ล่าสุด “รถสามล้อโมเดล” (Mobile Tuk Tuk Model) ด้วยกลยุทธ์การขยายสาขาโมเดลใหม่ที่เข้าถึงไลฟ์สไตล์ลูกค้า (New Way to Expand) เน้นการมองหาพื้นที่ใหม่ ๆ ขยายสาขาได้คล่องตัว เข้าถึงกลุ่มลูกค้าในสถานที่และแหล่งชุมชนต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงเป็นอีกช่องทางในการสื่อสารระหว่างแบรนด์กับลูกค้าได้มากขึ้น โดยจุดแข็งของ “รถสามล้อโมเดล” (Mobile Tuk Tuk Model) อยู่ที่ความเป็นโมเดลขนาดเล็ก จึงมีความคล่องตัวและยืดหยุ่นสูง สามารถเข้าถึงทุกพื้นที่ได้มากยิ่งขึ้น และยัง

เป็นการขยายโลกชั้นในรูปแบบของโมบายล์สโตร์ ที่สามารถสลับเปลี่ยนไปตามย่านต่างๆ ที่เป็นทำเลเป้าหมาย อาทิ ตามสถานศึกษา มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล และชุมชนต่างๆ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น อีกทั้งยังออกแบบให้ดูสดใส และดึงดูดสายตา ซึ่งจะช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มโอกาสการขายได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังเตรียมความพร้อมต่างๆ สำหรับการต่อยอดธุรกิจเฟรนไชส์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มนักลงทุนใหม่ และกลุ่มผู้ประกอบการคนรุ่นใหม่ที่สนใจเข้ามาร่วมเป็นพันธมิตรทำธุรกิจร่วมกัน



## นวัตกรรมใหม่ในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

จากบริบทการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปในยุค Digital Transformation เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในปี 2564 ธุรกิจอาหารได้พัฒนานวัตกรรมใหม่กับ Project @NooYimCRG AI Revolution เพื่อรองรับและตอบสนองพฤติกรรมกรรมการสมัครงานของผู้สมัครยุค Digital ด้วยการใช้ AI เป็นศูนย์กลางในสื่อสารกับผู้สมัครแบบ Real-Time เสมือนการสื่อสารกับ Recruiter แบบส่วนตัวด้วยชุดคำถามตอบกว่า 1,100 ข้อคำถาม 6 หมวด จากประสบการณ์ตรงของ Recruiter ทำให้ NooYimCRG มีระบบการตอบกลับข้อมูลผู้สมัครที่หลากหลาย ครอบคลุมคำถามของผู้สมัครรองรับการถาม-ตอบแบบ Two-way Communication เพื่อให้ผู้สมัครกับนายจ้างมีการสนทนาร่วมกันในทุกประเด็นที่ผู้สมัครต้องการได้อย่างรวดเร็ว ทั้งการสมัครงาน คุณสมบัติ ตำแหน่งงานและสาขาที่เปิดรับ ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับเป็นการช่วยให้ผู้สมัครเข้าถึงการสมัครงานได้รวดเร็ว ผ่านการส่งข้อมูลแบบ Short Profile มีระบบจัดเก็บ Pool Candidate และส่งต่อผู้สมัครสู่การสัมภาษณ์งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้สมัครอย่างรวดเร็ว เป็นระบบ และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้สมัครแบบ 7/24 ตลอด 24 ชั่วโมง 7 วันทุกที่ นอกจากเป็นการสนับสนุนการทำงานของ

ของ Recruiter ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดขั้นตอนในการสรรหาและคัดกรองผู้สมัครอย่างเป็นระบบแล้ว Recruiter สามารถตรวจสอบใบสมัครออนไลน์ แบบ Real-Time ผ่าน Line Notify

Project @NooYimCRG AI Revolution เกิดขึ้นจากหัวใจและประสบการณ์การสรรหาพนักงานของ Recruiters กว่า 30 คน ผ่านการคัดกรองคำถาม-คำตอบของผู้สมัคร และการศึกษาเรียนรู้ระบบการทำงานใหม่ร่วมกัน จนเกิดเป็น Chat Bot- NooYimCRG จากความร่วมมือของทีมของ Recruiters และทักษะความชำนาญด้านเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญฝ่าย IT สอดประสานการทำงานร่วมกัน ส่งผลให้ Project @NooYimCRG AI Revolution เป็นนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จจากกิจกรรม CRG INNOVATION AWARD 2020 ที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับ CRG HR Team และพร้อมสานต่อนวัตกรรมให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

Project @NooYimCRG AI Revolution เข้าประกวดโครงการ Thailand HR Innovation Award 2021 และได้รับรางวัล Silver Award 2021 โดยสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT) ร่วมกับ สถาบันพัฒนาวิชาชีพพรพยากรณ์บุคคล, สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ และคณะพัฒนาริพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



## การให้บริการลูกค้าอย่างมีความรับผิดชอบ

### การสร้างความมั่นใจต่อลูกค้าและผู้ใช้บริการภายใต้สถานการณ์โรคโควิด-19

บริษัทให้ความสำคัญต่อการดูแลเรื่องอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้าผู้ใช้บริการ และพนักงานของบริษัทอย่างเคร่งครัด ตามแผนการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ภายใต้มาตรฐานการให้บริการของ เซ็นทารา คอมเพล็กซ์ แคร่ (Centara Complete Care) ก่อตั้งอย่างปลอดภัย แคร่คุณเหมือนครอบครัว <https://www.centarahotelsresorts.com/th/centara-complete-care/> โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทุกแห่งได้จัดตั้งทีมดูแลด้านสุขอนามัยขึ้นมาโดยเฉพาะ เพื่อกำหนดดูแลความปลอดภัยด้านสุขอนามัยและกำกับการดำเนินงานในโรงแรมทุกแห่งในเครือให้ถูกต้องตามหลักปฏิบัติ 12 ข้อ คือ 1.การเว้นระยะห่าง Social Distancing 2.หลักปฏิบัติด้านสุขอนามัย Health & Hygiene Practices 3.การยกระดับด้านการทำความสะอาด และเข้าซื้อ Enhanced Sanitisation เพิ่มมาตรการอย่างรอบด้านและเพิ่มความสามารถในการทำทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรคในพื้นที่ส่วนรวมของโรงแรม และจุดที่ต้องมีการสัมผัสร่วมกัน 4.การให้บริการการเข้าพัก Check-In พนักงานที่ให้บริการเช็คอิน-เช็คเอาท์แก่ลูกค้าจะต้องรักษาระยะห่างจากลูกค้าอย่างน้อย 1.5 เมตร ขั้นตอนการเช็คอินจะเพิ่มแบบสอบถามด้านสุขภาพรวมถึงการเพิ่มทางเลือกด้านการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ 5.ห้องพัก Room พนักงานทำความสะอาดต้องสวมหน้ากากและถุงมือแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง โดยสามารถทำ

สะอาดจนที่ไม่มีลูกค้าอยู่ในห้องพักเท่านั้น 6.ห้องอาหาร Dining การลดจำนวนที่นั่งและจัดให้แต่ละโต๊ะเว้นระยะห่างตามหลักปฏิบัติที่ถูกต้อง 7.ห้องออกกำลังกายและสระว่ายน้ำ Fitness & Pool รักษาระดับคลอรีนในสระว่ายน้ำเพื่อฆ่าเชื้อโรคด้วยค่าคลอรีนภาพสูงสุด เท้าอาบน้ำแดดที่สระว่ายน้ำและเครื่องเล่นในห้องออกกำลังกายจะถูกจัดให้อยู่ห่างกัน 1.5 เมตร 8.สปา Spa จำกัดจำนวนลูกค้า 1 ท่าน ต่อ 1 ห้องบริการสปาเท่านั้น 9.คิส์ คลับ Kids' Club พนักงานผู้ดูแลห้องคิส์ คลับ จะได้รับการฝึกอบรมด้านสุขอนามัยอย่างเข้มงวด และต้องปฏิบัติตามความสะอาดตามแนวทางที่วางไว้อย่างเคร่งครัด โดยจะมีการทำความสะอาดของเล่นทุกชิ้นทุกๆ 15 นาที 10.การจัดงานอีเว้นท์ต่างๆ Event การจัดที่นั่งต้องเว้นระยะห่างกันตามหลักปฏิบัติ โดยห้องที่ใช้จัดงานจะได้รับการทำความสะอาดด้วยนวัตกรรมฆ่าเชื้อแบบพ่นละอองในอากาศทุกครั้งหลังจบงาน และผู้เข้าร่วมงานทุกคนจะต้องสวมหน้ากากอนามัย 11.การฝึกอบรมพนักงาน Training & Personal พนักงานเซ็นทาราจะได้รับการอบรมเรื่องสุขอนามัยและการทำความสะอาดอย่างเข้มงวด จัดตารางการทำงานของพนักงานให้บริการ เพื่อลดความเสี่ยงการติดเชื้อข้ามทีม 12.การดูแลคุณภาพและตรวจสอบ Accreditation & Monitoring โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทุกแห่งจะมีผู้จัดการด้านสุขอนามัย กำกับดูแลมาตรฐานด้านสุขภาพและสุขอนามัยของโรงแรมในเครือทุกแห่ง

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราผ่านการประเมินมาตรฐาน “SHA” (Amazing Thailand Safety and Health Administration) มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยว เป็นโครงการความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กับกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ฯลฯ โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อ

สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวว่าทุกคนจะได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการประเทศไทย นอกจากนี้ยังผ่านการประเมินมาตรฐาน “SHA Plus” ที่กำหนดให้นักงงานอย่างน้อย 70% ต้องได้รับการฉีดวัคซีนป้องกัน COVID-19 อย่างครบถ้วน และมาตรฐาน “SHA Extra Plus” สำหรับโรงแรมที่มีโรงพยาบาลคู่ปฏิบัติการที่ผ่านการรับรองสำหรับการตรวจโควิด-19 ที่รองรับนักท่องเที่ยวภายใต้โครงการ Test & Go



ในส่วนของรัฐกิจอาหาร ได้ให้ความสำคัญกับสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้และพนักงานทุกคนอย่างสูงสุดเช่นกัน โดยจัดทำ “3 แม่บท กับ 17 มาตรการเชิงรุกรองรับ New Normal” (<https://www.facebook.com/watch/?v=869035453593013>) เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องลดความเสี่ยงในการติดเชื้อหรือแพร่กระจายเชื้อ อีกทั้งเพื่อสร้างความมั่นใจและคลายความกังวล โดยดำเนินภายใต้ 3 แม่บทหลัก 17 มาตรการ ดังนี้ 1.Cleanliness Procedure คัดกรองอย่างเข้มงวดรักษาความสะอาดทุกขั้นตอน 2.Consideration of Social Distancing Measures เน้นย้ำมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมโดยจัดพื้นที่ให้บริการภายในร้านให้เหมาะสมและปลอดภัย 3.Contactless Service การให้บริการแบบไร้สัมผัสตั้งแต่ขั้นตอนการจัดเตรียมอาหารไปจนถึงขั้นตอนการชำระเงิน

ภายใต้สถานการณ์โควิดที่ยังเป็นเรื่องสำคัญต่อบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบาย Vaccine Policy นโยบายมาตรการวัคซีนเพื่อสื่อสารให้กับลูกค้า และแสดงให้เห็นว่าบริษัทคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้และพนักงานเป็นสิ่งสำคัญ โดยได้ยกระดับมาตรฐานในเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัยขึ้นในระดับสูงสุด ด้วยการขยายขอบเขตของโปรแกรมเซ็นทารา คอมพลีท แคร์ Centara Complete Care ให้มีความเข้มงวดและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 แกนผู้เข้าพักรวมถึงลูกค้ที่เข้ามาใช้บริการ และผู้ที่มาติดต่อกับทุกท่านจะต้องแสดงหลักฐานในการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 และต้องได้รับการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าพื้นที่



## การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ บริษัทดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการผ่านระบบ Review Pro จากแบบสำรวจและความคิดเห็นของลูกค้าต่อการใช้บริการ โดยมีวิธีการดังนี้ 1. In-Stay Survey เป็นแบบสอบถามสั้นๆ 1 คำถามในการสอบถามความพึงพอใจในการเข้าพัก ในโรงแรมและรีสอร์ทมากกว่า 2 คืน ส่งผ่านอีเมลที่ลูกค้าลงทะเบียนไว้ 2. ระบบ Guest Satisfaction Survey (GSS) เป็นแบบสอบถามที่ครอบคลุมเรื่องการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม โดยลูกค้าจะได้รับแบบสอบถามหลังจากเช็คอิน 48 ชั่วโมง และ 3. Online Reputation

Management (ORM) or Guest Review Index (GRI) เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้า รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการให้บริการจากลูกค้าผ่านทางออนไลน์และโซเชียลมีเดียต่างๆ รวมถึงความคิดเห็นจากผู้ให้บริการจองห้องพักแบบออนไลน์ (Online Travel Agent หรือ OTA) ต่างๆ และมีการสรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและรายงานผลต่อฝ่ายบริหาร คณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล และคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกๆ 3 เดือน รวมถึงรายงานแผนการปรับปรุง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

## ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมทุกแบรนด์

ในปี 2564 คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Guest Satisfaction Survey (GSS) Score) คือ 88.9% สูงกว่าเป้าที่ตั้งไว้ 0.1% และคะแนน Online Reputation Management (ORM) หรือ Guest Review Index (GRI) คือ 88.5% สูงกว่าเป้าที่ตั้งไว้ 0.2%

ในปี 2564 จากสถานการณ์โควิด กลุ่มลูกค้าที่เข้าพักและใช้บริการของโรงแรมจะเป็นคนไทยมากกว่าต่างชาติ เนื่องจากข้อจำกัดในการเดินทางเข้าประเทศ ดังนั้นความต้องการของลูกค้าคนไทยในประเทศ อาจจะมีความแตกต่างจากลูกค้าต่างชาติ บริษัทจึงได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเพื่อให้เหมาะสมกับลูกค้าคนไทยมากขึ้น และได้กำหนด KPI คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในประเทศเพิ่มขึ้น โดยผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังตั้งเป้าหมายลดอัตราการร้องเรียนจากลูกค้าโดยรวมต่ำกว่า 20% เทียบกับปีที่ผ่าน โดยในปี 2564 อัตราการร้องเรียนจากลูกค้าโดยรวม อยู่ที่ 19.4% ลดลงจากปี 2563 ซึ่งอยู่ที่ 22.1% โดยมีแผนการบริหารจัดการที่ทำให้อัตราข้อร้องเรียน 5 อันดับแรกลดลง 85% ในปี 2564 เมื่อเทียบกับปี 2563 และข้อร้องเรียนทั้งหมด ได้ถูกปรับปรุงและแก้ไข เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

แนวทางในการการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในการใช้บริการนั้น เมื่อเกิดปัญหาขึ้นจะต้องแก้ไขปัญหาก็เกิดขึ้นทันที โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า มากกว่าการแก้ไขปัญหตามหลัง หลังจากลูกค้าแจ้งข้อร้องเรียนเมื่อกลับออกไปแล้ว ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงได้จัดให้มีโปรแกรมคุณภาพ (Quality Programme) เพื่อตรวจสอบระบบการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีการทบทวน และทวนสอบความรู้ต่างๆ อยู่ตลอดเวลา มีระบบตรวจเช็คคะแนนความพึงพอใจจากลูกค้าที่เข้าพักแบบรายวัน เพื่อพัฒนาระบบการให้บริการให้เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าและผู้ใช้บริการ

ในส่วนของธุรกิจอาหาร ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านคุณภาพการให้บริการ โดยแต่ละแบรนด์อาหารจะมีแนวปฏิบัติเฉพาะของแต่ละแบรนด์เพื่อควบคุมคุณภาพ ในกรณีที่มีข้อร้องเรียนแต่ละแบรนด์อาหารจะดำเนินการภายใน 24 ชั่วโมง ในการติดต่อกลับลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหาก็เกิดขึ้น พร้อมหาสาเหตุ นำไปแก้ไข ปรับปรุง และเน้นย้ำสาขาไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดเดิมอีก

Guest Satisfaction Survey Score



## การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญเรื่องการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้เกิดความยั่งยืน รองรับการตอบสนองต่อความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย จึงได้ดำเนินการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Service Management [ITSM]) และการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Management [ISM])) ของบริษัท โดยในปี 2564 ได้ทบทวนและจัดทำนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Policy) ประกอบด้วยมาตรการและขั้นตอนปฏิบัติ ที่พนักงานต้องถือปฏิบัติให้บรรลุความสำเร็จ และพนักงานจะต้องเก็บรักษาข้อมูลขององค์กรด้วยการรักษาไว้ซึ่งความลับ (Confidentiality) ความสมบูรณ์ (Integrity) ความถูกต้องครบถ้วน (Accuracy) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ของข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งสิ่งนี้เป็นไปตามพันธสัญญาขององค์กรที่มีต่อลูกค้า ซึ่งมีนโยบายที่เกี่ยวข้องดังนี้ นโยบายโครงสร้างความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศสำหรับองค์กร (Information Security Structure Policy for the organization) นโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resources Security Policy) นโยบายการบริหารจัดการทรัพย์สิน (Asset Management Policy) นโยบายการควบคุมการเข้าถึง (Access Control Policy) นโยบายการเข้ารหัสข้อมูล (Cryptography Policy) นโยบายการสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical and Environmental Security Policy) นโยบายความมั่นคงปลอดภัยสำหรับการดำเนินงาน (Operations Security Policy) นโยบายความมั่นคงปลอดภัยสำหรับการสื่อสารข้อมูล (Communications Security Policy) นโยบายการจัดการ การพัฒนาและการบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ (The policy of Acquisition, Development, and Maintenance of Information System) นโยบายการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการภายนอก (Supplier Relationships Policy) นโยบายการบริหารจัดการเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Incident Management Policy) นโยบายการบริหารจัดการความต่อเนื่องในการดำเนินงาน (Business Continuity Management Policy) นโยบายการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Policy)

บริษัทยังคงทำการสื่อสารเรื่องนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Policy) และแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้านัก (Standard Operating Procedure) ให้กับพนักงานในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร ลูกค้า คู่ค้า บุคคลทั่วไป รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง และเผยแพร่ข้อมูลนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บนเว็บไซต์ของบริษัท เว็บไซต์ของธุรกิจโรงแรมและเว็บไซต์ของธุรกิจอาหาร และมีการทบทวนความรู้ให้กับพนักงานให้ทราบถึงหลักปฏิบัติ กฎข้อบังคับ ของพระราชบัญญัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

## คำชี้แจงเรื่องเหตุการณ์การโจมตีทางไซเบอร์

เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2564 ที่ผ่านมา โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราได้พบว่าอาจมีข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกเข้าถึงโดยไม่ชอบด้วยกฎหมายไปจากเซิร์ฟเวอร์ของทางบริษัท ซึ่งนับตั้งแต่ได้ทราบเรื่อง เราได้ดำเนินการแต่งตั้งบริษัทผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการยอมรับมาเป็นที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการตรวจสอบพิสูจน์พยานหลักฐานทางดิจิทัล รวมทั้งสืบสวนเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นการเร่งด่วน

ทั้งนี้หลังจากที่ได้ทำการตรวจสอบและประเมินสถานการณ์อย่างรอบคอบแล้วบริษัทขอยืนยันว่ามีเพียงข้อมูลบางส่วนเท่านั้นที่ได้รับผลกระทบจากการโจมตีครั้งนี้และได้ทำการแก้ไขปรับปรุง พัฒนาระบบให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นเพื่อป้องกันกรณีที่มีการโจมตีทางไซเบอร์ในอนาคต

<https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20200630-centel-privacy-policy-th.pdf>  
<https://www.centarahotelsresorts.com/privacy-policy/> <http://www.crg.co.th/privacypolicy/>

## การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บริษัทมุ่งเน้นความสำคัญในการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นธรรม ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามกรอบนโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทานของบริษัทครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนใส่ใจในประเด็นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย โดยมีเป้าหมายในการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนา คู่ค้าและหุ้นส่วนทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อร่วมกันสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระยะยาว บริษัทได้จัดทำจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า (Code of Conduct & Guidelines for Business Partners and Suppliers) ที่มุ่งเน้นเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจ การปฏิบัติตามแรงงานตามหลักสิทธิมนุษยชน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม การปรับปรุงประสิทธิภาพและการพัฒนานวัตกรรมของสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ และนำไปสู่การประยุกต์ใช้กับบริษัทของคู่ค้าตามความเหมาะสม โดยได้แจ้งให้คู่ค้าและหุ้นส่วนทางธุรกิจทั้งหมดรับทราบจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้าของบริษัท

ในปี 2564 บริษัทได้ทบทวนและจัดทำนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืนฉบับใหม่ขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่สร้างความยั่งยืน ที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทฯ ภายใต้กรอบการดำเนินงานและการบริหารกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นเลิศ มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ โดยครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) และยึดหลักในการจัดซื้อจัดจ้างตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement Policy) ในการที่ส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการที่มีส่วนช่วยในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และคำนึงถึงเรื่อง อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ให้มีความสำคัญและสนับสนุนคู่ค้าที่ให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิดเรื่อง 3 R: Reuse-Refill-Recycle เรื่องสิทธิมนุษยชนตามหลักสากล การดูแลพนักงานอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมกัน รวมถึงไม่สนับสนุนคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการใช้แรงงานทาสสมัยใหม่ (Modern Slavery)

บริษัทได้ดำเนินการวิเคราะห์และจัดกลุ่มความสำคัญของคู่ค้า โดยกำหนดเกณฑ์สำคัญในการจัดกลุ่มลูกค้าจากข้อมูลปริมาณการซื้อขายต่อปีระหว่างบริษัทและคู่ค้าแบ่งเป็น กลุ่มลูกค้าหลักและกลุ่มคู่ค้ารองที่มีปริมาณการซื้อขายตามเกณฑ์ที่บริษัทได้กำหนดไว้ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการคู่ค้าให้เกิดประสิทธิภาพ โดยแยกเป็นคู่ค้าของธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอาหาร และรวมถึงการประเมินคู่ค้าที่ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และเสมอ (ESG) อย่างสม่ำเสมอทุกปี

## การจัดกลุ่มความสำคัญของคู่ค้า



| จำนวนคู่ค้า                                                                                                                                 | ธุรกิจโรงแรม | ธุรกิจอาหาร |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| จำนวนคู่ค้าทั้งหมด (ราย)                                                                                                                    | 2,200        | 1,709       |
| จำนวนคู่ค้าหลัก (ราย)                                                                                                                       | 20           | 124         |
| จำนวนคู่ค้ารอง (ราย)                                                                                                                        | 137          | 632         |
| จำนวนคู่ค้ารายใหม่ (ราย)                                                                                                                    | 220          | 283         |
| สัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าภายในประเทศ กับต่างประเทศ (%)                                                                                       | 97:3         | 90:10       |
| จำนวนคู่ค้าที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า (ราย)<br>(Code of Conduct & Guidelines for Business Partners and Suppliers) | 1,430        | 17          |

## การสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน

แม้อยู่ภายใต้สถานการณ์โควิด บริษัทยังมีการพบปะ ประชุมกับคู่ค้าทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ภายใต้ระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัยภายใต้สถานการณ์โควิด-19 เพื่อรับฟังความคิดเห็นรวมทั้งข้อเสนอแนะจากคู่ค้า เพื่อในมาปรับปรุง และพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างให้มีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจทั้งของบริษัทเองและของคู่ค้า ในปี 2564 จำนวน 40 ครั้ง มีประเด็นสำคัญในการประชุมหารือ อาทิ การเจรจา

ต่อรองราคาและเงื่อนไขต่างๆ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางธุรกิจซึ่งกันและกัน สรุปและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางแก้ไข นอกจากนี้ยังได้มีการจัดอบรมความรู้เรื่องระบบท่าความสะอาด อบรมและรายงานผลการทำจัดแมลง รวมถึงแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของบริษัทให้มากยิ่งขึ้น

## การประเมินคู่ค้า

เนื่องจากข้อจำกัดหลายประการภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ซึ่งบริษัทได้ออกมาตรการงดการประชุมร่วมกันและการเดินทางไปในพื้นที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาด ทำให้การตรวจประเมินคู่ค้าหลักต้องปรับรูปแบบเป็นการประเมินคู่ค้าแบบออนไลน์ในบางส่วนและลงพื้นที่ (Onsite visit) ให้น้อยที่สุด เพื่อความปลอดภัยของพนักงานฝ่ายจัดซื้อ โดยสามารถดำเนินการตรวจประเมินคู่ค้าหลักคิดเป็นร้อยละ 18 ของคู่ค้าหลักทั้งหมด

กระบวนการตรวจประเมินคู่ค้า มีการพิจารณาหลักสำคัญ 5 ด้าน ดังนี้ 1.ศักยภาพด้านราคา 2. ศักยภาพด้านคุณภาพ สินค้าหรือบริการได้คุณภาพหรือมาตรฐานตรงกับความต้องการ มีมาตรฐานรับรองคุณภาพ (GMP, HACCP, ISO) ส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลาและครบถ้วน ระบบการขนส่งนำเชื่อถือ 3.ศักยภาพในการพัฒนา และนำเสนอสินค้าใหม่เพื่อพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของบริษัท 4.การดูแลพนักงานของบริษัท และการช่วยเหลือสังคม และดูแลสิ่งแวดล้อม 5.ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและ ปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี

## การบริหารจัดการและให้ความช่วยเหลือคู่ค้าในสถานการณ์โควิด

ธุรกิจโรงแรม ยังคงดำเนินการให้ความช่วยเหลือคู่ค้าภายใต้สถานการณ์โควิด-19 อย่างต่อเนื่อง โดยแจ้งระบุปริมาณและ/จำนวนที่ต้องการใช้สินค้าเป็นรายเดือน เพื่อช่วยคู่ค้าในการลดต้นทุนการจัดเก็บสต็อกสินค้า และลดต้นทุนในการจัดส่ง สื่อสารกับคู่ค้าในประเด็นการแจ้งปัญหาและประสานงานผ่านทางออนไลน์ (ไลน์ อีเมล และโทรศัพท์) เพื่อลดความเสี่ยงในการเดินทางมายังโรงแรม แจ้งมาตรการและกฎระเบียบให้กับคู่ค้าผู้รับเหมา ที่จำเป็นต้องเข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ให้รับทราบถึงข้อควรปฏิบัติล่วงหน้า เพื่อเตรียมตัวก่อนเข้าพื้นที่ รวมถึงการจัดเตรียมแอลกอฮอล์ล้างมือ ณ จุดรับสินค้า เป็นต้น

ธุรกิจอาหารดำเนินการบริหารจัดการและให้ความช่วยเหลือคู่ค้า โดยการสั่งซื้อสินค้าที่สิ้นสต็อกเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 มาจัดโปรโมชันเพื่อเป็นการช่วยคู่ค้าระบายสต็อกสินค้า ลดการสูญเสียวัตถุดิบที่อาจจะเกิดขึ้นหากไม่สามารถระบายสินค้าได้ทันตามอายุการเก็บรักษาวัตถุดิบ และทางคู่ค้าเองก็ยินดีที่จะให้ส่วนลดในการช่วยเหลือค่าใช้จ่ายให้กับบริษัท ซึ่งเป็นความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในสถานการณ์โควิด และยังคงดำเนินการต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

## การใช้ผลิตภัณฑ์และหรือวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ภายใต้การดำเนินงานตามนโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และการสนับสนุนการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้ Green Procurement Policy ถึงแม้ในปี 2564 ธุรกิจโรงแรมธุรกิจอาหารจะได้รับผลกระทบโดยตรงจาก สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 บริษัทยังคงให้ความสำคัญต่อการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยธุรกิจโรงแรม มียอดการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมคิดเป็นร้อยละ 5 และธุรกิจอาหารมียอดการจัดซื้อคิดเป็นร้อยละ 1.26

ธุรกิจโรงแรมยังคงเน้นการจัดซื้อสินค้าในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลายได้แก่ กลุ่มอุปกรณ์สำนักงานประเภทกระดาษ A3, A4 ปากกาไวท์บอร์ด กลุ่มกระดาษชำระ กล่องบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ (Bio packaging) หลอดน้ำแบบย่อยสลายได้น้ำดื่มขวดแก้ว เพื่อลดปริมาณขยะและลดการใช้พลาสติก กลุ่มหลอดประหยัดไฟ (Energy saving) เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศที่มีฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ผลิตภัณฑ์

ทำความสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กลุ่มน้ำยาแอร์ (R-410A, R-32) ซึ่งถูกผลิตขึ้นมาเพื่อช่วยประหยัดพลังงาน และช่วยลดการปล่อยสาร CFC ที่ทำลายชั้นบรรยากาศและสีกาอาคารที่เป็นผลิตภัณฑ์หลากหลาย

ในภาคธุรกิจอาหาร ได้มีนโยบายในการสนับสนุนการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่สินค้าประเภทน้ำมันปาล์มตามมาตรฐาน RSPO กล่องกระดาษและซองกระดาษบรรจุอาหารตามมาตรฐาน FSC และ PEFC จากป่าปลูกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและผลิตด้วยกรรมวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงถ้วยกระดาษสำหรับใช้ในการบรรจุอาหารแบบ Takeaway และ Delivery นอกจากนี้ยังคงดำเนินนโยบายลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เปลี่ยนมาใช้หลอด BIO ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ใช้ถุงกระดาษ Shopping Bag แทนการใช้ถุงพลาสติก เปลี่ยนถุงหิ้วพลาสติกแบบเดิมเป็นถุงหิ้วพลาสติกที่ทำมาจากเม็ดพลาสติกรีไซเคิล 50 % เพื่อลดการใช้พลาสติกใหม่

## มิติสังคม

### เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสังคม

ผลการดำเนินงาน  
ด้านสังคม

ชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงานธุรกิจโรงแรม  
มากกว่า ชั่วโมงต่อคนต่อปี



8 ชั่วโมงต่อคนต่อปี



อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานเป็น 0



2.7

เป้าประสงค์ที่ 5.1 /  
ตัวชี้วัดที่ 5.1.1

การจ้างงานผู้พิการตามที่กฎหมายกำหนด  
การจ้างงานผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง



100%

จำนวนรวมผู้บริหารระดับผู้จัดการของธุรกิจโรงแรม  
และธุรกิจอาหารมากกว่า 50 %



88.9%

มูลค่าการสนับสนุน ช่วยเหลือและพัฒนาสังคมปี 2564



154 ล้านบาท



ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย



มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย



อยู่ระหว่างการดำเนินการ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการดำเนินงานด้านสังคมในการพัฒนาศักยภาพและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่พนักงานสนับสนุนการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนด้านสิทธิมนุษยชน มุ่งมั่นช่วยเหลือและพัฒนาสังคมด้านต่างๆ ภายใต้แนวคิดที่มุ่งเน้นสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืนในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นการจ้างงานในพื้นที่ ให้โอกาสกับกลุ่มเปราะบางได้มีรายได้เลี้ยงดูตนเองและครอบครัว ด้วยการจ้างงานคนพิการ ผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน สนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการจากชุมชนในพื้นที่ เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน และสังคมโดยรวม

## กลยุทธ์การบริหารงานทรัพยากรบุคคล

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ถือเป็นประเด็นหลักสำคัญในการดำเนินงานของบริษัทเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนธุรกิจและองค์กรให้ก้าวหน้า เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน “พนักงาน” ที่มีคุณภาพเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงมีนโยบายมุ่งเน้นการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการและระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สนับสนุนและพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อสร้างให้บริษัทก้าวสู่การเป็นองค์กรแห่งความความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นเรื่องการสรรหาทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสม (Recruitment and Staffing) สนับสนุนการอบรมและพัฒนาบุคลากร (Training and Development) ให้มีความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม การดูแลและบริหาร

จัดการด้านอัตราจ้างงานให้เหมาะสมกับปริมาณงาน (Payroll Management) การบริหารจัดการด้านประสิทธิภาพของการทำงานตลอดจนการประเมินผลการทำงาน (Appraisals and Performance Management) การบริหารจัดการแก้ปัญหาและลดความขัดแย้ง (Conflict Resolution) และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในองค์กรหรือแรงงานสัมพันธ์ (Employee Relation)

บริษัท มียึดหลักในการดูแลพนักงานเสมือนคนในครอบครัว ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรมและเท่าเทียมในการว่าจ้าง การแต่งตั้ง โยกย้าย เลื่อนตำแหน่ง โดยพิจารณาบนพื้นฐานของหลักคุณธรรม และหลักปฏิบัติสากลด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อนำศักยภาพของพนักงานมาสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กร

## การสร้างวัฒนธรรมในองค์กรท่ามกลางความหลากหลายของเชื้อชาติ

การสร้างวัฒนธรรมองค์กรหรือ DNA ของพนักงานท่ามกลางความหลากหลายของเชื้อชาติ วัฒนธรรม ความเชื่อและเชื้อชาติ เป็นสิ่งที่ถ่ายทอดกันอย่างยิ่ง แต่ด้วยนโยบายและแนวคิดของบริษัทที่สนับสนุนความหลากหลายและยอมรับความแตกต่างของพนักงานในองค์กร รวมถึงการมองเห็นคุณค่าของความแตกต่างของพนักงานภายในองค์กร นำไปสู่แนวปฏิบัติที่พนักงานทุกคนในองค์กรจะต้องได้รับการปฏิบัติในลักษณะเดียวกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติและทำให้พนักงานรู้สึกแปลกแยกกับบุคคลอื่นในองค์กร การมีพนักงานหลากหลายเชื้อชาติมาทำงานร่วมกันนั้น ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้เข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน แสวงหาความรู้ตลอดจนประสบการณ์ของแต่ละคนให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้ ทำให้องค์กรมีข้อมูลที่หลากหลายขึ้น เข้าใจมุมมอง

ที่แตกต่างมากขึ้น และสามารถใช้ประโยชน์ตลอดจนความสามารถของแต่ละคนได้หลากหลายรูปแบบ และจัดตั้งกองการมีพนักงานที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมอยู่ด้วยอีกอย่างที่สำคัญคือการฝึกการเรียนรู้ต่างวัฒนธรรมกัน สร้างการเคารพซึ่งกันและกันได้ดียิ่งขึ้นด้วย

แนวทางการบริหารจัดการความหลากหลายทางวัฒนธรรมในองค์กรที่สำคัญ คือ การสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้น เริ่มจากกระบวนการคัดเลือกบุคลากร ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีสิทธิ์เท่าเทียมกัน การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยพิจารณาจากความสามารถและผลการปฏิบัติงาน จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม

## การสรรหาพนักงาน

การสรรหาบุคลากรของบริษัท ทั้งในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารต่างให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน ในเรื่องของความเสมอภาค สกดิ์และสิทธิในการได้รับการปฏิบัติต่อมนุษย์อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว เพศ อายุ ศาสนาและความเชื่อ โดยเปิดโอกาสให้ทุกเชื้อชาติสามารถเข้ามาเป็นพนักงาน โดยคำนึงถึงคุณสมบัติและคุณวุฒิที่เหมาะสมสำหรับตำแหน่งงานต่างๆ พนักงานในองค์กรสามารถหมุนเวียน หรือโอนย้ายไปปฏิบัติงานในพื้นที่ต่างๆ ได้ตามความเหมาะสมเพื่อพัฒนาทักษะและเพิ่มโอกาสด้านความก้าวหน้าในอาชีพ พนักงานใหม่

ทุกคนจะได้รับการปฐมนิเทศ เพื่อให้เข้าใจวิสัยทัศน์ ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร รวมทั้งข้อกำหนด สวัสดิการต่างๆ ก่อนเริ่มทำงาน ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในหลากหลายพื้นที่ทั่วโลก การปฏิบัติต่อแรงงานเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและหลักด้านสิทธิมนุษยชนจึงเป็นประเด็นที่ฝ่ายบริหารให้ความสำคัญ มีการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมตามประสบการณ์และความสามารถ และเปรียบเทียบกับค่าตอบแทนในกลุ่มธุรกิจเดียวกันเพื่อให้พนักงานทุกระดับทั้งชายและหญิงได้รับค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียมกัน

## คำตอบแทนและสวัสดิการ

การพิจารณาคำตอบแทนพนักงานของบริษัทอยู่บนหลักการที่กำหนดไว้ โดยให้คำตอบแทนพนักงานอย่างเหมาะสม เมื่อเทียบกับมาตรฐานคำตอบแทนในอุตสาหกรรมเดียวกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติในเรื่องเพศ เชื้อชาติ ศาสนาและ ความเชื่อ และยึดหลักความเท่าเทียมในการพิจารณาคำตอบแทนจากผลงาน และให้ความสำคัญกับการบริหารอัตราค่าตอบแทนในส่วนของเงินเดือนและคำตอบแทนพื้นฐานระหว่างชายและหญิงให้มีความใกล้เคียงกันมากที่สุด ในส่วนของนโยบายการพิจารณาปรับขึ้นเงินเดือนประจำปี ได้กำหนดแนวทางและวิธีปฏิบัติในการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการบริหารค่าตอบแทนแก่พนักงานตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

บริษัทได้จัดให้มีสวัสดิการต่างๆสำหรับพนักงานตามกฎหมายกำหนด และมีสวัสดิการเพิ่มเติมให้กับพนักงาน อาทิเช่น วันหยุดประจำปี สวัสดิการวันหยุดพักผ่อนประจำปี เครื่องแบบ อาหาร ประกันชีวิตและประกันสุขภาพ การตรวจสุขภาพประจำปี ห้องพักในราคาระดับพนักงาน หอพัก (ในบางสาขา) รถรับส่ง (ในบางสาขา) ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยนอกและค่าทำฟัน (ในบางสาขา) สวัสดิการกองทุนเงินทดแทน (ในบางสาขา) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (เฉพาะหน่วยธุรกิจ) เงินช่วยเหลือต่างๆ สหกรณ์ออมทรัพย์ สมาคมบาปนกิจสงเคราะห์ รวมถึงการให้เงินช่วยเหลือบุตรในรูปแบบทุนการศึกษา

บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการพนักงานขึ้นในแต่ละหน่วยธุรกิจ เพื่อนำเสนอความต้องการ หรือแนวทางในการดูแลพนักงานต่อผู้บริหาร และมีการพูดคุยเพื่อหาข้อสรุปที่ตอบโจทยความต้องการของพนักงาน โดยในปี 2564 ทางบริษัทได้เพิ่มสวัสดิการพนักงานเรื่องการกู้เงินสินเชื่อสวัสดิการ โดยเริ่มจากสำนักงานใหญ่ และโรงแรมในกรุงเทพฯ และขยายไปสู่โรงแรมอื่นๆ ในเครือ ปรับเปลี่ยนเงื่อนไขของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้พนักงานสามารถลาออกและสมัครเข้ามาใหม่ได้

ในส่วนของบริษัทธุรกิจอาหาร ได้มีการปรับสวัสดิการเพิ่มเติมให้กับพนักงานโดยผ่านการอนุมัติจากผู้บริหารดังนี้ ปรับการรับสิทธิการลาสมรส โดยครอบคลุมพนักงานทุกกลุ่ม ทุกเพศสภาพอย่างเท่าเทียม ปรับการรับสิทธิการลาเพื่อจัดพิธีศพ ครอบคลุมคู่ชีวิต บุตรโดยชอบด้วยกฎหมาย หรือบุตรบุญธรรมตามกฎหมายที่เสียชีวิต การเพิ่มสิทธิผู้ที่ได้รับสวัสดิการของเยี่ยมพนักงาน กรณีพนักงานชายที่ภรรยาคลอดบุตร (คู่สมรสจดทะเบียน หรือ บุตรที่พนักงานชายรับรองบุตร) การเพิ่มสิทธิผู้ที่ได้รับสวัสดิการประกันอุบัติเหตุกลุ่ม และประกันชีวิต สำหรับคู่ชีวิตของพนักงาน กรณีพบน. คู่ชีวิตได้รับการรับรองตามกฎหมาย การปรับสวัสดิการเงินช่วยเหลือสมรส ครอบคลุมคู่ชีวิต บุตรโดยชอบด้วยกฎหมาย หรือ บุตรบุญธรรมตามกฎหมายที่เสียชีวิต การปรับสวัสดิการเงินช่วยเหลือสมรส โดยครอบคลุมพนักงานทุกกลุ่ม ทุกเพศสภาพอย่างเท่าเทียม นอกจากนี้กลุ่มธุรกิจอาหาร ยังได้เพิ่มเติมนโยบายสวัสดิการใหม่ให้กับพนักงาน คือ สวัสดิการตรวจวัดสายตาและเงินช่วยเหลือการตัดแว่นตา ปีละ 1 ครั้ง สำหรับพนักงานประจำได้รับ จำนวนเงินตามจริงไม่เกิน 1,000 บาท

ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด19 บริษัทได้จัดทำมีแผนในการดูแลพนักงานเพิ่มเติม บริษัทได้มีนโยบายให้พนักงานทำงานที่บ้านในช่วงที่อัตราการติดเชื้อสูงขึ้น มีการจำกัดจำนวนพนักงานในการเข้าออฟฟิศ โดยแบ่งเป็นทีม A/B เพื่อลดความเสี่ยงติดเชื้อ พนักงานเข้าออฟฟิศเมื่อตรวจพบว่าไม่มีพนักงานติดเชื้อ ผู้บริหารมีนโยบายการเรื่องของการทำประกันโควิดเพิ่มเติมให้กับพนักงาน จัดทำแผนนโยบายการลาป่วยในช่วงที่พนักงานการกักตัวในกรณีที่เกิดความเสี่ยง จัดหาวัคซีนโควิดให้กับพนักงานอย่างทั่วถึงพร้อมด้วยชุดตรวจ ATK และแนวทางการตรวจหาเชื้อด้วย ATK โดยบริษัทเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่าย และเพิ่มมาตรการการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานให้มีความปลอดภัยมากขึ้นภายใต้หลักการ Centara Complete Care จัดตั้งยังชีพให้พนักงานกรณีพนักงานติดโควิดต้องกักตัวที่บ้าน ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัลจัดตั้งศูนย์พักพิง Community Isolation กรณีพนักงานติดเชื้อโควิด และไม่สามารถกักตัวที่บ้าน

## การขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร I • CARE

บริษัท มีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องค่านิยมองค์กร I- CARE ให้กับพนักงานทุกคน สำหรับพนักงานใหม่ จะมีการให้ความรู้ผ่านการ Orientation และยังมีกิจกรรมขับเคลื่อนเพื่อปลูกฝังค่านิยมให้อยู่ในการทำงานจริงของพนักงาน เช่น มีการมุ่งเน้นเรื่อง Innovation โดยมีการจัดอบรม Design Thinking ให้แก่พนักงาน และมีการนำไป

ประยุกต์ใช้กับงานจริง จนนำไปสู่การส่งโครงการนวัตกรรมเข้าประกวดในงาน Innovation Convention, การให้ความสำคัญเรื่อง Customer โดยกำหนดเป็นหนึ่งใน KPI ที่ทุกฝ่ายจะต้องมีการประเมินถึงเรื่องการให้บริการหรือความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น

## การสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

บริษัทมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กรตลอดปี 2564 โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมเป็นแบบผสมผสาน (Hybrid) ทั้งกิจกรรมที่พบเจอกัน และผ่านช่องทางออนไลน์ โดยพิจารณาจากสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาดของโควิด-19 และมาตรการที่เกี่ยวข้องในช่วงเวลานั้น กิจกรรมที่จัดขึ้น แบ่งออกเป็น

กิจกรรมเพื่อสื่อสารทิศทางหรือสถานการณ์ของธุรกิจ ได้แก่ Town-Hall, Business Direction, CEO Talk กิจกรรมวันสำคัญประจำปี ผ่านทางออนไลน์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง

## การประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

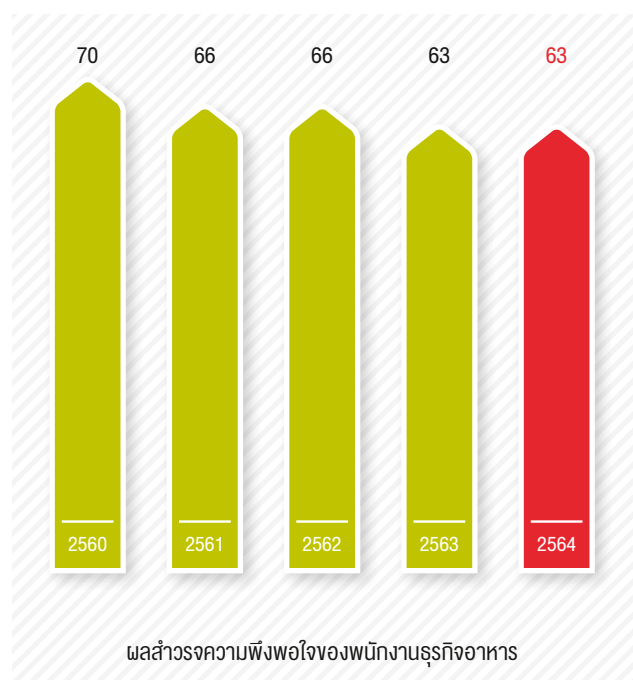
บริษัทได้ทำการประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน หรือ CG Voice ร่วมกันกับกลุ่มบริษัทในเครือเซ็นทรัล โดยร่วมมือกับ Kincentric จัดทำแบบสำรวจสำหรับพนักงานทุกคนทุกระดับ โดยในปี 2564 ผลการประเมินความผูกพันต่อองค์กรของ

