



การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



“

การขับเคลื่อนธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนเป็นสิ่งที่ท้าทาย ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งทีมบริหารและพนักงานทุกคน ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักบรรษัทภิบาลและหลักการความยั่งยืน เพื่อมอบประสบการณ์การบริการที่เหนือระดับและน่าประทับใจด้วยโมเดลจัดแบบไทยให้กับลูกค้า และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เราเชื่อว่าบริษัทที่ดำเนินงานตามวิถีความยั่งยืนครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมได้นั้น เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรได้อย่างแท้จริง เราจึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนายุทธศาสตร์แห่งความยั่งยืนเพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

เข็มนาฬิกาตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์สูงสุดของคนรุ่นหลัง หลักการด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของเราถูกนำมาใช้ดูแล รักษาและปกป้องสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวเรา พัฒนานวัตกรรมและนำมาใช้บริหารจัดการองค์กรในการใช้พลังงาน การใช้น้ำ การจัดการของเสีย การบริหารห่วงโซ่อุปทาน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลักมาตลอด อีกทั้งยังทำงานร่วมกับพนักงาน ผู้บริหาร คู่ค้า ลูกค้า และร่วมมือกับชุมชนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและการเติบโตทางธุรกิจแบบยั่งยืนในทุกที่ที่เราดำเนินธุรกิจ

เป้าหมายสำคัญในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมท่ามกลางวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงมากขึ้น คือ การนำพาองค์กรไปสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) โดยกำหนดเป้าหมายระยะที่ 1 ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 20 ภายในปี 2572 (เทียบกับปีฐาน 2562) ลดการใช้พลังงาน ลดการใช้น้ำ ลดปริมาณขยะส่งไปหลุมฝังกลบลงร้อยละ 20 และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทางเลือกให้มากขึ้น เพิ่มพื้นที่สีเขียวเพื่อดูดซับก๊าซคาร์บอน และสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานขององค์กรในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในทุกขั้นตอน เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระยะยาวต่อไป

ธีระยุทธ จิราธิวัฒน์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

”

วิสัยทัศน์ และพันธกิจ (Vision & Mission)

ธุรกิจโรงแรม		ธุรกิจอาหาร	
วิสัยทัศน์ (Vision)	ก้าวสู่การเป็นกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทชั้นนำ ของคนไทยในระดับโลก	วิสัยทัศน์ (Vision)	เป็นผู้นำธุรกิจร้านอาหารอันดับ 1 ในใจผู้บริโภค ด้วยนวัตกรรมและการส่งมอบมื้ออาหารที่คุ้มค่า ให้กับผู้บริโภคในทุกโอกาส
พันธกิจ (Mission)	ส่งมอบประสบการณ์ความเป็นไทยที่สอดรับ กับเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของจุดหมายปลายทางทั่วโลก เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกคน ด้วยการผสาน นวัตกรรมการให้บริการที่แฝงความอบอุ่นแบบครอบครัว และความทุ่มเทของชาวเซ็นทารา ที่พร้อมมุ่งมั่นขับเคลื่อน ธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน	พันธกิจ (Mission)	ส่งมอบมื้ออาหารที่อร่อย คุ้มค่า คุ้มราคา จากการบริการด้วยใจของชาวเซ็นทาราให้กับลูกค้าทุกคน และมุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้ บริโภค เพื่อส่งต่อประสบการณ์ ที่ดีให้กับลูกค้าและการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ค่านิยมองค์กร (Core Value)

I-CARE เพราะเราใส่ใจ...

I	C	A	R	E
I-INNOVATION สร้างสรรค์คิดสิ่งใหม่	C-CUSTOMER ใส่ใจในลูกค้า	A-ALLIANCE ก้าวหน้าทั้งกลุ่มธุรกิจ	R-RELATIONSHIP จิตผูกพันพึ่งพา	E-ETHIC มุ่งรักษายุทธธรรม
เพราะเราใส่ใจ เราจึงสร้างสรรค์คิดสิ่งใหม่ เปิดกว้างสำหรับทุกโอกาส และความท้าทาย เพื่อการ ทำงานที่มีคุณภาพและมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	เพราะเราใส่ใจ เราจึงมุ่งมั่นพัฒนาด้านการ บริการสู่ความเป็นเลิศโดยมุ่ง เน้นและใส่ใจลูกค้าเป็นสำคัญ	เพราะเราใส่ใจ เราจึงเคารพคุณค่า ความแตกต่างและทำงานร่วม กันเป็นทีมเพื่อความก้าวหน้า ทั้งกลุ่มธุรกิจ	เพราะเราใส่ใจ เราจึงมีจิตผูกพันพึ่งพา กับทั้งเพื่อนพนักงาน คู่ค้าและสังคม เพื่อการ พัฒนาที่ยั่งยืน	เพราะเราใส่ใจ เราจึงมุ่งรักษายุทธธรรม ในการดำเนินธุรกิจ



รางวัลด้านความยั่งยืน



THAILAND SUSTAINABILITY
INVESTMENT 2018-2022



SUSTAINABILITY RECOGNITION
DISCLOSURE 2020-2022



CENTARA SUSTAINABILITY SYSTEM
GSTC RECOGNITION



GSTC-RECOGNIZED STANDARDS
FOR HOTELS 2022
(Corporate and 12 Hotels)



THAILAND DIGITAL EXCELLENCE
AWARDS 2022 "ESG REVOLUTION"
(CENTRAL RESTAURANTS GROUP)



THE ASIA CORPORATE EXCELLENCE &
SUSTAINABILITY AWARDS 2022 (ACES)
"INDUSTRY CHAMPIONS OF THE YEAR"
(CENTRAL RESTAURANTS GROUP)

ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ

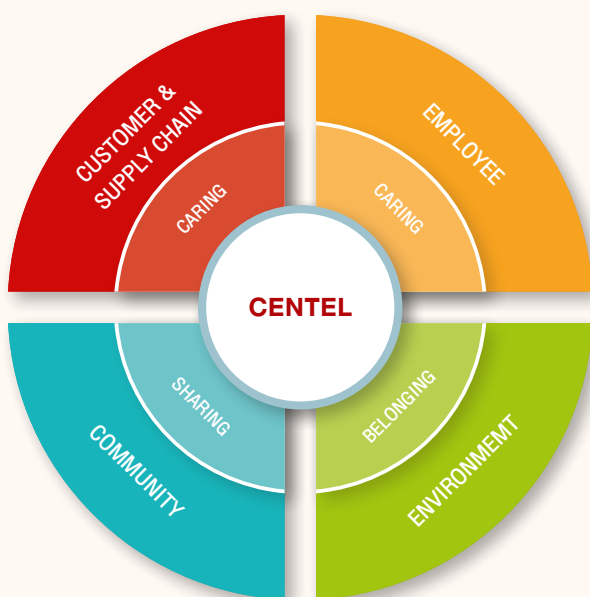
• ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรม

บริษัทได้มีบทกวนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา เพื่อบรรลุเป้าหมายในการทำให้เซ็นทาราก้าวสู่การเป็นหนึ่งใน 100 กลุ่มโรงแรมชั้นนำของโลกภายในปี 2570 โดยกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจ 5 ปี (2565-2569) ดังนี้ 1) สร้างรายได้รวมกว่า 1.6 หมื่นล้านบาท ภายในปี 2569 2) การลงทุนในโครงการใหม่ที่สำคัญในต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น และประเทศมัลดีฟส์ รวมถึงการพัฒนาโรงแรมในรูปแบบเพื่อการพักผ่อน (Retreat Resort) ที่มุ่งเน้นการบริการด้านสุขภาพ 3) การพัฒนาปรับปรุงและยกระดับแบรนด์ของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราในปัจจุบันให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น 4) เพิ่มความร่วมมือกับบริษัทอื่นๆในเครือเซ็นทรัลเพื่อพัฒนาธุรกิจโรงแรมและสร้างแบรนด์ใหม่ 5) การขยายธุรกิจการบริหารโรงแรม 6) การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการให้บริการ 7) ทำการขายและการตลาดที่เข้าถึงลูกค้ามากขึ้น รวมถึงการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเดิมผ่านโปรแกรมเซ็นทาราเดอะวัน 8) พัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มทักษะความรู้ ความสามารถให้กับการเปลี่ยนแปลงภายใต้แนวคิด The Place To Work และ 9) เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทางเลือก ปรับปรุงระบบการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

• ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจอาหาร

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้ปรับแผนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้รับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเร่งขยายสาขาในแบรนด์ที่มีศักยภาพ อีกทั้งเพิ่มแบรนด์ใหม่ที่มีศักยภาพเข้ามาในพอร์ตโฟลิโอ รวมถึงการร่วมมือแบบ Win -Win กับ พาร์ทเนอร์เพื่อเสริมศักยภาพทางธุรกิจ ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการต้นทุนของธุรกิจ เช่น การปรับลดของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างการทำอาหาร การควบคุมค่าใช้จ่ายสิ้นเปลือง รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพของอาหารให้ดีขึ้น เป็นต้น ขณะเดียวกันการรักษายอดขาย โดยการผสมผสานระหว่างช่องทางการขายผ่านทั้งออนไลน์หรือเดลิเวอรี่ และออฟไลน์ผ่านหน้าร้าน การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้จากหลากหลายช่องทาง รวมถึงการสร้างประสบการณ์ในการรับประทานอาหารที่ร้านให้ดีขึ้น และพัฒนาให้มีความแตกต่างจากการสั่งอาหารไปรับประทานที่บ้าน การเร่งขยายช่องทางการขายใหม่ๆ ทั้งในช่องทางเดลิเวอรี่และออนไลน์ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับช่องทางการบริการที่หลากหลาย อาทิ เมนูแกร็บ แอนด์ โก (Grab & Go), เตะโฮม (Take home) และสินค้าพร้อมทาน (Ready To Eat-RTE product) อีกทั้งยังร่วมมือกับพันธมิตรชั้นนำทุกรายอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างความหลากหลายด้านเมนูและโปรโมชันต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย การเน้นเมนูที่คุ้มค่าด้านราคาและคุณภาพ มีเอกลักษณ์ เเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการนำเทคโนโลยี เข้ามาเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น การรับออเดอร์อาหารผ่านคิวอาร์โค้ดและแอปพลิเคชันของทางร้าน และการใช้ข้อมูลเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

การพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร



บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจหลัก 2 ธุรกิจ คือ เป็นผู้ให้บริการโรงแรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ และบริหารธุรกิจร้านอาหาร โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ยึดมั่นในหลักบรรษัทภิบาล เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เศรษฐกิจ สังคม และดูแลสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน บริษัทได้ประกาศนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เมื่อปี พ.ศ. 2562 เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ฝ่ายบริหารของบริษัทได้ตั้งคณะทำงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยคณะทำงานจากหน่วยธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร ร่วมขับเคลื่อนนโยบายจากคณะกรรมการบริษัทสู่แนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนในกระบวนการดำเนินงานของฝ่ายต่างๆ และส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนแนวทางความยั่งยืนในระดับพนักงานทั่วทั้งองค์กร โดยวางกรอบในการขับเคลื่อนความยั่งยืนไว้ 3 แกนหลัก คือ Caring-Sharing-Belonging ภายใต้ 4 กลุ่มเป้าหมาย คือ ลูกค้า-คู่ค้า พนักงาน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

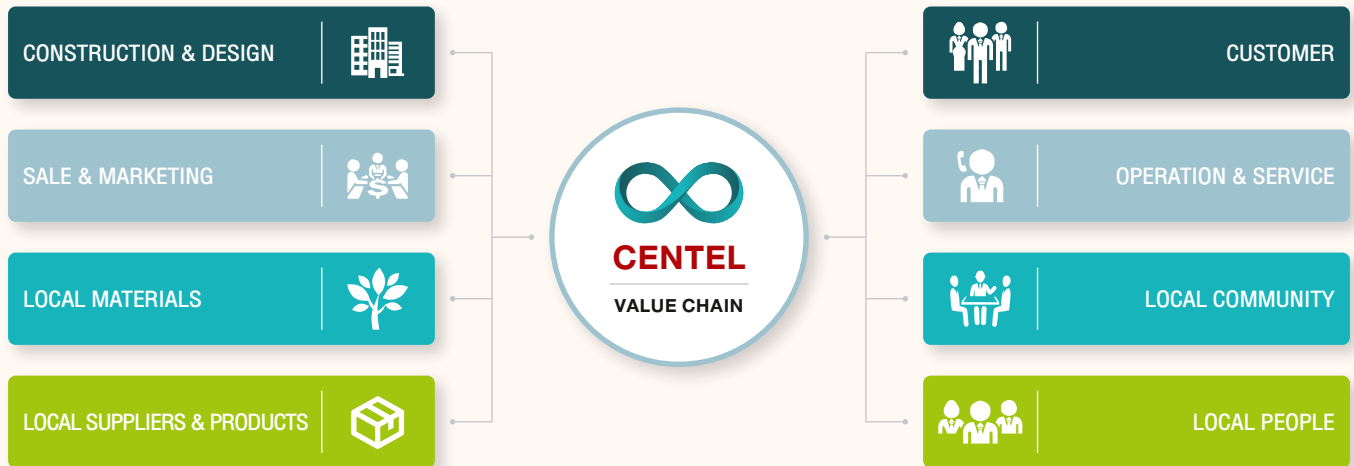
อ่านนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพิ่มเติมได้ที่

<https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20190401-centel-policy-on-sustainable-development-th.pdf>

ในปี 2565 คณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยง การกำกับดูแล ได้นำเสนอ เป้าหมายการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ต่อคณะกรรมการบริษัท โดยกำหนดเป้าหมายระยะที่ 1 ระยะเวลา 10 ปี 2563-2572 ในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 20 จากปีฐาน 2562 โดยเพิ่ม เป้าหมายระยะที่ 2 ปี 2583 ในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ

50 จากปีฐาน พร้อมตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาด และปลูกต้นไม้ เพื่อช่วยลดคาร์บอนไดออกไซด์ จำนวน 200,000 ต้น และประกาศความมุ่งมั่น ในการดำเนินงานขับเคลื่อนสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero Commitment) ภายในปี 2593 โดยกำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สุทธิเป็นศูนย์ในขอบเขตที่ 1 และ 2 และมีแผนเพิ่มเป้าหมายในขอบเขตที่ 3 ในปีถัดไป

CREATE MEMORABLE EXPERIENCE AND FAIRNESS FOR ALL



เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

จากนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน นำมาสู่กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนความยั่งยืนและเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตมั่นคงยั่งยืนครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



โครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน

บริษัทได้กำหนดโครงสร้างการดำเนินการด้านการพัฒนาความยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล ทำหน้าที่กำหนดแนวทางและดูแลการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนให้เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้ โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ทำหน้าที่เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแบบบูรณาการ มีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อการพัฒนาความยั่งยืน ทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอาหาร เพื่อรายงานผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และ

สิ่งแวดล้อมต่อคณะกรรมการความเสี่ยง การกำกับดูแล และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อขอความคิดเห็นและคำแนะนำในการดำเนินงาน โดยมีการจัดประชุมทุกๆ 3 เดือน เพื่อพิจารณาบทสรุป และติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทให้สอดคล้องและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตามกรอบของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ และกรอบการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ภายใต้หลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์



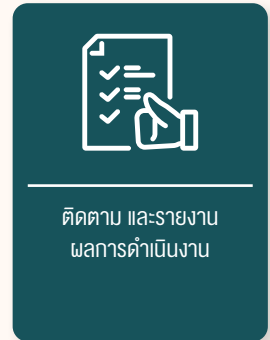
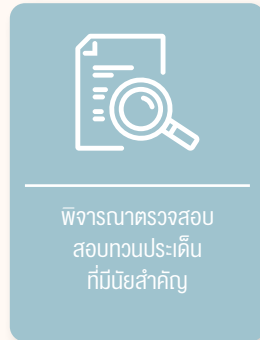
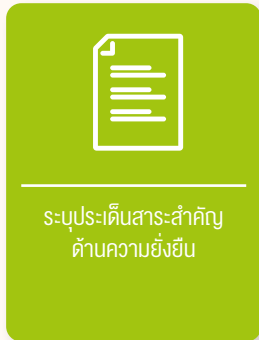
การสร้างการรับรู้เรื่องการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน

ปัจจุบันการดำเนินงานตามแนวทางความยั่งยืนเป็นสิ่งที่มีชีวิตสำคัญ ฝ่ายบริหารจึงได้ดำเนินการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจเรื่องความยั่งยืนให้กับพนักงานในองค์กร จัดอบรมภายในหน่วยธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร และถอดบทเรียนจากความสำเร็จในการดำเนินงานต่างๆ เพื่อนำไปปรับใช้กับทั้งองค์กร สนับสนุนให้พนักงานในฝ่ายงานพัฒนาความยั่งยืนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมอบรมความรู้กับหน่วยงานภายนอก เพื่อติดตามประเด็นการพัฒนาความยั่งยืนในระดับสากลและระดับประเทศ ในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมชาติที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ศึกษาข้อมูลความรู้ และเครื่องมือต่างๆ ที่จะสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร

อีกทั้งส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ภายในองค์กรจากการอบรมความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ อาทิเช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก(องค์การมหาชน), สถาบันไทยพัฒน์, Global Reporting Initiative (GRI), Global Sustainable Tourism Council (GSTC), Greenview (The Global Sustainable Tourism Council-Recognized System), S&P Global เป็นต้น รวมทั้งจัดอบรมความรู้ภายในองค์กรให้กับพนักงานทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ

การกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

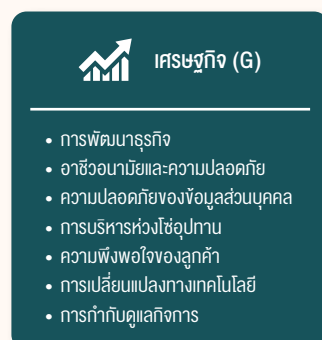
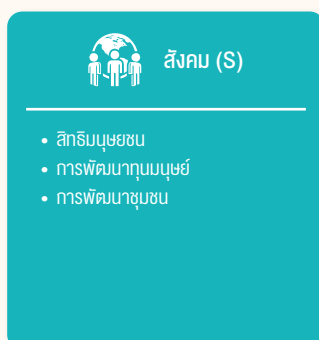
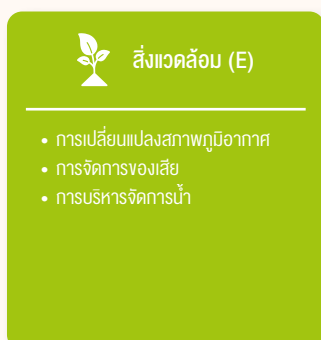
บริษัทได้ดำเนินการกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท ครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระดับสากลทั้งในส่วนของบริษัทโรงแรมและธุรกิจอาหาร รวมถึงประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ฝ่ายบริหาร ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ โดยมีขั้นตอนการกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ดังนี้



- 1. การระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน** บริษัทได้นำประเด็นความเสี่ยงที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทโรงแรมและธุรกิจอาหาร ประเด็นสำคัญจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกกลุ่ม ผลกระทบต่อธุรกิจ และผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจต่อกายนอกองค์กร ศึกษาเปรียบเทียบกับประเด็นความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ จากนั้นนำประเด็นทั้งหมดที่ประเมินความสำคัญเสนอแก่ผู้บริหารกลุ่มธุรกิจ
- 2. การจัดลำดับความสำคัญ** มีการดำเนินการวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีผลกระทบต่อองค์กร และส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย นอกองค์กร ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มประเด็นหลัก คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จำนวน 13 ประเด็น และพิจารณาการจัดลำดับความสำคัญ 2 ด้านคือ ประเด็นที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร และประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- 3. การจัดลำดับความสำคัญ สอดทวนประเด็นที่มีนัยสำคัญและติดตามรายงานผลการดำเนินงาน** บริษัทได้มีการทบทวนและตรวจสอบความครบถ้วนของประเด็นความยั่งยืนที่สร้างผลกระทบต่อธุรกิจและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีนัยสำคัญ โดยนำเสนอต่อคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล และคณะกรรมการบริษัทตามลำดับเพื่อพิจารณา จากนั้นฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการนำเสนอแผนการดำเนินงานพร้อมรายงานผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในปี 2565 บริษัทยังคงใช้ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเดิม และมีแผนจะทบทวนประเด็นสำคัญและผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในปีถัดไป เพื่อนำเสนอคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล และคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ

ประเด็นสำคัญและขอบเขตประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้สรุปประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีส่งผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจ และส่งผลกระทบต่อภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้



ลำดับความสำคัญและขอบเขตของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (1/2)

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและ แผนการดำเนินงาน	ขอบเขตของผลกระทบ (ภายใน/ภายนอกองค์กร)	ผลกระทบต่อธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสีย
 1. การพัฒนาธุรกิจ วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, คู่ค้า, ผู้ถือหุ้น, นักลงทุน	ขยายตลาดและสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับบริษัท โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า นักลงทุนมีความมั่นใจในการลงทุน ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ
 2. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย จัดทำแผนสำหรับการดูแลลูกค้า ผู้ใช้บริการ และพนักงาน	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน	ลดการสูญเสีย ลดความเสี่ยงหากเกิดข้อร้องเรียนเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการ พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้า รวมถึงชุมชนและสังคมได้รับการดูแลเรื่องความปลอดภัย และมีคุณภาพชีวิตที่ดี
 3. ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล มีการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการข้อมูลส่วนตัว จัดทำแนวปฏิบัติการใช้งานข้อมูลส่วนตัวของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และกำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบการดูแลความปลอดภัยของข้อมูล	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า	ลดความเสี่ยงในการดำเนินงานมีระบบป้องกัน และแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้นำใช้บริการ ว่าข้อมูลส่วนบุคคลได้รับการดูแล
 4. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน จัดทำจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า จัดทำแนวทางการพัฒนาคู่ค้า การตรวจประเมินคู่ค้า	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า	การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างมีระบบทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัท สามารถบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบในภาวะวิกฤตได้เป็นอย่างดี สร้างความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้า คู่ค้าสามารถเติบโตไปพร้อมกับบริษัทได้ในระยะยาว
 5. ความพึงพอใจของลูกค้า สำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ นำผลการประเมินมาจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	ทุกหน่วยงาน / คู่ค้า, ชุมชนพ	ลูกค้ามีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ส่งผลให้บริษัทเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว มีฐานลูกค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัท เกิดการพัฒนาวัฒนธรรมการให้บริการที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ลูกค้าและสังคมได้รับการบริการที่ดีตามความต้องการ
 6. การบริหารจัดการเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จัดทำแผนกลยุทธ์ในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เก็บข้อมูลด้านการใช้พลังงาน การใช้น้ำ การจัดการขยะ เพื่อคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน	ธุรกิจสามารถวางแผนและเตรียมความพร้อมการดำเนินงานเพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อการค้าการลงทุน สร้างโอกาสใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจ ช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานของบริษัท
 7. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี จัดทำนโยบาย แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ พัฒนานวัตกรรมบริการให้เพื่อสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า	ธุรกิจสามารถรับมือกับการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยี มีระบบการดูแลความปลอดภัยที่จะช่วยให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคที่เทคโนโลยีเป็นสิ่งจำเป็นต่อการใช้ชีวิต สร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจภายใต้ภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

ลำดับความสำคัญและขอบเขตของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (2/2)