### ธุรกิจโรงแรม

พนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ที่ 82% โดยต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้คือ 85% ลดลง 3% และต่ำกว่าองค์กรที่เป็นสุดยอดนายจ้าง 5% มีพนักงานเข้าร่วมการสำรวจความผูกพันต่อองค์กรทั้งสิ้นจำนวน 2,548 คน โดยเป็นเพศชาย 1,387 คน คิดเป็น 54% และเป็นเพศหญิง 1,161 คิดเป็น 46% พนักงานมีความพึงพอใจในระดับดีในหลายมิติ ในส่วนของประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณาจากผลของการสำรวจคือในเรื่องของอัตราค่าจ้างและสวัสดิการ โดยบริษัทได้พิจารณาปรับโครงสร้างอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดช่องว่างเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดแรงงานและอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงเรื่องสัมพันธภาพของพนักงานกับผู้บริหารระดับสูง ซึ่งอาจจะเป็นในช่วงสถานการณ์โควิดที่หลายครั้งมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่ปกติและพัฒนาสูง จึงส่งผลให้พนักงานรู้สึกว่าคุณสมบัติไม่ได้สำรวจมุมมองและความคิดเห็นของพนักงานในบางประเด็น แผนการดำเนินการสร้างความพึงพอใจให้แก่พนักงานหลังจากทำการสำรวจแล้ว ได้นำผลการประเมินมาวิเคราะห์จัดทำ Focus Group และ Action Plan จากนั้นสื่อสารกับพนักงานถึงเป้าหมายและขั้นตอนการดำเนินงาน พร้อมทั้ง ติดตามผลและประเมินความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ปรับปรุงประเด็นดังกล่าวให้ตอบสนองความต้องการของพนักงานให้ได้มากที่สุด

### ธุรกิจอาหาร

พนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ที่ 63% โดยยังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยขององค์กรในประเทศไทย 3% และต่ำกว่าองค์กรที่เป็นสุดยอดนายจ้าง 24% มีพนักงานเข้าร่วมการสำรวจความผูกพันต่อองค์กรทั้งสิ้นจำนวน 4,432 คน โดยเป็นเพศชาย 1,229 คน คิดเป็น 27.7% และเป็นเพศหญิง 3,203 คิดเป็น 72.3% ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของธุรกิจอาหารซึ่งได้คะแนนสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) Customer Focus 2) Decision Making 3) Culture I-CARE และปัจจัยที่ควรพัฒนาหรือปรับปรุงแก้ไข คือ 1) Rewards and recognition 2) Senior Leadership 3) Infrastructure โดยหลังการสำรวจความผูกพันต่อองค์กร ทางฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้มีการกำหนดแผนเพื่อมุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาในเรื่อง Rewards and Recognition, Senior Leadership, Infrastructure, Collaboration และมีการจัดตั้งคณะกรรมการเสริมสร้างความผูกพันองค์กร (Engagement Sponsorship Committee: ESC) โดยคณะกรรมการมาจากทุกฝ่ายงานที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าว เพื่อหาทางแก้ปัญหาร่วมกัน โดยคณะทำงาน ESC มีการศึกษาปัญหาในเชิงลึก จัดทำ workshop กับแต่ละหน่วยงาน สัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวางแผนและกำหนดแนวทางแก้ปัญหาที่เหมาะสม โดยมีแผนที่ดำเนินการ ดังนี้ ทบทวนนโยบายการจ่ายค่าจ้างและสวัสดิการที่จูงใจและแข่งขันได้กับตลาด สนับสนุนให้ผู้นำทุกคนเป็น “ผู้นำที่จับต้องได้” ผ่านโมเดล FANCE (Friendly, Approachable, Native, Clear Communication & Direction, Empath) ยกระดับ Infrastructure และเทคโนโลยีที่จะช่วยให้พนักงานทำงานได้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสร้าง Recognition Culture ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ผ่านการสื่อสารที่



## การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงาน

### แผนการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

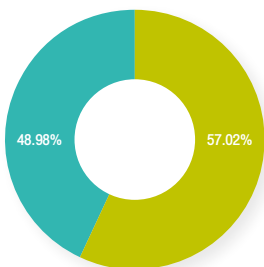
ปี 2564 ทางบริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ในธุรกิจโรงแรมทุกระดับแตกต่างกันไปตามความต้องการของธุรกิจ เช่น พนักงานระดับปฏิบัติการจะเน้นการฝึกอบรมที่การบริการที่ดีเลิศให้กับลูกค้า นอกเหนือจากนั้น มีการฝึกการยกระดับมาตรฐานการบริการให้ตอบโจทย์กับลูกค้าในแบบต่างๆ ส่วนพนักงานระดับหัวหน้างานจะเน้นไปในวิชาที่เกี่ยวกับการบริหารคน และการปรับกรอบความคิดในการทำงานและใช้ชีวิต เป็นต้น ในการจัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานในธุรกิจโรงแรม แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลักสูตร ดังนี้ กลุ่มหลักสูตรการบริหาร และภาวะผู้นำ (Management & Leadership) 157 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัย (Safety) 151 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรที่ผ่านช่องทางออนไลน์อื่นๆ (E-Learning) 1,224 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรเฉพาะทางในการทำงาน (Functional) 3,940 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพื้นฐาน (Fundamental) 5 หลักสูตร แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่กระทบต่อการท่องเที่ยวและธุรกิจ

โรงแรมอย่างหนักตั้งแต่ปี 2563 ต่อเนื่องมายังปี 2564 นั้น พนักงานยังคงดำเนินการตามมาตรฐานการในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมไปถึงจัดทำนโยบายการทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) จึงทำให้แผนการพัฒนาบุคลากรของ บริษัทต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จากการเรียนในห้องเรียน เปลี่ยนเป็นการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในหัวข้อบางหัวข้อที่สามารถทำได้ภายในเช่น Be Proactive - The Power of Effectiveness (บีโปรแอคทีฟ - พลังสู่ความมีประสิทธิภาพ), Being a Better Coach (การเป็นโค้ชที่ดี), Code of Conduct & Anti-Corruption (จรรยาบรรณขององค์กร และการต่อต้านการทุจริต) เป็นต้น นอกจากนั้นแล้ว บริษัทยังได้มีการประชาสัมพันธ์ ค้นหา และแนะนำหลักสูตรที่สามารถเรียนออนไลน์แบบไม่มีค่าใช้จ่ายจากแหล่งอื่น ไม่ว่าจะเป็น แพลตฟอร์ม เว็บไซต์ หรือการเรียนผ่านไลฟ์ต่างๆ โดยกำหนดเป้าหมายให้พนักงานในธุรกิจโรงแรมมีการเข้าเรียนหลักสูตรออนไลน์อย่างน้อย 10 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

### การประเมินผลสำเร็จจากการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

พนักงานสามารถนำความรู้และเทคนิคจากการฝึกอบรม มาปรับใช้ในการทำงาน เพื่อเกิดประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น รวมไปถึงสามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้อีกด้วย เช่น การฝึกอบรมหัวข้อ Be Proactive – The Power of Effectiveness (บีโปรแอคทีฟ - พลังสู่ความมีประสิทธิภาพ) พนักงานได้มีการฝึกคิด มีสติ-สติรู้รับผิดชอบ

ในการกระทำและยอมรับผลลัพธ์ที่ตามมา, การฝึกอบรมในหัวข้อ Being a Better Coach (การเป็นโค้ชที่ดี) ช่วยให้พนักงานได้รู้เทคนิคการเป็นหัวหน้างานในรูปแบบต่างๆ สอดคล้องกับบุคลิกลักษณะของพนักงานที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง ส่งผลถึงการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในหน่วยงานของตนเอง



จำนวนหลักสูตรที่มีการจัดอบรม สำหรับธุรกิจโรงแรม

- การฝึกอบรมออนไลน์
- การฝึกอบรมแบบออฟไลน์



จำนวนพนักงานที่เข้าอบรม



จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน

84 ชั่วโมงต่อคนต่อปี



ค่าใช้จ่ายในการจัดอบรมปี 2564

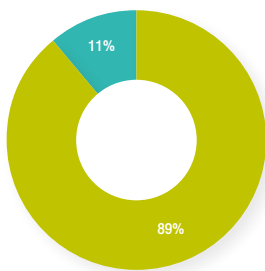
7,584,022.84 บาท

สำหรับแผนการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในธุรกิจอาหาร แผนการพัฒนาพนักงานถูกออกแบบตามสมรรถนะ (Competency) ที่ตอบสนองเป้าหมาย 3 ประการสำคัญ คือ 1) ทิศทางของธุรกิจ 2) แนวโน้มการทำงานในปัจจุบันและอนาคต 3) ความจำเป็นของพนักงานในการทำงาน โดยมีกลุ่มหลักสูตร 5 กลุ่มประกอบด้วย กลุ่มหลักสูตรภาคบังคับ (Compulsory) กลุ่มหลักสูตรพัฒนาผู้นำและธุรกิจ (Management & Leadership) กลุ่มหลักสูตรพัฒนาทักษะทางด้านดิจิทัลและทักษะอนาคต (Digital & Future Skill) และกลุ่มหลักสูตรเฉพาะทางในการทำงาน (Functional) ในการจัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานในธุรกิจอาหาร แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลักสูตร ดังนี้ หลักสูตรโปรแกรมก่อนเริ่มงาน (On boarding Program) 2 หลักสูตร หลักสูตรภาคบังคับ (Compulsory) 10 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพัฒนาผู้นำและธุรกิจ (Management & Leadership) 14 หลักสูตร หลักสูตรพัฒนาทักษะทางด้านดิจิทัลและทักษะอนาคต (Digital & Future Skill) 17 หลักสูตร และหลักสูตรเฉพาะทางในการทำงาน (Functional) 4 หลักสูตร ได้มีการปรับรูปแบบการเรียนรู้จาก onsite สู่การเรียนรู้ทาง online และบางหลักสูตรที่มีการจัดแบบ onsite จะมีการเข้มงวดในการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งวิทยากร ผู้เข้าอบรม ทุกคนต้องตรง ATK ก่อนเข้าอบรม ตรวจวัดอุณหภูมิก่อนขึ้นอาคาร จัดตั้งแอลกอฮอล์ให้ฉีดทำความสะอาดจุด จัดระยะห่างของผู้เข้าอบรม เป็นต้น

## การประเมินผลสำเร็จจากการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

พนักงานกลุ่มปฏิบัติการได้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุวกิจาอาหารและได้รับวุฒิตั้งหมด 9,158 คน พนักงานได้มีโอกาสเรียนรู้และพัฒนาตนเองจากหลักสูตรใหม่ ๆ ที่เพิ่มเติมขึ้นทางออนไลน์ โดยเฉพาะหลักสูตรทาง Digital Skills ที่มีการจัดให้มากถึง 17 หลักสูตร พนักงานได้มีโอกาสเรียนรู้จากกลุ่มหลักสูตรต่างๆ

ทั้งที่เป็น Core Courses และ Management and Leadership ที่มุ่งตอบสนองต่อความจำเป็นในการใช้งานและการปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพ และจัดอบรมหลักสูตรเฉพาะของฝ่ายหรือแบรนด์ต่าง ๆ จำนวน 12 หลักสูตร



จำนวนหลักสูตรที่มีการจัดอบรมสำหรับธุรกิจอาหาร

- การฝึกอบรมออนไลน์
- การฝึกอบรมแบบออฟไลน์



100%

จำนวนพนักงานที่เข้าอบรม



3.7 HOURS

จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน

🕒 3.7 ชั่วโมงต่อคนต่อปี



4 HOURS

จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมของพนักงานชาย

🕒 5.8 ชั่วโมงต่อคนต่อปี



3.61 HOURS

จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมของพนักงานหญิง

🕒 5.8 ชั่วโมงต่อคนต่อปี



5.8 HOURS

จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมของพนักงาน ระดับผู้บริหาร

🕒 5.8 ชั่วโมงต่อคนต่อปี



ค่าใช้จ่ายในการจัดอบรมปี 2564

💰 7,104,300 บาท

## โครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนานักงานที่มีศักยภาพ (Talent Development and Succession Plan)

ปี 2564 **ธุรกิจโรงแรม** ได้ดำเนินโครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนานักงานที่มีศักยภาพ (Talent Development and Succession Plan) นี้ทางโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราได้มีการดำเนินการคัดเลือกพนักงานที่มีศักยภาพ (Talents) โดยหัวหน้างานและผู้บริหารตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยการพัฒนาเริ่มจากการเรียนรู้การเขียนแผนพัฒนาในอาชีพการงานรายบุคคล (Individual Career Development Plan), เขียนเป้าหมายและแผนการพัฒนาในตนเอง ฝึกอบรมและพัฒนาตามแผนที่วางเอาไว้ โดยข้อมูลจะถูกอัปเดตทุกๆ 3-4 เดือน เพื่อทำให้มั่นใจว่า ผู้เข้าร่วมโครงการได้พัฒนาตนเองตามแผนที่วางเอาไว้ได้อย่างถูกต้อง โดยในปีนี้มีพนักงานได้รับการคัดเลือกเข้าโครงการทั้งสิ้น จำนวน 70 คน

**ธุรกิจอาหาร** ได้จัดทำแผนพัฒนาเพื่อเป้าหมายทางอาชีพรายบุคคล (Individual Career Development Plan) เช่นเดียวกัน และสนับสนุนให้มีการพัฒนาโดยมุ่งเน้นการสอนงาน และการลงมือปฏิบัติงานจริง โดยพิจารณาจากเป้าหมายทางอาชีพของพนักงาน เช่น การมอบหมายโครงการ การโอนย้ายหรือทำงานข้ามสายงาน การเป็นตัวแทนผู้บังคับบัญชา ฯลฯ ให้กับกลุ่มพนักงานที่มีศักยภาพจำนวน 116 คน นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาส่งพนักงานไปอบรมในหลักสูตรพิเศษของทาง Central Group ได้แก่ Leader as Coach, Management Development Program 1-2 เป็นต้น เพื่อเพิ่มเติมพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

## ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและคุณภาพชีวิต

บริษัทตั้งเป้าในการขับเคลื่อนองค์กรให้ปราศจากอุบัติเหตุและลดจำนวนผู้ได้รับบาดเจ็บจากการทำงาน การลดความเสี่ยงที่นำไปสู่ความสูญเสียต่อชีวิต การบาดเจ็บ ความเจ็บป่วยจากการทำงานของพนักงาน โดยดูแลเรื่องชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานของพนักงาน รวมถึงจัดทำแนวทางการจัดการและแนวทางปฏิบัติตามมาตรฐานในระดับสากล พร้อมทั้งสร้างทัศนคติ และความตระหนักในด้านชีวอนามัยและความปลอดภัยให้กับพนักงานและผู้เกี่ยวข้อง มีกระบวนการส่งเสริมสุขภาพที่ดีของพนักงาน และประเมินความเสี่ยงในกิจกรรมการดำเนินงานของบริษัทฯ พร้อมทั้งการทบทวนมาตรการควบคุมและป้องกันอย่างต่อเนื่อง บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม เพื่อปฏิบัติงานตามแนวทางที่บริษัทกำหนด จัดอบรมให้มีความรู้ด้านชีวอนามัยและความปลอดภัยให้กับพนักงานแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน จัดให้พนักงานทุกคนเข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี โดยมีโปรแกรมการตรวจสุขภาพพิเศษเฉพาะกลุ่มพนักงานที่ต้องสัมผัสสารอย่างใกล้ชิด เพื่อความปลอดภัยต่อตัวพนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ และจัดให้พนักงานกลุ่มปฏิบัติการของธุรกิจโรงแรม เข้ารับการอบรมเรื่องความปลอดภัย และชีวอนามัย จำนวน 7,166 คน โดยจัดอบรมในเรื่องการหนีไฟ (Fire Training) 1,272 คน หลักสูตร Centara Complete Care 1,508 คน หลักสูตร Food Hygiene and Food Safety 1,763 คน อบรม

ความรู้เรื่องโรคโควิด-19 จำนวน 2,517 คน หลักสูตร Chemical 46 คน และ หลักสูตร Safe Steps 60 คน สำหรับธุรกิจอาหารเข้าอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารและได้รับวุฒิบัตรทั้งหมด 9,158 คน และหลักสูตร Safety for Staff CRG 2021 ทั้งหมด 29 รุ่น จำนวน 1,460 คน

นอกเหนือจากการอบรมความรู้ในด้านต่างๆแล้ว บริษัทได้จัดเตรียมห้องพยาบาลพร้อมแพทย์ และพยาบาลวิชาชีพ ในการดูแลอาการเจ็บป่วย หรือการเจ็บป่วยจากอุบัติเหตุเบื้องต้น ก่อนส่งต่อไปยังสถานพยาบาลในกรณีที่ต้องใช้อุปกรณ์เครื่องมือเฉพาะทางการแพทย์ บริษัทได้มีการทบทวนแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยเพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานสากลเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดียิ่งขึ้นพร้อมจัดทำแผนการรับมือในเรื่องความปลอดภัยไว้ด้วย ผู้บริหารให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยในสุขภาพของพนักงานช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จึงได้จัดทำนโยบาย Work from Home และแนวทางปฏิบัติเรื่องการทำงานจากที่บ้าน การจัดระบบการทำงานแบบแบ่งทีม A และ ทีม B เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อระหว่างทีมงาน การจัดเตรียมอุปกรณ์ทำความสะอาด ชุดตรวจ ATK เพื่อให้พนักงานคัดกรองตัวเองก่อนเข้าพื้นที่ทำงาน เป็นต้น



## การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกรูปแบบ ให้ความสำคัญและยึดหลักการปฏิบัติในเรื่องสิทธิมนุษยชนตามกรอบนโยบายสิทธิมนุษยชน เคารพเกียรติและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ต่อกันอย่างเท่าเทียมตามหลักกฎหมาย และหลักการสากลแห่งสหประชาชาติด้านธุรกิจและสิทธิมนุษยชนและหลักการการปฏิบัติตามกรอบการคุ้มครอง เคารพ เยียวยา (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights : Implementing the Protect, Respect, Remedy Framework (UNGPs) และหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization; ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) โดยไม่เลือกปฏิบัติด้วยเหตุแห่งเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สปีชีส์ ภาษา เผ่าพันธุ์ หรือสถานะอื่นใด จัดทำนโยบายการคุ้มครองเด็ก (Child Protection Policy) และกำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิเด็กเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ หลังจากได้ับริษัทได้ส่งพนักงานเข้าอบรมหลักสูตร Better Business for Children : Advanced Course โดยองค์การยูนิเซฟ ประเทศไทย บริษัทได้ดำเนินงานตามกรอบแนวปฏิบัติ “สิทธิเด็กและหลักปฏิบัติทางธุรกิจ (Children’s

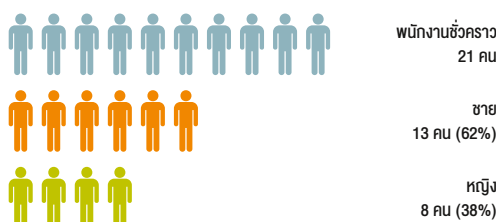
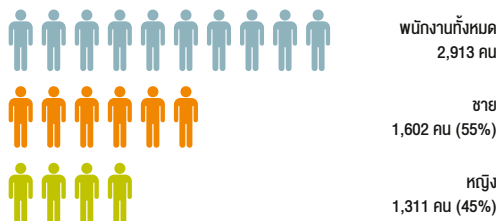
Rights and Business Principles - CRBP)” โดยองค์การยูนิเซฟเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (องค์การยูนิเซฟ) ในหัวข้อการส่งเสริมให้เด็กเข้าถึงบริการที่มีความปลอดภัย จัดทำ Kids Area พื้นที่ให้บริการสำหรับเด็ก อาทิ Kids Club และ Kids Spa รวมไปถึง Kids Menu เพื่อให้เด็กสามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการเช่นเดียวกับผู้ใหญ่ นอกจากนี้บริษัทได้ดำเนินการเรื่องส่งเสริมความเสมอภาคและจัดการเลือกปฏิบัติ โดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ เท่าเทียมระหว่างเพศ อาทิเช่น การประกาศรับสมัครงานและการกำหนดคุณสมบัติผู้สมัครงานไม่มีการระบุเพศโดยกำเนิด หรือเพศสภาพ/เพศภาวะ เปิดโอกาสให้มีการสรรหาพนักงานทั้งเพศชาย เพศหญิงในทุกระดับตำแหน่งงาน และให้ความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศในที่ทำงาน โดยมีการจัดทำแนวปฏิบัติเพื่อพนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การล่วงละเมิดหรือการคุกคามทางเพศในที่ทำงาน

บริษัทได้เตรียมวางแผนในการดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนรอบด้านต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ เพื่อระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนพร้อมทั้งหาแนวทางแนวทางป้องกันหรือลดความเสี่ยง ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการ

## ข้อมูลพนักงาน

### จำนวนพนักงาน(ไม่นับรวมพนักงาน Part-time)

#### • ธุรกิจโรงแรม

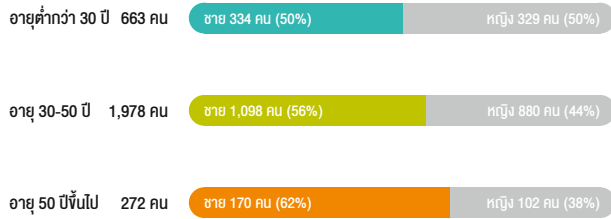


#### • ธุรกิจอาหาร

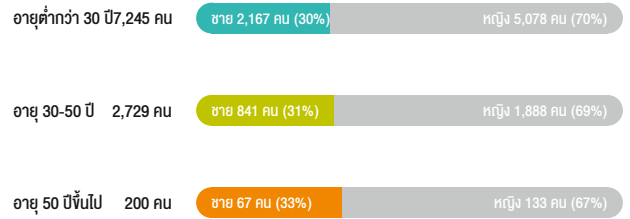


## จำนวนพนักงานแบ่งตามอายุ

### • ธุรกิจโรงแรม

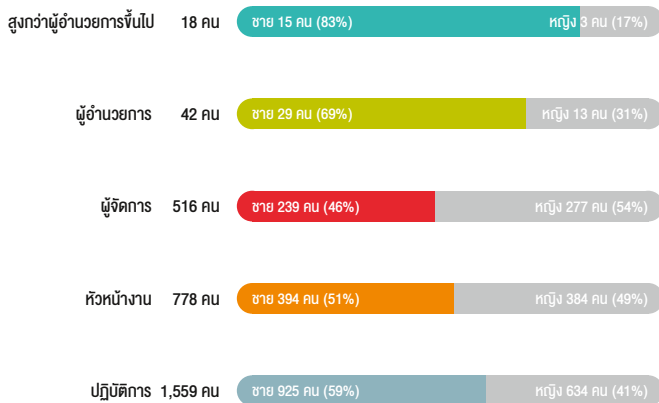


### • ธุรกิจอาหาร

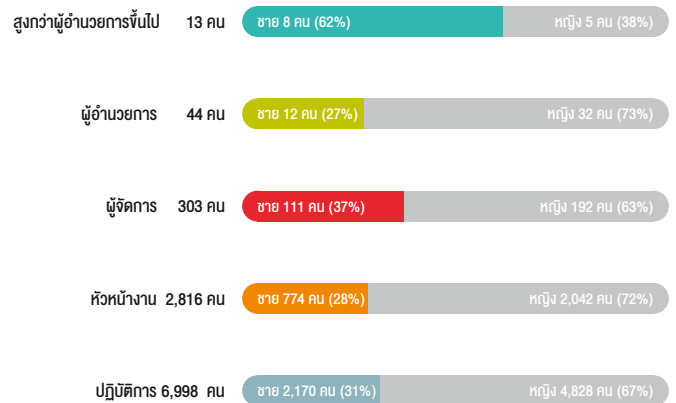


## จำนวนพนักงานแบ่งตามระดับงาน

### • ธุรกิจโรงแรม

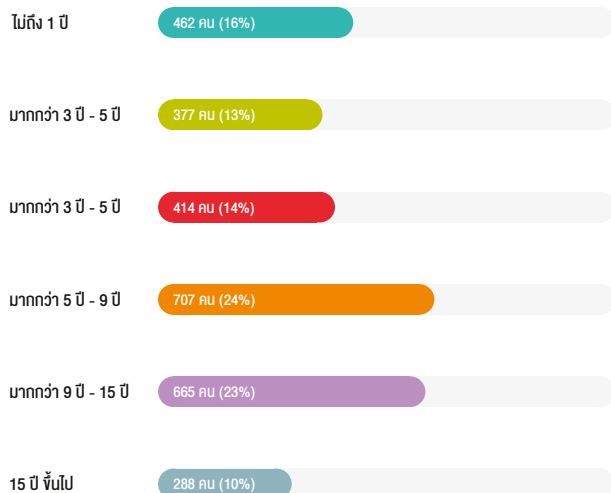


### • ธุรกิจอาหาร

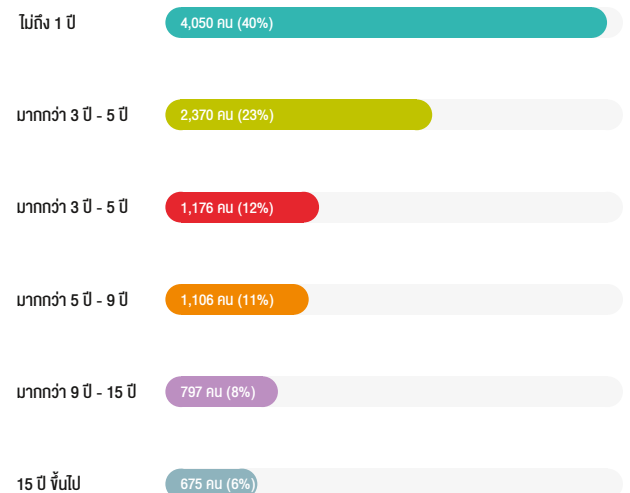


## จำนวนพนักงานแบ่งตามอายุงาน

### • ธุรกิจโรงแรม

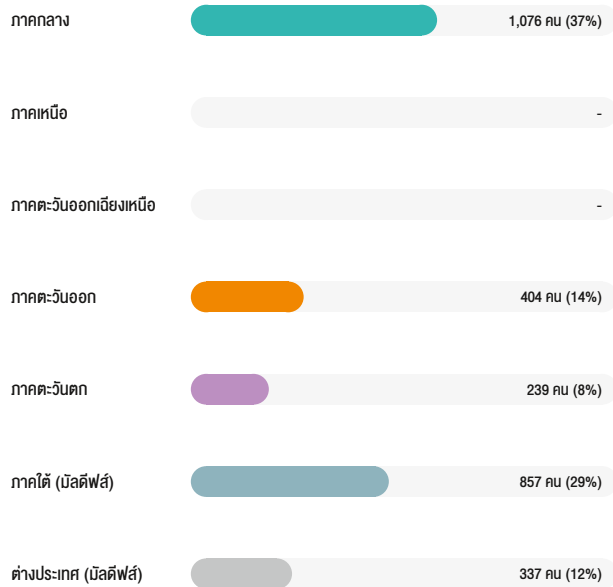


### • ธุรกิจอาหาร

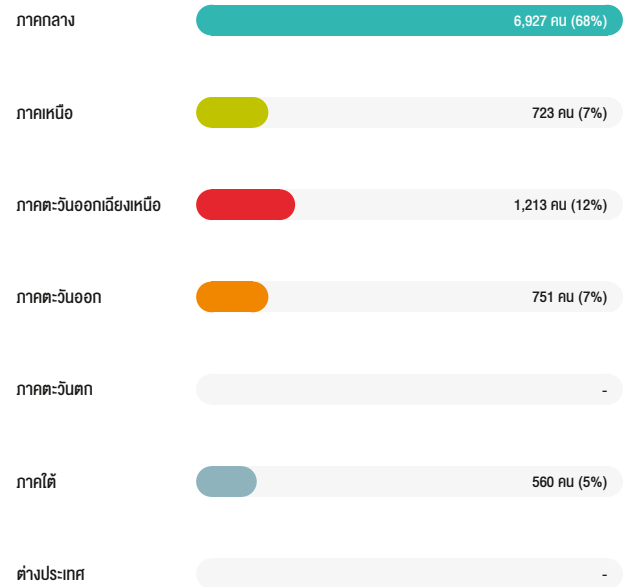


## จำนวนพนักงานแบ่งตามภูมิภาค

### • ธุรกิจโรงแรม

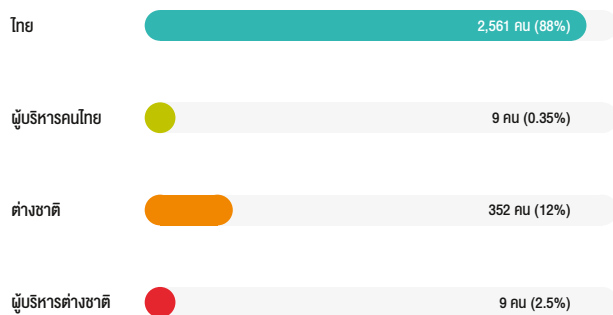


### • ธุรกิจอาหาร

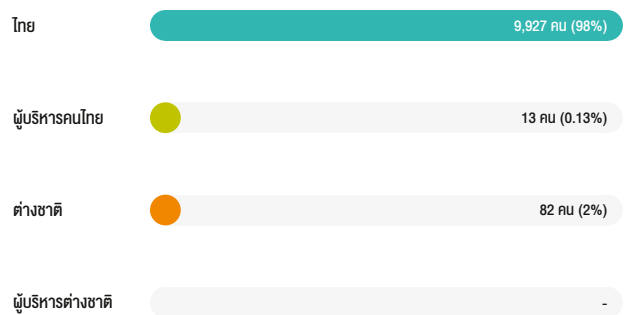


## จำนวนพนักงานแบ่งตามเชื้อชาติ

### • ธุรกิจโรงแรม



### • ธุรกิจอาหาร

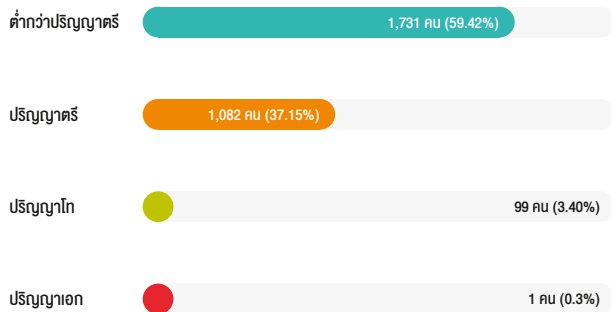


\* พนักงานต่างชาติในธุรกิจโรงแรม: 33 เชื้อชาติ - กัมพูชา, คาซัคสถาน, เคนยา, แคนาดา, จีน, ตีตซ์, เบลารุส, ญี่ปุ่น, ฝรั่งเศส, ฟิลิปปินส์, บังกลาเทศ, เบลารุส, ปากีสถาน, มัลดีฟส์, มาเลเซีย, เมียนมา, เวียดนาม, เยอรมัน, รัสเซีย, เลบานอน, สวิสเซอร์แลนด์, สวีเดน, สเปน, ศรีลังกา, อเมริกา, อังกฤษ, อิตาลี, อียิปต์, อิหร่าน, อินเดีย, อินโดนีเซีย, ออสเตรเลีย, ออสเตรีย

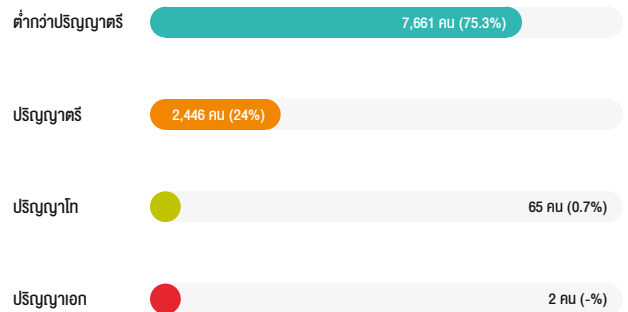
\*\* พนักงานต่างชาติในธุรกิจอาหาร: 4 เชื้อชาติ - จีน, ญี่ปุ่น, พม่า, ลาว

## จำนวนพนักงานแบ่งตามระดับการศึกษา

### ธุรกิจโรงแรม

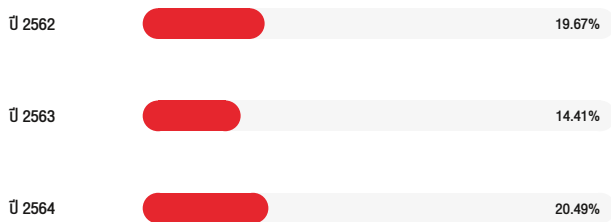


### ธุรกิจอาหาร

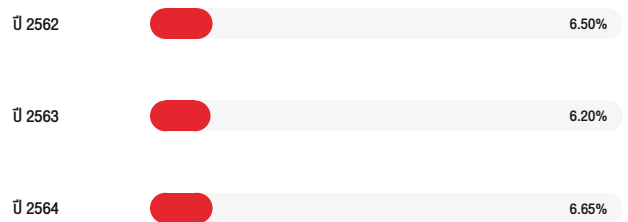


## อัตราการลาออกของพนักงาน

### ธุรกิจโรงแรม

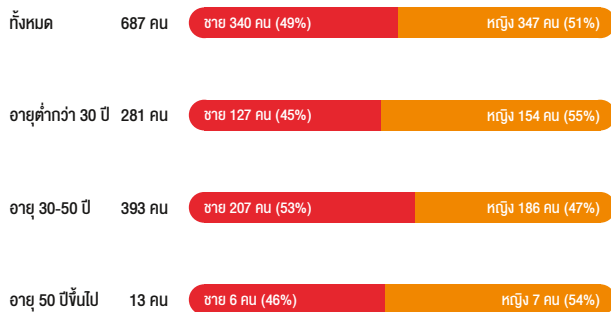


### ธุรกิจอาหาร

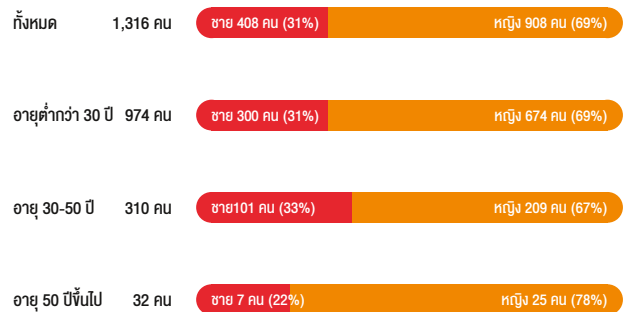


## จำนวนพนักงานลาออก

### ธุรกิจโรงแรม

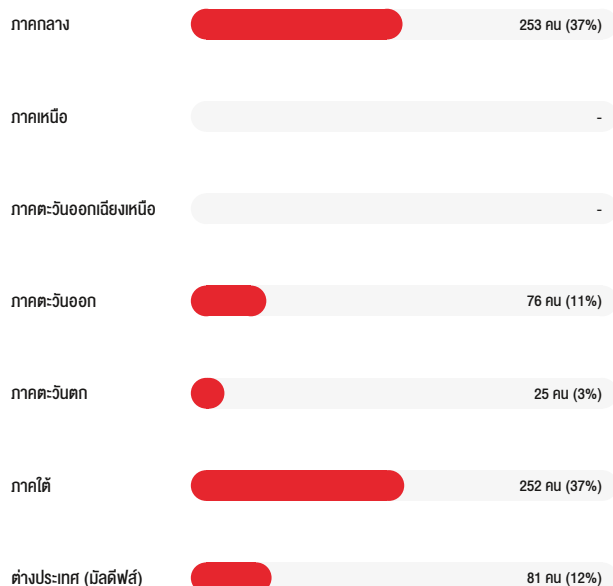


### ธุรกิจอาหาร

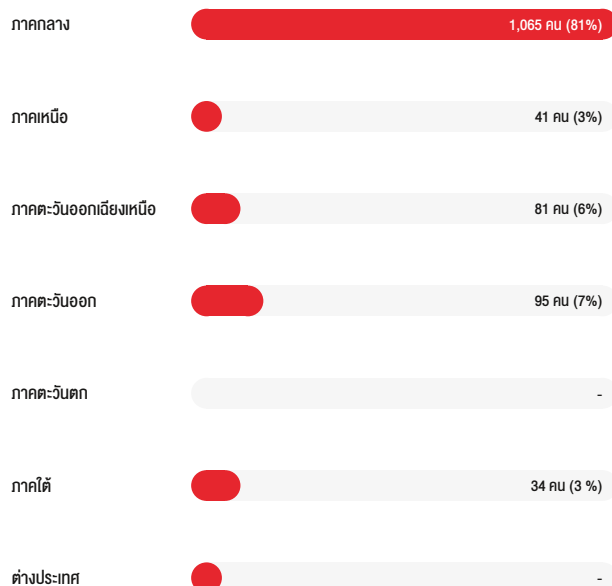


## จำนวนพนักงานลาออกแบ่งตามภูมิภาค

### • ธุรกิจโรงแรม



### • ธุรกิจอาหาร



## จำนวนพนักงานลาออกแบ่งตามเชื้อชาติ

### • ธุรกิจโรงแรม



### • ธุรกิจอาหาร

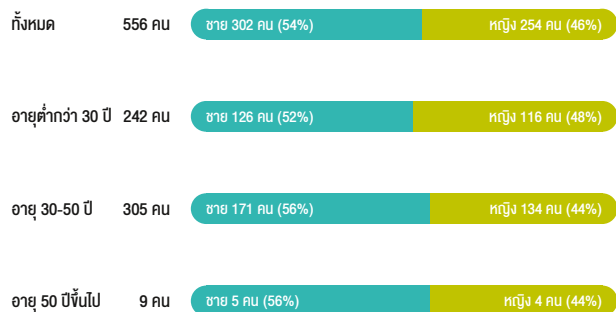


\* พนักงานต่างชาติธุรกิจโรงแรมที่ลาออก: 15 - เชื้อชาติ คาซัคสถาน, แคนาดา, จีน, ฝรั่งเศส, ฟิลิปปินส์, เปรู, เบลารุส, ภูฏาน, มัลดีฟส์, ศรีลังกา, อเมริกา, อินเดีย, อินโดนีเซีย, อียิปต์, ออสเตรเลีย

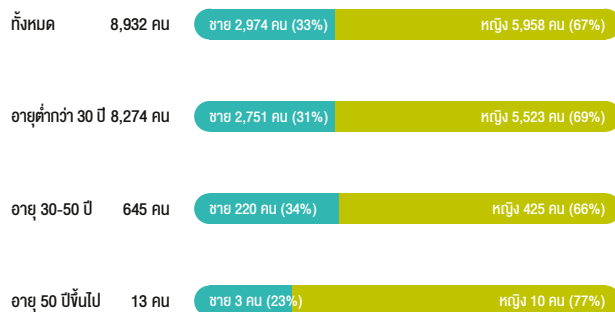
\*\* พนักงานต่างชาติธุรกิจอาหารที่ลาออก: 3 - เชื้อชาติ เมียนมา, ญี่ปุ่น, พม่า, ลาว

## จำนวนพนักงานเข้าใหม่ปี 2564

### • ธุรกิจโรงแรม

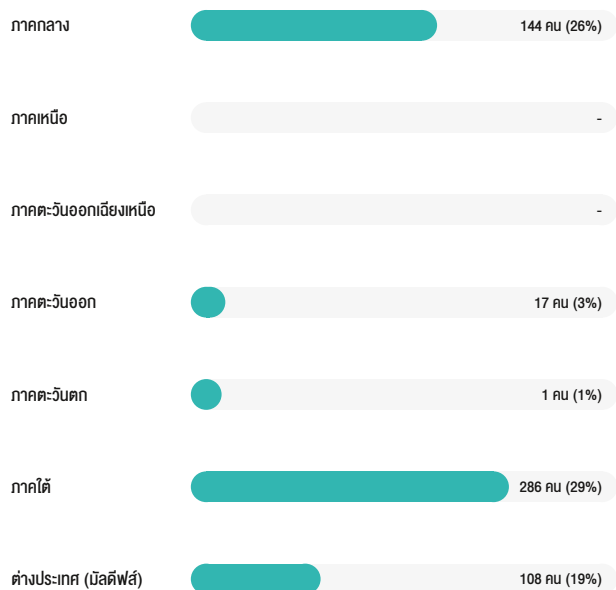


### • ธุรกิจอาหาร

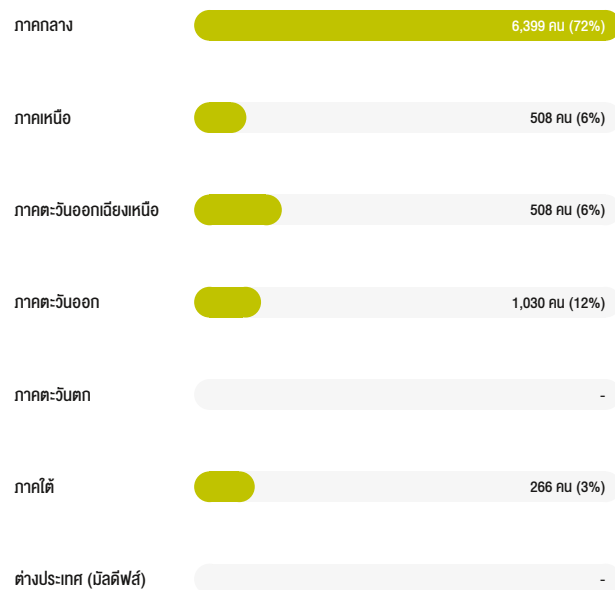


## จำนวนพนักงานเข้าใหม่แบ่งตามภูมิภาค

### • ธุรกิจโรงแรม

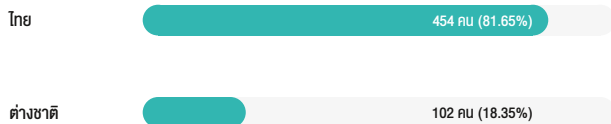


### • ธุรกิจอาหาร

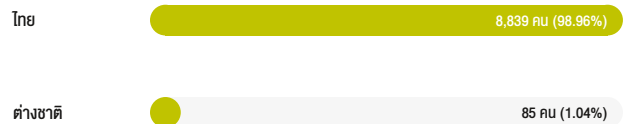


## จำนวนพนักงานเข้าใหม่แบ่งตามเชื้อชาติ

### • ธุรกิจโรงแรม



### • ธุรกิจอาหาร

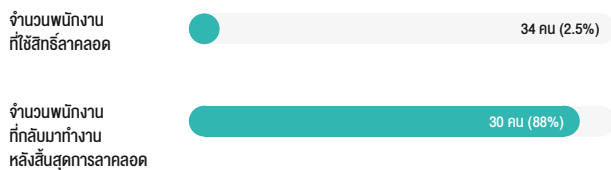


\* พนักงานต่างชาติที่เข้าใหม่ในธุรกิจโรงแรม: 7 เชื้อชาติ - กัมพูชา, คาซัคสถาน, แคนาดา, ญี่ปุ่น, เนปาล, บังกลาเทศ, ปากีสถาน, ฟิลิปปินส์, มัลดีฟส์, แयरบัน, สิงคโปร์, ศรีลังกา, อเมริกา, อิตาลี, อิหร่าน, อินเดีย, อียิปต์

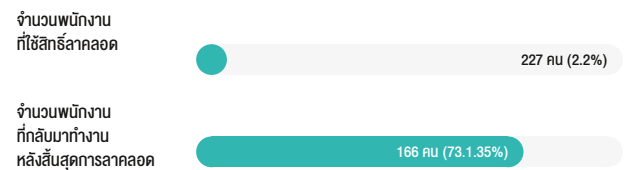
\*\* พนักงานต่างชาติที่เข้าใหม่ในธุรกิจอาหาร: 2 เชื้อชาติ - เมียนมา, ลาว

## จำนวนพนักงานลาออก

### • ธุรกิจโรงแรม



### • ธุรกิจอาหาร

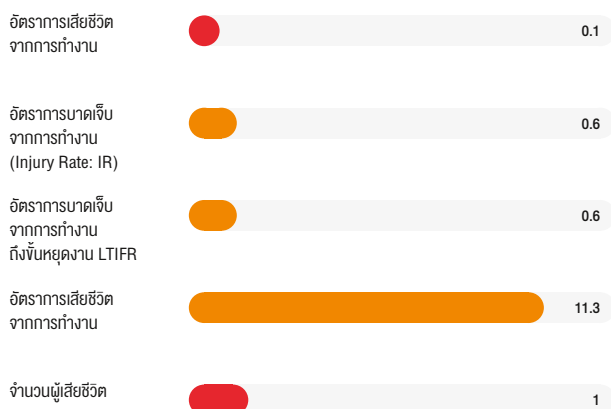


## ข้อมูลด้านชวอนามัยและความปลอดภัย

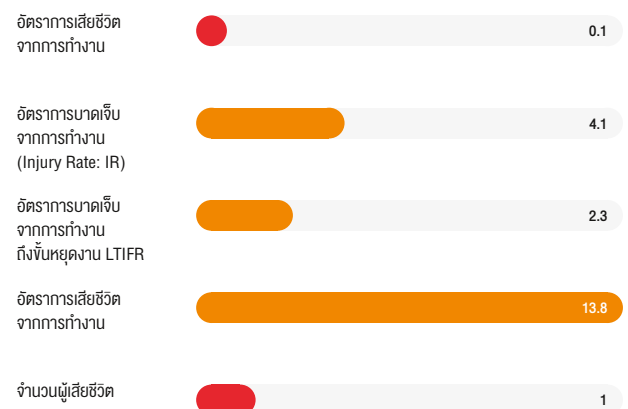


อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน  
(ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชั่วโมง)