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและ แผนการดำเนินงาน	ขอบเขตของผลกระทบ (ภายใน/ภายนอกองค์กร)	ผลกระทบต่ธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสีย
 8. สิทธิมนุษยชน กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม ให้ความสำคัญในการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม เคารพในสิทธิความเป็นมนุษย์ จ่ายค่าจ้างตอบแทนอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม จัดให้มีช่องทางการร้องเรียนด้านแรงงาน และมีกลไกในการตรวจสอบข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ	ทุกหน่วยงาน / ลูกจ้าง, คู่ค้า, ผู้ถือหุ้น	บริษัทได้รับการยอมรับจากสังคม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในการให้ความสำคัญเรื่องสิทธิมนุษยชน สร้างการมีส่วนร่วมทั้งกับพนักงาน ลูกจ้าง คู่ค้า ชุมชนและสังคม เพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ลูกจ้าง คู่ค้า และพนักงานได้รับการดูแลและคุ้มครองเรื่องสิทธิมนุษยชนอย่างเท่าเทียม ไม่มีการเลือกปฏิบัติ
 9. การกำกับดูแลกิจการ การกำกับดูแลองค์กรด้วยหลักธรรมาภิบาล มีนโยบายและกระบวนการกำกับดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถดำเนินงานเพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืนในระยะยาว	ทุกหน่วยงาน / คู่ค้า, ลูกจ้าง, ชุมชน, ภาครัฐ, ผู้ถือหุ้น	บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว สร้างคุณค่าให้กับองค์กร ได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นำไปสู่การสร้างความมั่นคง และเติบโตให้กับระบบเศรษฐกิจ ขับเคลื่อนให้สังคมเติบโตได้อย่างยั่งยืน
 10. การบริหารจัดการของเสีย กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติในการบริหารจัดการของเสียจากการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ คัดแยกขยะเพื่อเพิ่มอัตราขยะรีไซเคิล ลดปริมาณขยะที่ส่งไปฝังกลบ	ทุกหน่วยงาน / ลูกจ้าง, ชุมชน	การจัดการขยะของเสียอย่างเป็นระบบจะช่วยลดค่าใช้จ่าย ลดผลกระทบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม
 11. การพัฒนาทุนมนุษย์ การบริหารและพัฒนาทักษะพนักงาน สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับได้รับโอกาสในการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะความสามารถ และนำทักษะมาพัฒนางาน ด้านบริการ และเพิ่มโอกาสในสู่ความก้าวหน้าในสายอาชีพ	ทุกหน่วยงาน / ชุมชน	บุคลากรของบริษัทมีทักษะความรู้ที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน สามารถขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโต และพนักงานได้รับโอกาสในการพัฒนาทักษะต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตสายงานอาชีพได้
 12. การพัฒนาชุมชน สนับสนุน ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนในพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินกิจการ เพื่อสร้างการเติบโตความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในชุมชนและสังคม	ทุกหน่วยงาน / ลูกจ้าง, ชุมชน	เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ได้รับการยอมรับจากชุมชนและสังคมในพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ ชุมชนและสังคมมีความเจริญเติบโตมีความมั่นคงด้านรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
 13. การบริหารจัดการน้ำ จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติในการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด นำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด	ทุกหน่วยงาน / ลูกจ้าง, ชุมชน	บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนการใช้น้ำให้มีประสิทธิภาพ ลดปัญหาความขัดแย้งและผลกระทบต่อชุมชนและสังคมรอบข้าง ในพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ มีการบริหารจัดการน้ำเสียอย่างเป็นระบบ ไม่เกิดผลกระทบต่อชุมชน



สิ่งแวดล้อม (E)



สังคม (S)



เศรษฐกิจ (G)

การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (1/2)

บริษัทได้กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็นกลุ่มต่างๆ โดยมีช่องทางในการสื่อสาร เพื่อรับฟังความคิดเห็น ความคาดหวัง นำไปสู่การพัฒนากระบวนการเพื่อตอบสนองต่อข้อคิดเห็นและความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมและช่องทางการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความต้องการ
 ลูกค้า	- การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหลังการใช้บริการ - การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าขณะให้บริการ - การร้องเรียนผ่าน - ช่องทางรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ - การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์	- คุณภาพการให้บริการ - ความหลากหลายของบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า - ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ครบถ้วน ถูกต้อง	- นำเสนอการบริการที่ประทับใจด้วยเอกลักษณ์แบบไทย - ส่งมอบความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อให้บริการกับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ - นำเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง - พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว - ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป็นสำคัญ - จัดทำแผนรองรับและจัดการการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าอย่างเคร่งครัด
 คู่ค้า	- การประชุมคู่ค้าประจำปี - ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน - สำรวจความต้องการของคู่ค้า	- ดำเนินงานตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และแนวทางจรรยาบรรณคู่ค้า - การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน - ร่วมกันพัฒนานวัตกรรมในการทำธุรกิจร่วมกัน	- จัดระบบการสั่งซื้อแบบ one item one price - กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและยุติธรรมและตรวจสอบได้ - จัดทำคู่มือและแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าตามหลักการความยั่งยืน ESG - ให้ความช่วยเหลือคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจภายใต้กรอบความช่วยเหลือที่บริษัทกำหนด
 พนักงาน	- การปฐมนิเทศสำหรับพนักงานใหม่ - กิจกรรม Town Hall ให้ผู้บริหารได้พูดคุยกับพนักงานอย่างใกล้ชิด - การสำรวจความพึงพอใจของพนักงานประจำปี - สื่อสารกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ - จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการพนักงาน - กิจกรรมสานสัมพันธ์สร้างความผูกพันกับพนักงาน	- เคารพสิทธิมนุษยชน ไม่มีการเลือกปฏิบัติดูแลพนักงานอย่างเท่าเทียม - ความก้าวหน้าในอาชีพ - ความสมดุลในการใช้ชีวิต - ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม - เปิดโอกาสในการแสดงความคิดเห็น	- พัฒนาแผนการยกระดับทักษะและความรู้ความสามารถของพนักงาน - ทบทวนค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงานให้เหมาะสมและเป็นธรรม - ดูแล ใส่ใจ พนักงานเหมือนคนในครอบครัวเพื่อสร้างความภักดีต่อองค์กรผ่านกิจกรรมต่างๆ - ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานตามเกณฑ์อาชีวอนามัย - นำข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานมาวิเคราะห์และจัดทำแผนงานเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงาน

การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (2/2)

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมและช่องทางการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความต้องการ
 ชุมชน สังคม	- กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมจิตอาสา - รับฟังความคิดเห็นของชุมชนและสังคมผ่านช่องทางต่างๆ	- สร้างงาน สร้างอาชีพสนับสนุนการจ้างงานในชุมชน - ขยายโอกาสการจ้างงานคนพิการและผู้สูงอายุ - สร้างคุณค่าให้ชุมชน - และสังคมผ่านการช่วยเหลือด้านต่างๆ - พัฒนาชุมชนให้เติบโตไปพร้อมกับอย่างยั่งยืน - สนับสนุนกิจกรรมเพื่อชุมชน - ถ่ายทอดความรู้และทักษะความชำนาญให้กับคนในชุมชน	- ส่งเสริม พัฒนาและสร้างสัมพันธ์อันดีต่อชุมชนและสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน - แบ่งปันความรู้เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจของบริษัท - สร้างรายได้สู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้เศรษฐกิจของชุมชนเติบโต
 สิ่งแวดล้อม	สำรวจและประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการดำเนินธุรกิจ	- แผนการดำเนินงานที่คำนึงถึงการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว - สร้างผลกระทบเชิงบวกในการดูแลและรักษา - ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อส่งต่อให้กับลูกหลานในอนาคต	- ดูแล และบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด - ปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ - ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการดำเนินงาน - สนับสนุนและร่วมสร้างความรู้ในการดูแลสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานและชุมชน - สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน
 ผู้ถือหุ้น	- กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ - การประชุมผู้ถือหุ้น - เว็บไซต์ของบริษัท - สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ - ช่องทางการรับแจ้งข้อมูลของนักลงทุนสัมพันธ์	- ผลการดำเนินงานธุรกิจคุ้มค่า มีเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน - ความพร้อมในการรับมือกับวิกฤตการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ - แผนธุรกิจรับการเปิดประเทศ	- มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินธุรกิจ - มีกิจกรรมพบปะนักลงทุน นักวิเคราะห์ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ - รับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ถือหุ้นทุกคนอย่างเท่าเทียม - นำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานขององค์กรพร้อมทิศทางและแผนการดำเนินธุรกิจ
 ผู้มีส่วนได้เสียโดยรวม	- เว็บไซต์ของบริษัท - การร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ	ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้	- กำกับดูแลกิจการอย่างมีธรรมาภิบาลภายใต้ข้อกำหนด และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง - เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

การร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่างๆ

บริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกและพันธมิตรเครือข่ายขององค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ให้การสนับสนุนเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริม และพัฒนาสังคมให้เกิดความยั่งยืน รวมถึงผู้บริหารของบริษัทได้เข้าร่วมเป็นกรรมการขององค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

1. สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association)

2. สมาคมสปาไทย (Thai Spa Association)

3. หอการค้าไทย (The Thai Chamber of Commerce)

4. สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย (Thai Listed Companies Association)

5. สภาหอการค้าไทย-อเมริกา
The American Chamber of Commerce in Thailand: AMCHAM)

6. สภาหอการค้าไทย-อังกฤษ
(British Chamber of Commerce Thailand: BCCT)

7. สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก
(Pacific Asia Travel Association: PATA)

8. สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก สาขาประเทศไทย
(Pacific Asia Travel Association Thailand Chapter: PATA)

9. สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)
(Thailand Incentive and Convention Association: TICA)

10. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
(The Tourism Council of Thailand: TCT)
11. สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
(The Thai Institute of Directors Association: IOD)

12. สมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย
ในการต่อต้านการทุจริต

13. (Collective Action Coalition -Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption: CAC)

14. สมาชิกประชาคมการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของสถาบันไทยพัฒนา
(Sustainability Disclosure Community: SDC)

15. สมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network) ของ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

16. สมาชิกโครงการวิภาวดีไม่มีขยะ: ViBhavadi Zero Waste : phase 2

17. สมาชิกสมาคมพลังงานหมุนเวียนไทย (RE100)

18. สมาชิกเครือข่ายอนุรักษ์พลังงาน “Energy Beyond Standards”
โดย กรมพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน

มิติเศรษฐกิจ และธรรมาภิบาล

เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ประเด็น	เป้าหมาย	ผลการดำเนินการปี 2565	
ด้านการพัฒนาธุรกิจ	รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) ของธุรกิจโรงแรม 1,700-1,900 บาทในปี 2569	2,486 บาท	
	ปี 2565 ขายจำนวนสาขาของธุรกิจอาหารมากกว่า 200 สาขา	215 สาขา	
ด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	100 % ของเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) ของโรงแรมผ่านการอบรมเรื่องกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	100%	
การบริหารห่วงโซ่อุปทาน	100 % ของคู่ค้าธุรกิจโรงแรมรับทราบจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า	68 %	
ความพึงพอใจของลูกค้า	ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมโดยรวมทุกแบรนด์ 89.1%	88.6%	
การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	100% ของพนักงานโรงแรมได้รับการอบรมเรื่อง Cyber Security	71%	
การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ	การประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ (Excellent)”		
	คะแนนประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น 100 คะแนน	100 คะแนน	
	การต่ออายุการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต		
	100% ของพนักงานได้รับการอบรมเรื่องการต่อต้านการทุจริตและจรรยาบรรณองค์กร	100%	
เป้าประสงค์ที่ 16.5 / ตัวชี้วัดที่ 16.5.1			

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทให้ความสำคัญต่อดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการเป็นอย่างยิ่ง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บริษัทจึงความมุ่งมั่นที่จะบริหารองค์กรโดยยึดหลักบรรษัทภิบาลที่ดีและตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีโครงสร้างการกำกับดูแลองค์กรที่ประกอบด้วย คณะกรรมการที่มีความสามารถในการกำกับดูแลและบริหารงานด้วยความโปร่งใส และดำเนินงานตามกรอบนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี อีกทั้งยังตระหนักถึง

การบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้ องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีกระบวนการระบุประเมินความเสี่ยง และบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน และมีการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนวัฒนธรรมความเสี่ยง เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร

(รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ (รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ โครงสร้างการจัดการและหัวข้อการกำกับดูแลกิจการ ใน รายงานประจำปี 56-1 One Report และอ่านหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพิ่มเติม <https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20190108-centel-cg-2018-th.pdf>

หลักจริยธรรมทางธุรกิจ

หัวใจของการดำเนินธุรกิจที่สำคัญคือ การยึดมั่นในหลักจริยธรรม รวมถึงความยุติธรรมและคุณธรรมในการดำเนินกิจการกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยคณะกรรมการ บริษัทได้วางหลักการและแนวทางในการปฏิบัติสำหรับกรรมการและผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อันได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ คู่แข่งทางการค้า สังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อมและภาครัฐ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ทั้งนี้คณะกรรมการได้จัดทำมีกลไกและกระบวนการที่จะดูแลให้มีการปฏิบัติตามอย่างจริงจังและเคร่งครัด

อ่านหลักจริยธรรมธุรกิจเพิ่มเติม <https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20190108-centel-cg-2018-th.pdf>

การกำกับดูแล

บริษัทได้จัดทำจรรยาบรรณสำหรับกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานขึ้น ตามแนวทางของกลุ่มเซ็นทรัลซึ่งมีเจตนารมณ์ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า ผู้บริหาร พนักงาน และสังคมโดยรวม โดยกำหนดกรอบและแนวทางครอบคลุมการปฏิบัติตนในหน้าที่ การให้ความสำคัญต่อลูกค้า การรักษาผลประโยชน์ของบริษัท การปฏิบัติตนต่อสังคม และกำหนดแนวปฏิบัติหากพบเห็นการกระทำที่ไม่เป็นไปตามจรรยาบรรณที่กำหนดไว้ บริษัทกำหนดให้พนักงานทุกคนต้องได้รับการสื่อสารและมีการทบทวนข้อปฏิบัติตามจรรยาบรรณของบริษัทเป็นประจำทุกปี

ในปี 2565 บริษัทได้กำหนดให้พนักงานและผู้บริหารเข้าทบทวนความรู้ และทำแบบทดสอบความรู้ด้านจรรยาบรรณของบริษัทโดยแผนกฝึกอบรมจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการ แยกเป็นธุรกิจโรงแรม จำนวน 3,746 คน และธุรกิจอาหาร 4,714 คน รวมทั้งสิ้น 8,460 คน พนักงานทุกคนผ่านการอบรมและทดสอบครบตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ 100 % มีการรายงานผลการดำเนินงานต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการบริษัทรับทราบ นอกจากนี้แล้วพนักงานใหม่ทุกคนที่เข้าร่วมงานกับบริษัท จะต้องลงนามรับทราบจรรยาบรรณบริษัท เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดอย่างเคร่งครัด และในปี 2565 บริษัทได้มีการทบทวนจรรยาบรรณสำหรับกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน ที่ประกาศใช้มาเป็นระยะเวลาหนึ่ง และมีแผนที่จะปรับปรุงรายละเอียดและประเด็นสำคัญให้ทันกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยกำหนดแล้วเสร็จภายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2566



การตรวจสอบและการควบคุมภายใน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) จึงได้จัดตั้งสำนักงานตรวจสอบภายในขึ้น ความเป็นอิสระในการทำหน้าที่ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติตามมาตรการการควบคุมภายในของแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้การปฏิบัติงาน ต่างๆ นั้นเป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัติ รวมทั้งเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำกับดูแลการดำเนินงานและการบริหารงาน

ให้เป็นไปในแนวทางที่ถูกต้อง โดยมีผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายในเป็นผู้เสนอแผนงานตรวจสอบประจำปี และการปรับปรุงแผนงานตรวจสอบระหว่างปี รายงานผลการตรวจสอบตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในและจริยธรรมของผู้ตรวจสอบภายใน เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจนทำให้การดำเนินงานของบริษัทไม่บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

การทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทให้ความสำคัญและยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริตและปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดตลอดจนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ในปี 2565 บริษัทได้ดำเนินการทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันพร้อมด้วยระเบียบปฏิบัติ การร้องเรียนและตรวจสอบข้อเท็จจริง ดังนี้

1. บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงต่างๆ เกี่ยวกับการกระทำที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันและได้กำหนดนโยบาย เพื่อนำมากำหนดเป็นระเบียบที่จะได้มีการบังคับใช้ โดยมีจุดประสงค์ในการป้องกันและยับยั้งการทุจริตซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของระบบการควบคุมภายในที่ดี
2. บริษัทได้กำหนดแนวทางการดำเนินงาน ประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินงาน ซึ่งมีรายละเอียดที่ชัดเจน อันเป็นไปตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และสามารถป้องกันการทุจริตได้ ทั่ว ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจได้ โดยครอบคลุมถึงกิจกรรมการค้าและการดำเนินงาน เช่น การบริจาคในเชิงการกุศลและการให้การสนับสนุนในนามบริษัท การให้หรือการรับของกำนัลและการต้อนรับดูแล (การบันเทิงการ) รวมถึงการมอบเงินหรือประโยชน์ตลอดจนการให้การสนับสนุนทางการเมือง
3. บริษัทได้กำหนดให้มีระบบการควบคุมภายใน เพื่อให้แน่ใจว่านโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลซึ่งครอบคลุมถึงกระบวนการทำงานในทุกๆหน่วยงาน โดยบริษัทมีแผนการตรวจสอบของสำนักงานตรวจสอบภายในที่มีการตรวจสอบเรื่องการทุจริตคอร์รัปชันเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอทุกปี และหากเกิดเหตุการณ์ต้องสงสัยในเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน จะมีการตรวจสอบและนำผลการตรวจสอบเสนอคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัทเป็นลำดับถัดไป
4. บริษัทได้จัดให้มีช่องทางการร้องเรียน และกระบวนการในการแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนที่โปร่งใส และเป็นธรรม พร้อมทั้งมีมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการปกป้องผู้แจ้งข้อมูลการทุจริตคอร์รัปชันโดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความเสียหายของผู้แจ้งเบาะแสเป็นหลัก
5. บริษัทได้ทำการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทั้งภายในและภายนอกให้ครอบคลุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เช่น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน เป็นต้น โดยดำเนินการเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันบนเว็บไซต์ การทำแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ การส่งอีเมล เพื่อให้การประกอบธุรกิจในแต่ละส่วนได้ดำเนินการไปอย่างโปร่งใสตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่บังคับใช้
6. บริษัทได้มีการจัดอบรมให้แก่พนักงานเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่บังคับใช้ พร้อมทั้งยกตัวอย่างกรณีต่างๆ ให้พนักงานเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในการให้ความร่วมมือปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
7. บริษัทได้ประกาศนโยบายงดรับของขวัญ (No Gift Policy) เป็นประจําทุกปี และได้สื่อสารให้กับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มรับทราบผ่านหน้าเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อให้ทุกคนยึดเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

บริษัทได้เผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันไว้ในหน้าเว็บไซต์ของบริษัท <http://centel-th.listedcompany.com/cg.html> และออกจดหมายแจ้งคู่ค้าเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างสุจริตและโปร่งใสภายใต้มาตรการที่วางไว้และเชิญชวนให้คู่ค้าเข้าร่วมแสดงเจตนาเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย



การเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

นอกจากนี้บริษัทยังได้เข้าเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ซึ่งเป็นโครงการภายใต้สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หอการค้าไทย หอการค้าร่วมต่างประเทศในประเทศไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สมาคมธนาคารไทย สภาธุรกิจตลาดทุนไทย สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และ

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2554 และผ่านการประเมินได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559 และมีการต่ออายุเป็นครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2565 ที่ผ่านมา และจะดำเนินการต่ออายุสมาชิกอีกครั้งเมื่อครบกำหนด 3 ปี

การรับแจ้งข้อมูล ข้อร้องเรียนและการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียน

บริษัท ได้จัดทำนโยบายการรับแจ้งข้อมูลและเบาะแส Whistle-Blowing Policy และจัดช่องทางให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สามารถแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียน ข้อสงสัย หรือพบเห็นการกระทำที่สงสัยว่ามีการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท ทั้งนี้ได้กำหนดคู่มือการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียน เพื่อกำหนดรายละเอียดและกระบวนการในการตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยเริ่มตั้งแต่การแจ้งข้อร้องเรียนหรือเบาะแสของผู้มีสิทธิร้องเรียน ไปจนถึงขั้นตอนและกระบวนการในการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริต การคอร์รัปชัน และประพฤติมิชอบจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ โดยจะมีคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อดำเนินการหาข้อเท็จจริง

และรายงานให้ผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการบริษัทและผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาบทลงโทษในกรณีที่มีความผิดตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท ทั้งนี้ได้กำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิให้กับบุคคลที่แจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียนด้วย

นอกจากนี้ยังได้กำหนดแผนการเยียวยาผู้เสียหายหรือการชดเชย กำหนดบทลงโทษผู้กระทำผิดอย่างชัดเจน พร้อมแนวทางป้องกัน เพื่อไม่ให้เกิดข้อร้องเรียนในอนาคต จึงทำให้บริษัทมั่นใจว่ามาตรการของบริษัทเพียงพอต่อการป้องกันการกระทำผิดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ช่องทางในการติดต่อ ร้องเรียน หรือ แจ้งเบาะแส

บริษัทได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการร้องเรียน / แจ้งเบาะแส การทุจริต คอร์รัปชัน ประพฤติมิชอบ การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่งบริษัท และธรรมาภิบาล หรือจริยธรรมตามประมวลธรรมาภิบาลและจริยธรรมของพนักงานและลูกจ้างของบริษัท ดังนี้ ผู้มีสิทธิร้องเรียนสามารถนำส่งข้อร้องเรียนไปยังผู้มีสิทธิรับข้อร้องเรียนได้ 3 ช่องทางดังต่อไปนี้

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

- สำนักเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ

อีเมล: whistleblower_centel@chr.co.th

ที่อยู่ทางไปรษณีย์: คณะกรรมการตรวจสอบ บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน สามารถสอบถามหรือขอรับคำแนะนำได้ที่

- สำนักเลขานุการบริษัท

อีเมล: co.secretary_centel@chr.co.th

ที่อยู่ทางไปรษณีย์: สำนักเลขานุการบริษัท บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

จำนวนข้อร้องเรียนในปี 2565

หัวข้อการร้องเรียน	จำนวนเรื่องร้องเรียน		จำนวนเรื่องที่ได้รับการแก้ไข		จำนวนเรื่องที่อยู่ระหว่างการตรวจสอบ	
	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจอาหาร	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจอาหาร	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจอาหาร
การทุจริตคอร์รัปชัน	-	-	-	-	-	-
การให้บริการลูกค้า	14	-	14	-	-	-
ความปลอดภัย และอาชีวอนามัยในการใช้บริการ	2	1	2	1	-	-
การจ้างงาน	-	1	-	1	-	-
การละเมิดสิทธิมนุษยชนของพนักงาน	-	3	-	3	-	-
การดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน	-	1	-	1	-	-
อื่นๆ	-	4	-	2	-	2
รวมทั้งสิ้น	16	10	16	8	0	2

ในปี 2565 ที่ผ่านมา ไม่มีการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือละเมิดนโยบายการกำกับดูแลกิจการบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อความเสียหายต่อบริษัททั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินอย่างมีนัยสำคัญ