### • ธุรกิจโรงแรม



### • ธุรกิจอาหาร



จำนวนวันลาป่วยของพนักงาน  
ทั้งหมด 1,219 วัน



จำนวนวันลาป่วยของพนักงาน  
ทั้งหมด 1,566 วัน

## อัตราส่วนเงินเดือนและค่าตอบแทนพื้นฐานเฉพาะระหว่างพนักงานชายและหญิง

### • ธุรกิจโรงแรม

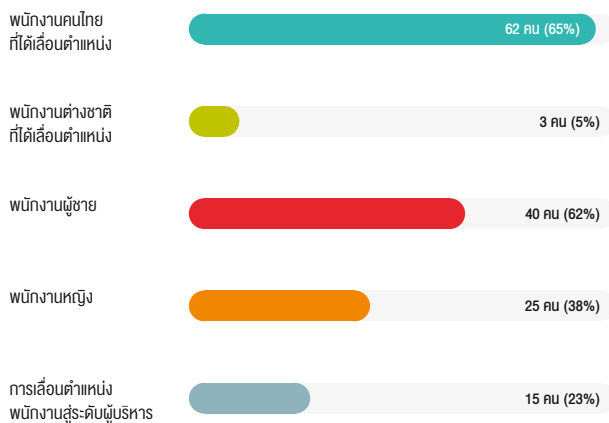


### • ธุรกิจอาหาร

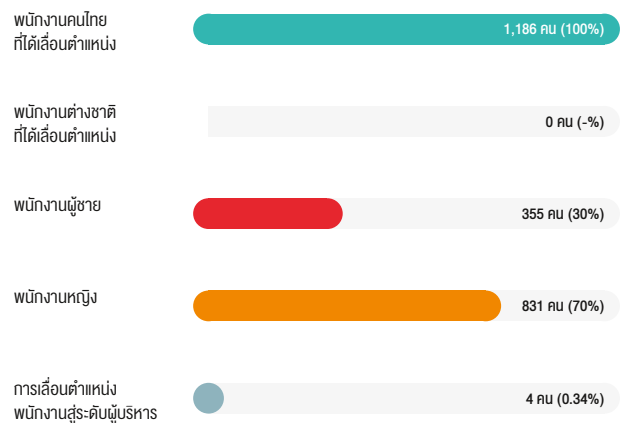


## การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน

### • ธุรกิจโรงแรม

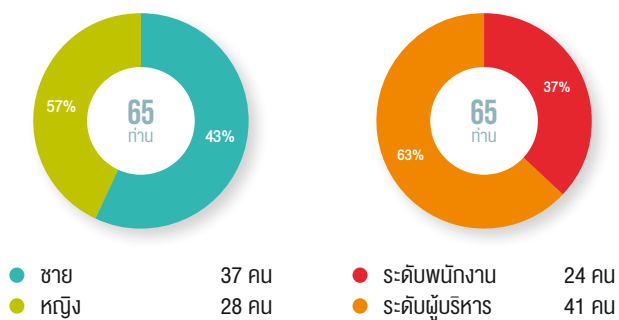


### • ธุรกิจอาหาร



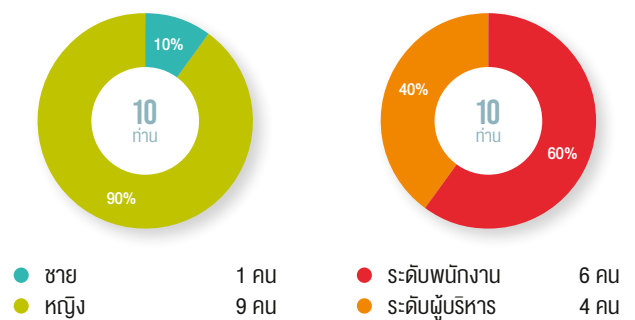
## การจ้างงานผู้สูงอายุ

### • ธุรกิจโรงแรม



💰 ค่าใช้จ่าย 46,000,000 บาท

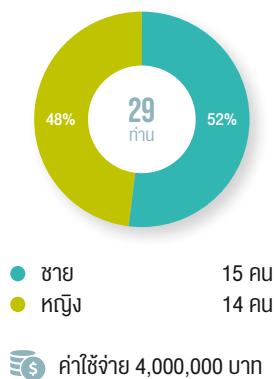
### • ธุรกิจอาหาร



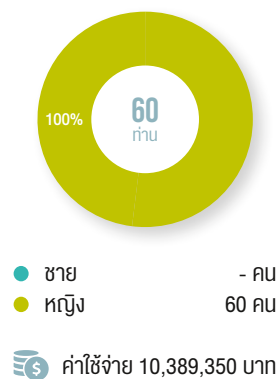
💰 ค่าใช้จ่าย 773,620 บาท

## การจ้างงานผู้พิการ

### • ธุรกิจโรงแรม



### • ธุรกิจอาหาร



## ข้อร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านแรงงาน

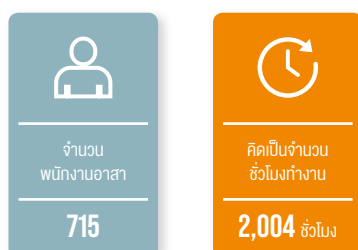
### • ธุรกิจโรงแรม



### • ธุรกิจอาหาร



## จำนวนพนักงานอาสาที่ไปร่วมกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์



## การสนับสนุนโครงการฝึกงานนักเรียนนักศึกษา

**ธุรกิจโรงแรม** ได้ดำเนินโครงการความร่วมมือกับสถานศึกษา โดยร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัลและ มหาวิทยาลัยมหิดล ในการดำเนินโครงการ “การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ ผ่านการฝึกอบรบในหลักสูตรการฝึกงานการโรงแรมสำหรับผู้พิการ มหาวิทยาลัยมหิดล” ต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 ปี จาก ปี 2563 โดยจะสิ้นสุดโครงการในปี 2565 และจัดทำโครงการรับนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาทั่วประเทศเข้ามาฝึกงาน

**ธุรกิจอาหาร** ได้ดำเนินโครงการทวิภาคี สหกิจศึกษาและฝึกงาน โดยความร่วมมือกับระหว่าง CRG และสถาบันการศึกษา 332 แห่งทั่วประเทศ เพื่อพัฒนานักเรียน นักศึกษาให้มีคุณภาพ ทั้งการศึกษาด้านทฤษฎีจากสถาบันการศึกษาและการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ พัฒนากิจกรรมวิชาชีพจากการปฏิบัติงานจริงที่สถานประกอบการ เพื่อมอบโอกาสทางการศึกษาให้นักศึกษากว่า 1,300 คนต่อปี ตั้งแต่ระดับปวช., ปวส., ปริญญาตรี จนถึงระดับปริญญาโท พร้อมมอบทุนการศึกษาตลอดหลักสูตร

ในปีพ.ศ. 2564 ธุรกิจอาหารได้ดำเนินการรับนักศึกษาทวิภาคี สหกิจศึกษาและฝึกงาน สำหรับเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพอย่างต่อเนื่อง จำนวนรวม 900 คน ภายใต้มาตรการความปลอดภัย กระทรวงสาธารณสุข เพื่อสร้างความปลอดภัยและ

## การดำเนินงานการสนับสนุนและพัฒนาสังคม

**ธุรกิจโรงแรม** ได้มีส่วนช่วยเหลือสังคมภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ด้วยการเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนห้องพัก และอาหารจากเชนการาแกรนด์เซ็นทรัลเวิลด์และเชนการาแกรนด์เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว จำนวน 8,786 ห้องให้กับบุคลากรทางการแพทย์ที่ทำงานในศูนย์บริการคัดกรองป้องกันโควิด-19 นอกสถานพยาบาล รวมมูลค่า 22,533,440 บาท สนับสนุน ผ้าปูที่นอน จำนวน 380 ผืน และปลอกหมอน จำนวน 84 ใบ จาก 3 โรงแรม คือ โรงแรมเชนการาแกรนด์ เซ็นทรัล โรงแรมเชนการา บาย เชนการา ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ โรงแรมเชนการา บาย เชนการา มาริส รีสอร์ท จอมเทียน เพื่อต่อกับศูนย์พักคอยเพื่อส่งต่อผู้ป่วยโควิดเข้ารักษาในโรงพยาบาล (Community Isolation) เจตบางแค และโรงแรมเชนการาแกรนด์ เซ็นทรัลเวิลด์ สนับสนุน อุปกรณ์สำหรับศูนย์พักคอยผู้ป่วยโควิด-19 ณ โรงเรียนวัดบรมนิวาส เจตปทุมวันเป็นผ้าปูที่นอน จำนวน 200 ผืน ผ้าเช็ดตัว 200 ผืน และปลอกหมอน จำนวน 200 ใบ

ตามโรงแรมต่างๆ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 785 คน และเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลให้มีข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ และการดำเนินการตามมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 ทางบริษัทได้คำนึงถึงความปลอดภัยของนักศึกษา รวมไปถึงพนักงานทุกคน จึงทำให้ในปี 2564 นั้น มีการระงับโครงการความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาในต่างประเทศกับบริษัทไว้ชั่วคราว

ความมั่นใจในการรับ-ส่งนักเรียน นักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพจากผู้ปกครองและสถาบันการศึกษา โดยการปรับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์ และปฐมนิเทศ นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้วยระบบ Online 100% เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โดยนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับความรู้ ประสบการณ์ทักษะจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและในประกาศนียบัตรวิชาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา พร้อมทั้งสามารถเติบโตในสายงานเป็นพนักงานของ ในธุรกิจอาหารได้ทันทีโดยนับอายุงานต่อเนื่อง เพื่อสร้างผู้บริหารรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ “มากกว่าประสบการณ์ที่ได้จากการฝึกงานคือโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ”

**ธุรกิจอาหาร** ได้ดำเนินการสนับสนุนช่วยเหลือ พัฒนาชุมชนและสังคม ในปี 2564 จำนวนเงิน 131,913,508 บาท โดยมีโครงการต่างๆ ดังนี้ ด้านการศึกษา มอบทุนการศึกษาให้กับนักศึกษาทวิภาคี ปีพ.ศ. 2564 จำนวน 122 ทุนการศึกษา จำนวนเงิน 1,505,500 บาท เพื่อสนับสนุนการศึกษาและเปิดโอกาสทางการศึกษาให้กับนักศึกษาทุกกลุ่มทั่วประเทศ ด้านส่งเสริมการสร้างอาชีพคนพิการ (คนנדว) ส่งเสริมการสร้างอาชีพให้กับผู้พิการทางการมองเห็น ที่มีความชำนาญและประสบการณ์ด้านการนวดแผนไทย โดยการทำงานเป็นพนักงานนวดประจำธุรกิจจำนวน 3 คน จำนวนเงิน 290,067 บาท (มีนาคม-ธันวาคม 2564) โครงการทวิภาคี สหกิจศึกษาและฝึกงาน ปีพ.ศ. 2564 จำนวนนักศึกษา 901 คน งบประมาณในการจัดทำโครงการ 123,168,920 บาท โครงการจ้างงานเด็กจบใหม่ Co-Payment ร่วมกับกระทรวงแรงงาน จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 100 คน งบประมาณในการจัดทำโครงการ 5,235,345.62 บาท (ข้อมูล ณ 20 ต.ค. 2564)



นอกจากนี้ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารได้ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัลในการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนช่วยเหลือสังคมภายใต้ CENTRAL THAM ในโครงการต่างๆ ดังต่อไปนี้ การส่งเสริมการฝึกงานสร้างอาชีพและเสริมทักษะชีวิตให้คนพิการ CRG ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัล ส่งเสริมการฝึกงานสร้างอาชีพและเสริมทักษะชีวิตให้คนพิการ โดยความร่วมมือทางการศึกษากับวิทยาลัยราชสุดา มหาวิทยาลัยมหิดล ในการให้โอกาสคนพิการเข้ามาเรียนรู้และพัฒนาทักษะอาชีพด้านการบริการ ซึ่งในปี 2564

CRG ได้รับนักศึกษาเข้าฝึกงานในกลุ่มเซ็นทรัลจำนวน 13 คน งบประมาณสำหรับการฝึกอบรมสร้างอาชีพ จำนวนเงิน 1,713,675 บาท และยังร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัลช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยจากพายุไต้ฝุ่นไห่ใน 9 จังหวัด ประกอบด้วย พืชผลโลก เพชรบูรณ์ ตาก ชัยภูมิ นครราชสีมา ขอนแก่น ลพบุรี อุรุธยา และจันทบุรี โดยมอบถุงยังชีพและอุปกรณ์ที่จำเป็นในยามวิกฤติ จำนวน 1,900 ชุด ให้กับผู้ประสบอุทกภัย 7,600 คน รวมมูลค่าทั้งสิ้น 613,700 บาท

## มิติสิ่งแวดล้อม

### เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

|                                                                                     |                                                                                            |                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม                                                       | ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการดำเนินงาน<br>ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร             | 91,597.47 MTCO2e                                                                                                       |
|    |                                                                                            |                                                                                                                        |
| เป้าประสงค์ที่ 9.4 /<br>ตัวชี้วัด 9.4.1                                             | ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม                                                             | 1,640.67 MTCO2e                                                                                                        |
|  |                                                                                            |                                                                                                                        |
| เป้าประสงค์ที่ 11.6. /<br>ตัวชี้วัด 11.6.1                                          | ติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มในส่วนธุรกิจอาหาร                                          | 2 แห่ง                                                                                                                 |
|  |                                                                                            |                                                                                                                        |
| เป้าประสงค์ที่ 12.3 และ 12.5 /<br>ตัวชี้วัด 12.3 และ 12.5.1                         | ปริมาณขยะฝังกลบ ของธุรกิจโรงแรม<br>ลดลง 20 % จากปี 2562                                    |  61%                              |
|  |                                                                                            |                                                                                                                        |
| เป้าประสงค์ที่ 13.3 /<br>ตัวชี้วัด 13.3.1                                           | อัตราขยะรีไซเคิลมากกว่า 50 %                                                               |  37%                              |
|                                                                                     | การบริจาคอาหารส่วนเกิน (Surplus Food)<br>ให้กับผู้ยากไร้ เพื่อลดปริมาณขยะและก๊าซเรือนกระจก |  15,234.65 กก.<br>รวม 68,442 มื้อ |



ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย



มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย



อยู่ระหว่างการดำเนินการ



CENTEL มีการพัฒนายโยบายและวิธีปฏิบัติด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับแบบแผนต่างๆ บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจหลักขณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยที่บริษัทฯ (1) บริหารจัดการทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (2) บริหารจัดการของเสียอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ (3) กระตุ้นให้ทุกคนตระหนักถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อโลก

ของเราและเหตุใดจึงจำเป็นต้องมีการดำเนินการเพื่อลดอุณหภูมิของโลก (4) ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาวิธีการต่างๆ ในการวัดผลและบริหารจัดการความคืบหน้าด้านต่าง ๆ ในระยะเวลาทุก 1 เดือน 1 ไตรมาส และ 1 ปี ในปี 2564 บริษัทได้จัดทำนโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติม โดยมุ่งเน้นในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ ลดมลพิษและป้องกันการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ อนุรักษ์วิธีซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ เพื่อเป็นกรอบและแนวทางในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

## การจัดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม

ความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืนทำให้เรามุ่งสู่เส้นทางสู่ความสำเร็จในระยะยาว เราตระหนักและเห็นคุณค่าของชุมชนในท้องถิ่นและสภาพแวดล้อมโดยรวมในพื้นที่ที่เราเข้าไปดำเนินธุรกิจนั้นอาจได้รับผลกระทบ ในขณะเดียวกันก็นำมาซึ่งความจริงการพัฒนายและ-ความมั่นคงในทุกพื้นที่ที่เราดำเนินธุรกิจอยู่ ดังนั้นการพัฒนายอย่างยั่งยืนจึงเป็นความตั้งใจและเป็นเป้าหมายหลักในการเป็นผู้นำส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่เราเข้าไปดำเนินธุรกิจ

ในปี 2564 บริษัทได้ประกาศพันธสัญญาต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดเป้าหมายระยะยาวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และมีแผนงานระดับองค์กรเป็นระยะเวลา 10 ปี ประกอบด้วยเป้าหมายสำคัญที่สามารถวัดผลได้ 4 เป้าหมาย ได้แก่ การลดการใช้พลังงานและการใช้น้ำ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดปริมาณขยะที่ส่งไปยังหลุมฝังกลบลงทั้งหมดร้อยละ 20

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กล่าวมา เราได้ดำเนินโครงการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์พลังงานแสงอาทิตย์ ติดตั้งมอเตอร์ย้อยเพื่อช่วยในการบริหารจัดการการใช้น้ำและการใช้ไฟฟ้า รวมถึงการดำเนินโครงการพิเศษอื่น ๆ

นอกจากนี้เรายังมีมาตรการด้านการอนุรักษ์พลังงานและพัฒนาระบบทำน้ำร้อนประสิทธิภาพสูงเพื่อนำไปใช้ในทุกที่ที่สามารถติดตั้งได้ บริษัทเชื่อมั่นว่าธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทมีการปฏิบัติตามนโยบายการจัดการขยะ รวมถึงขยะอาหารอย่างเคร่งครัด

บริษัทตั้งเป้าที่จะให้โรงแรมและรีสอร์ททุกแห่งได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนระดับสากล รวมทั้งการเลิกใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งในส่วนของการบริการสำหรับผู้เข้าพักทั้งหมดภายในปี 2568 เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นต่อการดำเนินงานด้านความอย่างยั่งยืนในระยะยาวต่อไป



ในปี 2564 นี้ เซ็นทาราได้กลายเป็นกลุ่มธุรกิจโรงแรมในเอเชียกลุ่มแรกที่น่าทึ่งมาตรฐานของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (GSTC) มาเป็นกรอบและแนวปฏิบัติในระบบการจัดการด้านความยั่งยืนขององค์กร ที่เรียกว่า Centara EarthCare โดยผ่านขั้นตอนการตรวจสอบและได้รับการยอมรับจากสภา GSTC-Recognized จากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก ในมิติด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างเต็มรูปแบบ โดยเป็นมาตรฐานที่ได้พัฒนาขึ้นสำหรับภาคการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ และตลอดกระบวนการจัดการด้านความยั่งยืน เราได้กำหนดให้โรงแรมและรีสอร์ทแต่ละแห่งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้รับการรับรองและยอมรับจากองค์กรภายนอก

สำหรับการจัดเก็บข้อมูล วัดผล เปรียบเทียบ และพัฒนาความยั่งยืนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของแต่ละสถานประกอบการ เราได้นำระบบการจัดเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืนภายใต้ชื่อ Greenview Portal ซึ่งเป็นระบบที่ได้รับการยอมรับมาตรฐานจากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (GSTC) สำหรับอุตสาหกรรมบริการเข้ามาใช้นับตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา

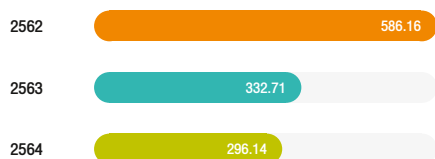
หมายเหตุ: รายงานฉบับนี้ใช้ข้อมูลปี 2562 เป็นปีฐาน (the “Baseline Year”) ซึ่งเป็นปีปกติล่าสุดนับตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และก่อนมีข้อจำกัดในการเดินทางภายในประเทศและต่างประเทศ จำนวนของสถานประกอบการที่รวมอยู่ในการคำนวณมีทั้งหมด 17 แห่ง หรือวันแต่ละระบุไว้เป็นอย่างอื่นในแต่ละแผนภูมิ

## พลังงาน

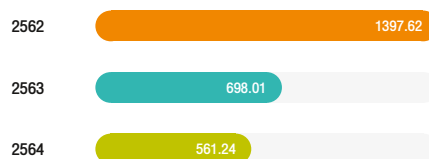
การใช้พลังงานของธุรกิจโรงแรม เป็นการจัดเก็บข้อมูลจากประเภทของพลังงานที่ถูกใช้ทุกชนิด รวมถึงได้มีกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ เพื่อช่วยในการลดการใช้พลังงานโดยรวมอย่างต่อเนื่อง แหล่งพลังงานสิ้นเปลืองที่ใช้ในประเทศไทยและหมู่เกาะมัลดีฟส์ ได้แก่ พลังงานไฟฟ้า แก๊สปิโตรเลียมเหลว น้ำมันดีเซล และน้ำมันเบนซิน ในขณะที่โรงแรมบางแห่งมีการใช้ระบบน้ำเย็นสำหรับเครื่องปรับอากาศและถ่านหุงต้มอีกด้วย

ในปี 2564 มีการใช้พลังงานทั้งหมดเท่ากับ 296.14 เกรจูล และการใช้พลังงานต่อพื้นที่อาคารรวมต่อตารางเมตร เท่ากับ 561.24 เมกะจูล ซึ่งต่ำกว่าปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 19.59 และต่ำกว่าปีฐานร้อยละ 59.84

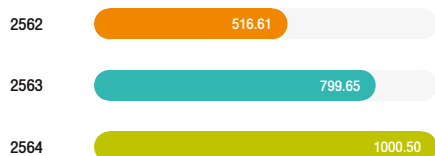
Total Energy Usage (TJ)



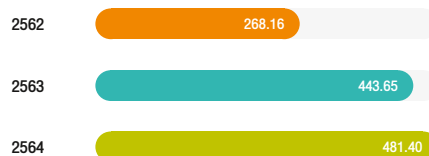
Total Energy Per Sqm (Gfa) Usage (MJ)



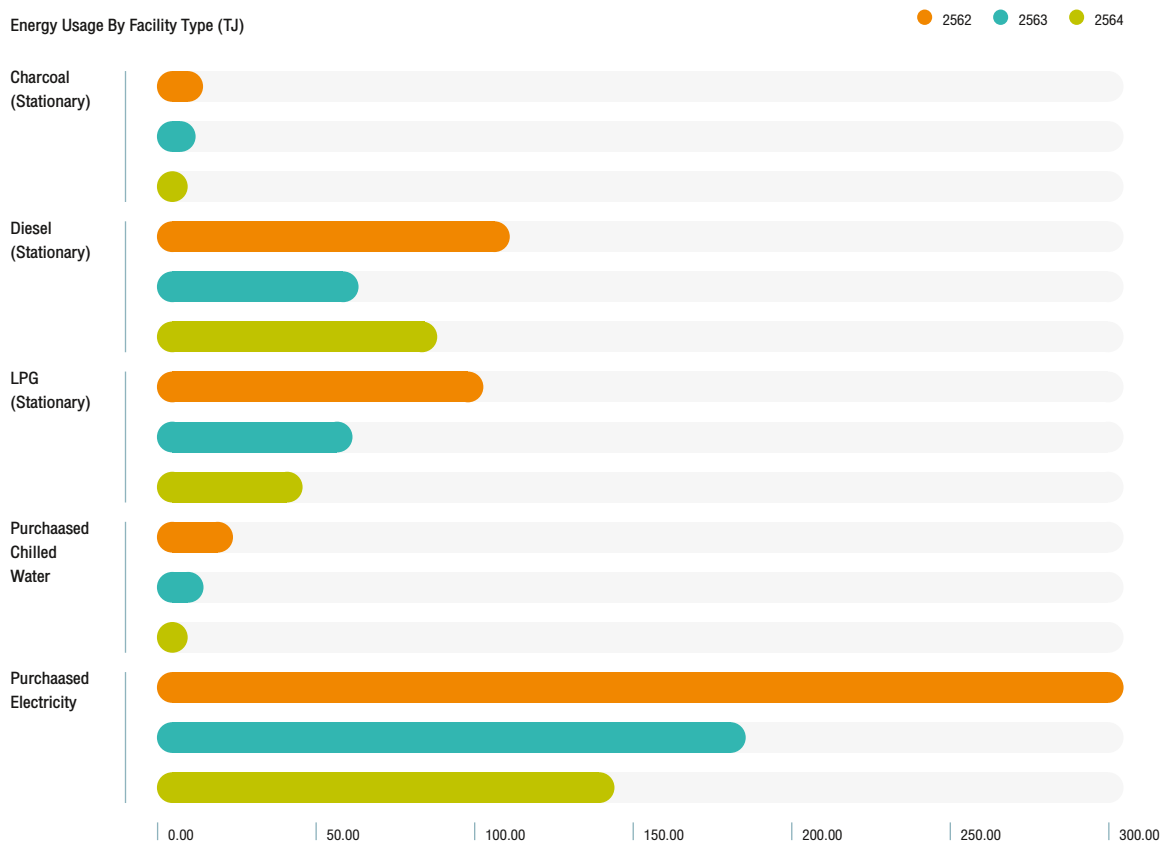
Total Energy per Occupied Room Usage (MJ)



Total Purchased Electricity per Occupied Room Usage (MJ)



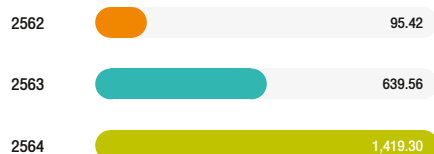
Energy Usage By Facility Type (TJ)



## พลังงานหมุนเวียน

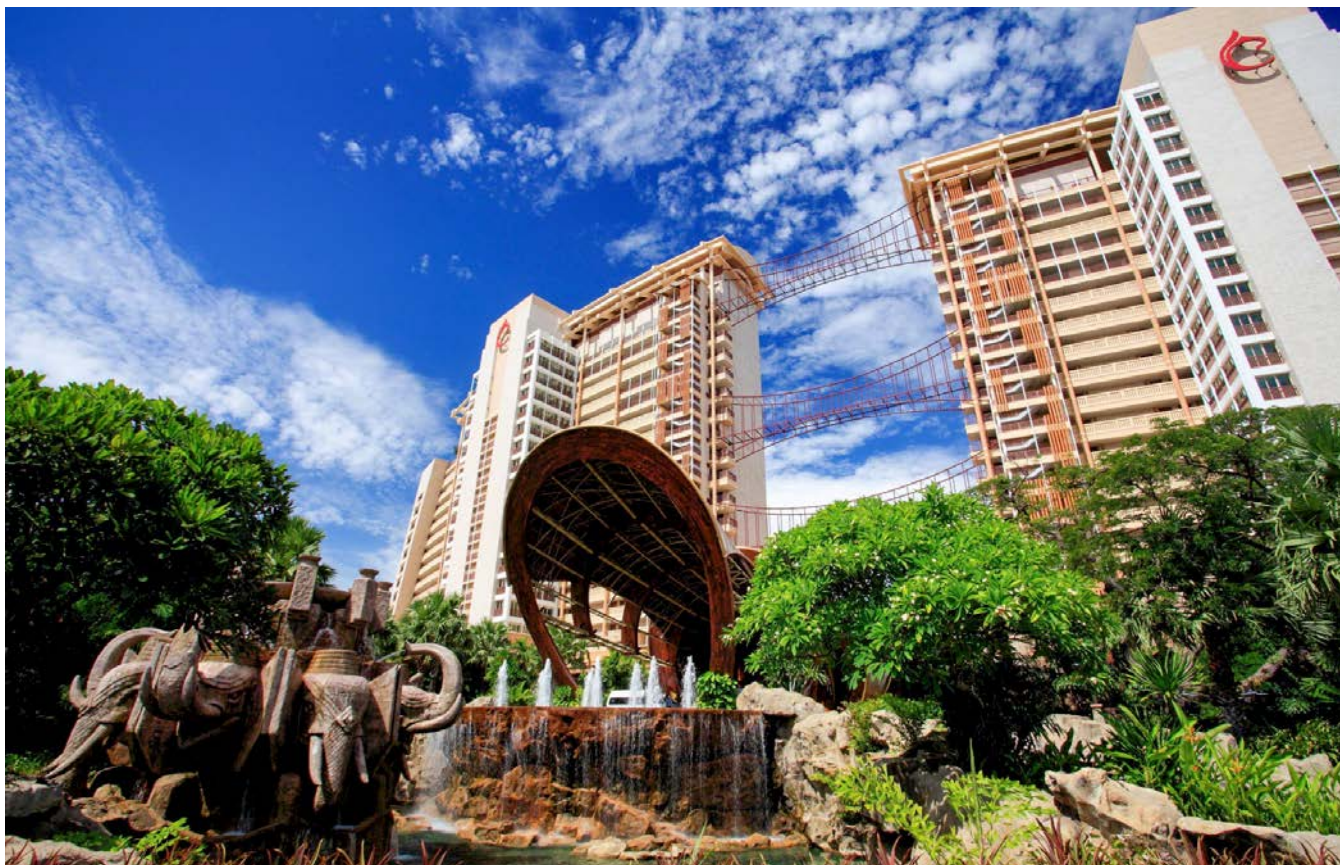
ในช่วงเดือนธันวาคม ปี 2562 เซ็นการา ราสฟูซี รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ ได้ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาที่สามารถสร้างพลังงานปราศจากมลภาวะและเพียงพอที่จะจ่ายพลังงานได้เกือบร้อยละ 40 ของความต้องการพลังงานไฟฟ้าทั้งหมดของรีสอร์ท ส่งผลให้ในปี 2564 เซ็นการา ราสฟูซี รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ ผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ได้ทั้งหมด 1,419.30 จิกะจูล ซึ่งสามารถลดการใช้น้ำมันดีเซลลงได้ถึง 270,000 ลิตร และประหยัดต้นทุนได้ถึง 339,000 ดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับปี 2562

Renewable Energy Usage (GJ)



## การติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมความเร็วรอบมอเตอร์ (Variable Frequency Drive Installation)

เซ็นการา แกรนด์ มิสราจ มิช รีสอร์ทก พักยา ติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมความเร็วรอบมอเตอร์ (VSD) สำหรับปั๊มน้ำในสวนน้ำเลซีรเวอร์ โดยผู้ดูแลสวนน้ำสามารถปรับลดความเร็วรอบของกระแสจากปั๊มน้ำได้ จึงสามารถช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าได้ร้อยละ 23.14 ซึ่งปั๊มน้ำที่ติดตั้งเครื่องควบคุมความเร็วรอบมอเตอร์ (VSD) จะใช้พลังงานไฟฟ้าโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 14.22 กิโลวัตต์ชั่วโมง ขณะที่อุปกรณ์มาตรฐานทั่วไปจะอยู่ที่ 18.5 กิโลวัตต์ชั่วโมง



## ก๊าซเรือนกระจก

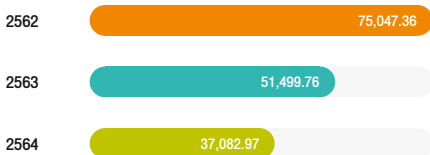
บริษัทให้ความสำคัญกับการลดภาวะและปกป้องสภาพภูมิอากาศ โดยมีการนำมาตรฐานต่างๆ มาปรับใช้ให้เหมาะสมภายในองค์กร มีการตั้งเป้าหมายระยะยาวในด้านการจัดการพลังงาน การจัดการสารมลพิษทางอากาศ การดูแลสภาพภูมิอากาศและสภาพแวดล้อม กำหนดการใช้พลังงานอย่างเหมาะสมเพื่อลดการใช้พลังงานสิ้นเปลือง รวมถึงการปฏิบัติตามแนวทางในการลดมลพิษทางอากาศ ทางน้ำและภาวะมลพิษของดิน อีกทั้งการรื้อไหลของมลพิษต่างๆ การกักตุน และการปล่อยสารที่ทำลายชั้นบรรยากาศโอโซน

บริษัทได้ทำการระบุแหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากทุกแหล่ง เพื่อนำมาคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจกและดำเนินการตามขั้นตอนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงติดตามข้อมูลและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) และทางอ้อม (Scope 2) จากปริมาณการใช้พลังงานและสารทำความเย็น รวมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Scope 3) จากข้อมูลการเดินทางทางอากาศของพนักงาน ปริมาณการใช้น้ำ และปริมาณขยะที่ส่งไปยังหลุมฝังกลบ

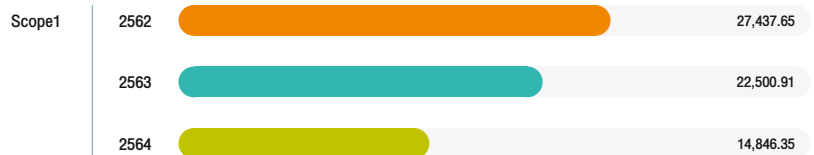
บริษัทได้จัดให้มีการจัดอบรมพนักงานในองค์กร เพื่อให้ทุกคนได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและลดการใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย รวมถึงยาฆ่าแมลง สี สารฆ่าเชื้อในสระว่ายน้ำ อุปกรณ์ทำความสะอาด และการใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งให้ความสำคัญกับการจัดการ การจัดเก็บ และการกำจัดของเสียอย่างเหมาะสม

ในปี 2564 ธุรกิจโรงแรมมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 37,082.97 เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) และทางอ้อม (Scope 2) ต่อพื้นที่อาคารรวมต่อตารางเมตร เท่ากับ 64.85 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งต่ำกว่าปีที่ผ่านมาร้อยละ 35.22 และต่ำกว่าปีฐานร้อยละ 60.02

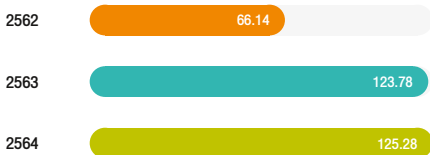
TOTAL GHG Emissions (MTOC2e)



GHG Emissions by Scope (MTOC2e)



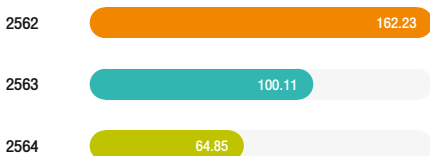
TOTAL GHG Emission per Occupied Room (KGC02e)



Scope 2



TOTAL GHG Emissions (KGC02e/sqm) Scope 1 & 2

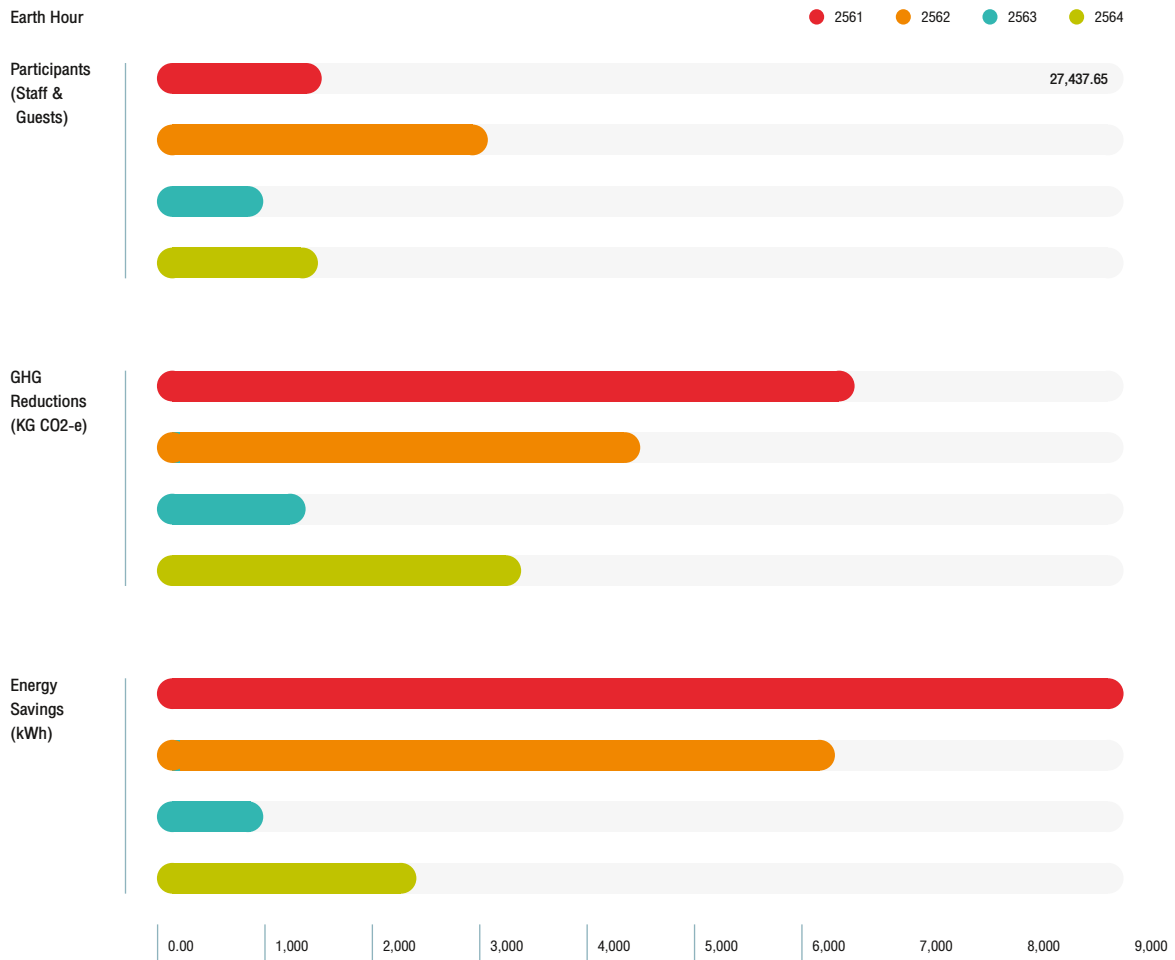


Scope 3



## ปิดไฟเพื่อโลก

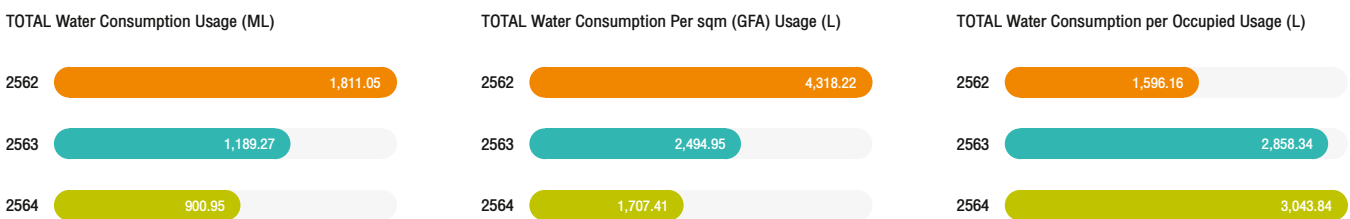
ถึงแม้ในช่วงต้นปี 2564 โรงแรมและรีสอร์ทหลายแห่งได้รับผลกระทบจากโควิด-19 เป็นอย่างมากจนต้องปิดให้บริการชั่วคราว แต่โรงแรมที่ยังเปิดให้บริการอยู่ก็ได้จัดกิจกรรม 'ปิดไฟเพื่อโลก' (Earth Hour) โดยมีแขกของโรงแรมและพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมซึ่งสามารถประหยัดพลังงานได้กว่า 2,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงหรือเท่ากับปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณ 3,000 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



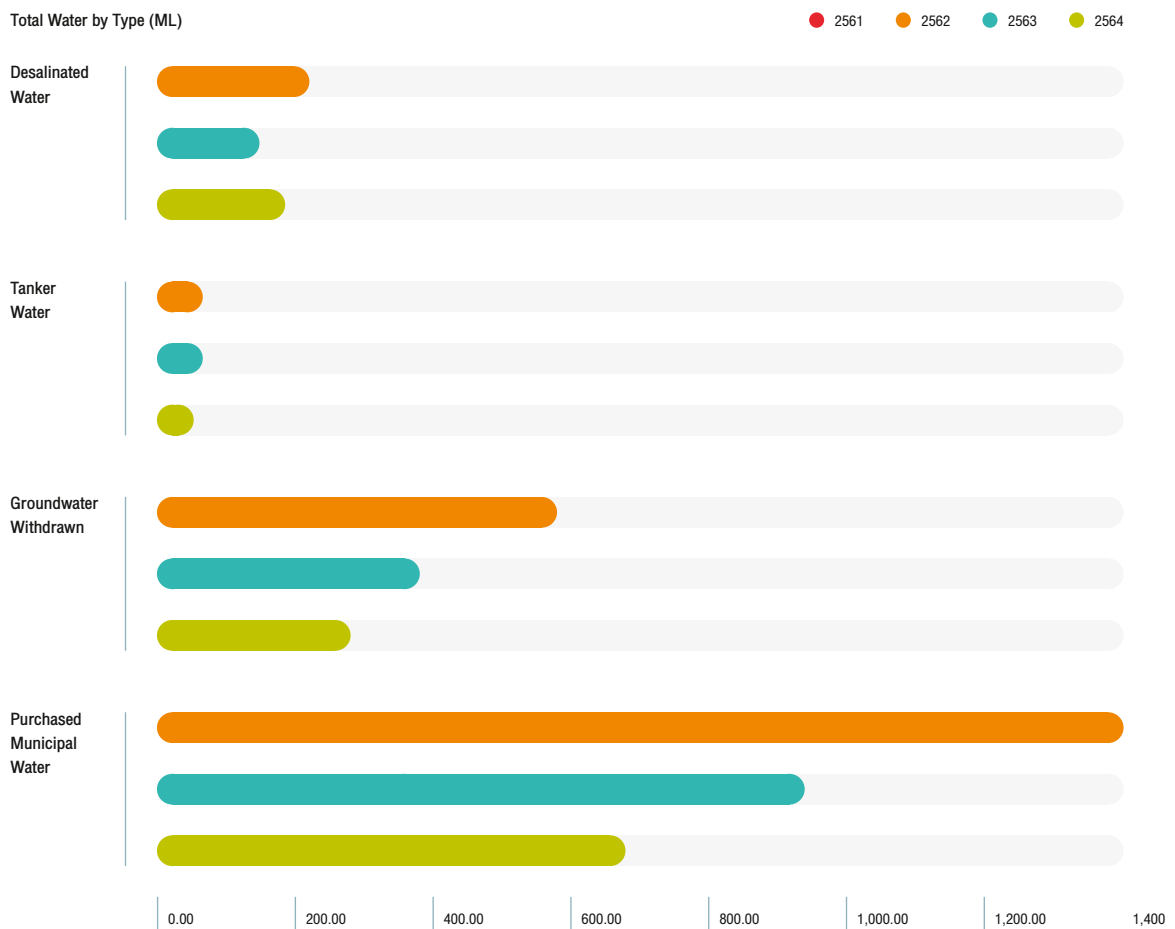
## การใช้น้ำ และการจัดการน้ำเสีย

การมีน้ำที่พร้อมใช้และเพียงพอต่อความต้องการคือหัวใจหลักของธุรกิจบริการ ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการจัดการแหล่งน้ำและมีการบริหารจัดการการใช้น้ำอย่างจริงจัง เช่นเดียวกับการใช้พลังงานที่แต่ละโรงแรมและรีสอร์ทมีขอบเขตการใช้ที่ต่างกัน อย่างไรก็ตาม โรงแรมทุกแห่งได้รับการส่งเสริมให้มีการจำกัดการใช้น้ำหรือลดการใช้น้ำทุกครั้งที่สามารถทำได้ มีการติดตั้งฝักบัว ถังกักน้ำ และโถสุขภัณฑ์แบบประหยัดน้ำโดยไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของผู้เข้าพัก อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้เข้าพักมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์น้ำโดยการเข้าร่วมโครงการนำผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวมาใช้ซ้ำ

น้ำใช้ในโรงแรมและรีสอร์ทมาจากหลายแหล่ง รวมถึงน้ำปะปา น้ำบาดาล น้ำซื้อจากรถบรรทุกน้ำ และการผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเล ในปี 2564 มีปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด 900.95 เมกะลิตร และการใช้น้ำต่อพื้นที่อาคารรวมต่อตารางเมตร เท่ากับ 1,707.41 ลิตร ซึ่งน้อยกว่าปีที่ผ่านมาร้อยละ 31.57 และน้อยกว่าปีฐานร้อยละ 60.46



Total Water by Type (ML)



## การบำบัดน้ำเสีย

น้ำเสียได้รับการบำบัดอย่างมีประสิทธิภาพก่อนจะนำกลับมาใช้ใหม่หรือปล่อยออกไปโดยไม่ส่งผลกระทบต่อประชากรหรือสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น โรงแรมและรีสอร์ทได้มีการรายงานการวิเคราะห์น้ำเสียในทุกๆ เดือนจากห้องปฏิบัติการที่ผ่านการรับรอง และมีการรายงานการตรวจสอบระบบบำบัดน้ำเสียประจำปีโดยผู้ตรวจสอบหรือที่ปรึกษาที่มีคุณสมบัติเหมาะสม รีสอร์ทในเครือส่วนใหญ่สามารถประหยัดน้ำโดยการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วประมาณร้อยละ 80 กลับมาใช้ใหม่อีกครั้งในการรดน้ำต้นไม้และรอบๆ พื้นที่สีเขียวของรีสอร์ท