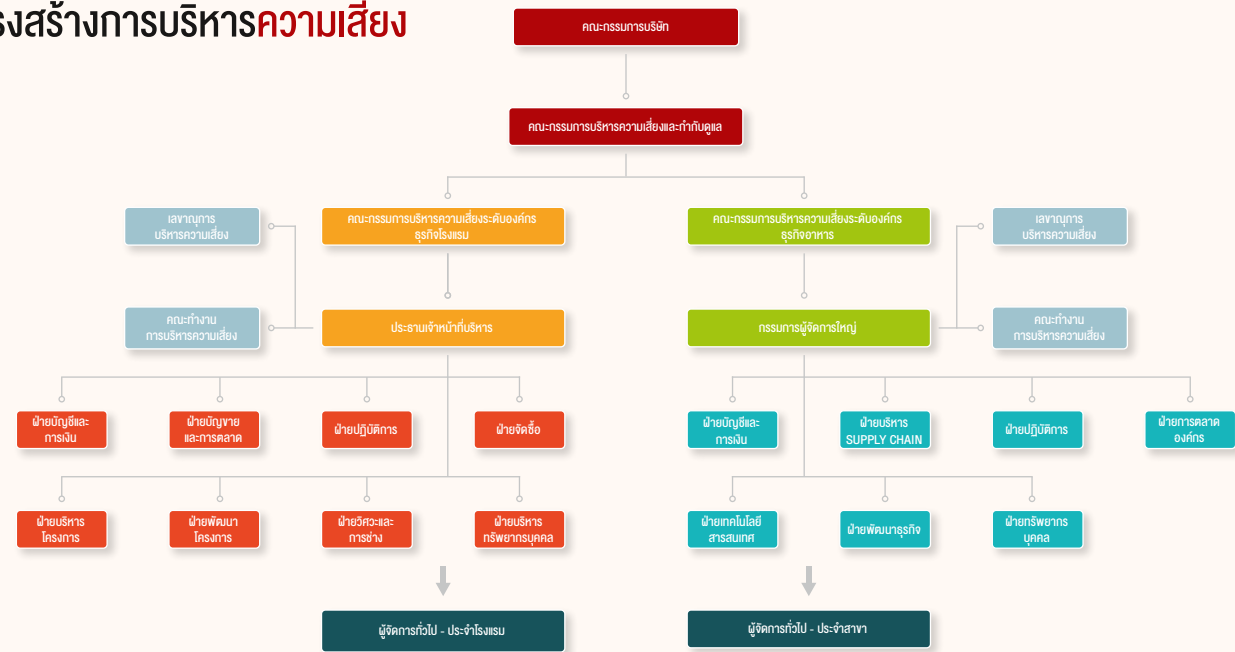
การบริหารจัดการความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นสิ่งทีบริษัทให้ความสำคัญ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเกิดความมั่นคง และเติบโตอย่างยั่งยืน อีกทั้งการบริหารความเสี่ยงถือเป็นเครื่องมือในการช่วยให้ผู้บริหารสามารถบ่งชี้และจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยงตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้บริษัทสามารถแยกหน้าที่

ด้านบริหารความเสี่ยงออกจากหน่วยงานที่อาจจะก่อให้เกิดความเสี่ยง และเพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและการประสิทธิผล มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และหน่วยงานบริหารความเสี่ยง โดยจะมีการทำงานประสานอย่างใกล้ชิดระหว่าง ฝ่ายงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk owner) และฝ่ายบริหารความเสี่ยง

อ่านนโยบายการบริหารความเสี่ยงเพิ่มเติม
<https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20230119-centel-policy-risk-management-th.pdf>

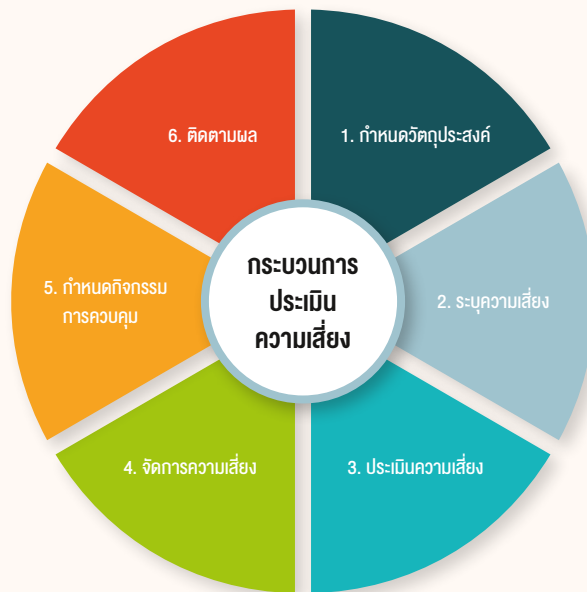
โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง



กระบวนการประเมินความเสี่ยง

กระบวนการบริหารความเสี่ยงเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่การพิจารณาวัตถุประสงค์ การค้นหาหรือการระบุความเสี่ยง การจัดประเภทความเสี่ยง การประเมินโอกาสและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เพื่อพิจารณาระดับความเสี่ยง การเลือกความเสี่ยงที่อยู่ในระดับสูงเพื่อมาพิจารณาแนวทางการจัดการความเสี่ยง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

ลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ นอกจากนี้ ยังต้องมีการทำรายงานความเสี่ยง การติดตามผลและทบทวนความเสี่ยงที่เกิดขึ้น เพราะหากยังไม่สามารถลดระดับความเสี่ยงได้ องค์กรก็จะต้องนำมาประเมินและพิจารณาแผนการจัดการความเสี่ยงอีกครั้ง



ในปี 2565 บริษัทได้มอบหมายให้ นายทัศนชัย พัฒนโกศัย ตำแหน่ง Senior Director of Corporate Risk & Legal เป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบงานด้านการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร การทบทวน และการติดตามกระบวนการบริหารความเสี่ยง และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแลของบริษั เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท โดยมีการทบทวนนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงประจำปี 2565 ในประเด็นสำคัญ คือ 1) พิจารณาประเด็นความเสี่ยงระดับองค์กรและตัวชี้วัดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ

ต่อการดำเนินงานของบริษัท 2) ทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงให้เป็นปัจจุบัน เพิ่มเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงใหม่ตามกฎหมายใหม่ที่ยังออกมา เช่น การประเมินความเสี่ยงเรื่องการรั่วไหลข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น 3) ทบทวนนโยบายการบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Management : BCM) พร้อมระเบียบปฏิบัติเรื่องการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan : BCP) โดยผ่านการเห็นชอบจากคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล และคณะกรรมการบริษัทเรียบร้อยแล้ว

อ่านนโยบายการบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพิ่มเติม

<https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20230119-centel-policy-business-continuity-th.pdf>

วัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร (Risk Culture)

คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทให้ความสำคัญในการส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร วางแนวทางในการนำกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงไปปฏิบัติในองค์กร โดยใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินงาน พร้อมทั้งนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจที่สำคัญ โดยพนักงานทุกคนมีหน้าที่ในการบ่งชี้ จัดการและรายงานความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของตนเอง ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่ในการปฏิบัติตามนโยบายและกระบวนการบริหารความเสี่ยง นอกจากนี้ได้จัดให้มีการฝึกอบรมความรู้เรื่องการบริหารจัดการ

ความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจ เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจในกรอบการบริหารความเสี่ยง ความรับผิดชอบต่อความเสี่ยง และการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยง และสามารถนำเอาแนวทางดังกล่าวมาใช้ในการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจต่างๆของบริษัท ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดแผนงานการทบทวนความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารความเสี่ยงขององค์กรเพื่อพนักงานทุกคนเกิดความเข้าใจเรื่องความเสี่ยงและแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงใหม่ๆ (Emerging Risk) ที่เกิดขึ้น หรือที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

นวัตกรรมในการให้บริการและการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและส่งเสริมคุณค่า และความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าและผู้มาใช้บริการในยุคแห่งการขับเคลื่อนธุรกิจสู่เข้าสู่โลกแห่งเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Economy)

ในปี 2565 ธุรกิจโรงแรม มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ Digital Solution มาใช้ในงานบริการลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการท่ามกลางภาวะการขาดแคลนแรงงานภาคบริการ

1. มีการนำระบบการให้บริการโรงแรมอัจฉริยะ หรือ Digital Guest Solution มาใช้และขยายการใช้งานครอบคลุมทุกโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเป็นการเพิ่มรองรับความต้องการใช้งานของลูกค้าในยุคดิจิทัล ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับพนักงานเพื่อขอรับบริการต่างๆ รวมถึงการจองคิวผ่านระบบ ในขณะเดียวกันระบบนี้สามารถช่วยโรงแรมพัฒนา ปรับปรุงการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และผู้ให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น บริการต่างๆ ที่ลูกค้าร้องขอผ่านระบบจะถูกส่งมาที่ศูนย์ควบคุม ทำให้สามารถจัดส่งบริการให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และสามารถติดตามผลได้ทันที นอกจากนี้ ระบบ Digital Guest Solution ยังสามารถเชื่อมต่อกับระบบการให้บริการของพนักงานที่เรียกว่า Staff Ticketing เมื่อมีการร้องขอการรับบริการจากลูกค้า ระบบจะส่งค่านัดหมายไปยังพนักงานที่เป็นผู้รับผิดชอบ และบันทึกลงระบบ เพื่อสามารถตรวจสอบและติดตามการให้บริการว่าเสร็จสมบูรณ์ และสามารถวิเคราะห์ปัญหาหากเกิดข้อผิดพลาดเพื่อวางแผนการป้องกันและปรับปรุงการให้บริการให้ดีขึ้น
2. มีการพัฒนาระบบการเช็คอินล่วงหน้าผ่านมือถือ (Pre Check-in Service) เพื่อให้ลูกค้าสามารถลงทะเบียนเข้าพักในโรงแรมผ่านระบบมือถือเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยระบบนี้ยังอยู่ระหว่างการทดสอบและจะเปิดให้ลูกค้าใช้บริการในปี 2566 นอกจากนี้ในร้านอาหารและบริการสปา ได้ปรับเปลี่ยนเมนูการให้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ อาทิ iPad เพื่อลดการใช้กระดาษและค่าใช้จ่ายในการพิมพ์เมนู อีกทั้งเพิ่มช่องทาง QR Code ในการสั่งอาหารจากห้องพัก และ บริเวณพื้นที่ให้บริการอื่นเช่น สระว่ายน้ำ เป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า และพนักงานสามารถให้บริการลูกค้าได้เร็วขึ้น ตั้งแต่เริ่มใช้ระบบ QR Code จากการให้บริการภายใต้สถานการณ์โควิด 19 เป็นต้นมาสามารถสร้างรายได้มากกว่า 14 ล้านบาทจากช่องทางนี้
3. นอกจากนี้มีการเพิ่มรูปแบบการให้บริการแบบภายใต้โครงการ “Wellness Chef Programme กินเพื่อสุขภาพ” ให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพแก่ลูกค้า เน้นอาหารที่ผ่านความร้อนน้อยเพื่อรักษาคุณค่าของโภชนาการให้มากที่สุด ให้บริการอาหารเช้าเพื่อสุขภาพเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น โดยเริ่มให้บริการใน 5 โรงแรมและมีแผนขยายไปยังโรงแรมอื่นในเครือ
4. จัดทำบริการ “Eat Well” นำเสนอข้อมูลและเมนูอาหารด้านโภชนาการที่เหมาะสมกับสุขภาพของลูกค้า สามารถเลือกสั่งอาหารสำหรับผู้ที่ต้องดูแลประเภทของอาหารเป็นพิเศษ เช่น เมนูสำหรับผู้ที่เป็นเบาหวาน หรือโรคไต อาหารที่เหมาะสมกับผู้ที่เป็นโรคหัวใจ อาหารที่ปราศจากกลูเตน โซเดียมต่ำ แคลอรีต่ำ หรืออาหารมังสวิรัต โดยมีคำอธิบายในเมนูให้ลูกค้าสามารถเลือกได้

ในส่วนของธุรกิจอาหาร ในปี 2565 ได้พัฒนานวัตกรรมด้านการให้บริการ โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ อาทิ

1. QR Ordering ลูกค้าสามารถสั่งอาหารผ่านระบบ QR ได้ด้วยตัวเอง
2. ลดเวลาการทำงานของพนักงานโดยนำหุ่นยนต์มาใช้ในบางสาขา (Food Delivery Robots) เพื่อลดการทำงานของพนักงานในการเสิร์ฟอาหาร ซึ่งสามารถลดเวลาการทำงานของพนักงานลง 0.5 FTE/สาขา
3. ปรับปรุงระบบการใช้คูปองส่วนลดแบบกระดาษ เป็น CRG e-Coupon System โดยสามารถเพิ่มยอดขายจากการใช้คูปองอิเล็กทรอนิกส์ประมาณ 500,000 บาท และเพิ่มช่องทางการใช้คูปองผ่าน แอปพลิเคชัน The1 โดยมียอดการใช้คูปองประมาณ 5 ล้านบาท
4. ได้เข้าร่วมกับพันธมิตรในการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่าน C-Coin, Shopee Pay, KFC True Money
5. พัฒนาระบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (QR Survey on receipt) ผ่านทางใบเสร็จรับเงินโดยการสแกนคิวอาร์โค้ด มีลูกค้าให้ความสนใจทำแบบประเมิน 177,000 ราย นอกจากนี้ยังได้พัฒนาเมนูที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากพืช หรือ Plant-Based สำหรับแบรนด์อานตี้ แอนส์ โดยจัดทำเมนูพิเศษ ‘MEAT ZERO Pizza Pretzel’ (บีก ซีโร่ พืชซ่า เวย์นเชล) ชีส Mozzarella เจมสัน รสชาติกลมกล่อมเหมือนเนื้อไก่จริง ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ และกลุ่มมังสวิรัตยืดหยุ่น (Flexitarian)

นอกจากนี้ธุรกิจอาหาร ได้มีการปรับปรุงระบบการทำงานโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ระบบการทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพิ่มความเร็วในการทำงานให้กับพนักงาน อาทิ ระบบ Promotion Margin เพิ่มความสะดวกให้กับการตลาดในการคำนวณความคุ้มค่าของโปรโมชั่นที่จะทำ ระบบ Area visit Report ในการบันทึกข้อมูลตรวจร้าน ซึ่งช่วยลดการใช้กระดาษ และสามารถค้นหาข้อมูลย้อนหลัง เพื่อทำสรุปคะแนนเปรียบเทียบในแต่ละสาขาได้

สำหรับแบรนด์เคเอฟซีได้พัฒนาระบบการเชื่อมต่อ POS ในการบันทึกรายการสั่งซื้อผ่านระบบเดลิเวอรี่ต่างๆ ทั้ง GrabFood, Food Panda และ Line Man ซึ่งช่วยเพิ่มความเร็วในการให้บริการ ลดความผิดพลาดของรายการสั่งซื้อ อัตราเฉลี่ยของการเตรียมสินค้าสำหรับระบบเดลิเวอรี่เร็วขึ้น 2 นาทีจากค่าเฉลี่ยปกติที่ 7 นาที และคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้น 10 % มีการพัฒนาระบบ KFC eMP&C Production Screen และระบบ KFC QPM System เพื่อลดเวลาการทำงานในการคาดการณ์การผลิตช่วยให้การตรวจสอบสินค้าระหว่างวันได้เร็วขึ้นรวมถึงสามารถช่วยลดปริมาณขยะอาหารที่เกิดจากการผลิต รวมถึงระบบ KFC Digital Success Routine ระบบการตรวจสอบและควบคุมการทำงานของพนักงานสามารถตรวจดูข้อมูลได้แบบ Real Time และระบบ KFC Bench Plan ที่ช่วยในการวางแผนกำลังคนล่วงหน้าให้เหมาะสม

การส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร

บริษัทสนับสนุนให้พนักงานใช้ศักยภาพของตนเองเพื่อพัฒนานวัตกรรมในการให้บริการและปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง และสามารถนำเสนอแผนการพัฒนามาให้กับฝ่ายบริหาร นำไปสู่การใช้งานจริงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยธุรกิจอาหารจัดให้มีกิจกรรมความร่วมมือในการทำงานในโครงการ Innovation Convention ภายใต้ธีมการแข่งขัน 'Innovation Elevating Work & Life' โดยมีการนำเสนอโครงการต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 15 โครงการ เป็นนวัตกรรมที่สามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเพื่อให้เกิดการใช้งานจริง 12 โครงการ เช่น

1. CRG Warehouse Shopping: สร้างช่องทางการซื้อขายทรัพย์สินเก่าของแต่ละแบรนด์ที่จัดเก็บในคลังสินค้า เพื่อส่งเสริมการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อการใช้ทรัพย์สินของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด
2. Inventory Application: พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อเข้ามาช่วยทำงานในด้านการตรวจนับทรัพย์สิน และบันทึกรายการได้ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยและสามารถเข้าดูรายงานได้ผ่านเว็บไซต์
3. Promotion Calculator: สร้างโปรแกรมการคำนวณโครงสร้างกำไรจากโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อให้ฝ่ายการตลาดและฝ่ายที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์กำไรของแต่ละโปรโมชั่นได้แบบง่ายๆ ด้วยตัวเอง
4. Service Requisition Form: เปลี่ยนช่องทางการขอรับบริการทางคอมพิวเตอร์ของพนักงานจากฝ่ายไอทีโดยยกเลิกการใช้กระดาษมาเป็นระบบผ่านเว็บไซต์
5. Smart Power Meter: นำอุปกรณ์ Digital Power Meter & IoT Technology มาใช้แทนของเดิมเพื่อให้สามารถตรวจสอบข้อมูลหน่วยการใช้ไฟฟ้าภายในสาขาต่างๆ ได้แบบ Real time
6. Requisition online: พัฒนาช่องทางการขอรับพนักงานใหม่ เพื่อลดขั้นตอนระยะเวลา และมีการสื่อสารแบบสองทางทำให้ทราบสถานะปัจจุบันและสามารถติดตามผลได้อย่างทันก่วงที่
7. Smart VSD: ติดตั้งอุปกรณ์ VSD สำหรับตรวจจับการทำงานของเครื่องดูดควันให้ปรับรอบทำงานได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการ การจากดำเนินโครงการนี้ทำให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการแสดงออกถึงทักษะที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะงานในหน้าที่เท่านั้น และบริษัทสามารถนำความคิดและไอเดียของพนักงานไปใช้งานได้จริง และต่อยอดการพัฒนาเครื่องมือต่างๆ ให้มีคุณภาพในการใช้งานเพิ่มขึ้นเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คุณภาพการให้บริการ

งานบริการ ถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร บริษัทกำหนดกรอบและแนวทางด้านคุณภาพการให้บริการ โดยมุ่งเน้นการสร้าง ความความประทับใจสูงสุด พร้อมประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและผู้มาใช้บริการในทุกแบรนด์ที่ให้บริการ ด้วยการรักษามาตรฐานการบริการให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดและให้พัฒนาการบริการให้เกินความคาดหวัง และมุ่งเน้นการเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการให้กับลูกค้าและผู้ให้บริการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการจดจำ สร้างความผูกพันและความภักดีต่อแบรนด์

ธุรกิจโรงแรมมีเป้าหมายแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียนจากลูกค้าให้ได้ 100 % ในกรณีที่ลูกค้ายังใช้บริการอยู่ในโรงแรม และส่วนธุรกิจอาหารกำหนดให้แก้ไขข้อร้องเรียนจากช่องทางคอลเซ็นเตอร์จากลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

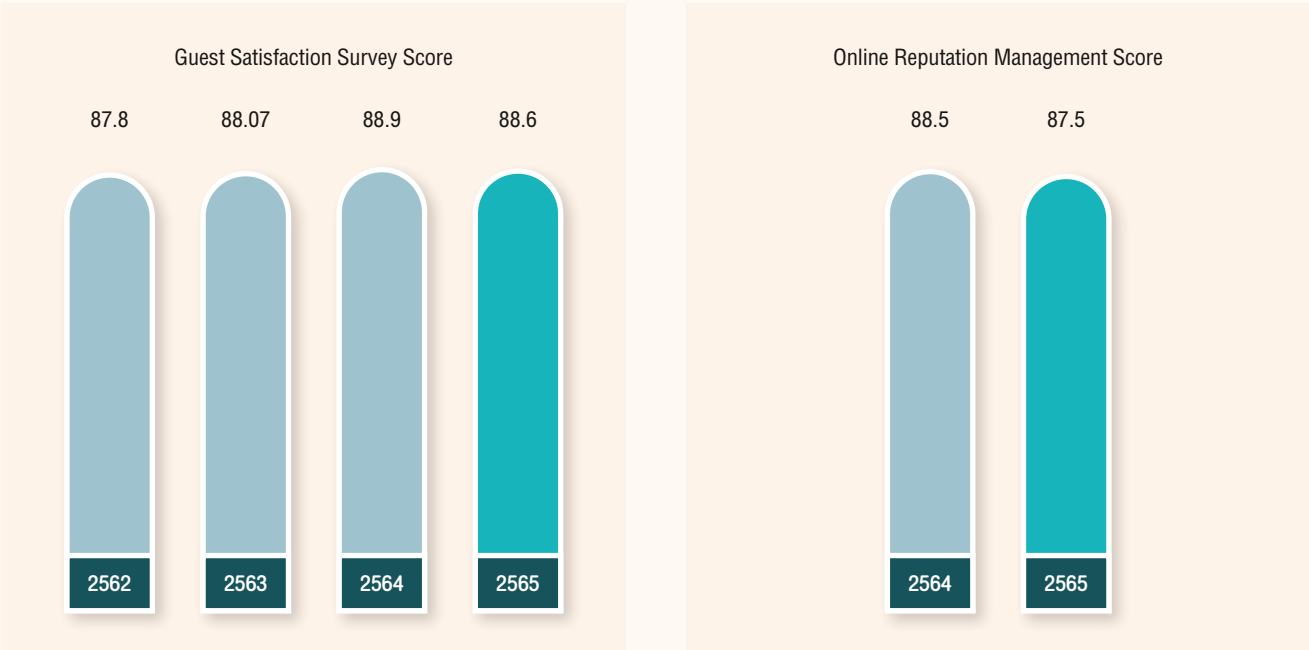
การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรม บริษัทดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการผ่านระบบ Review Pro จากแบบสำรวจและความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการ โดยมีรูปแบบ 3 วิธีการดังนี้

- | | | |
|--|--|---|
| 1. ระบบ In-Stay Survey เป็นแบบสอบถามสั้นๆ ในการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าพักมากกว่า 2 คืน ส่งผ่านอีเมลที่ลูกค้าลงทะเบียนไว้ | 2. ระบบ Guest Satisfaction Survey (GSS) เป็นแบบสอบถามที่ครอบคลุมเรื่องการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม โดยลูกค้าจะได้รับแบบสอบถามหลังจากเช็คเอาท์ 48 ชั่วโมง | 3. Online Reputation Management (ORM) or Guest Review Index (GRI) เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าจากการ รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการให้บริการจากลูกค้าผ่านทางออนไลน์และโซเชียลมีเดียต่างๆ |
|--|--|---|

จากนั้นฝ่ายปฏิบัติการดำเนินการสรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและรายงานผลต่อฝ่ายบริหาร คณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล และคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกๆ 3 เดือน รวมถึงรายงานแผนการปรับปรุง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมทุกแบรนด์

ในปี 2565 คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจโรงแรมโดยรวมทุกแบรนด์ (Guest Satisfaction Survey Score : GSS) คือ 88.6% ต่ำกว่าเป้าที่ตั้งไว้ 0.5% และคะแนนการจัดการชื่อเสียงในระบบออนไลน์ (Online Reputation Management Score : ORM) หรือ ดัชนีวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Guest Review Index :GRI) คือ 87.5% ต่ำกว่าเป้าที่ตั้งไว้ 1.2%



จากสถานการณ์โควิด กลุ่มลูกค้าที่เข้าพักและใช้บริการของโรงแรมจะเป็นคนไทยมากกว่าต่างชาติ ดังนั้นโรงแรมจึงได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าคนไทย เพื่อปรับปรุงคะแนนความพึงพอใจให้เป็นไปตามเป้าหมาย และมีการวิเคราะห์ตลาดลูกค้าเพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการหากมีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มลูกค้าในลักษณะเดียวกันนี้เกิดขึ้น นอกจากนี้ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีประสบการณ์แบบฉบับพลัน ทำให้บริษัทต้องปรับเปลี่ยนในการฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานให้มากขึ้นท่ามกลางจำนวนพนักงานให้บริการที่มีจำกัด เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้หลายหลายหน้าที่เพื่อให้บริการลูกค้าได้มากขึ้น และบริษัทยังคงดำเนินแผนงานนี้ต่อไปปี 2566 เพื่อสร้างทักษะใหม่ๆ ให้กับพนักงาน

นอกจากนี้ยังได้นำเครื่องมือที่ใช้วัดความพึงพอใจและผูกพันของลูกค้าต่อองค์กร (Net Promoter Score : NPS) มาใช้เพื่อวัดความภักดีของลูกค้าต่อแบรนด์ด้วยคำถามพื้นฐานว่าจะแนะนำโรงแรมของเราให้กับเพื่อนฯ สมาชิกในครอบครัว หรือเพื่อนร่วมงานหรือไม่ ซึ่งค่าความภักดีต่อแบรนด์ของบริษัทอยู่ในระดับที่สูงมาก ส่งผลให้เริ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยเลือกการจองห้องพักโดยตรงกับบริษัท โดยไม่ผ่านผู้ให้บริการด้านการจองที่พักโรงแรม ทำให้บริษัทลดภาระการจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับผู้ให้บริการด้านการจองที่พัก และบริษัทยังได้กำหนดมาตรการใหม่ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าในขณะเข้าพักมากยิ่งขึ้น เพื่อรักษาระดับความภักดีของลูกค้าต่อแบรนด์ไว้

จากเป้าหมายของธุรกิจโรงแรมที่มุ่งแก้ไขปัญหาลูกค้าร้องเรียนจากลูกค้าให้ได้ 100 % ในขณะที่ยังคงให้บริการอยู่ในโรงแรม เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าและสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ บริษัทจึงได้จัดช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าเพิ่มขึ้นในระหว่างการเข้าพักเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและผู้นำใช้บริการ พร้อมทั้งมีระบบตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการที่เหมาะสมและประทับใจ ระบบนี้ช่วยลดอัตราข้อร้องเรียนจากลูกค้าและเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการ

ในส่วนของธุรกิจอาหาร ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านคุณภาพการให้บริการ โดยแต่ละแบรนด์อาหารจะมีแนวปฏิบัติเฉพาะของแต่ละแบรนด์เพื่อควบคุมคุณภาพในกรณีที่มิใช่ข้อร้องเรียนแต่ละแบรนด์อาหารจะดำเนินการภายใน 24 ชั่วโมงในการติดต่อกลับลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมหาสาเหตุ นำไปแก้ไข ปรับปรุง และเน้นย้ำสาขาไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดเดิมอีก รวมถึงกำหนดอัตราสายลูกค้าที่ไม่ได้รับบริการต้องไม่เกิน 4 % ซึ่งผลการดำเนินงานในปี 2565 อยู่ที่ 2.68 % และกำหนดให้การร้องเรียนของบริการ Call Center ไม่เกิน 3 สายต่อปี โดยในปี 2565 ไม่มีการร้องเรียนจากลูกค้าเรื่องการให้บริการของ Call Center

การคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

บริษัทได้จัดทำนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และกำหนดแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้เสีย และเผยแพร่ข้อมูลนโยบายดังกล่าวบนเว็บไซต์ของบริษัท เว็บไซต์ของธุรกิจโรงแรมและเว็บไซต์ของธุรกิจอาหาร มีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) ให้เป็นไปตามกฎหมาย และควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ดำเนินการประกาศระเบียบปฏิบัติ เรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) ทุกคนทราบ เพื่อดำเนินการให้ทุกหน่วยงานและพนักงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

ผ่านช่องทางอีเมลภายใน จัดทำบันทึกกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Records of Processing Activities : ROPA) และระบบการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลให้มีความรัดกุมตามที่กฎหมายกำหนด จัดให้มีการทบทวนความรู้ให้กับพนักงานให้ทราบถึงหลักปฏิบัติ กฎข้อบังคับ ของพระราชบัญญัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีการประเมินความเสี่ยงในการละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความเสี่ยงหลักของบริษัทที่จะต้องประเมินในทุกไตรมาส

การใช้สิทธิเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล

ในปี 2565 ไม่มีการขอใช้สิทธิเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลและไม่มีข้อร้องเรียนเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลมายังบริษัท

อ่านเพิ่มเติม ข้อมูลนโยบายความเป็นส่วนตัว <https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20200630-centel-privacy-policy-th.pdf>



การรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

บริษัทได้จัดทำนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ เมื่อปี 2564 ซึ่งประกอบด้วยนโยบายย่อยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 13 ฉบับ ได้แก่

- นโยบายโครงสร้างความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศสำหรับองค์กร
- นโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านทรัพยากรบุคคล
- นโยบายการบริหารจัดการทรัพย์สิน
- นโยบายการควบคุมการเข้าถึง
- นโยบายการเข้ารหัสข้อมูล
- นโยบายการสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม
- นโยบายความมั่นคงปลอดภัยสำหรับการดำเนินงาน
- นโยบายความมั่นคงปลอดภัยสำหรับการสื่อสารข้อมูล
- นโยบายการจัดหา การพัฒนาและการบำรุงรักษาระบบ
- นโยบายการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการภายนอก
- นโยบายการบริหารจัดการเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ
- นโยบายการบริหารจัดการความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ
- นโยบายการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

และในปี 2565 ได้ดำเนินการทบทวนสาระสำคัญของนโยบายดังกล่าว และเพิ่มเติมแนวทางการบริหารจัดการดังนี้

- จัดทำ cyber security assessment program and roadmap เพื่อประเมินข้อบกพร่อง (Weakness) และกำหนดการดำเนินงาน
- จัดทำ IT Asset inventory system ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ดำเนินการทบทวนและติดตามการ update system patch, HW/SW upgrade ให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย
- จัดทำมาตรฐานความปลอดภัยในการพัฒนา Web and mobile application

นอกจากนี้บริษัทได้จัดทำแผนการฝึกอบรมความรู้ให้กับพนักงานโรงแรมภายใต้หลักสูตรความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ขั้นพื้นฐานให้กับทุกคนในองค์กร โดยฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศได้ทำการสื่อสารและให้ความรู้กับพนักงานในหัวข้อ Cyber Security Attack and self-protection รวมถึงทำการสร้างสถานการณ์จำลองเพื่อทดสอบ phishing email ให้กับทุกคนในองค์กรเพื่อวัดผลและประเมินทักษะความรู้ความเข้าใจในเรื่องภัยด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ภายในองค์กร โดยผลการทำสอบมีพนักงานเพียงร้อยละ 0.22 ที่ตอบสนอง phishing email โดยการกรอกข้อมูลลงใน phishing email ในระบบทดสอบ

ในส่วนของธุรกิจอาหาร จัดทำนโยบายความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งมีการกำหนดรายละเอียดใน 11 หมวดได้แก่

- การพิสูจน์ตัวตน
- การบริหารการจัดการทรัพย์สิน
- การบริหารการจัดการข้อมูลองค์กร
- การรักษาความปลอดภัยของการสำรองข้อมูล ซอฟต์แวร์และลิขสิทธิ์
- การป้องกันโปรแกรมไม่ประสงค์
- การรักษาความปลอดภัยของเครือข่ายและเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย
- การรักษาความปลอดภัยของอินเทอร์เน็ต
- การรักษาความปลอดภัยของอีเมล
- ออกแบบและพัฒนาโปรแกรม
- ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของการบริหารจัดการเพื่อสร้างความต่อเนื่อง

ในส่วนของธุรกิจอาหารได้วางแผนการอบรมความรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับพนักงานแล้วเสร็จภายในปี 2566

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นธรรม ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามกรอบนโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนใส่ใจในประเด็นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย โดยมีเป้าหมายในการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนา คู่ค้าและหุ้นส่วนทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อร่วมกันสร้างห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระยะยาว บริษัทได้จัดทำนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน นโยบายการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จัดทำจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า เพื่อให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ โดยได้แจ้งให้คู่ค้าและหุ้นส่วนทางธุรกิจทั้งหมดรับทราบจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้าของบริษัท

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2565 บริษัทยังคงดำเนินงานภายใต้นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน ที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัท ภายใต้กรอบการดำเนินงานและการบริหารกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นเลิศ มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ โดยครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) และยึดหลักในการจัดซื้อจัดจ้างตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement Policy) ในการที่ส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการที่มีส่วนช่วยในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และผ่านการรับรองการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และคำนึงถึงเรื่องอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เรื่องสิทธิมนุษยชนตามหลักสากล การดูแลพนักงานอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมกัน รวมถึงไม่สนับสนุนคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการใช้แรงงานทาสสมัยใหม่ (Modern Slavery)

บริษัทได้ดำเนินการวิเคราะห์และจัดกลุ่มความสำคัญของคู่ค้า โดยกำหนดเกณฑ์สำคัญในการจัดกลุ่มคู่ค้าจากข้อมูลปริมาณการซื้อขายต่อปีระหว่างบริษัทและคู่ค้าแบ่งเป็นกลุ่มคู่ค้าที่เป็นสำคัญมาก กลุ่มคู่ค้าหลักและกลุ่มคู่ค้ารองที่มีปริมาณการซื้อขายตามเกณฑ์ที่บริษัทได้กำหนดไว้ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการคู่ค้าให้เกิดประสิทธิภาพ โดยแยกเป็นคู่ค้าของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร และรวมถึงการประเมินคู่ค้าที่ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) อย่างสม่ำเสมอทุกปี



คู่ค้า	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจอาหาร
จำนวนคู่ค้าทั้งหมด (ราย)	2,495	1,784
คู่ค้าสำคัญ ที่ไม่สามารถหาคู่ค้าอื่นทดแทนได้ (ราย)	0	15
คู่ค้าหลัก ที่มียอดการสั่งซื้อมากกว่า 5 ล้าน (ราย)	66	118
คู่ค้ารอง ที่มียอดการสั่งซื้อต่ำกว่า 5 ล้าน (ราย)	249	575
คู่ค้ารายใหม่ในปี 2565 (%ของจำนวนคู่ค้าทั้งหมด)	13%	4%
คู่ค้าที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	20	0
สัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าภายในประเทศ กับต่างประเทศ (%)	95:5	90:10
คู่ค้าที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า	68%	2%

การสร้าง ความผูกพันกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทดำเนินการสร้างความผูกพันระหว่างบริษัทและคู่ค้า เพื่อยกระดับการทำงานร่วมกันให้เป็นไปตามหลักปฏิบัติที่กำหนดไว้ มีการจัดประชุมกับคู่ค้าเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ และชี้แจงหลักปฏิบัติที่มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง เพื่อให้คู่ค้าและบริษัทมีความเข้าใจในแนวทางการทำงานร่วมกัน ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางแก้ไข

ในปี 2565 กลุ่มคู่ค้าในธุรกิจโรงแรม ได้รับการทบทวนเรื่องนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และจรรยาบรรณคู่ค้าและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า รวมถึงนโยบายงดรับ-ให้ของขวัญ (No Gift Policy) คู่ค้าในธุรกิจอาหารมีการนำเสนอความคิดเห็น

ในเรื่องแผนการลดต้นทุนสินค้า การส่งเสริมการขาย และการนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ จัดฝึกอบรมร่วมกับคู่ค้าเพื่อวิเคราะห์ปัญหา นำเสนอแนวทางปรับปรุงวิธีการทำงาน และแนวทางการลดต้นทุน หรือการลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและบริการ นำเสนอวิธีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ เพื่อลดขั้นตอนการทำงานด้วยเอกสารและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ทำงานร่วมกับคู่ค้าในการแจ้งยอดประมาณการสั่งซื้อสินค้า (Forecast) เพื่อให้ทางคู่ค้าได้จัดเตรียมวัตถุดิบให้เหมาะสม ซึ่งเป็นการลดการสูญเสียวัตถุดิบที่อาจจะเกิดขึ้นหากไม่สามารถระบายสินค้าได้ทันตามอายุการเก็บรักษาวัตถุดิบ

การประเมินคู่ค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการประเมินคู่ค้าเป็นอย่างมาก มีการจัดทำแบบประเมินคู่ค้า ตามหลักการ 5 ด้าน คือ 1.ศักยภาพด้านคุณภาพ สินค้าหรือบริการได้คุณภาพ หรือมาตรฐานตรงกับความต้องการ มีมาตรฐานรับรองคุณภาพ ส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลาและครบถ้วน ระบบการขนส่งน่าเชื่อถือ 2. ศักยภาพด้านราคา 3. ศักยภาพในการพัฒนา และนำเสนอสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของบริษัท 4. การดูแลพนักงานของบริษัท และการช่วยเหลือสังคม และดูแลสิ่งแวดล้อม 5. ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี

เกณฑ์มาตรฐานเบื้องต้นที่คู่ค้าจะต้องผ่านการรับรอง อาทิเช่น FSC, PEFC ซึ่งเป็นมาตรฐานวัตถุดิบกระดาษที่ได้จากป่าปลูก ไม่มีการตัดไม้ทำลายป่าธรรมชาติ และมาตรฐานโรงงานที่ผ่านมาตรฐาน ISO, HACCP, Green Industry และผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านอาหาร และบรรจุภัณฑ์สัมผัสอาหาร

ในปี 2565 ธุรกิจโรงแรมได้ดำเนินการประเมินคู่ค้าหลักและคู่ค้ารองจำนวนทั้งสิ้น 54 ราย เป็นการลงพื้นที่ประเมินคู่ค้าจำนวน 20 ราย ตรวจสอบผ่านระบบออนไลน์

จำนวน 19 ราย และตรวจสอบประเมินผ่านแบบสอบถาม จำนวน 15 ราย และเพิ่มเติมการตรวจสอบประเมินคู่ค้าในประเด็นด้าน ESG สิ่งแวดล้อม สังคมในประเด็นการดูแลพนักงาน รวมถึงการสนับสนุนช่วยเหลือสังคม และประเด็นธรรมาภิบาลรวมทั้งสิ้น 6 ราย ธุรกิจโรงแรมตั้งเป้าหมายการตรวจสอบประเมินคู่ค้าประจำปีทั้งสิ้น 55 ราย คิดเป็น 47% ของจำนวนคู่ค้าหลักทั้งหมด เป็นการลงพื้นที่ประเมินคู่ค้าจำนวน 18 ราย ตรวจสอบประเมินผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 15 ราย

อ่านนโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทาน
นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน
จรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า

<https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20190401-centel-policy-on-supply-chain-management-th.pdf>
<https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20210507-centel-sustainable-procurement-policy-th.pdf>
<https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20190401-code-of-conduct-and-guidelines-for-business-partners-and-suppliers-th.pdf>

การใช้ผลิตภัณฑ์และหรือวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากแนวทางของบริษัทที่กำหนดนโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และการสนับสนุนการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ธุรกิจโรงแรม มียอดการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมคิดเป็นร้อยละ 10 และธุรกิจอาหารมียอดการสั่งซื้อคิดเป็นร้อยละ 8.3 ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด

ธุรกิจโรงแรม ได้เพิ่มจำนวนรายการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้ในการให้บริการรวมทั้งสิ้น 6 รายการ ได้แก่ น้ำดื่มขวดแก้ว เพื่อลดปริมาณขยะและการใช้พลาสติก บรรจุภัณฑ์อาหารแบบกระดาษประเภทกล่องอาหาร, แก้วกาแฟ บรรจุภัณฑ์ที่เครื่องดื่มประเภทแก้วพร้อมฝาครอบที่เป็นพลาสติกย่อยสลายได้ หลอดดูดน้ำแบบย่อยสลายได้ หลอดประหยัดไฟ เป็นสินค้ากลุ่มที่ได้รับการรับรองฉลากเขียวจำนวน 7 รายการ ได้แก่ กลุ่มกระดาษทิชชู กระดาษพิมพ์สำนักงาน ปากกาไวท์บอร์ด สีทาอาคารกึ่งดับเพลิง ผลิตภัณฑ์เครื่องพิมพ์และเครื่องถ่ายเอกสาร ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กลุ่มน้ำยาแอร์ (R-410A, R-32) ซึ่งถูกผลิตมาเพื่อช่วยประหยัดพลังงานและลดการปล่อยสาร CFC ที่ทำลายชั้นบรรยากาศ เครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศที่มีฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5

ในธุรกิจอาหาร สนับสนุนการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่สินค้าประเภทน้ำมันปาล์มตามมาตรฐาน RSPO คิดเป็นมูลค่า 130 ล้านบาท หลอดกล่องกระดาษ และซองกระดาษบรรจุอาหารตามมาตรฐาน FSC และ PEFC จากป่าปลูกที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและผลิตด้วยกรรมวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงถ้วยกระดาษสำหรับใช้ในการบรรจุอาหารแบบนำกลับและเคลือบอร์ นอกจากนี้ยังคงดำเนินนโยบายลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เปลี่ยนมาใช้หลอด BIO ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ใช้ถุงกระดาษแทนการใช้ถุงพลาสติก เปลี่ยนถุงหิ้วพลาสติกแบบเดิม เป็นถุงหิ้วพลาสติกที่ทำมาจากเม็ดพลาสติกรีไซเคิล 50 % เพื่อลดการใช้พลาสติกใหม่

ในปี 2565 ได้เริ่มทำการเก็บข้อมูลปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคาร์บอนเครดิต ในกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช โดยธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารมีปริมาณการใช้รวมทั้งสิ้น 3,149,528 ลิตร ใช้ คิดเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกในการผลิตรวมทั้งสิ้น 3,031.77 ตันคาร์บอนไดออกไซด์

มิติสังคม

เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสังคม ปี 2565

เป้าหมาย		ผลการดำเนินการปี 2565	
ผลการดำเนินงานด้านสังคม	ชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงานธุรกิจโรงแรม 12 ชั่วโมง /คน/ปี	26 ชั่วโมงต่อคนต่อปี	
	 อัตราการเสียชีวิตจากการทำงานเป็น 0	0	
เป้าประสงค์ที่ 5.1 / ตัวชี้วัดที่ 5.1.1	การจ้างงานผู้พิการตามที่กฎหมายกำหนด 100 %	100%	
	การจ้างงานผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง		
เป้าประสงค์ที่ 8.8.1	 จำนวนรวมผู้บริหารหญิงระดับผู้จัดการขึ้นไปของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารรวมมากกว่า 50 %	69%	

 ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย  มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย

บริษัท มีเป้าหมายในการดำเนินงานด้านสังคมในการพัฒนาศักยภาพและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่พนักงานสนับสนุนการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนด้านสิทธิมนุษยชน มุ่งมั่นช่วยเหลือและพัฒนาสังคมด้านต่างๆ ภายใต้แนวคิดที่มุ่งมั่นสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืนในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นการจ้างงานในพื้นที่ให้โอกาสกับกลุ่มเปราะบางได้มีรายได้เลี้ยงดูตนเองและครอบครัว ด้วยการจ้างงานคนพิการ ผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน สนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการจากชุมชนในพื้นที่ เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน และสังคมโดยรวม

การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกรูปแบบ ให้ความสำคัญและยึดหลักการปฏิบัติในเรื่องสิทธิมนุษยชนตามกรอบนโยบายสิทธิมนุษยชนที่จัดทำขึ้นภายใต้กรอบการเคารพเกียรติและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ต่อกันอย่างเท่าเทียมตามหลักกฎหมาย และหลักการสากลแห่งสหประชาชาติด้านธุรกิจและสิทธิมนุษยชนและหลักการการปฏิบัติตามกรอบการคุ้มครอง เคารพ เยียวยา (UNGPs) และหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ โดยไม่เลือกปฏิบัติด้วยเหตุแห่งเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สีผิว ภาษา เผ่าพันธุ์ หรือสถานะอื่นใด รวมถึงกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ เช่น การใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานบังคับ การเลือกปฏิบัติและการคุกคามทางเพศ เป็นต้น รวมถึงสร้างความตระหนักรู้ด้านการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากลแก่พนักงาน และคู่ค้า เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยจัดอบรมความรู้เรื่องสิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ และความรู้เรื่องสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานให้กับพนักงาน พร้อมทั้งกำหนดนโยบายสิทธิมนุษยชนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าพร้อมแนวปฏิบัติเพื่อให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด อาทิเช่น นโยบายการดูแลลูกค้าที่เป็นเด็ก

แนวปฏิบัติในการดูแลลูกค้าที่ต้องการความช่วยเหลือพิเศษ (Disability person) และแนวปฏิบัติในการดูแลลูกค้าผู้หญิงที่เข้าพักเพียงลำพังเพื่อความปลอดภัย

นอกจากนี้บริษัทได้ดำเนินการเรื่องส่งเสริมความเสมอภาคและจัดการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ เท่าเทียมระหว่างเพศ อาทิเช่น การประกาศรับสมัครงานและการกำหนดคุณสมบัติผู้สมัครงานไม่มีการระบุเพศโดยกำเนิด หรือเพศสภาพ/เพศภาวะ เปิดโอกาสให้มีการสรรหาพนักงานทั้งเพศชาย เพศหญิงในทุกระดับตำแหน่งงาน และให้ความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศในที่ทำงาน โดยมีการจัดทำแนวปฏิบัติเพื่อพนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการล่วงละเมิดหรือการคุกคามทางเพศในที่ทำงาน

บริษัทยังไม่ได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนรอบด้านต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ เพื่อระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนพร้อมทั้งหาแนวทางป้องกันหรือลดความเสี่ยง ซึ่งจากความสำคัญในเรื่องนี้ บริษัทได้วางแผนการดำเนินงานร่วมกับที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญให้แล้วเสร็จภายในปี 2566

อ่านนโยบายสิทธิมนุษยชนเพิ่มเติม

<https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20190401-centel-human-rights-policy-th.pdf>

กลยุทธ์การบริหารงานทรัพยากรบุคคล

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ถือเป็นประเด็นหลักสำคัญในการดำเนินงานของบริษัทเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนธุรกิจและองค์กรให้ก้าวหน้า เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน “พนักงาน” ที่มีคุณภาพเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงมีนโยบายมุ่งเน้นการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการและระบบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สนับสนุนและพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อสร้างให้บริษัทก้าวสู่การเป็นองค์กรแห่งความความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นเรื่องการสรรหาทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสม สนับสนุนการอบรมและพัฒนาบุคลากร ให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม การดูแลและบริหารจัดการด้านอัตราจ้างงานให้เหมาะสมกับปริมาณงาน การบริหารจัดการด้านประสิทธิภาพของการทำงาน ตลอดจนการประเมินผลการทำงาน การบริหารจัดการแก้ปัญหาและลดความขัดแย้ง และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในองค์กรหรือแรงงานสัมพันธ์

บริษัทยึดหลักในการดูแลพนักงานเสมือนคนในครอบครัว ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรมและเท่าเทียมในการว่าจ้าง การแต่งตั้ง โยกย้าย เลื่อนตำแหน่ง โดยพิจารณาบนพื้นฐานของหลักคุณธรรม และหลักปฏิบัติสากลด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อนำศักยภาพของพนักงานมาสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กร โดยมีเป้าหมายระยะ-ในการบริหารงานทรัพยากรบุคคล เพื่อเป็น องค์กรนายจ้างดีเด่น (Thailand Best Employer) และ “The Best to be Workplace” สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรและองค์กรในทุกมิติ และสร้างเสริมประสบการณ์ที่ดีให้กับพนักงาน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความสุขภายในองค์กร และเป็นรากฐานของการขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืน

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคลสำหรับแผน 5 ปี (2565-2569) คือ เปลี่ยนความเป็นผู้นำและวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มประสิทธิภาพของระบบการทำงาน สร้างความเป็นผู้นำและพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรและธรรมาภิบาล และเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานและแบรนด์นายจ้างในฐานะสุดยอดนายจ้างในประเทศไทย



การสร้างวัฒนธรรมในองค์กรท่ามกลางความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง (Diversity and Inclusion)

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทที่จัดทำขึ้น มุ่งเน้นการให้ความสำคัญต่อคุณค่าและศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน ท่ามกลางความหลากหลายของเชื้อชาติ วัฒนธรรม ความเชื่อและเชื้อชาติของพนักงานในองค์กร จัดทำกรอบแนวคิดที่สนับสนุนความหลากหลายและยอมรับความแตกต่างของพนักงานในองค์กร รวมถึงการมองเห็นคุณค่าของความแตกต่างของพนักงานภายในองค์กร นำไปสู่แนวปฏิบัติที่พนักงานทุกคนในองค์กรจะต้องได้รับการปฏิบัติในลักษณะเดียวกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติและไม่ทำให้พนักงานรู้สึกแปลกแยกกับบุคคลอื่นในองค์กร