Water Discharge - Usage (ML)



## การจัดการขยะ

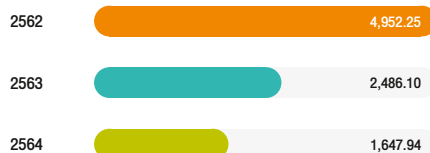
ขยะมูลฝอย รวมถึงเศษอาหาร ได้มีการวัดปริมาณและถูกกำจัดอย่างเหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อประชากรในท้องถิ่นหรือสิ่งแวดล้อมตามแผนการจัดการขยะซึ่งช่วยในการลดปริมาณขยะ และในกรณีที่ไม่สามารถลดได้ให้นำกลับมาใช้ใหม่หรือนำไปรีไซเคิล

การลดปริมาณขยะมูลฝอยคือหัวใจสำคัญของแผนการจัดการขยะ และต้องมั่นใจว่าวิธีการกำจัดขยะที่เลือกใช้นั้นจะไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงลบ รวมไปถึงการลดใช้ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่มีบรรจุภัณฑ์ให้น้อยที่สุด โดยเลือกใช้สินค้าที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ แทนของที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง หรือในกรณีที่ไม่สามารถทำได้ มีการปรับเปลี่ยนเป็นการใช้ภาชนะที่สามารถรีไซเคิลได้หรือย่อยสลายได้ทางชีวภาพ เช่นเดียวกับการจัดการขยะอินทรีย์ เช่น การนำมาทำปุ๋ยหมัก การนำไปบริจาคเพื่อเป็นอาหารสัตว์ และอื่นๆ

การจัดเก็บขยะของโรงแรมเป็นการดำเนินการโดยผู้รับเหมา หรือผู้ให้บริการกำจัดขยะที่ได้รับใบอนุญาต หรือโดยหน่วยงานท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ตั้งของโรงแรมและรีสอร์ท นอกจากนี้ได้มีการตรวจสอบให้แน่ชัดว่าได้มีการสื่อสารนโยบายการจัดการขยะและมีการตรวจสอบผู้รับเหมากำจัดขยะอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนด โรงแรมจัดเตรียมถังขยะแยกประเภทตั้งไว้ทั่วบริเวณที่พัก ซึ่งขยะทั้งหมดจะถูกส่งไปยังห้องเก็บขยะโดยมีการแยกขยะและคัดตั้งป้ายบอกประเภทขยะแต่ละชนิดอย่างชัดเจน

ในปี 2564 มีปริมาณขยะรวมทั้งสิ้น 1,647.94 เมตริกตัน และปริมาณขยะต่อห้องที่แขกเข้าพักคือ 5.57 กิโลกรัม ซึ่งน้อยกว่าปีที่แล้วร้อยละ 6.93 แต่ยังคงมากกว่าปีฐานร้อยละ 27.56

Total Waste Generated - Usage (MT)



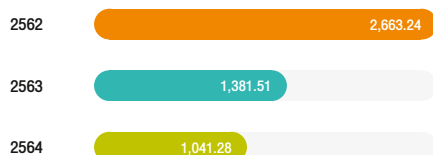
Total Waste Generated Per Occupied Room - Usage (KG)



## ขยะทั่วไป (Non-diverted Waste)

ในปี 2564 มีขยะทั่วไปที่ถูกส่งไปยังหลุมฝังกลบ ขยะที่ถูกส่งไปเตาเผา และขยะอันตรายที่เกิดจากการดำเนินงานของโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมด 1,041.28 เมตริกตัน

Non-Diverted Wasted - Usage (MT)



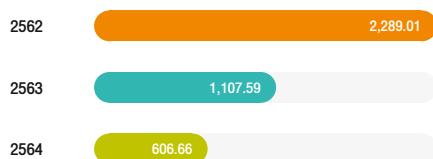
OTAL Non-Diverted Wasted per Occupied Room - Usage (KG)



## ขยะรีไซเคิล

การรีไซเคิลอย่างมีประสิทธิภาพจะเกิดขึ้นได้หากมีการแยกขยะอย่างถูกต้องเพื่อนำไปรีไซเคิลตั้งแต่ต้นทาง ขยะที่ไม่ได้ถูกส่งไปยังหลุมฝังกลบเหล่านี้สามารถรีไซเคิลได้ ได้แก่ พลาสติก กระดาษ กระดาษลัง โลหะ แก้ว และน้ำมันใช้แล้วในครัว ในขณะที่เศษอาหารบางส่วนจะถูกส่งไปเป็นอาหารสัตว์ ทำปุ๋ยหมัก และแปลงสภาพเป็นก๊าซชีวภาพ ในปี 2564 มีปริมาณขยะรีไซเคิลทั้งหมด 606.66 เมตริกตัน

Diverted Waste - Usage (MT)



Total Diverted Waste per Occupied Room - Usage (KG)



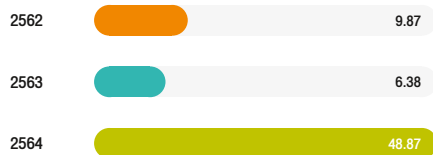
## ขยะอันตราย

ขยะอันตรายสามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากประกอบไปด้วยสารพิษต่างๆ ขยะอันตรายทั่วไปที่พบได้จากการดำเนินการกิจการโรงแรม/รีสอร์ท ได้แก่ สารเคมีที่ไม่พึงประสงค์ สารเคมีหมดอายุ หรือสารเคมีปนเปื้อน รวมทั้งน้ำยากำจัดความสะอาดและสารซักฟอก ยาฆ่าเชื้อ น้ำมัน จารบี สารทำลายและสี สารเคมีที่ใช้กับสระน้ำ การจัดสวน และสารควบคุมศัตรูพืช ผลิตภัณฑ์สำนักงานต่างๆ รวมถึงถังหมักพืชมักมีที่หมดอายุ น้ำยาถ่ายเอกสาร ตลอดจนสิ่งของทั่วไป เช่น แบตเตอรี่และหลอดฟลูออเรสเซนต์

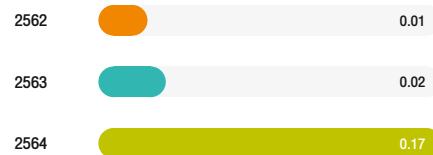
เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ขยะอันตรายในโรงแรมและรีสอร์ทมีปริมาณเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งประกอบไปด้วย หน้ากากอนามัย อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (PPE) และอุปกรณ์อื่นๆ ที่ใช้โดยแขกและพนักงานของโรงแรม รวมถึงขยะที่เป็นวัสดุติดเชื้อหรือปนเปื้อนของเหลวในร่างกายหรือวัสดุติดเชื้ออื่นๆ ที่จำเป็นต้องได้รับการจัดการอย่างถูกวิธีในซึ่งโดยปกติจะถูกกำจัดโดยการเผา การฆ่าเชื้อด้วยไอน้ำหรือฆ่าเชื้อด้วยสารเคมี

ขยะอันตรายทั้งหมดที่ถูกกำจัดในปี 2564 คิดเป็น 48.87 เมตริกตัน อย่างไรก็ตาม แม้ปริมาณขยะอันตรายมีอัตราเพิ่มขึ้นเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่บริษัทฯ สามารถติดตามและกำจัดขยะอันตรายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

Hazardous Waste - Usage (MT)



Total Hazardous Waste Disposed per Occupied - Usage (KG)



## ขยะพลาสติกสู่พลังงาน

โรงแรมกรุงเทพฯ 3 แห่งร่วมกับ Corsair Group เปลี่ยนขยะพลาสติก เช่น ขวดพลาสติกใช้แล้ว พลาสติกห่อหุ้มสิ่งของ และผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ให้เป็นน้ำมัน โดยน้ำมันชนิดนี้มีคุณสมบัติคล้ายกับน้ำมันดิบและยังสามารถกลั่นเป็นน้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน และน้ำมันก๊าด หรือบางส่วนใช้เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์พลาสติกใหม่ได้ ในปี 2564 ทางโรงแรมได้ส่งขยะพลาสติกกว่า 315 กิโลกรัม ไปยังโรงงานรีไซเคิลพลาสติกของ Corsair โดยสามารถผลิตน้ำมันได้ถึง 158 ลิตร

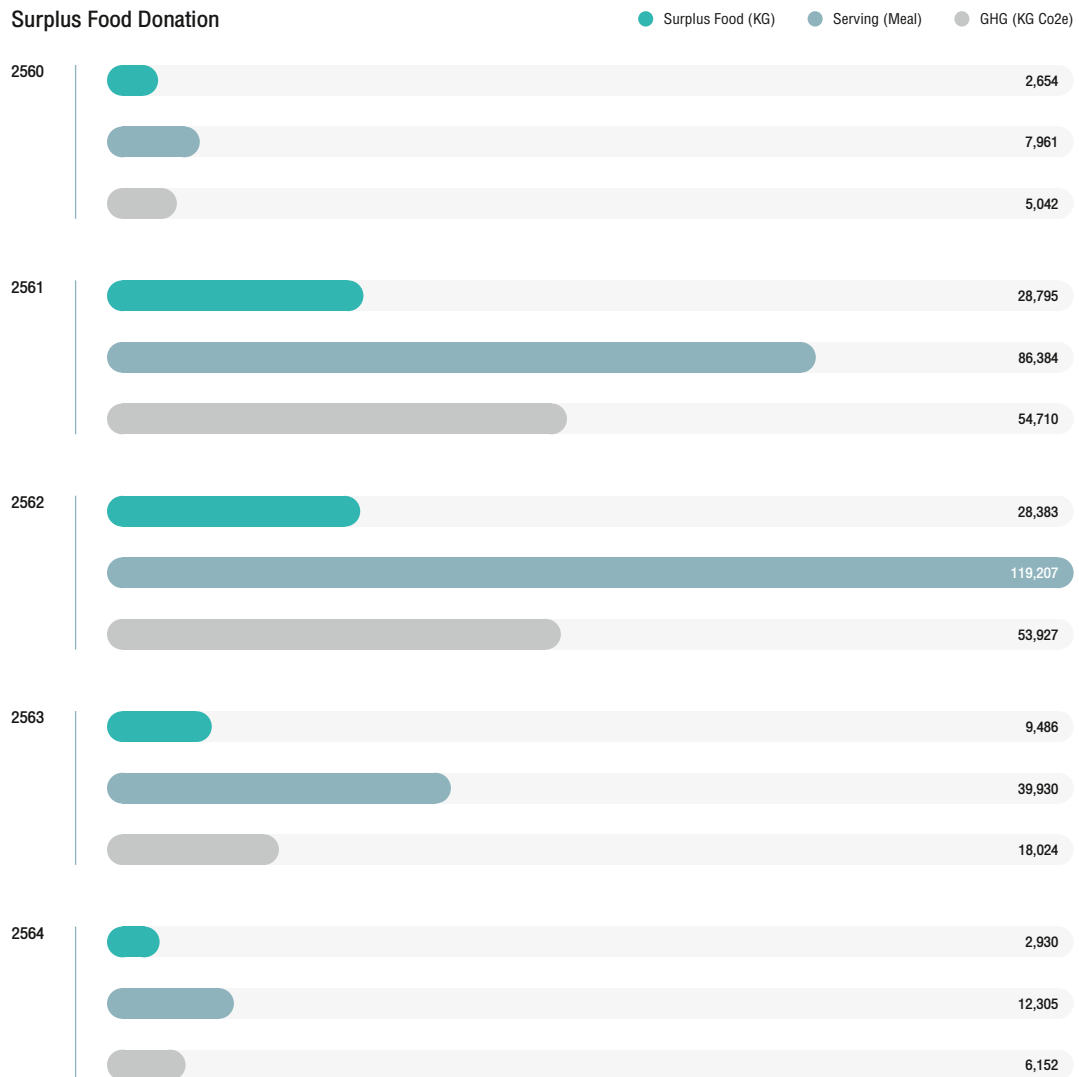
## เครื่องกำจัดขยะอินทรีย์

เซ็นทรัลแกรนด์ บิซ รีสอร์ท ภูเก็ต และ เซ็นทรัลบาย เซ็นทรัล มาร์ส รีสอร์ท จอมเทียน ได้มีการนำเครื่องกำจัดขยะอินทรีย์เข้ามาใช้ เพื่อเปลี่ยนขยะอาหารและขยะอินทรีย์อื่นๆ ให้กลายเป็นเชื้อเพลิงสำหรับประกอบอาหาร และปุ๋ย อีกทั้งยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้ในปี 2564 เซ็นทรัล ริชชีฟ สมุย ยังได้นำเครื่องกำจัดขยะอินทรีย์ความจุ 100 กิโลกรัมเข้ามาติดตั้งภายในรีสอร์ท โดยสามารถผลิตก๊าซชีวภาพได้เทียบเท่ากับก๊าซหุงต้ม 4.60 กิโลกรัมต่อวัน และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 250 กิโลกรัม



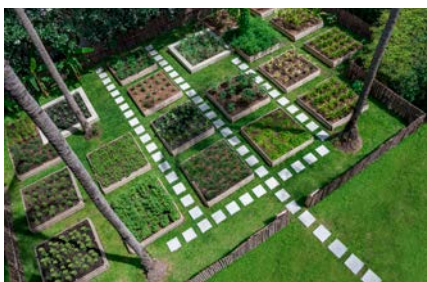
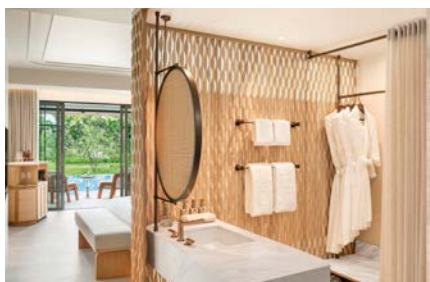
## การบริจาคอาหารส่วนเกิน

ตั้งแต่ปี 2560 ที่โรงแรมและรีสอร์ทในกรุงเทพฯ หัวหิน และภูเก็ต ได้เข้าร่วมกับมูลนิธิ สโกลาร์ส ออฟ ซีเอสทีแอนด์ซี (SOS) ประเทศไทย ในการบริจาคอาหารปรุงสุกคุณภาพดี เบเกอรี่และผลไม้เพื่อช่วยบรรเทาความหิวโหยและเป็นการจัดการอาหารส่วนเกินไม่ให้กลายเป็นขยะอย่างสูญเปล่า อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสที่ยืดเยื้อ ทำให้อาหารส่วนเกินที่ถูกบริจาคมีปริมาณลดลงอย่างมาก ในปี 2564 ทางโรงแรมและรีสอร์ทสามารถบริจาคอาหารให้กับเด็กกำพร้า ผู้ลี้ภัย บุคคลกัญพลภาพ และผู้มีรายได้น้อย เป็นจำนวน 2,929.65 กิโลกรัม หรือ 12,305 มื้อ และยังช่วยลดก๊าซเรือนกระจกได้ 6,152 กิโลกรัม จากการบริจาคอาหารส่วนเกินแทนการส่งไปยังหลุมฝังกลบ



## รีสอร์ทปลอดพลาสติก

เช็การา รีสอร์ท สมุย รีสอร์ทหรูแห่งใหม่ในเครือเช็การาให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วยการมุ่งมั่นเป็นรีสอร์ทปลอดพลาสติก 100% และยังมีห้องผลิตน้ำเปล่าและน้ำโซดาที่มีมาตรฐาน ยิ่งไปกว่านั้นยังมีสวนสมุนไพรออร์แกนิกและใช้อาหารทะเลยั่งยืน (sustainable seafood) ในการประกอบอาหาร ในขณะเดียวกันขยะอาหารก็จะถูกแปลงสภาพเป็นปุ๋ยและก๊าซชีวภาพเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงภายในครัว



## ความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทมีวัตถุประสงค์ที่จะเน้นย้ำถึงความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ของทุกโรงแรมและรีสอร์ท ที่ดำเนินการให้บริการ และขยายไปสู่โรงแรมที่สร้างใหม่ และเตรียมให้บริการ โดยมีหลักในการดำเนินงานประกอบด้วย 1) สนับสนุนและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ 2) ให้ความสำคัญกับพื้นที่คุ้มครองที่มีมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพสูง 3) ไม่นำสายพันธุ์ที่ไม่ใช่สายพันธุ์ท้องถิ่นมาใช้ในการจัดแต่งสวน และกำจัดสายพันธุ์อื่นๆในพื้นที่ และ 4) ไม่จับสัตว์ป่าทุกชนิด รวมถึงสัตว์ชนิดใดก็ตามที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้น



## รางวัลและประกาศเกียรติคุณ

มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

- โรงแรมเช็การา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ
- โรงแรมเช็การา แกรนด์ บีช รีสอร์ท แอนด์ วิลลา หัวหิน
- โรงแรมเช็การาหาดใหญ่

มีการมอบรางวัลทุก ๆ 3 ปีให้กับโรงแรมในสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) ที่ดำเนินงานโดยใช้วิธีปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและใช้มาตรการอนุรักษ์พลังงานเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โรงแรมสีเขียว (สัญลักษณ์ G) โดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

- โรงแรมเช็การา แกรนด์ บีช รีสอร์ท แอนด์ วิลลา หัวหิน
- โรงแรมเช็การา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ
- โรงแรมเช็การาหาดใหญ่
- โรงแรมเช็การา บาย เซ็การา มาร์ส รีสอร์ท จอมเทียน



## การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอาหาร

เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป หรือ CRG ดำเนินงานภายใต้เป้าหมายที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อม ดำเนินธุรกิจควบคู่ไปการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผลักดันให้การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมงานภายใต้กรอบแนวคิดจากผู้บริหารสู่การปฏิบัติและมือทำของแบรนด์ต่างๆ และปลูกจิตสำนึกให้พนักงานของกลุ่มธุรกิจอาหาร โดยเริ่มต้นจากโครงการ CRG Waste Segregation หรือ การจัดการคัดแยก

ขยะภายในองค์กรเพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้การคัดแยกขยะและขยายผลสู่ร้านอาหารในเครือทำการคัดแยกขยะเพื่อลดปริมาณขยะฝังกลบ ดำเนินนโยบายการใช้หลอดจากวัสดุธรรมชาติแทนการใช้หลอดพลาสติก ซึ่งสามารถลดการใช้หลอดพลาสติก รวมถึงบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และในปี 2564 ได้เริ่มโครงการ “รักยอาหาร” โดยใช้แบรนด์มีสเตอร์เข้าร่วมโครงการเพื่อนรณรงค์ให้นักกิน SOS Thailand



## ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอาหาร

### การจัดการด้านพลังงาน

ในปี 2564 ได้มีการดำเนินการเพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าดังนี้ โครงการ Smart Solar Rooftop มีการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนพื้นที่หลังคาร้าน KFC Drive Thru จำนวน 1 สาขา และโรงงานซอร์จี่ แมนูแฟเจอริง (CRGM) โดยมีขนาดติดตั้ง

ระบบผลิตไฟฟ้ารวม 270.45 kWp ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ประมาณ 315,782 บาทต่อปี ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ 177,153.7 kgCO<sub>2</sub>e



ธุรกิจอาหารได้นำนวัตกรรมใหม่มาใช้เพื่อลดการใช้พลังงานในการดำเนินงาน โดยเริ่มดำเนินโครงการ Smart Relay & Remotely monitor temp. by IoT โดยติดตั้งชุดอุปกรณ์ Relay & Remotely monitor temp. by IoT สำหรับสาขาที่มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศแบบน้ำยา (Split Type) จำนวน 9 สาขา ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ประมาณ 159,852 บาทต่อปี ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ 17,935 kgCO<sub>2</sub>e และนำเทคโนโลยีชุดอุปกรณ์ Smart LPG Optimizer

มาประยุกต์ติดตั้งบริเวณถังแก๊ส เพื่อนำแก๊สที่ค้างอยู่ภายในถังมาใช้โดยเริ่มติดตั้งที่ร้าน Grab Kitchen จำนวน 3 สาขาสามารถนำแก๊สกลับมาใช้ได้ประมาณ 8,542 กิโลกรัม ประหยัดค่าใช้จ่ายรวม 3 สาขาได้ถึง 17 %

ปริมาณการใช้พลังงานโดยรวมของธุรกิจอาหารจากการเก็บข้อมูลการใช้ไฟฟ้าและก๊าซหุงต้ม ในปี 2564 ปริมาณการใช้พลังงานโดยรวมทั้งหมด อยู่ที่ 294.77 เทราจูล ลดลงจากปี 2563 คิดเป็น 4 %



TOTAL ENRGY USAGE (TJ)



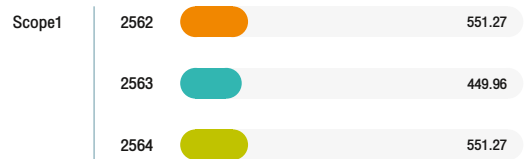
## ก๊าซเรือนกระจก

ในปี 2564 ธุรกิจอาหารได้รวบรวมข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการดำเนินงาน โดยข้อมูลก๊าซเรือนกระจกโดยรวมอยู่ที่ 54,514.50 เมตริกตัน ลดลงจากปี 2563 คิดเป็น 4 % โดยการเก็บข้อมูลก๊าซเรือนกระจก Scope ที่ 1 เป็นการคำนวณจากปริมาณการใช้ก๊าซหุงต้ม (LPG) จากทุกแบรนด์ Scope 2 ที่ 2 จากข้อมูลการใช้พลังงานไฟฟ้า และ Scope 3 คำนวณจากปริมาณของเสีย (ฝังกลบ) และน้ำประปา

TOTAL GHG Emissions (MTOC2e)



GHG Emissions by Scope (MTOC2e)



TOTAL GHG Emissions (KgCO<sub>2</sub>e/sqm) Scope 1 & 2



## การจัดการทรัพยากรน้ำ

ปริมาณการใช้น้ำโดยรวมของธุรกิจอาหาร ในปี 2564 ปริมาณการใช้น้ำรวมทั้งหมด 649.10 เมกะลิตร ลดลงจากปี 2563 คิดเป็น 14 %

Water Usage (Magalitre)