แนวทางการบริหารจัดการความหลากหลายทางวัฒนธรรมในองค์กรที่สำคัญคือการสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้น เริ่มจากกระบวนการคัดเลือกบุคลากร ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีสิทธิ์เท่าเทียมกัน การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยพิจารณาจากความสามารถและผลการปฏิบัติงาน จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม ผู้บริหารขับเคลื่อนการสร้างแบบอย่างในการเคารพความหลากหลายและยอมรับความแตกต่างของพนักงาน

ความหลากหลายและความแตกต่างของพนักงานในองค์กร นำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ นวัตกรรม ที่ผ่านการคิดและตัดสินใจจากหลากหลายมุมมอง เข้าใจมุมมองที่แตกต่างกันมากขึ้น นำไปสู่การสร้างประโยชน์ให้กับองค์กร ในการผลิตสินค้าและบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

การสรรหาพนักงาน

การสรรหาบุคลากรของบริษัท ทั้งในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารต่างให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน ในเรื่องของความเสมอภาค ศักดิ์และสิทธิในการได้รับการปฏิบัติต่อมนุษย์อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ศิพพ เพศ อายุ ศาสนาและความเชื่อ โดยเปิดโอกาสให้ทุกเชื้อชาติสามารถเข้ามาเป็นพนักงาน โดยคำนึงถึงคุณสมบัติและคุณวุฒิที่เหมาะสมสำหรับตำแหน่งงานต่างๆ พนักงานในองค์กรสามารถหมุนเวียน หรือโอนย้ายไปปฏิบัติงานในพื้นที่ต่างๆ ได้ตามความเหมาะสมเพื่อพัฒนาทักษะและเพิ่มโอกาสด้านความก้าวหน้าในอาชีพ พนักงานใหม่

ทุกคนจะได้รับการปฏิบัติเท่าเทียม เพื่อให้เข้าใจวิถีทัศน์ ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร รวมทั้งข้อกำหนด สวัสดิการต่างๆ ก่อนเริ่มทำงาน ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ในหลายพื้นที่ทั่วโลก การปฏิบัติต่อแรงงานเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและหลักด้านสิทธิมนุษยชนจึงเป็นประเด็นที่ฝ่ายบริหารให้ความสำคัญ มีการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมตามประสบการณ์และความสามารถ และเปรียบเทียบกับค่าตอบแทนในกลุ่มธุรกิจเดียวกันเพื่อให้พนักงานทุกระดับทั้งชายและหญิงได้รับค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียม

ธุรกิจโรงแรมได้กำหนดแนวทางการสรรหาพนักงาน โดยแบ่งเป็น 2 แนวทางคือ แนวทางการสรรหาพนักงานจากทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร โดยการสรรหาภายในเป็นการสรรหาบุคลากรหรือผู้สมัครจากภายในหน่วยงานเพื่อบรรจุหรือแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งที่ว่างอยู่ โดยเมื่อมีตำแหน่งว่างลงจะประกาศรับสมัครบุคลากรที่กำลังปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานภายในองค์กรที่มีคุณสมบัติครบตามที่กำหนด ให้มารับการคัดเลือกเพื่อเลื่อนขึ้นเลื่อนตำแหน่งขึ้นมา หรืออาจใช้วิธีการโยกย้ายสับเปลี่ยนในแผนกเดียวกัน หรือต่างแผนกแล้วแต่ความเหมาะสม ในส่วนการสรรหาจากภายนอกเป็นการสรรหาพนักงานหรือผู้สมัครจากภายนอกหน่วยงาน โดยเปิดโอกาสให้ที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงาน เพื่อสอบคัดเลือกเข้าดำรงตำแหน่งตามความต้องการของหน่วยงาน ซึ่งขั้นตอนในการสรรหาจะเริ่มตั้งแต่การกำหนดตำแหน่งและคุณสมบัติของพนักงานที่ต้องการสรรหา การแสวงหาแหล่งกำลังคน การประกาศรับสมัคร ผ่านกระบวนการคัดเลือก หรือถ้าไม่สามารถสรรหาบุคลากรได้ อาจใช้ช่องทางตัวแทนจัดหางานได้อีกทางหนึ่ง

ในขณะที่ยุทธกิจอาหารได้กำหนดแนวทางการสรรหาพนักงานแบ่งตามกลุ่มพนักงาน ดังนี้

1. กลุ่มพนักงานประจำสำนักงาน เน้นการสรรหาผู้สมัครที่สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. ปวส. หรือปริญญาตรีขึ้นไปที่มีความรู้ความสามารถตรงตามความต้องการในลักษณะงานนั้นๆ
2. กลุ่มพนักงานกึ่งบริหารร้าน มุ่งเน้นการสรรหาผู้สมัครที่มีประสบการณ์บริหารงานร้านอาหารตั้งแต่ 1-5 ปีขึ้นไป รวมถึงการเลื่อนตำแหน่งพนักงานที่มีความสามารถให้เติบโตในสายอาชีพ
3. พนักงานระดับปฏิบัติการ เน้นเปิดรับผู้สมัครโดยไม่จำกัดประสบการณ์งานบริการในร้านอาหารเพื่อรับเข้าเป็นทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว

ทั้งนี้บริษัทได้เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารการรับสมัครพนักงาน อาทิ การประกาศรับสมัครงานจากพนักงานภายในของธุรกิจโรงแรม ธุรกิจอาหาร และจากในเครือข่ายสื่อมวลชน การจัดงานวันแนะนำอาชีพ หรือ Career Day, Open House กับสถาบันการศึกษา ช่องทางการรับสมัครงานทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์รับสมัครงานต่างๆ อาทิ JobsDB, JobTopgun, JobBKK, JobThai เป็นต้น โดยเลือกเว็บไซต์ให้เหมาะสมและตรงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการใช้โซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น LinkedIn, Facebook, Instagram, Line Group Posting, LineOA @NooYimCRG เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้จัดทำโครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน คือ พนักงานแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้สมัครงานกับองค์กร พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างการสัมภาษณ์งาน และการทำแบบทดสอบเพื่อสรรหาผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและตรงกับตำแหน่งงาน

ในปี 2565 ค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงานของธุรกิจโรงแรมคิดเป็น 871,535 บาท ค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงานของธุรกิจอาหารคิดเป็นจำนวน 2,053,827 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 2,925,362 บาท

มีการปรับกลยุทธ์ในการคัดเลือกผู้สมัคร ให้สามารถสัมภาษณ์งานด้วยระบบออนไลน์ เช่น MS-Team, Zoom, Google Meet โดยกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์เชิงพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป เพื่อให้ยังคงประสิทธิภาพในการคัดเลือกอยู่ และในบางตำแหน่งงานที่ต้องสัมภาษณ์ในรูปแบบของพูดคุยต่อหน้า ฝ่ายสรรหาได้กำหนดมาตรการ การสัมภาษณ์งานเพื่อลดความเสี่ยงสูงสุด โดยผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ทั้งหมดต้องผ่านการรับวัคซีนอย่างน้อย 2 เข็ม สวมหน้ากากตลอดการสัมภาษณ์ โดยที่ผ่านมาไม่มีการติดโควิด-19 ในที่ทำงานจากการสัมภาษณ์งาน และไม่มีการติดเป็นคลัสเตอร์ในสถานที่ทำงาน ปัญหาในการสรรหาพนักงานหลังสถานการณ์โควิด-19 คือ เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานจากเมืองหลวงกลับสู่ภูมิภาคทำให้เกิดการขาดแคลนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ทางด้านธุรกิจโรงแรมในทุกระดับเป็นจำนวนมาก ประกอบกับธุรกิจโรงแรมฟื้นตัวและมีความต้องการจากลูกค้าเพิ่มขึ้น ทำให้การแข่งขันในการเสนอการจ้างงานด้วยระดับค่าจ้างที่สูงผิดปกติจากอัตราทั่วไป ลูกจ้างจึงมีทางเลือกในการตัดสินใจมากขึ้น พฤติกรรมของแรงงานในตลาดเปลี่ยนแปลงไปโดยกลุ่มผู้สมัครงาน เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาตนเองให้มีความเชี่ยวชาญในทักษะที่หลากหลาย เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาชีพของตนเอง ผู้สมัครจึงมองหางานที่สามารถพัฒนาตนเองและท้าทายศักยภาพ เพื่อสร้างความสำเร็จในเวลาอันรวดเร็ว ภายใต้สวัสดิการและนโยบายการดูแลพนักงานอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ

บริษัทมีระบบบริหารงานทรัพยากรบุคคลพื้นฐานในการจัดเก็บข้อมูลพนักงาน เพื่อประกอบการอ้างอิง การวางแผนงาน ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและนโยบายของบริษัท สำหรับธุรกิจอาหาร มีการใช้ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Information System: HRIS) ภายใต้ชื่อ myHR การดำเนินงานการจัดการข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ เช่น การวางแผนอัตราค่าจ้าง การออกแบบงาน การจ้างงาน การพัฒนาค่าจ้างค่าตอบแทน มีระบบการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ของพนักงานที่เรียกว่า Power BI รวมถึงระบบ Talent Analytics เพื่อกำหนดแนวทางและแผนการพัฒนาและดูแลพนักงานที่มีความสามารถโดดเด่น และการวิเคราะห์ตำแหน่งงานที่สำคัญ เพื่อชี้บ่งว่า ตำแหน่งใดภายในองค์กรที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เพื่อป้องกันความเสี่ยงและวางแผนการดูแลและเตรียมการทดแทนพนักงานกลุ่มนี้ และมีการประเมินความสามารถของพนักงาน สนับสนุนและพัฒนาพนักงานที่พร้อมจะก้าวขึ้นไปในตำแหน่งที่สูงขึ้นไปตามสายอาชีพของพนักงาน

บริษัทส่งเสริมการจ้างงานผู้พิการและผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล “องค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทยด้านสนับสนุนคนพิการ 2565 ระดับเด่นดี” จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ร่วมกับ กระทรวงแรงงาน กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทและวิลลาหัวหิน, บริษัทเซ็นทรัล เรสตอเรชั่นส์ กรุ๊ป จำกัด, บริษัท ชีอาร์จี อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด ได้รับรางวัลองค์กรจ้างงานคนพิการดีเยี่ยม จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์



คำตอบแทนและสวัสดิการ

การพิจารณาคำตอบแทนพนักงานของบริษัทอยู่บนหลักการที่กำหนดไว้ โดยให้คำตอบแทนพนักงานอย่างเหมาะสม เมื่อเทียบกับมาตรฐานคำตอบแทนในอุตสาหกรรมเดียวกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติในเรื่องเพศ เชื้อชาติ ศาสนาและความเชื่อ และยึดหลักความเท่าเทียมในการพิจารณาคำตอบแทนจากผลงาน และให้ความสำคัญกับการบริหารอัตราคำตอบแทนในส่วนเงินเดือนและคำตอบแทนพื้นฐานระหว่างชายและหญิงให้มีความใกล้เคียงกันมากที่สุด ในส่วนของนโยบายการพิจารณาปรับขึ้นเงินเดือนประจำ ได้กำหนดแนวทางและวิธีปฏิบัติในการประเมินผลการปฏิบัติงานและการบริหารคำตอบแทนแก่พนักงานตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

บริษัทได้จัดให้มีสวัสดิการต่างๆ สำหรับพนักงานตามกฎหมายกำหนด และมีสวัสดิการเพิ่มเติมให้กับพนักงาน อาทิเช่น วันหยุดประจำปี สัปดาห์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ วันหยุดพักผ่อนประจำปี เครื่องแบบ อาหาร ประกันชีวิตและประกันสุขภาพ การตรวจสุขภาพประจำปี ห้องพักรับรองในที่พัก (ในบางสาขา) รถรับส่ง (ในบางสาขา) ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยนอกและค่าทำฟัน (ในบางสาขา) สวัสดิการกองทุนเงินทดแทน (ในบางสาขา) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (เฉพาะหน่วยธุรกิจ) เงินช่วยเหลือต่างๆ สหกรณ์ออมทรัพย์ สมาคมฌาปนกิจสงเคราะห์ รวมถึงการให้เงินช่วยเหลือบุตรในรูปแบบทุนการศึกษา

บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการพนักงานขึ้นในแต่ละหน่วยธุรกิจ เพื่อนำเสนอความต้องการ หรือแนวทางในการดูแลพนักงานต่อผู้บริหาร และมีการพูดคุยเพื่อหาข้อสรุปที่ตอบโต้ความต้องการของพนักงาน โดยในปี 2565 คณะกรรมการสวัสดิการได้หารือกับฝ่ายบริหาร เพื่อปรับหลักเกณฑ์ในการคำนวณค่าบริการสำหรับธุรกิจโรงแรม (Service Charge) สำหรับบางสาขา การปรับค่าแรงขั้นต่ำและผลกระทบ เพื่อให้สอดคล้องตามกฎหมายแรงงานประกาศเมื่อ 19 กันยายน 2565 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 และปรับค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือแรงงานตามประกาศกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

สำหรับธุรกิจอาหารฝ่ายบริหารได้เพิ่มเติมสวัสดิการด้านสุขภาพคือขยายความคุ้มครองการเบิกจ่ายสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลให้ครอบคลุมการตัดแว่นและคอนแทคเลนส์สำหรับผู้มีปัญหาด้านสายตา นอกจากนี้ยังมุ่งให้ความสำคัญกับสวัสดิการเพื่อความเท่าเทียม โดยขยายสวัสดิการให้ครอบคลุมกลุ่มคู่ชีวิต LGBTQ

กลุ่มคู่สมรสที่ไม่ได้จดทะเบียน และบุตรบุญธรรมตามกฎหมาย ให้พนักงานสามารถใช้สิทธิสวัสดิการดังนี้ การลาสมรส การรับเงินช่วยเหลือการสมรส การลาเพื่อจัดพิธีศพ และการจัดของเยี่ยมพนักงาน พนักงานในกลุ่มธุรกิจอาหารยังคงทำงานภายใต้นโยบาย Work from Anywhere โดย กำหนดรูปแบบการทำงานแบบผสมผสานที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ในการทำงาน โดยกำหนดให้พนักงานเข้าออฟฟิศ 3 วันและปฏิบัติงานจากภายนอก 2 วัน (ขึ้นอยู่กับลักษณะการทำงาน) นอกจากนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการทำงานใหม่ บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์และจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ได้แก่ การใช้ระบบโทรศัพท์ 3CXทดแทนการใช้โทรศัพท์สำนักงาน การใช้โน้ตบุ๊กเพื่อความสะดวกในการทำงานจากทุกที่ การจัดโต๊ะทำงานกลางสำหรับกลุ่มงานที่ปฏิบัติงานภายนอกสำนักงานเป็นส่วนใหญ่ การปรับปรุงระบบการใช้งานคอมพิวเตอร์เป็นระบบปฏิบัติการ Office365 เป็นต้น และมีแผนทบทวนนโยบายการเบิกจ่ายค่าเดินทาง ที่พัก เบี้ยเลี้ยง และสวัสดิการน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับยานพาหนะ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และรูปแบบการทำงานของพนักงานที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงสวัสดิการการลาคลอดของพนักงานตามที่กฎหมายกำหนดทั้งในส่วนเงินค่าจ้าง และการจ่ายค่าจ้าง หากพนักงานหญิงประสงค์ที่จะลาเพิ่มเติม สามารถใช้สิทธิการลาโดยไม่จ่ายค่าจ้าง ได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนจะทบทวนเรื่อง สวัสดิการเพิ่มเติมจากที่กฎหมายกำหนดในปี 2566 ได้แก่ การหยุดพักงานระยะหนึ่งเพื่อดูแลบุตร การให้สิทธิคู่สมรสลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร เป็นต้น

บริษัทได้เตรียมวางแผนในเรื่องของการขยายสวัสดิการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้กับพนักงานครอบคลุมจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร

การขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร I-CARE

บริษัท มีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องค่านิยมองค์กร I-CARE ให้กับพนักงานทุกคน สำหรับพนักงานใหม่ จะมีการให้ความรู้ผ่านการอบรมพนักงานใหม่ และในส่วนพนักงานเก่า ได้มีการทบทวนความรู้เพื่อความเข้าใจผ่านแคมเปญและการอบรม I-CARE บอร์ดเกม และยังมีการขับเคลื่อนเพื่อปลูกฝังค่านิยมให้อยู่ในการทำงานจริงของพนักงาน เช่น มีการรณรงค์เรื่อง นวัตกรรม โดยมีการจัดอบรม Design Thinking ให้แก่พนักงาน และมีการนำไปประยุกต์ใช้กับงานจริง จนนำไปสู่การส่งโครงการนวัตกรรมเข้าประกวดในงาน Innovation Convention, การให้ความสำคัญเรื่องลูกค้า โดยกำหนดเป็นหนึ่งใน KPI ที่ทุกฝ่ายจะต้องมีการประเมินถึงเรื่องการให้บริการหรือความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น

การสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

บริษัทมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กรตลอดปี โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมเป็นแบบผสมผสาน (Hybrid) ทั้งกิจกรรมที่พบเจอกัน และผ่านช่องทางออนไลน์ โดยพิจารณาจากสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาดโควิดและมาตรการที่เกี่ยวข้องในช่วงเวลานั้น กิจกรรมที่จัดขึ้น แบ่งออกเป็น กิจกรรมเพื่อสื่อสารทิศทางหรือสถานการณ์ของธุรกิจ ได้แก่ Town-Hall, Business Direction,

CEO Talk เพื่อสื่อสารเป้าหมายและทิศทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ส่งเสริมความรู้ด้านคุณภาพชีวิตเช่น ความรู้ด้านการเงิน การดูแลสุขภาพจิตใจ และกิจกรรมสันทนาการอื่น ๆ เป็นประจำทุกเดือน กิจกรรมเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรและความร่วมมือในการทำงาน กิจกรรมวันสำคัญประจำปี และกิจกรรม Staff Party เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง

การประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

บริษัทได้ทำการประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน หรือ CHR&CRG Voice ร่วมกันกับกลุ่มบริษัทในเครือเซ็นทรัล โดยร่วมมือกับ Kincentric จัดทำแบบสำรวจสำหรับพนักงานทุกคุณระดับ โดยในปี 2565 ผลการประเมินความผูกพันต่อองค์กรแยกเป็นผลของธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอาหารดังนี้

ธุรกิจโรงแรม ผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานในธุรกิจโรงแรม ในปี 2565 ที่ผ่านมานั้นเป็นที่น่าพอใจในภาพรวม โดยผลความพึงพอใจอยู่ที่ 85% ซึ่งน้อยกว่าเป้าหมายที่วางไว้ 1% (เป้าหมายที่ตั้งไว้คือ 86%) แต่ทั้งนี้เมื่อเทียบกับผลของการประเมินความพึงพอใจของพนักงานในปี 2564 นั้นถือว่าดีขึ้นถึง 3% จากปีก่อนหน้า (ผลสำรวจความพึงพอใจปี 2564 คือ 82%) และเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยโดยทั่วไปแล้ว ผลประเมินความพึงพอใจขององค์กรในปัจจุบันนั้นสูงกว่าค่าเฉลี่ยของบริษัททั่วไปในตลาดแรงงานถึง 14% (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในตลาดอยู่ที่ 71%) และหากเปรียบเทียบกับหน่วยธุรกิจภายใต้กลุ่มเซ็นทรัลแล้วก็ยังคงอยู่ในเกณฑ์ดี เพราะค่าเฉลี่ยความผูกพันของพนักงานในกลุ่มเซ็นทรัลอยู่ที่ 72% จำนวนพนักงานที่ตอบแบบประเมินความพึงพอใจทั้งหมด 3,287 คน แบ่งเป็นชาย 1,851 คน คิดเป็น 56% หญิง 1,436 คน คิดเป็น 44% มีประเด็นที่พนักงานแสดงความคิดเห็นต้องการให้บริษัทนำไปพิจารณาปรับปรุง 3 ประเด็นสูงสุดคือ

- เครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงาน ซึ่งทางฝ่ายบริหารที่เกี่ยวข้องได้วางแผนเพื่อแก้ปัญหา และเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานโดยสื่อสารความคืบหน้าให้พนักงานรับทราบอย่างต่อเนื่อง
- ค่าตอบแทน ฝ่ายบริหารได้ทำการสำรวจตลาดแรงงานเพื่อพิจารณาโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเกิดกับคู่แข่งในตลาด
- การพัฒนาศักยภาพของหัวหน้างาน ซึ่งได้มีแนวทางการพัฒนากิจกรรมของหัวหน้างานให้เหมาะสมมากขึ้น

ในส่วนของประเด็นที่พนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับได้แก่

- การสร้างค่านิยมองค์กร
- ความพร้อมในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ายานนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- พันธกิจขององค์กรนี้เป็นตัวช่วยกำหนดทิศทางในการทำงานได้

บริษัทได้นำผลการสำรวจดังกล่าวมาจัดทำ Focus Group และแผนการดำเนินงาน ในปี 2566 ทำการสื่อสารผลการประเมินความพึงพอใจในปี 2565 ให้กับพนักงานทราบ สื่อสารถึงเป้าหมายและขั้นตอนการดำเนินงานซึ่งเป็นข้อเสนอต่างๆ จากฝั่งพนักงาน พร้อมติดตามผลและรายงานผลการดำเนินการเป็นระยะเพื่อสื่อสารให้กับพนักงานทราบถึงความคืบหน้าตลอดปี 2566

ธุรกิจอาหาร ในปี 2565 พนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ที่ 64% เท่าปีที่ผ่านมา โดยยังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยขององค์กรในประเทศไทย 7% และต่ำกว่าองค์กรที่เป็นสุดยอดนายจ้าง 24% มีพนักงานเข้าร่วมการสำรวจความผูกพันต่อองค์กรทั้งสิ้นจำนวน 4,237 คน โดยเป็นเพศชาย 1,181 คน คิดเป็น 28% และเป็นเพศหญิง 3,056 คน คิดเป็น 72% แม้ว่าจะระดับความผูกพันต่อองค์กรยังอยู่ในระดับ 64% ตามเดิม แต่เมื่อพิจารณาระดับคะแนนจากปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า มีคะแนนเพิ่มขึ้นในทุกมิติอย่างมีนัยสำคัญ (เฉลี่ย +7%) เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการจัดตั้งคณะกรรมการเสริมสร้างความผูกพันองค์กร โดยคณะกรรมการมาจากทุกฝ่ายงานที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าว เพื่อจัดทำแผนและดำเนินการร่วมกันในปีที่ผ่านมา มีประเด็นที่พนักงานแสดงความคิดเห็นต้องการให้บริษัทนำไปพิจารณาปรับปรุง 3 ประเด็นสูงสุดคือ

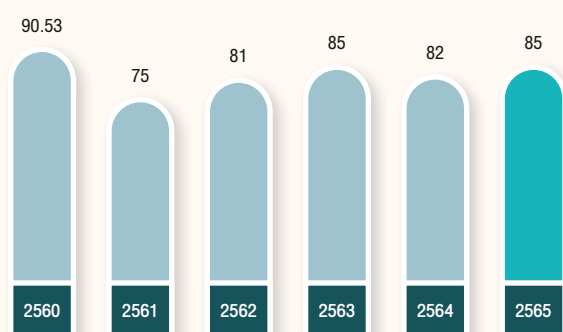
- การให้รางวัลและสร้างแรงจูงใจ
- การพัฒนาศักยภาพของหัวหน้างาน
- เครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงาน

และประเด็นที่พนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับได้แก่

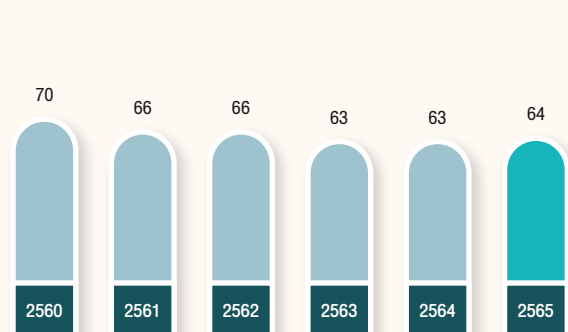
- ความพร้อมในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ายานนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- อิสระในการตัดสินใจ
- การสร้างค่านิยมขององค์กรให้กับพนักงาน

โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลร่วมกับคณะกรรมการเสริมสร้างความผูกพันองค์กร โดยวางแผนงานในปี 2566 เป็น 2 ระดับ คือแผนงานระดับองค์กร ซึ่งเป็นแผนงานในเชิงนโยบายที่ส่งผลต่อพนักงานในภาพรวม โดยเป็นการทบทวนแผนต่อเนื่องจากปี 2565 ที่ผ่านมานำในเรื่องการสำรวจค่าจ้างและทบทวนนโยบายการจ่ายค่าจ้างและสวัสดิการที่จูงใจและแข่งขันได้กับตลาด สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ดี ยกระดับระบบการทำงาน และเทคโนโลยีที่จะช่วยให้พนักงานทำงานได้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ให้ความสำคัญกับเรื่องแผนการพัฒนาและรักษาคณะ และแผนงานระดับหน่วยงาน ที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลร่วมกับผู้บริหารหน่วยงานวางแผนงานร่วมกัน

ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงานธุรกิจโรงแรม



ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงานธุรกิจอาหาร



การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงาน

แผนการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพพนักงานธุรกิจโรงแรม

ปี 2565 ทางบริษัทได้มุ่งเน้นการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพไปที่พนักงานทุกระดับแตกต่างกันไปตามความต้องการของธุรกิจ เช่น พนักงานระดับปฏิบัติการ จะเน้นการฝึกอบรมที่การบริการที่เลิศให้กับลูกค้า นอกเหนือจากนั้นยังต้องฝึกการยกระดับมาตรฐานการบริการให้ตอบโจทย์กับลูกค้าในแบบต่างๆ ส่วนพนักงานระดับหัวหน้างานจะเน้นการอบรมในวิชาที่เกี่ยวกับการบริหารคน และการปรับกรอบความคิดในการทำงานและใช้ชีวิต เป็นต้น และนอกจากนั้นแล้วบริษัทยังได้มีการประชาสัมพันธ์ ค้นหา และแนะนำหลักสูตรที่สามารถเรียนออนไลน์แบบไม่มีค่าใช้จ่ายจากแหล่งอื่น ไม่ว่าจะเป็นแพลตฟอร์ม เว็บไซต์ หรือการเรียนผ่านไลฟ์ต่างๆ โดยกำหนดเป้าหมายให้พนักงานมีการเข้าเรียนอย่างน้อย 12 ชั่วโมงต่อคน

แผนกฝึกอบรมได้มีการจัดหลักสูตรอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงาน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลักสูตร ดังนี้ กลุ่มหลักสูตรการบริหารและภาวะผู้นำ จำนวน 133 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัย จำนวน 153 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรที่ผ่านช่องทางออนไลน์อื่นๆ จำนวน 799 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรเฉพาะทาง

ในการทำงาน จำนวน 5,249 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพื้นฐาน จำนวน 5 หลักสูตร รวมทั้งสิ้น 6,339 หลักสูตร จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ยังคงเกิดขึ้นช่วงต้นปี 2565 ทางบริษัทยังคงใช้รูปแบบในการฝึกอบรมแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Microsoft Teams รวมถึงประชาสัมพันธ์ข่าวสารการเรียนออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อให้พนักงานยังคงมีการพัฒนาศักยภาพอยู่ตลอดเวลา หลังจากสถานการณ์เริ่มดีขึ้นในช่วงของกลางปี เราได้นำการอบรมแบบห้องเรียนกลับมาอีกครั้ง โดยเริ่มอบรมเกี่ยวกับเรื่องค่านิยมขององค์กร (I-CARE) เพื่อให้พนักงานได้ทบทวนและคำนึงถึงหลักปฏิบัติการทำงานร่วมกัน และการทำงาน อีกทั้งยังเป็นการให้พนักงานที่หยุดทำงานที่บ้าน ได้กลับมาพบปะกันอีกครั้ง เพื่อที่จะได้เกิดการสื่อสารการทำงานระหว่างแผนกเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ส่วนโรงแรมและรีสอร์ทในเครือที่ยังเปิดให้บริการตามปกตินั้น การฝึกอบรมพนักงานยังคงเน้นเกี่ยวกับกลุ่มหลักสูตรเฉพาะทางในการทำงาน ของแต่ละแผนกและภาคส่วนนั้นๆ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติได้ตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้ จำนวนหลักสูตรที่มีการจัดอบรมออนไลน์คิดเป็น 66% และแบบห้องเรียนคิดเป็น 34%



แผนการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพพนักงานธุรกิจอาหาร

แผนการพัฒนาพนักงานของธุรกิจอาหารถูกออกแบบตามสมรรถนะที่ตอบสนองเป้าหมาย 3 ประการสำคัญ คือ

1. ทิศทางของธุรกิจ
2. แนวโน้มการทำงานในปัจจุบันและอนาคต
3. ความจำเป็นของพนักงานในการทำงาน

โดยมีกลุ่มหลักสูตร 5 กลุ่มประกอบด้วย กลุ่มหลักสูตรโปรแกรมก่อนเริ่มงาน จำนวน 1 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพัฒนาผู้นำ จำนวน 14 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพัฒนานักแข่งและผู้บริหาร จำนวน 4 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลและทักษะอนาคต จำนวน 13 หลักสูตร และกลุ่มหลักสูตรเฉพาะทางในการทำงาน จำนวน 12 หลักสูตร รวมทั้งสิ้น 44 หลักสูตร บริษัทได้จัดให้มีการอบรมความรู้ในหลายรูปแบบเพื่อให้ยืดหยุ่นกับสถานการณ์ในแต่ละช่วง ประกอบด้วย การอบรมแบบสอนผ่านทางออนไลน์ การเข้าเรียนหลักสูตรออนไลน์ตามเวลาที่ตนเองสะดวก และการจัดอบรมภายในแบบห้องอบรม โดยหลักสูตรที่มีการจัดแบบในห้องอบรมจะเข้มงวดในการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทั้งวิทยากรและผู้เข้าอบรมตามแนวทางของบริษัท โดยในปี 2565 มี จำนวนหลักสูตรที่มีการจัดอบรมออนไลน์คิดเป็น 87% และอบรมแบบในห้องอบรมคิดเป็น 13% โดยได้รับคะแนนประเมิน

ความพึงพอใจด้านวิทยากร 96.2% และด้านเนื้อหา 97.2% การประเมินความรู้ก่อนและหลังเรียนเฉลี่ยทุกหลักสูตรพบว่า ก่อนเรียนอยู่ในระดับ 72.6% และหลังเรียนอยู่ในระดับ 92.4% พนักงานกลุ่มปฏิบัติการผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารและได้รับวุฒิตั้งขึ้น 10,882 คน

นอกจากนี้พนักงานยังมีโอกาสเรียนรู้และพัฒนาด้านจากหลักสูตรใหม่ๆ ที่เพิ่มเติมทางออนไลน์ โดยเฉพาะหลักสูตรทาง Digital & Future Skills ที่มีการจัดให้มากถึง 14 หลักสูตร พนักงานระดับบริหารทุกคนได้รับการพัฒนาทักษะการสอนงานในหลักสูตร Leader as Coach ซึ่งเป็นการวางรากฐานการสอนงาน (Coaching Culture) ให้เกิดขึ้นในองค์กร และในปี 2566 มีแผนที่จะขยายไปยังในระดับผู้จัดการต่อไป

บริษัทได้กำหนดมาตรฐานการจัดการอบรมตามเกณฑ์ของบริษัท เซ็นทรัล ฟู้ดเพลตเวลลอปเม้นท์ เซ็นเตอร์ จำกัด โดยวิทยากรจะต้องได้รับการอบรมและสอบผ่านตามมาตรฐานของกระทรวงแรงงานจากวิทยากรผู้ชำนาญการพิเศษของกระทรวงแรงงาน เพื่อต่อทะเบียนวิทยากรทุกปี จากวิทยากรผู้ชำนาญการพิเศษกระทรวงแรงงานในการจัดอบรมทุกครั้ง และฝ่ายพัฒนาบุคลากรยังไม่มีแผนการตรวจประเมินและทวนสอบจากองค์กรภายนอก แต่ยังคงปฏิบัติตามมาตรฐานที่บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ดเพลตเวลลอปเม้นท์ เซ็นเตอร์ จำกัด ได้กำหนดไว้

โครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพ (Succession Plan)

ในปี 2565 บริษัทร่วมกับ Thammasat Business School (CONC) ได้มีการออกแบบหลักสูตรพัฒนาผู้นำสำหรับกลุ่มพนักงานธุรกิจอาหารที่มีศักยภาพ ให้ความพร้อมในการนำทีม และขับเคลื่อนธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักสูตร คือ CRG Key Driver สำหรับระดับพนักงาน ประกอบด้วยหลักสูตร Data-Driven Commercial Strategy และ Digital Transformation for Food Industry มีพนักงานเข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 37 คน และ CRG Key Changer สำหรับระดับผู้จัดการ ประกอบด้วยหลักสูตร Data-Driven Commercial Strategy และ Business Acumen มีพนักงานเข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 47 คน สำหรับพนักงานที่มีศักยภาพในระดับบริหาร บริษัทได้สนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการพัฒนาในกลุ่มหลักสูตรของ

ทางกลุ่มเซ็นทรัล ประกอบด้วย หลักสูตร Management 1 Development Program (MDP1) หลักสูตร Management 2 Development Program (MDP2) หลักสูตร Growth in Role หลักสูตร Communicating with Infographic และหลักสูตร Leader as Coach เพื่อส่งเสริมให้หัวหน้าสามารถนำทีมด้วยการโค้ช และเป็นการร่วมกันสร้าง Coaching Culture ให้เกิดขึ้นในองค์กรโดยวัตถุประสงค์หลักเป็นการพัฒนาคุณลักษณะของผู้นำในการขับเคลื่อนธุรกิจ อีกทั้งเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้บริหารในกลุ่มเซ็นทรัลเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดีในการดำเนินธุรกิจระหว่างกลุ่มธุรกิจเครือ



โครงการพัฒนาศักยภาพภายนอกองค์กรโดยใช้อำนาจขององค์กร

บริษัทให้ความสำคัญในเรื่องการแบ่งปันประสบการณ์ความรู้ภายในองค์กรสู่หน่วยงานและสถาบันการศึกษา จึงได้จัดทำโครงการสนับสนุนการฝึกงานของนักเรียนนักศึกษา เพื่อเปิดโอกาสในการสั่งสมความรู้จากประสบการณ์การทำงานจริงและเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานในอนาคต ธุรกิจโรงแรมดำเนินความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยบักยวองฟัลปีนส์ (University of Baguio) รับนักศึกษาเข้ามาฝึกงานกับโรงแรมเพื่อเรียนรู้กระบวนการทำงาน การเข้าสังคมและชีวิตการทำงาน อีกทั้งพนักงานก็จะได้รับประสบการณ์การสอนงาน และให้คำแนะนำเรื่องงานแก่นักศึกษาฝึกงาน นอกจากนักศึกษาจะได้รับรู้แล้ว พนักงานขององค์กรเองก็ยิ่งจะได้ฝึกฝนทักษะการเป็นผู้นำ และทักษะการสื่อสารไปพร้อมกับโดยมีระยะเวลาฝึกงาน 3 เดือน

ในปี 2565 ได้ขยายโครงการฝึกอบรมขีดความสามารถและศักยภาพของพนักงานในธุรกิจบริการ โดยโรงแรมเซ็นทารา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะร่วมกับศูนย์พัฒนาและฝึกอบรมคนพิการแห่งเอเชียและแปซิฟิก (APCD) จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมโครงการพัฒนาศักยภาพคนพิการสู่การทำงานภาคธุรกิจโรงแรม ระยะเวลา 1 เดือน ให้มาฝึกงานในสถานประกอบการจริงเพื่อฝึกฝนประสบการณ์

และทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น หลังจบการอบรมโรงแรมได้รับผู้พิการ 2 คนเข้าทำงานเป็นพนักงานของโรงแรม

ธุรกิจอาหารยังคงดำเนินโครงการทวิภาคี สหกิจศึกษาและฝึกงานอย่างต่อเนื่อง โดยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา 362 แห่งทั่วประเทศ รับนักศึกษา 1,600 คนต่อปี ตั้งแต่ระดับปวช., ปวส., ปริญญาตรี จนถึงระดับปริญญาโท พร้อมมอบทุนการศึกษาตลอดหลักสูตร เพื่อพัฒนาคุณภาพนักเรียน นักศึกษาให้มีความรู้ทั้งด้านทฤษฎีจากสถาบันการศึกษาและการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ พัฒนาทักษะวิชาชีพจากการปฏิบัติงานจริงที่สถานประกอบการ ในปีพ.ศ. 2565 รับนักศึกษาทวิภาคี สหกิจศึกษาและฝึกงาน จำนวนรวม 1,000 คน และได้ใบประกาศนียบัตรวิชาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา พร้อมทั้งสามารถเติบโตในสายงานเป็นพนักงานของธุรกิจอาหารได้ทันทีโดยนับอายุงานต่อเนื่อง เพื่อสร้างผู้บริหารรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวคิด “มากกว่าประสบการณ์ที่ได้จากการฝึกงานคือโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ” และมีแผนรับนักศึกษาจากกลุ่มสถาบันการศึกษาในภูมิภาคอาเซียนเพิ่มเติมในปีถัดไป

ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและคุณภาพชีวิต

เป้าหมาย: 100 % ของพนักงานได้รับการอบรมเรื่องความปลอดภัยและอาชีวอนามัย จำนวนอุบัติเหตุจากการทำงานเป็นศูนย์ และจำนวนพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานเป็นศูนย์

เป้าหมายในการขับเคลื่อนนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและคุณภาพชีวิตของบริษัท คือ การลดความเสี่ยงที่นำไปสู่ความสูญเสียต่อชีวิต การบาดเจ็บ ความเจ็บป่วยจากการทำงานของพนักงาน โดยดูแลเรื่อง ชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานของพนักงาน รวมถึงจัดทำแนวทางการจัดการและแนวทางปฏิบัติตามมาตรฐานในระดับสากล พร้อมทั้งสร้างทัศนคติ และความตระหนักในด้านชีวอนามัย และความปลอดภัยให้กับพนักงานและผู้เกี่ยวข้อง มีการบวกรวมการส่งเสริมสุขภาพที่ดีของพนักงาน และประเมินความเสี่ยงในกิจกรรมการดำเนินงานของบริษัท พร้อมทั้งการทบทวนมาตรการควบคุมและป้องกันอย่างต่อเนื่อง บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยในแต่ละหน่วยธุรกิจ เพื่อปฏิบัติงานตามแนวทางที่บริษัทกำหนด จัดอบรมให้ความรู้ด้านชีวอนามัยและความปลอดภัยให้กับพนักงานแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน จัดให้พนักงานทุกคนเข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี โดยมีโปรแกรมการตรวจสุขภาพพิเศษเฉพาะกลุ่มพนักงานที่ต้องสัมผัสสารอันตรายอย่างใกล้ชิด เพื่อความปลอดภัยต่อตัวพนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ สร้างความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องความปลอดภัย เพื่อให้พนักงานตระหนักรู้ พร้อมนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน หรือส่งมอบการบริการให้กับลูกค้าอีกทั้งสร้างความมั่นใจต่อผู้มาใช้บริการและเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

ธุรกิจโรงแรมได้จัดการอบรมในหัวข้อต่างๆ ดังนี้ การอบรมการหนีไฟมีผู้เข้ารับการฝึกอบรม 1,439 คน การอบรมเรื่องความปลอดภัยของอาหาร Food Safety & HACCP จำนวน 520 คน การอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพ (CPR & First Aid Training) จำนวน 224 คน การอบรมเรื่องความปลอดภัยทางไซเบอร์ จำนวน 2,669 คน การอบรมเรื่อง Safe Steps Training จำนวน 104 คน

ธุรกิจอาหารได้จัดให้มีการอบรมเรื่องความปลอดภัย และอาชีวอนามัย อาทิ การซ้อมหนีไฟ การอบรมความปลอดภัยทางอาหาร และ สุขอนามัยของอาหาร (Food Hygiene and Food Safety) การอบรมผู้ประกอบการกิจการและผู้สัมผัสอาหาร (Food Sanitation) โดยมีการจัดอบรมผู้ประกอบการกิจการจำนวน 32 รุ่น การอบรมผู้สัมผัสอาหารจำนวน 167 รุ่น พนักงานที่เข้ารับการอบรมจะต้องผ่านการสอบโดยข้อสอบของกรมอนามัย หากผ่านจะได้รับประกาศนียบัตรที่มีอายุ 3 ปี อย่างไรก็ตาม เนื่องจากมีพนักงานที่เข้าใหม่และลาออกในทุกเดือน บริษัทฯ มีพนักงานที่ได้รับใบประกาศและยังคงไม่หมดอายุ จำนวน 8,302 คน คิดเป็น 77% เทียบจำนวนพนักงานทั้งหมดที่ต้องเข้ารับการอบรม ณ เดือนธันวาคม 2565 พนักงานกลุ่มปฏิบัติการผ่านการอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการ การสุขาภิบาลอาหารและผู้สัมผัสอาหาร ได้รับวุฒิบัตรทั้งสิ้น 10,882 คน พนักงานที่เข้ารับการอบรมจะต้องผ่านการสอบโดยข้อสอบของกรมอนามัย หากผ่านจะได้รับประกาศนียบัตรที่มีอายุ 3 ปี อย่างไรก็ตาม เนื่องจากมีพนักงานที่เข้าใหม่และลาออกในทุกเดือน บริษัทฯ มีพนักงานที่ได้รับใบประกาศและยังคงไม่หมดอายุ จำนวน 8,302 คน คิดเป็น 77% เทียบจำนวนพนักงานทั้งหมดที่ต้องเข้ารับการอบรม ณ เดือนธันวาคม 2565

นอกเหนือจากการอบรมความรู้ในด้านต่างๆ แล้ว บริษัทได้จัดเตรียมห้องพยาบาล พร้อมแพทย์ และพยาบาลวิชาชีพ ในการดูแลอาการเจ็บป่วย หรือการเจ็บป่วยจากอุบัติเหตุเบื้องต้น ก่อนส่งต่อไปยังสถานพยาบาลในกรณีที่ต้องใช้อุปกรณ์เครื่องมือเฉพาะทางการแพทย์ บริษัทได้มีการทบทวนแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย จ้องบังคับ และมาตรฐานสากลเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น พร้อมจัดทำแผนการรับมือในเรื่องความปลอดภัยไว้ด้วย



การดำเนินงานการสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพ

จากความมุ่งมั่นของ บริษัท ในการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่คนในชุมชนและสังคมในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินงาน ในปี 2565 ได้ดำเนินโครงการต่าง คิดเป็นค่าใช้จ่ายรวมเป็นเงิน 1,866,922.50 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

โรงแรมเชนิทรา แกรนด์มีราจบิซริสอร์ท พัทยา	จัดกิจกรรมเปิดไฟต้นคริสต์มาสประจำปี เพื่อมอบเงินบริจาคสมทบทุนมูลนิธิสงเคราะห์เด็กพิการเพื่อการกุศล
โรงแรมเชนิทรา บาย เชนิทรา ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ	บริจาคสิ่งของและเงินสนับสนุนค่าอาหารกลางวัน สถานคุ้มครองและพัฒนาคนพิการบ้านนนทภูมิ จังหวัดนนทบุรี และเปิดพื้นที่บริเวณลิโอบบี้เป็น “ร้านค้าเพื่อชุมชน” สนับสนุนการจัดจำหน่ายสินค้าที่ผลิตโดยผู้ด้อยโอกาสคนพิการ ผู้สูงอายุ และกลุ่มอาชีพที่สร้างผลกระทบเชิงลบที่เพื่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
โรงแรมเชนิทรา บาย เชนิทราแม่สอด	ดำเนินโครงการได้รับซื้อผลผลิตการเกษตรจากชาวมูเซอ ชุมชนบ้านห้วยปลาหลด อ.แม่สอด นำมาทำเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารเพื่อให้บริการลูกค้า เป็นการสนับสนุนชุมชน ช่วยสร้างรายได้และให้ชาวบ้านมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560
โครงการ KFC สุขส่งต่อ	โดยนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายเมนูที่ร่วมแคมเปญ มาสนับสนุนเป็นโกกอดเคเอฟซี ให้กับกลุ่มผู้ลี้ภัยพลัดถิ่นในก้นตึกสถานหญิง 4 แห่ง ที่ไม่มีโอกาสได้อยู่กับครอบครัว เพื่อส่งต่อกำลังใจให้พวกเขาได้ก้าวต่อไปอย่างไม่โดดเดี่ยว ได้แก่ ก้นตึกสถานหญิงกลาง, ก้นตึกสถานบำบัดพิเศษหญิง, ก้นตึกสถานหญิงนครราชสีมา และ ก้นตึกสถานหญิงเชียงใหม่ คิดเป็นจำนวน 20,000 มื้อ รวมมูลค่า 780,000 บาท
โครงการอ้อมนี้เพื่อกันแพทย์	ส่งมอบผลิตภัณฑ์อาหารแกนกำลังใจจากแบรนด์ในเครือซีอาร์จี ได้แก่ มิสเตอร์ โดนัท และ เคเอฟซี เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างเกราะป้องกันให้คนไทย สนับสนุนการทำงานของแพทย์ พยาบาล และบุคลากรทางการแพทย์ ณ จุดบริการคัดฉีดยา COVID-19 นอกสถานพยาบาล ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยบริจาคอาหาร จำนวน 5,560 มื้อ รวมมูลค่า 210,295 บาท
โครงการ Women Cancer ชวนทำดี ช่วยผู้ป่วยมะเร็งสตรี	เป็นการนำรายได้จากการจำหน่ายสินค้าผ่านแคมเปญการตลาดของแบรนด์ ร่วมสมทบทุนจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ เพื่อช่วยในการตรวจวินิจฉัยโรคมะเร็งสำหรับผู้ป่วยแกลอนกัทรพย์ ผ่านมูลนิธิเตย จีราธิวัฒน์ เพื่อมอบให้กับมูลนิธิกัทรพย์ ศูนย์มะเร็ง โรงพยาบาลนครพิงค์ และโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี มีแบรนด์เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 12 แบรนด์ ยอดสมทบทุนเงินบริจาค รวมจำนวนทั้งสิ้น 240,895 บาท
โครงการ 13 th Million Gifts Million Smiles	ร่วมมอบของขวัญจากใจเพื่อรอยยิ้มของทุกคน พร้อมส่งต่อความสุขให้กับเด็ก ๆ ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ และจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย โดยสนับสนุนของบริจาค จากแบรนด์ต่างๆ รวมมูลค่า 102,520 บาท
ช่วยเหลือผู้ประสบภัย	อุภัยยังชีพเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยในพื้นที่ 10 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี จันทบุรี พิจิตร โขงพระนครศรีอยุธยา ศรีสะเกษ ชัยภูมิ สุรินทร์ และสระบุรี ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัล รวมเป็นมูลค่า 515,382.0 บาท





ร่วมดำเนินโครงการสนับสนุน ช่วยเหลือสังคมกับ กลุ่มเซ็นทรัล บริจาคโลหิตด้วยใจ กับกลุ่มเซ็นทรัล กรุ๊ป เพื่อส่งมอบโลหิต 14 ล้าน ซีซี ให้กับสภากาชาดไทย โดยมีการมอบรางวัล Blood Hero ประจำปี 2022 ซึ่งเป็นการมอบประกาศนียบัตร และของขวัญให้กับพนักงานที่มีการบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ในปี 2565 พนักงานโรงแรมมียอดบริจาคเลือดรวม 101,050 ซีซี



ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565

1. ข้อมูลพนักงาน

จำนวนพนักงานรวม จำแนกตามเพศ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานรวม	5,136		3,785		2,913		3,746		13,144		4,806		10,174		11,261		18,280		8,591		13,087		15,007	
จำนวนพนักงานชาย	2,745	53%	2,032	54%	1,602	55%	2,082	56%	4,212	32%	1,478	31%	3,075	30%	3,469	31%	6,957	38%	3,510	41%	4,677	36%	5,551	37%
จำนวนพนักงานหญิง	2,391	47%	1,753	46%	1,311	45%	1,664	44%	8,932	68%	3,328	69%	7,099	70%	7,792	69%	11,323	62%	5,081	59%	8,410	64%	9,456	63%