## การบริหารจัดการของเสีย

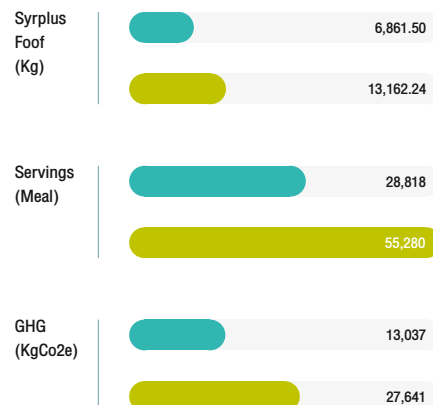
ปี 2564 ปริมาณของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตและให้บริการจากธุรกิจอาหารรวม 4,766.83 เมตริกตัน ลดลงจากปี 2563 คิดเป็น 2% ธุรกิจอาหารได้เริ่มนโยบายการจัดการคัดแยกขยะเพื่อลดปริมาณขยะฝังกลบ นำไปสู่การเริ่มโครงการ “รักซ์อาหาร” โดยเริ่มที่แบรนด์มีสเตอร์โดนักจำนวน 5 สาขาในปี 2563 และขยายเป็น 23 สาขาทั้งในกรุงเทพฯ, ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต และ เชียงใหม่ในปี 2564 เพื่อบริจาคโดนักในแต่ละวันให้กับ SOS Thailand เพื่อส่งมอบอาหารคุณภาพดีส่วนเกินจากการจำหน่ายเพื่อส่งมอบไปยังผู้ด้อยโอกาสในสถานสงเคราะห์ในพื้นที่ต่างๆ ตลอดจนผู้ยากไร้ ทั้งในกรุงเทพฯ, ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต และเชียงใหม่ โดยยอดบริจาคคิดเป็น 13,162.24 กิโลกรัม หรือเทียบ 55,280 บั๊ว หรือคิดเป็นโดนักทั้งหมด 138,200 ชิ้น คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 3,455,000 บาท จากการเข้าร่วมโครงการนี้กับ SOS Thailand สามารถลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ 27,641 kgCo2e

Total Waste Generated (Metric Tons)



Surplus Food Donation

2563 (5 สาขา) 2564 (23 สาขา)



## แนวทางการจัดทำรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน

### เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัทโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด จัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปี แบบ56-1 One Report เป็นปีที่ 6 เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบครอบคลุมทุกมิติของความยั่งยืน คือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล รายงานการพัฒนาความยั่งยืน ปี 2564 ได้จัดทำขึ้นโดยใช้กรอบการรายงานของ GRI ในระดับ Core option (Global Reporting Initiatives - This report has been prepared in accordance

with GRI Standards : Core option) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นำเสนอแนวทางปฏิบัติตามเกณฑ์ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UNGC) มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Global Sustainable Tourism Council :GSTC) รวมทั้งเชื่อมโยงการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals–SDGs)

### ขอบเขตของรายงาน

รายงานการพัฒนาความยั่งยืนนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานของปี 2564 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึง 31 ธันวาคม 2564 ครอบคลุมธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอาหารภายใต้ชื่อบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัท เซ็นทรัลเรสโตรองส์ กรุ๊ป จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยการจัดเก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมภายใต้มาตรฐาน Centara EarthCare ซึ่ง

ได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (GSTC-Recognised Standard) จากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council - GSTC) ผ่านระบบกรีนวิวส์ พอร์ทัล (Greenview Portal) จำนวน 19 โรงแรมที่เป็นเจ้าของและดำเนินการเก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของแบรนด์อาหารจำนวน 16 แบรนด์

### การควบคุมคุณภาพของรายงาน

หน่วยงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน เป็นหน่วยงานกลางในการประสานงานและควบคุมการจัดทำรายงานให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ และมีการทบทวนเนื้อหาสำคัญโดยผู้บริหารสูงสุดของแต่ละกลุ่มธุรกิจ เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพการรายงานและการเผยแพร่ข้อมูล ในปัจจุบันยังไม่มีนโยบายในการขอการรับรองคุณภาพรายงานจากหน่วยงานภายนอก

หากมีข้อสงสัยหรือข้อแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานนี้ สามารถติดต่อ หน่วยงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) โทรศัพท์ 0 2769 1234 Email : [chuleegornth@chr.co.th](mailto:chuleegornth@chr.co.th)



## GRI CONTENT INDEX

| GRI STANDARD    | DISCLOSURE                                                                           | PAGE NUMBER AND/OR URL                                                                         | RELATION TO SDGS |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>GRI 102:</b> | <b>General Disclosure 2016 Organization profile</b>                                  |                                                                                                |                  |
| *               | 102-1 Name of organization                                                           | 56-1 One Report Cover page                                                                     |                  |
| *               | 102-2 Activities, brands, products, and services                                     | 56-1 One Report page 12-15, 44-45, 48-51, 77-80, Back Cover page                               |                  |
| *               | 102-3 Location of headquarters                                                       | 56-1 One Report Back Cover page, page 206                                                      |                  |
| *               | 102-4 Location of operations                                                         | Page 440-441                                                                                   |                  |
| *               | 102-5 Ownership and legal form                                                       | Page 206                                                                                       |                  |
| *               | 102-6 Markets served                                                                 | Page 106-112, 440-441                                                                          |                  |
| *               | 102-7 Scale of the organization                                                      | Page 18, 52-73, 77- 80, 156,                                                                   |                  |
| *               | 102-8 Information on employees and other workers                                     | Page 156-159                                                                                   | SDG 8            |
| *               | 102-9 Supply chain                                                                   | Page 147-148                                                                                   |                  |
| *               | 102-10 Significant changes to the organization and its supply chain                  | There were no significant changes to our organization or supply chain in the reporting period. |                  |
| *               | 102-11 Precautionary Principle or approach                                           | Page 120 -121                                                                                  |                  |
| *               | 102-12 External initiatives                                                          | Page 134                                                                                       |                  |
| *               | 102-13 Membership of associations                                                    | Page 134                                                                                       |                  |
|                 | <b>Strategy</b>                                                                      |                                                                                                |                  |
| *               | 102-14 Statement from senior decision-maker                                          | Page 24-25, 124                                                                                |                  |
|                 | 102-15 Key impacts, risks, and opportunities                                         | Page 128                                                                                       |                  |
|                 | <b>Ethics and integrity</b>                                                          |                                                                                                |                  |
| *               | 102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior                          | Page 126-128                                                                                   | SDG 16           |
|                 | 102-17 Mechanisms for advice and concerns about ethics                               | Page 136                                                                                       |                  |
|                 | <b>Governance</b>                                                                    |                                                                                                |                  |
| *               | 102-18 Governance structure                                                          | Page 223                                                                                       |                  |
|                 | 102-19 Delegating authority                                                          | Page 129                                                                                       |                  |
|                 | 102-20 Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics | Page 129                                                                                       |                  |
|                 | 102-21 Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics         | Page 133-134                                                                                   |                  |
|                 | 102-22 Composition of the highest governance body and its committees                 | Page 213-231                                                                                   |                  |

## GRI CONTENT INDEX

| GRI STANDARD | DISCLOSURE                                                                      | PAGE NUMBER AND/OR URL | RELATION TO SDGS |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------|
|              | 102-23 Chair of the highest governance body                                     | Page 223-224           |                  |
|              | 102-24 Nominating and selecting the highest governance body                     | Page 413-417           |                  |
|              | 102-25 Conflicts of interest                                                    | Page 411-415           |                  |
|              | 102-26 Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy | Page 226               |                  |
|              | 102-27 Collective knowledge of highest governance body                          | Page 228               |                  |
|              | 102-28 Evaluating the highest governance body's performance                     | Page 241 -242          |                  |
|              | 102-29 Identifying and managing economic, environmental, and social impacts     | Page 130-131           |                  |
|              | 102-30 Effectiveness of risk management processes                               | Page 130-131           |                  |
|              | 102-31 Review of economic, environmental, and social topics                     | Page 131               |                  |
|              | 102-32 Highest governance body's role in sustainability reporting               | Page 181               |                  |
|              | 102-33 Communicating critical concerns                                          | Page 130               |                  |
|              | 102-34 Nature and total number of critical concerns                             | Page 130               |                  |
|              | 102-35 Remuneration policies                                                    | Page 237               |                  |
|              | 102-36 Process for determining remuneration                                     | Page 230,232           |                  |
|              | 102-37 Stakeholders' involvement in remuneration                                | Page 230               |                  |
|              | 102-38 Annual total compensation ratio                                          | Page 232, 235-236      |                  |
|              | 102-39 Percentage increase in annual total compensation ratio                   | Page 236               |                  |
|              | Stakeholder engagement                                                          |                        |                  |
| *            | 102-40 List of stakeholder groups                                               | Page 133-134           |                  |
| *            | 102-41 Collective bargaining agreements                                         | Page 151               | SDG 8            |
| *            | 102-42 Identifying and selecting stakeholders                                   | Page 133-134           |                  |
| *            | 102-43 Approach to stakeholder engagement                                       | Page 133-134           |                  |
| *            | 102-44 Key topics and concerns raised                                           | Page 131               |                  |
|              | Reporting practice                                                              |                        |                  |
| *            | 102-45 Entities included in the consolidated financial statements               | Page 104-112           |                  |
| *            | 102-46 Defining report content and topic Boundaries                             | Page 181               |                  |
| *            | 102-47 List of material topics                                                  | Page 181               |                  |
| *            | 102-48 Restatements of information                                              | Page 181               |                  |
| *            | 102-49 Changes in reporting                                                     | Page 181               |                  |
| *            | 102-50 Reporting period                                                         | Page 181               |                  |
| *            | 102-51 Date of most recent report                                               | Page 181               |                  |

## GRI CONTENT INDEX

| GRI STANDARD                                | DISCLOSURE                                                                     | PAGE NUMBER AND/OR URL | RELATION TO SDGS          |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------------|
| *                                           | 102-52 Reporting cycle                                                         | Page 181               |                           |
| *                                           | 102-53 Contact point for questions regarding the report                        | Page 181               |                           |
| *                                           | 102-54 Claims of reporting in accordance with the GRI Standards                | Page 181               |                           |
| *                                           | 102-55 GRI content index                                                       | Page 182               |                           |
| <b>MARKET PRESENCE</b>                      |                                                                                |                        |                           |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach         | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                       | Page 127-128           |                           |
|                                             | 103-2 The management approach and its components                               | Page 127-128           |                           |
|                                             | 103-3 Evaluation of the management approach                                    | Page 127-128           |                           |
| GRI 202:<br>Market Presence                 | 202-2 Proportion of senior management hired from the local community           | Page 158               |                           |
| <b>INDIRECT ECONOMIC IMPACTS</b>            |                                                                                |                        |                           |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach         | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                       | Page 127-128           |                           |
|                                             | 103-2 The management approach and its components                               | Page 127-128           |                           |
|                                             | 103-3 Evaluation of the management approach                                    | Page 127-128           |                           |
| GRI 203:<br>Indirect<br>Economic<br>Impacts | 203-1 Infrastructure investments and services supported                        | Page 66-67, 74, 91     |                           |
|                                             | 203-2 Significant indirect economic impacts                                    | Page                   | SDG 1,<br>SDG 3,<br>SDG 8 |
| <b>PROCUREMENT PRACTICES</b>                |                                                                                |                        |                           |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach         | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                       | Page 127-128           |                           |
|                                             | 103-2 The management approach and its components                               | Page 147               |                           |
|                                             | 103-3 Evaluation of the management approach                                    | Page 147               |                           |
| GRI 204:<br>Procurement<br>Practices        | 204-1 Proportion of spending on local suppliers                                | Page 148               |                           |
| <b>ANTI-CORRUPTION</b>                      |                                                                                |                        |                           |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach         | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                       | Page 135               |                           |
|                                             | 103-2 The management approach and its components                               | Page 136               |                           |
|                                             | 103-3 Evaluation of the management approach                                    | Page 136-137           |                           |
| GRI 205:<br>Anti-corruption                 | 205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures | Page 136               | SDG 16                    |
|                                             | 205-3 Confirmed incidents of corruption and action taken                       | Page 139               |                           |

## GRI CONTENT INDEX

| GRI STANDARD                            | DISCLOSURE                                                       | PAGE NUMBER AND/OR URL  | RELATION TO SDGS |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------|
| <b>ENERGY</b>                           |                                                                  |                         |                  |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach     | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary         | Page 167, 178           |                  |
|                                         | 103-2 The management approach and its components                 | Page 134, 167, 178      |                  |
|                                         | 103-3 Evaluation of the management approach                      | Page 167, 178           |                  |
| GRI 302:Energy                          | 302-1 Energy consumption within the organization                 | Page 168, 178-179       | SDG 8<br>SDG 13  |
|                                         | 302-2 Energy intensity                                           | Page 168                | SDG 8<br>SDG 13  |
|                                         | 302-4 Reduction of energy consumption                            | Page 168, 178-179       | SDG 8<br>SDG 13  |
|                                         | 302-5 Reductions in energy requirements of products and services | Page 168, 178-179       | SDG 8<br>SDG 13  |
| <b>WATER AND EFFLUENTS</b>              |                                                                  |                         |                  |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach     | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary         | Page 167, 178           |                  |
|                                         | 103-2 The management approach and its components                 | Page 134, 167, 178      |                  |
|                                         | 103-3 Evaluation of the management approach                      | Page 167, 178           |                  |
| GRI 303: WATER<br>AND EFFLUENTS<br>2018 | 303-3 Water Withdrawal                                           | Page 172                |                  |
|                                         | 303-4 Water-discharge                                            | Page 173                |                  |
|                                         | 303-5 Water consumption                                          | Page 172, 178           |                  |
| <b>EMISSIONS</b>                        |                                                                  |                         |                  |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach     | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary         | Page 167, 170, 178      |                  |
|                                         | 103-2 The management approach and its components                 | Page 134, 167, 170, 178 |                  |
|                                         | 103-3 Evaluation of the management approach                      | Page 167, 170, 178      |                  |
| GRI 305:<br>Emissions                   | 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions                             | Page 170, 179           | SDG9, SDG13      |
|                                         | 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions                    | Page 170, 179           | SDG9, SDG13      |
|                                         | 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions                     | Page 170, 179           | SDG9, SDG13      |
|                                         | 305-4 GHG emissions intensity                                    | Page 170                | SDG9, SDG13      |
|                                         | 305-5 Reduction of GHG emissions                                 | Page 169-171, 179       | SDG9, SDG13      |
| <b>WASTE</b>                            |                                                                  |                         |                  |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach     | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary         | Page 167, 173, 178      |                  |
|                                         | 103-2 The management approach and its components                 | Page 134, 167, 173, 178 |                  |
|                                         | 103-3 Evaluation of the management approach                      | Page 167, 173, 178      |                  |

## GRI CONTENT INDEX

| GRI STANDARD           | DISCLOSURE                                                   | PAGE NUMBER AND/OR URL | RELATION TO SDGS |
|------------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------|------------------|
| GRI 306:<br>Waste 2020 | 306-1 Waste generation and significant waste-related impacts | Page 173               |                  |
|                        | 306-2 Management of significant waste-related impacts        | Page 173               |                  |
|                        | 306-3 Waste generated                                        | Page 173-175, 180      |                  |
|                        | 306-4 Waste diverted from disposal                           | Page 173-175           |                  |
|                        | 306-5 Waste diverted to disposal                             | Page 173-175           |                  |

### SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT

|                                                     |                                                                     |               |  |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------|--|
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach                 | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary            | Page 147      |  |
|                                                     | 103-2 The management approach and its components                    | Page 134, 147 |  |
|                                                     | 103-3 Evaluation of the management approach                         | Page 147      |  |
| GRI 308:<br>Supplier<br>Environmental<br>Assessment | 308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria | Page 148      |  |

### EMPLOYMENT

|                                     |                                                                                                          |                   |                 |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------|
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                                                 | Page 150          |                 |
|                                     | 103-2 The management approach and its components                                                         | Page 133, 150     |                 |
|                                     | 103-3 Evaluation of the management approach                                                              | Page 150          |                 |
| GRI 401:<br>Employment              | 401-1 New employee hires and employee turnover                                                           | Page 161-162, 159 | SDG 5,<br>SDG 8 |
|                                     | 401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees | Page 151          | SDG 8           |
|                                     | 401-3 Parental leave                                                                                     | Page 162          | SDG 5,<br>SDG 8 |

### OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

|                                     |                                                          |               |  |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------|---------------|--|
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary | Page 155      |  |
|                                     | 103-2 The management approach and its components         | Page 155      |  |
|                                     | 103-3 Evaluation of the management approach              | Page 149, 155 |  |

## GRI CONTENT INDEX

| GRI STANDARD                                      | DISCLOSURE                                                                                          | PAGE NUMBER AND/OR URL | RELATION TO SDGS           |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------|
| GRI 403:<br>Occupational<br>Health and Safety     | 403-1 Occupational health and safety management system                                              | Page 155               |                            |
|                                                   | 403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation                            | Page 155               |                            |
|                                                   | 403-3 Occupational health services                                                                  | Page 155               |                            |
|                                                   | 403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety       | Page 155               |                            |
|                                                   | 403-5 Worker training on occupational health and safety                                             | Page 155               |                            |
|                                                   | 403-6 Promotion of worker health                                                                    | Page 155               |                            |
|                                                   | 403-7 Prevention of occupational health and safety impacts directly linked by business relationship | Page 155               |                            |
|                                                   | 403-9 Work-related injuries                                                                         | Page 162               |                            |
|                                                   | 403-10 Work-relates ill health                                                                      | Page 162               | SDG 3,<br>SDG 8            |
| <b>TRAINING AND EDUCATION</b>                     |                                                                                                     |                        |                            |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach               | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                                            | Page 150               |                            |
|                                                   | 103-2 The management approach and its components                                                    | Page 133, 150          |                            |
|                                                   | 103-3 Evaluation of the management approach                                                         | Page 149-150           |                            |
| GRI 404: Training<br>and Education                | 404-1 Average hours of training per year per employee                                               | Page 149, 153-154      | SDG 4,<br>SDG 5,<br>SDG 8  |
|                                                   | 404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs                     | Page 153-154           |                            |
|                                                   | 404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews          | Page 153-154           | SDG 5,<br>SDG 8            |
| <b>DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY</b>            |                                                                                                     |                        |                            |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach               | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                                            | Page 150               |                            |
|                                                   | 103-2 The management approach and its components                                                    | Page 150               |                            |
|                                                   | 103-3 Evaluation of the management approach                                                         | Page 150               |                            |
| GRI 405:<br>Diversity<br>and Equal<br>opportunity | 405-1 Diversity of governance bodies and employees                                                  | Page 228, 156-159      | SDG 5,<br>SDG 8            |
|                                                   | 405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men                                        | Page 163               | SDG 5,<br>SDG 8,<br>SDG 10 |

## GRI CONTENT INDEX

| GRI STANDARD                                                          | DISCLOSURE                                                                                                          | PAGE NUMBER AND/OR URL | RELATION TO SDGS |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------|
| <b>NON-DISCRIMINATION</b>                                             |                                                                                                                     |                        |                  |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach                                   | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                                                            | Page 136-137           |                  |
|                                                                       | 103-2 The management approach and its components                                                                    | Page 136-137           |                  |
|                                                                       | 103-3 Evaluation of the management approach                                                                         | Page 136-137           |                  |
| GRI 406:<br>Non-<br>Discrimination                                    | 406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken                                                      | Page 164               |                  |
| <b>FREEDOM OF ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING</b>               |                                                                                                                     |                        |                  |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach                                   | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                                                            | Page 151               |                  |
|                                                                       | 103-2 The management approach and its components                                                                    | Page 133, 151          |                  |
|                                                                       | 103-3 Evaluation of the management approach                                                                         | Page 151               |                  |
| GRI 407:<br>Freedom of<br>Association and<br>Collective<br>Bargaining | 407-1 Operation and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk | Page 151               |                  |
| <b>LOCAL COMMUNITIES</b>                                              |                                                                                                                     |                        |                  |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach                                   | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                                                            | Page 150, 165          |                  |
|                                                                       | 103-2 The management approach and its components                                                                    | Page 133, 150, 165     |                  |
|                                                                       | 103-3 Evaluation of the management approach                                                                         | Page 150, 165          |                  |
| GRI 413: Local<br>Communities                                         | 413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs                      | Page 150, 165          |                  |
| <b>SUPPLIER SOCIAL ASSESSMENT</b>                                     |                                                                                                                     |                        |                  |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach                                   | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                                                            | Page 147               |                  |
|                                                                       | 103-2 The management approach and its components                                                                    | Page 133, 147          |                  |
|                                                                       | 103-3 Evaluation of the management approach                                                                         | Page 147               |                  |
| GRI 414: Supplier<br>Social<br>Assessment                             | 414-1 New suppliers that were screened using social criteria                                                        | Page 148               |                  |
| <b>CUSTOMER PRIVACY</b>                                               |                                                                                                                     |                        |                  |
| GRI 103 :<br>Management<br>Approach                                   | 103-1 Explanation of the material topic and its Boundary                                                            | Page 147               |                  |
|                                                                       | 103-2 The management approach and its components                                                                    | Page 133, 147          |                  |
|                                                                       | 103-3 Evaluation of the management approach                                                                         | Page 147               |                  |
| GRI 418:<br>Customer<br>privacy                                       | 418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data                  | Page 147               | SDG 16           |

## หลักปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ UN Global Compact Principles

ปัจจุบัน CENTEL ยังไม่ได้รับการลงนามให้คำมั่นสัญญาในการปฏิบัติตามข้อตกลง 10 ประการ (The Ten Principle) ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC) แต่ทั้งนี้ CENTEL ได้ทำการศึกษาและนำหลักการดังกล่าวมาเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาความยั่งยืนของบริษัท ดังนี้

| ประเด็นหลัก      | หลักการ                                                                                          | หน้าที่                 |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| สิทธิมนุษยชน     | 1.สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่ใช้อำนาจ          | 136 -137, 147, 150, 156 |
|                  | 2.หมั่นตรวจสอบตราดูแลมิให้ธุรกิจของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน          | 136 -137, 147, 150, 156 |
| แรงงาน           | 3.ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงานและการรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรองอย่างจริงจัง | 150, 151                |
|                  | 4.จัดการใช้แรงงานเกณฑ์และที่เป็นการบังคับในทุกรูปแบบ                                             | 150, 151                |
|                  | 5.ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างจริงจัง                                                             | 150, 151                |
|                  | 6.จัดการเลือกปฏิบัติในเรื่องการจ้างงานและการประกอบอาชีพ                                          | 150, 151                |
| สิ่งแวดล้อม      | 7.สนับสนุนแนวทางการระแวดระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม                        | 166-180                 |
|                  | 8.อาศัยจัดทำกิจกรรมที่ส่งเสริมการยกระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม                              | 166-180                 |
|                  | 9.ส่งเสริมการพัฒนาและการเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม                                | 166-180                 |
| การต้านการทุจริต | 10.ดำเนินงานในทางต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ                     | 136-139                 |



CENTARA  
HOTELS & RESORTS