จำนวนพนักงานประจำ จำแนกตามเพศ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานรวม	5,005		3,728		2,892		3,637		5,464		4,777		4,710		4,791		10,469		8,505		7,602		8,428	
จำนวนพนักงานชาย	2,674	53%	1,998	54%	1,589	55%	2,025	56%	1,717	31%	1,466	31%	1,404	30%	1,368	29%	4,391	42%	3,464	41%	2,993	39%	3,393	40%
จำนวนพนักงานหญิง	2,331	47%	1,730	46%	1,303	45%	1,612	44%	3,747	69%	3,311	69%	3,306	70%	3,423	71%	6,078	58%	5,041	59%	4,609	61%	5,035	60%

จำนวนพนักงานชั่วคราว จำแนกตามเพศ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานรวม	131		57		21		109		-		29		-		24		131		86		21		133	
จำนวนพนักงานชาย	71	54%	34	60%	13	62%	57	52%	-	12	41%	-	11	46%	71	54%	46	53%	13	62%	68	51%		
จำนวนพนักงานหญิง	60	46%	23	40%	8	38%	52	48%	-	17	59%	-	13	54%	60	46%	40	47%	8	38%	65	49%		

จำนวนพนักงาน Part Time / Casual / จ้างเป็นครั้งคราว จำแนกตามเพศ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานรวม	-	-	-	-	7,680	-	5,464	6,446	7,680	-	5,464	6,446						
จำนวนพนักงานชาย	-	-	-	-	2,495	32%	-	1,671	31%	2,090	32%	2,495	32%	-	1,671	31%	2,090	32%
จำนวนพนักงานหญิง	-	-	-	-	5,185	68%	-	3,793	69%	4,356	68%	5,185	68%	-	3,793	69%	4,356	68%

จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานชาย อายุน้อยกว่า 30 ปี	790	29%	464	23%	334	21%	472	23%	3,340	79%	732	50%	2,167	70%	2,542	73%	4,130	59%	1,196	34%	2,501	53%	3,014	54%
จำนวนพนักงานชาย อายุ 30-50 ปี	1,650	60%	1,349	66%	1,098	69%	1,433	69%	830	20%	683	46%	841	27%	870	25%	2,480	36%	2,032	58%	1,939	41%	2,303	41%
จำนวนพนักงานชาย อายุมากกว่า 50 ปี	305	11%	219	11%	170	11%	177	9%	42	1%	63	4%	67	2%	57	2%	347	5%	282	8%	237	5%	234	4%

จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานหญิง อายุน้อยกว่า 30 ปี	844	35%	511	29%	329	25%	509	31%	6,186	69%	1,669	50%	5,078	72%	5,715	73%	7,030	62%	2,180	43%	5,407	64%	6,224	66%
จำนวนพนักงานหญิง อายุ 30-50 ปี	1,341	56%	1,115	64%	880	67%	1,022	61%	2,592	29%	1,533	46%	1,888	27%	1,969	25%	3,933	35%	2,648	52%	2,768	33%	2,991	32%
จำนวนพนักงานหญิง อายุมากกว่า 50 ปี	206	9%	127	7%	102	8%	133	8%	154	2%	126	4%	133	2%	108	1%	360	3%	253	5%	235	3%	241	3%

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565

จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานชาย ระดับปฏิบัติการ	2,341	85.3%	1,705	83.9%	1,319	82.3%	1,754	84.2%	4,164	98.9%	1,356	91.7%	2,944	95.7%	2,562	73.9%	6,505	93.5%	3,061	87.2%	4,263	91.1%	4,316	77.8%
จำนวนพนักงานชาย ระดับบริหาร	395	14.4%	311	15.3%	268	16.7%	315	15.1%	39	0.9%	111	7.5%	123	4.0%	900	25.9%	434	6.2%	422	12.0%	391	8.4%	1,215	21.9%
จำนวนพนักงานชาย ผู้บริหารระดับสูง	9	0.3%	16	0.8%	15	0.9%	13	0.6%	9	0.2%	11	0.7%	8	0.3%	7	0.2%	18	0.3%	27	0.8%	23	0.5%	20	0.4%

จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานหญิง ระดับปฏิบัติการ	2,016	84.3%	1,424	81.2%	1,018	77.7%	1,327	79.7%	8,838	98.9%	3,104	93.3%	6,870	96.8%	5,376	69.0%	10,854	95.9%	4,528	89.1%	7,888	93.8%	6,703	70.9%
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร	372	15.6%	325	18.5%	290	22.1%	333	20.0%	89	1.0%	219	6.6%	224	3.2%	2,411	30.9%	461	4.1%	544	10.7%	514	6.1%	2,744	29.0%
จำนวนพนักงานหญิง ผู้บริหารระดับสูง	3	0.1%	4	0.2%	3	0.2%	4	0.2%	5	0.1%	5	0.2%	5	0.1%	5	0.1%	8	0.1%	9	0.2%	8	0.1%	9	0.1%

จำนวนพนักงาน จำแนกตามอายุงาน (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี	831	16%	104	3%	462	16%	1,305	35%	6,279	48%	461	10%	4,050	40%	5,608	50%	7,110	39%	565	7%	4,512	34%	6,913	46%
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	1,112	22%	871	23%	377	13%	517	14%	3,493	27%	1,270	26%	2,370	23%	1,853	16%	4,605	25%	2,141	25%	2,747	21%	2,370	16%
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 3 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี	694	14%	609	16%	414	14%	305	8%	978	7%	765	16%	1,176	12%	1,185	11%	1,672	9%	1,374	16%	1,590	12%	1,490	10%
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 5 ปี แต่ไม่ถึง 9 ปี	1,281	25%	1,066	28%	707	24%	543	14%	1,127	9%	971	20%	1,106	11%	1,044	9%	2,408	13%	2,037	24%	1,813	14%	1,587	11%
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 9 ปี แต่ไม่ถึง 15 ปี	794	15%	818	22%	665	23%	758	20%	658	5%	706	15%	797	8%	857	8%	1,452	8%	1,524	18%	1,462	11%	1,615	11%
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี	424	8%	326	9%	288	10%	318	8%	609	5%	636	13%	675	7%	714	6%	1,033	6%	962	11%	963	7%	1,032	7%

จำนวนพนักงาน จำแนกตามภูมิภาค (หน่วย : คน)

ภาคเหนือ	-	66	2%	-	29	1%	1,341	10%	264	5%	723	7%	759	7%	1,341	7%	330	4%	723	6%	788	5%		
ภาคกลาง	1,875	37%	1,393	37%	1,076	37%	1,499	40%	8,181	62%	3,428	71%	6,927	68%	7,472	66%	10,056	55%	4,821	56%	8,003	61%	8,971	60%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-	-	-	-	-	-	1,725	-	550	-	1,213	-	1,412	-	1,725	25%	550	16%	1,213	26%	1,412	25%	-	-
ภาคตะวันออก	673	13%	630	17%	404	14%	414	11%	1,089	8%	305	6%	751	7%	936	8%	1,762	16%	935	11%	1,155	9%	1,350	14%
ภาคตะวันตก	509	10%	327	9%	239	8%	-	-	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%	509	3%	327	4%	239	2%	-	0%
ภาคใต้	1,569	31%	1,142	30%	857	29%	1,145	31%	808	6%	259	5%	560	6%	682	6%	2,377	13%	1,401	16%	1,417	11%	1,827	12%
ต่างประเทศ	510	10%	337	9%	337	12%	659	18%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%	510	3%	337	4%	337	3%	659	4%

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม								ธุรกิจอาหาร								CENTEL							
	2562		2563		2564		2565		2562		2563		2564		2565		2562		2563		2564		2565	

จำนวนพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)

ไทย	4,580	89.17%	3,399	89.80%	2,561	87.92%	3,142	83.88%	13,115	99.78%	4,691	97.60%	9,927	97.57%	11,201	99.47%	17,695	96.80%	8,090	94.16%	12,488	95.42%	14,343	96%
กัมพูชา	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	1	0.03%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	1	0%
คาซัคสถาน	-			0.00%	1	0.03%	1	0.03%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		1	0.01%	1	0%	
เคนย่า	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	1	0.03%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	1	0%
เลบานอน	2	0.04%	1	0.03%	1	0.03%	1	0.03%	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	1	0%
จีน	9	0.18%	5	0.13%	1	0.03%	4	0.11%	5	0.04%			2	0.02%	2	0.02%	14	0.08%	5	0.06%	3	0.02%	6	0%
ญี่ปุ่น	3	0.06%	1	0.03%	1	0.03%	5	0.13%	22	0.17%			3	0.03%	3	0.03%	25	0.14%	1	0.01%	4	0.03%	8	0%
คีคี	1	0.02%	-		2	0.07%	2	0.05%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%			2	0.02%	2	0%
เดนมาร์ก	1	0.02%	-	-	-		-		-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	-	-			-	
โตฮวัน	1	0.02%	1	0.03%	-		-		-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	1	0.01%	-		-	
เนปาล	14	0.27%	8	0.21%	8	0.27%	35	0.93%	-	-	-	-	-	-	-	-	14	0.08%	8	0.09%	8	0.06%	35	0%
บังคลาเทศ	78	1.52%	58	1.53%	45	1.54%	84	2.24%	-	-	-	-	-	-	-	-	78	0.43%	58	0.68%	45	0.34%	84	1%
บัลแกเรีย	1	0.02%	-	-	-		-		-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	-	-	-		-	
เบลารุส	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	-		-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	-	
บราซิล	-		1	0.03%	-		-		-	-	-	-	-	-	-	-	-		1	0.01%	-		-	
ปากีสถาน	1	0.02%	1	0.03%	4	0.14%	13	0.35%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	1	0.01%	4	0.03%	13	0%
ฝรั่งเศส	9	0.18%	11	0.29%	7	0.24%	9	0.24%	-	-	-	-	-	-	-	-	9	0.05%	11	0.13%	7	0.05%	9	0%
พม่า	4	0.08%	3	0.08%	1	0.03%	-						116	1.14%	49	0.44%	4	0.02%	3	0.03%	117	0.89%		
ฟิลิปปินส์	27	0.53%	21	0.55%	11	0.38%	45	1.20%	-	-	-	-	-	-	-	-	27	0.15%	21	0.24%	11	0.08%	45	0%
ภูฏาน	2	0.04%	2	0.05%	-		-		-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.01%	2	0.02%				
บัลดิฟ	176	3.43%	117	3.09%	126	4.33%	192	5.13%	-	-	-	-	-	-	-	-	176	0.96%	117	1.36%	126	0.96%	192	1%
มาเลเซีย	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	7	0.19%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	7	0%
โมร็อกโก	1	0.02%	1	0.03%	-		-		-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	1	0.01%				
เยอรมัน	10	0.19%	8	0.21%	6	0.21%	7	0.19%	-	-	-	-	-	-	-	-	10	0.05%	8	0.09%	6	0.05%	7	0%
ยูเครน	2	0.04%	-	-	-		3	0.08%	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.01%					3	0%
รัสเซีย	6	0.12%	4	0.11%	2	0.07%	2	0.05%	-	-	-	-	-	-	-	-	6	0.03%	4	0.05%	2	0.02%	2	0%
ลาว	-		-		-		-		-	-			61	0.60%	6	0.05%	-		-		61	0.47%	-	
เลบานอน	-		-		1	0.03%	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-		-		1	0.01%	-	
เวียดนาม	3	0.06%	2	0.05%	2	0.07%	5	0.13%	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.02%	2	0.02%	2	0.02%	5	0%
ศรีลังกา	72	1.40%	53	1.40%	48	1.65%	70	1.87%	-	-	-	-	-	-	-	-	72	0.39%	53	0.62%	48	0.37%	70	0%
สเปน	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	-		-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	-	
สวิสเซอร์แลนด์	1	0.02%	-		1	0.03%	3	0.08%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	-		1	0.01%	3	0%

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565
สวีเดน	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	-	-	1	0.01%	1	0.01%
อเมริกา	4	0.08%	3	0.08%	2	0.07%	2	0.02%	6	0.03%	3	0.03%
ออสเตรเลีย	7	0.14%	8	0.21%	4	0.14%	-	-	7	0.04%	8	0.09%
ออสเตรีย	3	0.06%	2	0.05%	1	0.03%	-	-	3	0.02%	2	0.02%
อังกฤษ	9	0.18%	5	0.13%	4	0.14%	-	-	9	0.05%	5	0.06%
อิตาลี	4	0.08%	3	0.08%	3	0.10%	-	-	4	0.02%	3	0.03%
อินเดีย	71	1.38%	44	1.16%	54	1.85%	-	-	71	0.39%	44	0.51%
อินโดนีเซีย	15	0.29%	6	0.16%	5	0.17%	-	-	15	0.08%	6	0.07%
อียิปต์	10	0.19%	4	0.11%	4	0.14%	-	-	10	0.05%	4	0.05%
อิหร่าน	-	-	1	0.03%	2	0.05%	-	-	-	-	1	0.01%
อเมริกาใต้	2	0.04%	-	-	-	-	-	-	2	0.01%	-	-
ไม่มีสถานะทางทะเบียน*	1	0.02%	7	0.18%	-	-	-	-	1	0.01%	7	0.08%
ต่างชาติไม่ระบุ	-	-	-	-	-	116	2.41%	-	-	116	1.35%	-

จำนวนพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา (หน่วย : คน)

ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-	1,731	59%	2,404	64%	-	-	7,661	75%	10,648	95%	-	-	9,392	72%	13,052	87%
ปริญญาตรี	-	-	1,082	37%	1,250	33%	-	-	2,446	24%	558	5%	-	-	3,528	27%	1,808	12%
ปริญญาโท	-	-	99	3%	92	2%	-	-	65	1%	54	0%	-	-	164	1%	146	1%
ปริญญาเอก	-	-	1	0%	-	0%	-	-	2	0%	1	0%	-	-	3	0%	1	0%
จำนวนพนักงาน ลาออก (หน่วย : คน)	-	-	-		-		-	-	-		-		-	-	-		-	
Turnover Rate (%)	19.7	14.4	20.5		22.7		6.5	6.2	6.7		7.8		26.2	20.6	27.1		30.5	
จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด (ไม่รวม Part-time) (หน่วย : คน)	1,028	639	687		769		2,962	2,374	1,316		1,737		3,990	3,013	2,003		2,506	
จำนวนพนักงานชาย	521	51%	307	48%	340	49%	368	48%	1,080	36%	867	37%	408	31%	489	28%	1,601	40%
จำนวนพนักงานหญิง	507	49%	332	52%	347	51%	401	52%	1,882	64%	1,507	63%	908	69%	1,248	72%	2,389	60%

จำนวนพนักงานชายลาออก จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานชาย อายุน้อยกว่า 30 ปี	196	38%	112	36%	127	37%	106	29%	856	79%	637	73%	300	74%	351	72%	1,052	66%
จำนวนพนักงานชาย อายุ 30-50 ปี	300	58%	174	57%	207	61%	246	67%	208	19%	222	26%	101	25%	135	28%	508	32%
จำนวนพนักงานชาย อายุมากกว่า 50 ปี	25	5%	21	7%	6	2%	16	4%	16	1%	8	1%	7	2%	3	1%	41	3%

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม								ธุรกิจอาหาร								CENTEL			
	2562	2563	2564	2565					2562	2563	2564	2565					2562	2563	2564	2565

จำนวนพนักงานหญิงลาออก จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานหญิง อายุน้อยกว่า 30 ปี	201	40%	271	82%	154	44%	129	32%	2,280	121%	1,049	70%	674	74%	933	75%	2,481	104%	1,320	72%	828	66%	1,062	64%
จำนวนพนักงานหญิง อายุ 30-50 ปี	283	56%	334	101%	186	54%	262	65%	634	34%	429	28%	209	23%	305	24%	917	38%	763	41%	395	31%	567	34%
จำนวนพนักงานหญิง อายุมากกว่า 50 ปี	14	3%	34	10%	7	2%	10	2%	48	3%	29	2%	25	3%	10	1%	62	3%	63	3%	32	3%	20	1%

จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามภูมิภาค

ภาคเหนือ	-	7	1%	-	3	0%	83	3%	59	2%	41	3%	50	3%	83	2%	66	2%	41	2%	53	2%		
ภาคกลาง	379	37%	289	45%	253	37%	323	42%	2,419	82%	1,979	83%	1,065	81%	1,382	80%	2,798	70%	2,268	75%	1,318	66%	1,705	68%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-	-	-	-	-	-	175	-	124	-	81	6%	120	7%	175	4%	124	4%	81	4%	120	5%		
ภาคตะวันออก	85	8%	61	10%	76	11%	91	12%	191	6%	127	5%	95	7%	130	7%	276	7%	188	6%	171	9%	221	9%
ภาคตะวันตก	42	4%	34	5%	25	4%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%	42	1%	34	1%	25	1%	-	0%		
ภาคใต้	362	35%	211	33%	252	37%	266	35%	94	3%	85	4%	34	3%	55	3%	456	11%	296	10%	286	14%	321	13%
ต่างประเทศ	160	16%	37	6%	81	12%	86	11%	-	0%	-	0%	-	0%	160	4%	37	1%	81	4%	86	3%		

จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามเชื้อชาติ

ไทย	-	-	604	88%	695	90%	-	-	1,286	98%	1,723	99%	-	-	1,890	94.4%	2,418	96.5%
คาซัคสถาน	-	-	1	0%	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2	0.1%	-	-
แคนาดา	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.0%	-	-
จีน	-	-	2	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.1%	-	-
เนปาล	-	-	3	0%	2	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.1%	2	0.1%
เบลารุส	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.0%	-	-
ฝรั่งเศส	-	-	2	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.1%	-	-
พม่า	-	-	-	-	-	-	-	-	23	2%	14	1%	-	-	23	1.1%	14	0.6%
ฟิลิปปินส์	-	-	6	1%	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	6	0.3%	1	0.0%
ภูฏาน	-	-	2	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.1%	-	-
ลาว	-	-	-	-	-	-	-	-	6	0%	-	-	-	-	6	0.3%	-	-
มัลดีฟส์	-	-	34	5%	49	6%	-	-	-	-	-	-	-	-	34	1.7%	49	2.0%
ศรีลังกา	-	-	18	3%	12	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	18	0.9%	12	0.5%
อเมริกา	-	-	1	0%	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.0%	1	0.0%
ออสเตรเลีย	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.0%	-	-
อินเดีย	-	-	7	1%	6	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	7	0.3%	6	0.2%
อินโดนีเซีย	-	-	3	0%	3	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.1%	3	0.1%
อียิปต์	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.0%	-	0.0%

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565

จำนวนพนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจ จำแนกตามเพศ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานที่ลาออก โดยความสมัครใจรวม	1,028	639	687	769	2,962	2,374	1,316	1,737	3,990	3,013	2,003	2,506												
จำนวนพนักงานชายที่ลาออก โดยความสมัครใจ	521	51%	307	48%	340	49%	368	48%	1,080	36%	867	37%	408	31%	489	28%	1,601	40%	1,174	39%	748	37%	857	34%
จำนวนพนักงานหญิงที่ลาออก โดยความสมัครใจ	507	49%	332	52%	347	51%	401	52%	1,882	64%	1,507	63%	908	69%	1,248	72%	2,389	60%	1,839	61%	1,255	63%	1,649	66%

จำนวนพนักงาน เข้าใหม่ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานเข้าใหม่ทั้งหมด (ไม่นับรวม Part-time)	869	205	556	1,521	2,653	1,299	8,932	14,293	3,522	1,504	9,488	15,814												
จำนวนพนักงานชาย	445	51%	101	49%	302	54%	778	51%	912	34%	484	37%	2,974	33%	4,634	32%	1,357	39%	585	39%	3,276	35%	5,412	34%
จำนวนพนักงานหญิง	425	49%	104	51%	254	46%	743	49%	1,741	66%	815	63%	5,958	67%	9,659	68%	2,166	61%	919	61%	6,212	65%	10,402	66%

จำนวนพนักงานชายเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานชายอายุน้อยกว่า 30 ปี	227	51%	43	43%	126	42%	299	38%	767	84%	392	81%	2,751	93%	4,296	93%	994	73%	435	74%	2,877	88%	4,595	85%
จำนวนพนักงานชายอายุ 30-50 ปี	201	45%	50	50%	171	57%	434	56%	143	16%	89	18%	220	7%	338	7%	344	25%	139	24%	391	12%	772	14%
จำนวนพนักงานชายอายุมากกว่า 50 ปี	17	4%	8	8%	5	2%	45	6%	2	0%	3	1%	3	0%	-	0%	19	1%	11	2%	8	0%	45	1%

จำนวนพนักงานหญิงเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานหญิงอายุน้อยกว่า 30 ปี	242	57%	56	54%	116	46%	364	49%	1,365	78%	614	75%	5,523	93%	8,967	93%	1,607	74%	670	73%	5,639	91%	9,331	90%
จำนวนพนักงานหญิง อายุ 30-50 ปี	178	42%	45	43%	134	53%	350	47%	366	21%	195	24%	425	7%	687	7%	544	25%	240	26%	559	9%	1,037	10%
จำนวนพนักงานหญิงอายุมากกว่า 50 ปี	4	1%	3	3%	4	2%	29	4%	10	1%	6	1%	10	0.2%	5	0.1%	14	0.6%	9	1.0%	14	0.2%	34	0.3%

จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามภูมิภาค (หน่วย : คน)

ภาคเหนือ	-	0%	3	1%	-	0%	12	1%	26	1%	10	1%	508	6%	849	6%	26	1%	13	1%	508	5%	861	5%
ภาคกลาง	332	38%	100	49%	144	26%	621	41%	2,407	91%	1,233	95%	6,399	72%	9,902	69%	2,739	78%	1,333	89%	6,543	69%	10,523	67%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%	65	2%	17	1%	1,030	12%	1,566	11%	65	2%	17	1%	1,030	11%	1,566	10%
ภาคตะวันออก	82	9%	17	8%	17	3%	110	7%	80	3%	24	2%	729	8%	1,299	9%	162	5%	41	3%	746	8%	1,409	9%
ภาคตะวันตก	-	0%	3	1%	1	0%	-	0%	-	0%	-	-	-	-	-	0%	-	0%	3	0%	1	0%	-	0%
ภาคใต้	228	26%	55	27%	286	51%	582	38%	75	3%	11	1%	266	3%	677	5%	303	9%	66	4%	552	6%	1,259	8%
ต่างประเทศ	190	22%	27	13%	108	19%	196	13%	-	0%	-	-	-	-	-	-	190	5%	27	2%	108	1%	196	1%

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565

จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)

ไทย	-	-	454	82%	1,221	80%	-	-	8,839	99.0%	14,237	99.6%	-	-	9,293	97.94%	15,458	97.749%
กัมพูชา	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	-	-
คาซัคสถาน	-	-	1	0%	5	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	5	0.032%
แคนาดา	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	-	-
ญี่ปุ่น	-	-	1	0%	4	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	4	0.025%
เนปาล	-	-	3	1%	6	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.03%	6	0.038%
บังคลาเทศ	-	-	2	0%	23	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.02%	23	0.145%
ปากีสถาน	-	-	3	1%	12	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.03%	12	0.076%
พม่า	-	-	-	0%	-	-	-	-	74	0.8%	56	0.4%	-	-	74	0.78%	56	0.354%
ฟิลิปปินส์	-	-	3	1%	7	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.03%	7	0.044%
ลาว	-	-	-	0%	-	-	-	-	11	0.1%	-	-	-	-	11	0.12%	-	-
มัลดีฟส์	-	-	49	9%	110	7%	-	-	-	-	-	-	-	-	49	0.52%	110	0.696%
เยอรมัน	-	-	1	0%	3	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	3	0.019%
ศรีลังกา	-	-	11	2%	45	3%	-	-	-	-	-	-	-	-	11	0.12%	45	0.285%
สิงคโปร์	-	-	1	0%	4	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	4	0.025%
อเมริกา	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	-	-
อิตาลี	-	-	1	0%	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	1	0.006%
อิหร่าน	-	-	1	0%	9	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	9	0.057%
อินเดีย	-	-	21	4%	68	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	21	0.22%	68	0.430%
อียิปต์	-	-	1	0%	3	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.01%	3	0.019%

จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายใน (หน่วย : คน)

จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายในทั้งหมด	-	-	-	-	1,521	-	-	-	15,824	-	-	-	17,345
จำนวนพนักงานชายที่ได้บรรจุในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน	-	-	-	-	10	-	-	-	4,634	-	-	-	4,644
จำนวนพนักงานหญิงที่ได้บรรจุในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน	-	-	-	-	11	-	-	-	9,659	-	-	-	9,670

จำนวนพนักงานลาออก (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาออก	2,391	47%	1,753	46%	1,311	45%	1,664	44.4%	8,932	68.0%	3,328	69.2%	7,099	69.8%	7,792	69.2%	11,323	61.9%	5,081	59.1%	8,410	64.3%	9,456	63.0%
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาออก	64	1%	67	2%	34	1%	15	0.4%	271	2.1%	135	2.8%	277	2.7%	195	1.7%	335	1.8%	202	2.4%	311	2.4%	210	1.4%
จำนวนพนักงานที่กลับมามีงานหลังจากสิ้นสุดการลาออก	56	1%	56	1%	30	1%	13	0.3%	210	1.6%	108	2.2%	166	1.6%	151	1.3%	266	1.5%	164	1.9%	196	1.5%	164	1.1%

การจ้างงานผู้พิการ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานผู้พิการ	54	1%	43	1%	29	1%	43	1%	242	2%	55	1%	60	1%	89	1%	296	2%	98	1%	89	1%	132	1%
จำนวนพนักงานผู้พิการชาย	32	-	24	-	15	-	29	-	101	-	18	-	-	-	45	-	133	-	42	-	15	-	74	-
จำนวนพนักงานผู้พิการหญิง	22	-	19	-	14	-	14	-	14	-	37	-	76	-	44	-	36	-	56	-	90	-	58	-
จำนวนพนักงานผู้พิการระดับพนักงาน	-	-	-	-	29	-	43	-	-	-	-	-	79	-	89	-	-	-	-	-	108	-	132	-
จำนวนพนักงานผู้พิการระดับผู้บริหาร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
จำนวนค่าจ้างพนักงานผู้พิการ (บาท)	7,000,000	-	6,000,000	-	4,000,000	-	6,100,000	-	17,500,000	-	9,741,314	-	10,389,350	-	981,048	-	24,500,000	-	15,741,314	-	14,389,350	-	7,08,048	-

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565

การจ้างงานผู้สูงอายุ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานผู้สูงอายุ	131	3%	88	2%	65	2%	96	3%	11	0.1%	7	0.1%	10	0.1%	6	0.1%	142	0.8%	95	1.1%	75	0.6%	102	0.7%
จำนวนพนักงานสูงอายุชาย	73		50		37		62		1		-		1		-		74		50		38		62	
จำนวนพนักงานสูงอายุหญิง	58		38		28		34		10		7		9		5		68		45		37		39	
จำนวนพนักงานสูงอายุระดับพนักงาน	87		40		24		35		11		7		6		5		98		47		30		40	
จำนวนพนักงานสูงอายุระดับผู้บริหาร	58		48		41		61		-		-		4		1		58		48		45		62	
จำนวนค่าจ้างพนักงานสูงอายุ (บาท)	55,000,000		45,000,000		46,000,000		66,000,000		4,800,000		1,798,572		773,620		267,976		59,800,000		46,798,572		46,773,620		66,267,976	

การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามเพศ(หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานทั้งหมดที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง	240	5%	83	2%	65	2%	276	7%	-		550	11%	1,186	12%	4,344	39%	240*	0%	633	7%	1,251	10%	4,620	31%
จำนวนพนักงานชาย	115	48%	53	64%	40	62%	164	59%	-		253	46%	355	30%	1,406	32%	115*	0%	306	48%	395	32%	1,570	34%
จำนวนพนักงานหญิง	125	52%	30	36%	25	38%	112	41%	-		297	54%	831	70%	2,938	68%	125*	0%	327	52%	856	68%	3,050	66%

การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ(หน่วย : คน)

ไทย	-		69	83%	62	95%	236	86%	-		550	100%	1,186	100%	4,338	99.9%	-		619	97.8%	1,248	98.8%	4,574	98.0%
ต่างชาติ	-		14	17%	3	5%	40	14%	-		-		-		6	0.1%	-		14	2.2%	3	0.2%	46	1.0%

การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง(หน่วย : คน)

ผู้บริหารระดับสูง Director Up	-		-		-		2	1%	-		-		-	0.3%	3	0.07%	-		-		4	0.3%	5	0.11%
ผู้บริหาร Manager+Director	-		-		-		30	11%	-		-		-		1	0.02%	-		-		-		31	0.67%

จำนวนพนักงานที่จ้างผ่าน Outsource / Agency *ไม่ใช่พนักงานของบริษัท*

จำนวนพนักงานรวม	-		-		-		468		-		-		-		31		-		-		-		499	
จำนวนพนักงานชาย	-		-		-		281		-		-		-		20		-		-		-		301	
จำนวนพนักงานหญิง	-		-		-		187		-		-		-		11		-		-		-		198	
จำนวนพนักงานที่อยู่ในแผนกฝ่ายขาย	-		-		-		-		-		-		-		-		-		-		-		-	
จำนวนพนักงานรวม	-		-		-		72	1.9%	-		-		-		8	0.1%	-		-		-		80	0.5%
จำนวนพนักงานชาย	-		-		-		15	20.8%	-		-		-		3	37.5%	-		-		-		18	22.5%
จำนวนพนักงานหญิง	-		-		-		57	79.2%	-		-		-		5	62.5%	-		-		-		62	77.5%

จำนวนพนักงานหญิงที่อยู่ในแผนกฝ่ายขาย

จำนวนพนักงานหญิงระดับปฏิบัติการ	-		-		-		18	32%	-		-		-		-		-		-		-		18	23%
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร	-		-		-		38	67%	-		-		-		5	63%	-		-		-		43	54%
จำนวนพนักงานหญิงผู้บริหารระดับสูง	-		-		-		1	2%	-		-		-		-		-		-		-		1	1%

จำนวนพนักงานในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับงาน STEM : Science / IT / Engineering / Mathematics

จำนวนพนักงานรวม	-		-		-		532	14%	-		-		-		69	1%	-		-		-		601	4%
จำนวนพนักงานชาย	-		-		-		297	56%	-		-		-		20	29%	-		-		-		317	53%
จำนวนพนักงานหญิง	-		-		-		235	44%	-		-		-		49	71%	-		-		-		284	47%

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565

จำนวนพนักงานหญิงในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับงาน STEM

จำนวนพนักงานหญิงระดับปฏิบัติการ	-	-	-	18214%	-	-	-	-	-	-	-	18230%
จำนวนพนักงานหญิงระดับบริหาร	-	-	-	509%	-	-	-	4870%	-	-	-	9816%
จำนวนพนักงานหญิงผู้บริหารระดับสูง	-	-	-	31%	-	-	-	11%	-	-	-	41%

จำนวนพนักงานที่เป็นคณะกรรมการสวัสดิการ

จำนวนพนักงานรวม	-	-	-	1253%	-	-	-	90.1%	-	-	-	1340.9%
จำนวนพนักงานชาย	-	-	-	6754%	-	-	-	333%	-	-	-	7052%
จำนวนพนักงานหญิง	-	-	-	5846%	-	-	-	667%	-	-	-	6448%

2. การจ่ายค่าตอบแทน

ค่าตอบแทนของพนักงาน จำแนกตามเพศ (หน่วย : บาท)

จำนวนค่าตอบแทนรวม	-	-	-	-	-	-	-	-	5,259,517,000	3,709,000,000	3,200,000,000	4,373,000,000
-------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------	---------------	---------------	---------------

ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน

จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (คน)	-	1,55541%	1,11038%	79621%	-	541	518	534	-	2,096	1,628	1,330
จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (บาท)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36,000,000	29,000,000	-

อัตราส่วนเงินเดือนและค่าตอบแทนพื้นฐานของพนักงานชายและหญิง

ระดับผู้บริหารระดับสูง Director ขึ้นไป	1 : 0.95	1 : 0.73	1 : 0.80	1 : 1.00	1 : 0.84	1 : 0.88	1 : 1.00	1 : 0.79	1 : 0.84	1 : 1.00
ระดับผู้บริหาร	1 : 0.93	1 : 0.98	1 : 0.79	1 : 1.20	1 : 0.97	1 : 0.86	1 : 0.87	1 : 0.98	1 : 0.83	1 : 1.04
ระดับปฏิบัติการ	1 : 0.96	1 : 0.98	1 : 1.03	1 : 0.79	1 : 0.97	1 : 0.98	1 : 0.98	1 : 0.98	1 : 1.01	1 : 0.89

3. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน

จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของพนักงานทั้งหมด (หน่วย : ชั่วโมง)

สถิติการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงาน

อัตราการบาดเจ็บ (IR) / ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชม.	-	4.8	0.6	14.3	-	2.0	4.1	1.3	-	2.8	2.7	4.5
อัตราการบาดเจ็บแบบหยาดงาน (LTIFR) / ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชม.	-	2.3	0.6	1.1	-	2.2	2.3	0.0	-	2.9	1.6	0.3
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตจากการทำงาน (คน)	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	2	-
จำนวนวันทั้งหมดที่พนักงานลาป่วย (วัน)	-	3,037	1,219	15,436	-	4,892	1,566	9,873	-	7,929	2,785	25,309

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565

4. การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน

ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ					-	-	-		-	-	-	-
----------------------------	--	--	--	--	---	---	---	--	---	---	---	---

จำนวนพนักงานอาสาทำกิจกรรมเพื่อสังคม (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานที่ร่วมกิจกรรม	3,806	1,110	75	1,325	3,806	22	-	-	7,612	1,132	75	1,325
จำนวนชั่วโมงที่พนักงานร่วมกิจกรรม (ชั่วโมง)	787,009	16,299	2,004	3,597	787,009	10	-	-	1,574,018	16,309	2,004	3,597

จำนวนข้อร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม (หน่วย : เรื่อง)

ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม	3	1	-	-	-	1	2	-	3	2	2	-
จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขและเยียวยา	3	1	-	-	-	1	2	-	3	2	2	-
จำนวนข้อร้องเรียนที่อยู่ระหว่างการแก้ไข	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

5. การพัฒนาพนักงาน

ค่าใช้จ่ายในการอบรมความรู้และพัฒนาพนักงาน (หน่วย : บาท)		8,500,000	7,584,022	7,026,116		9,600,000	7,104,300	7,894,200		18,100,000	14,688,322	14,920,316
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)	14	15	84	59	0	4.5	3.7	5.0	-	8.9	21.6	18.4
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานชาย (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)	-	-	-	32	-	-	-	16.3	-	-	-	8.3
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานหญิง (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)	-	-	-	26	-	-	-	7.3	-	-	-	10.6

จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานรวม	-	-	-	3,746	-	-	-	11,261	-	-	-	15,007
จำนวนพนักงานชาย	-	-	-	2,082 56%	-	-	-	3,716 33%	-	-	-	5,798 39%
จำนวนพนักงานหญิง	-	-	-	1,664 44%	-	-	-	7,545 67%	-	-	-	9,209 61%
คิดเป็นกี่ % ของพนักงานทั้งหมด	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	200

จำนวนพนักงานชาย ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานชาย ระดับปฏิบัติการ	-	-	-	1,754 84%	-	-	-	2,848 77%	-	-	-	4,602 79%
จำนวนพนักงานชาย ระดับบริหาร	-	-	-	315 15%	-	-	-	867 23%	-	-	-	1,182 20%
จำนวนพนักงานชาย ผู้บริหารระดับสูง	-	-	-	13 1%	-	-	-	1 0.03%	-	-	-	14 0.24%

จำนวนพนักงานหญิง ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานหญิง ระดับปฏิบัติการ	-	-	-	1,327 79.7%	-	-	-	5,196 68.9%	-	-	-	6,523 70.8%
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร	-	-	-	333 20.0%	-	-	-	2,342 31.0%	-	-	-	2,675 29.0%
จำนวนพนักงานหญิง ผู้บริหารระดับสูง	-	-	-	4 0.2%	-	-	-	7 0.1%	-	-	-	11 0.1%

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565	2562	2563	2564	2565
จำนวนพนักงานชายที่ได้รับการอบรม จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)												
จำนวนพนักงานชาย อายุ น้อยกว่า 30 ปี	-	-	-	472 23%	-	-	-	2,903 78%	-	-	-	3,375 58%
จำนวนพนักงานชาย อายุ 30-50 ปี	-	-	-	1,433 69%	-	-	-	725 20%	-	-	-	2,158 37%
จำนวนพนักงานชาย อายุมากกว่า 50 ปี	-	-	-	177 9%	-	-	-	88 2%	-	-	-	265 5%
จำนวนพนักงานหญิงที่ได้รับการอบรม จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)												
จำนวนพนักงานหญิง อายุ น้อยกว่า 30 ปี	-	-	-	509 31%	-	-	-	5,660 75%	-	-	-	6,169 67%
จำนวนพนักงานหญิง อายุ 30-50 ปี	-	-	-	1,022 61%	-	-	-	1,751 23%	-	-	-	2,773 30%
จำนวนพนักงานหญิง อายุมากกว่า 50 ปี	-	-	-	133 8%	-	-	-	134 2%	-	-	-	267 3%
จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรม เรื่อง จรรยาบรรณองค์กร (Code of Conduct)	-	-	-	3,746	-	-	-	4,714	-	-	-	8,460
จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรม เรื่อง คต่อต้านคอร์รัปชัน	-	-	-	3,746	-	-	-	4,714	-	-	-	8,460
จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมเรื่อง Cyber Security (หน่วย : คน)												
จำนวนพนักงานรวม	-	-	-	2,669	-	-	-	-	-	-	-	2,669
คิดเป็นที่ % ของพนักงานทั้งหมด	-	-	-	71%	-	-	-	-	-	-	-	18%
จำนวนพนักงานชาย	-	-	-	1,474 55%	-	-	-	-	-	-	-	1,474
จำนวนพนักงานหญิง	-	-	-	1,195 45%	-	-	-	-	-	-	-	1,195

จำนวนพนักงาน คือ พนักงานของบริษัท ที่ปฏิบัติงานภายใต้สัญญาจ้างแบบไม่กำหนดระยะเวลา (Permanent) และแบบมีกำหนดระยะเวลา (Temporary)

การนับจำนวนพนักงาน และการนับจำนวนแรงงานที่ไม่ใช่พนักงาน รวบรวมข้อมูลพนักงาน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลาการรายงาน แรงงานที่ไม่ใช่พนักงานของบริษัท อยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูล จึงยังไม่ได้แสดงข้อมูลในรายงานฉบับนี้





มิติสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย : ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดการใช้พลังงาน ลดการใช้น้ำ ลดปริมาณขยะส่งไปหลุมฝังกลบลงร้อยละ 20 เทียบจากปีฐาน 2562 และมุ่งสู่การเป็นองค์กรปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 (Net Zero 2050)

	เป้าหมาย	ผลการดำเนินการปี 2565
ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม		
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการดำเนินงานรวม ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจโรงแรม ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจอาหาร	รวม 159,398 tCO2e รวม 95,829.63 tCO2e รวม 63,568.76 tCO2e
เป้าประสงค์ที่ 9.4 / ตัวชี้วัด 9.4.1		
	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม 20 % ภายในปี 2572 เทียบจากปี 2562	14 % MTCO2e 
เป้าประสงค์ที่ 11.6 / ตัวชี้วัด 11.6.1	สัดส่วนการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มขึ้นจากปี 2564	27% 
	ปริมาณขยะฝังกลบต่อห้องพักที่มีการใช้งาน ลดลง 20 % จากปี 2562	11% 
เป้าประสงค์ที่ 12.3 และ 12.5 / ตัวชี้วัด 12.3.1 และ 12.5.1	เพิ่มอัตราส่วนปริมาณขยะรีไซเคิลจากการให้บริการมากกว่า 50%	37% 
	ปริมาณบริจาคอาหารส่วนเกิน (Surplus Food) ให้กับผู้ยากได้อย่างต่อเนื่อง	11,114.23 กิโลกรัม รวม 46,995 มื้อ 
เป้าประสงค์ที่ 13.3 / ตัวชี้วัด 13.3.1		



ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย



มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัททั้งตรงและทางอ้อม จึงได้จัดทำนโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยมีกรอบการดำเนินงานที่สำคัญคือ การบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การบริหารจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ การกระตุ้นให้ทุกคนตระหนักถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม เก็บข้อมูลและการวัดผลความคืบหน้า เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

อ่านนโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

<https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20210507-centel-environmental-social-sustainability-policy-th.pdf>

การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม



คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติเป้าหมายการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมระยะยาว 10 ปี (2563-2572) ซึ่งประกอบด้วยเป้าหมายหลัก 4 เป้าหมาย ได้แก่ การลดการใช้พลังงาน การลดปริมาณการใช้น้ำ ลดปริมาณขยะที่ส่งไปหลุมฝังกลบ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 20 เทียบจากปีฐาน 2562 โดยในปี 2565 ท่ามกลางวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงมากขึ้น บริษัทได้ขยายเป้าหมายสำคัญในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม คือมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทางเลือกให้มากขึ้น เพิ่มพื้นที่สีเขียวเพื่อดูดซับก๊าซคาร์บอน

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ธุรกิจโรงแรมได้เร่งดำเนินงานขยายโครงการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม ดำเนินการปรับปรุงระบบและอุปกรณ์เพื่อลดการใช้พลังงาน นำพลังงานความร้อนที่ปล่อยทิ้งกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ดำเนินการคัดแยกขยะเพื่อนำกลับไปรีไซเคิลและลดปริมาณขยะส่งไปหลุมฝังกลบ รวมถึงการดำเนินโครงการพิเศษอื่น ๆ ทั้งนี้ยังคงดำเนินโครงการยกเลิกใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งในส่วนของการบริการสำหรับผู้เข้าพักอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายยกเลิกการใช้ทั้งหมดภายในปี 2568

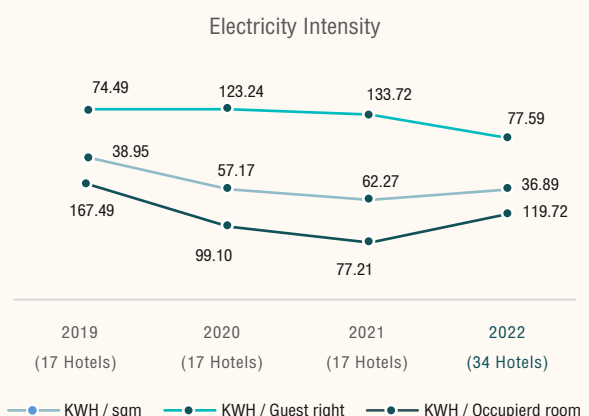
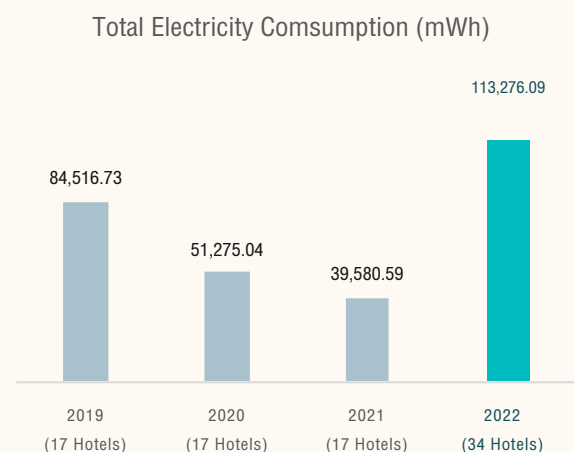
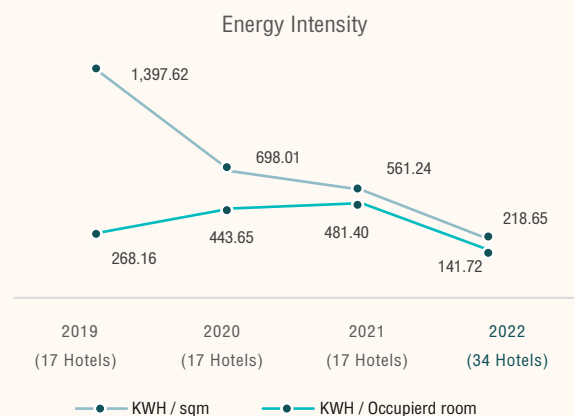
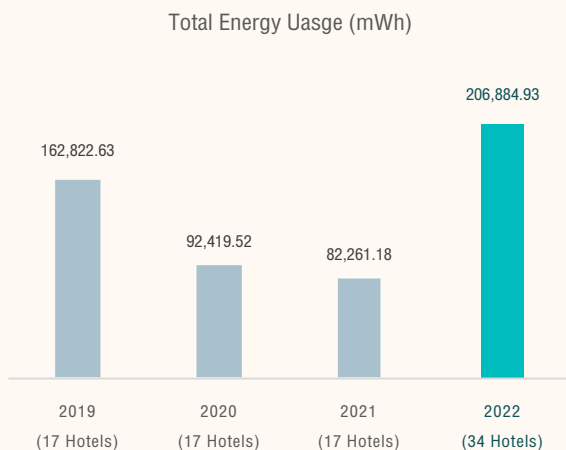
ธุรกิจโรงแรมได้มีการนำระบบการจัดเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืนภายใต้ชื่อ Greenview Portal มาใช้ในปี 2563 ซึ่งเป็นระบบที่ได้รับการยอมรับมาตรฐานจากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (Global Sustainable Tourism Council - GSTC) สำหรับธุรกิจโรงแรม เพื่อใช้เก็บข้อมูล วัตถุประสงค์และประสิทธิผลการดำเนินงาน ต่อมาในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินการจัดทำระบบบริหารจัดการความยั่งยืนของเซ็นทารา ภายใต้ชื่อ “Centara EarthCare” และผ่านการรับรองสถานะ GSTC-Recognized ถือเป็นกลุ่มธุรกิจโรงแรมในเอเชียกลุ่มแรกได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านความยั่งยืน ตามเกณฑ์มาตรฐานของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (GSTC) และในปี 2565 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา จำนวน 12 แห่ง พร้อมกับสำนักงานใหญ่ ได้ผ่านการประเมินเกณฑ์ได้รับการรับรองประกาศนียบัตรด้านความยั่งยืนประเภทโรงแรมจากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลกจากการตรวจประเมินโดย Vireo SRL องค์กรตรวจสอบด้านการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในธุรกิจท่องเที่ยว และตั้งเป้าให้โรงแรมและรีสอร์ทในเครือต้องได้รับการรับรองประกาศนียบัตรด้านความยั่งยืนครบทุกแห่ง ภายในปี พ.ศ. 2568

หมายเหตุ: ข้อมูลสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม ปี 2562-2564 จำนวน 17 โรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ, ปี 2565 จำนวน 34 โรงแรมรวมโรงแรมที่เป็นเจ้าของ และโรงแรมภายใต้การบริหารที่สามารถควบคุมการดำเนินงานได้

การบริหารจัดการการใช้พลังงาน

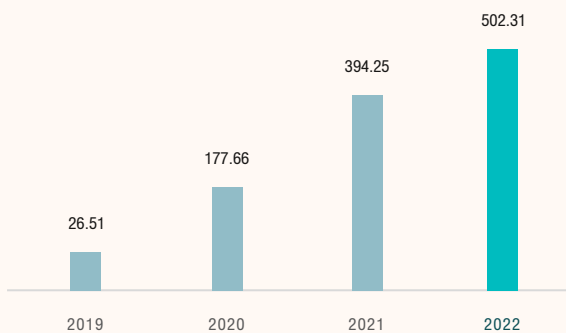
เป้าหมาย : ลดการใช้พลังงานร้อยละ 20 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2562 (หน่วย: กิโลวัตต์ต่อชั่วโมงต่อตารางเมตร)

ในปี 2566 มีการใช้พลังงานจากแหล่งต่างๆ รวมทั้งสิ้น 206,884.93 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง อัตราการใช้พลังงานรวมต่อพื้นที่เท่ากับ 218.65 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมงต่อตารางเมตร ลดลงจากปีฐานร้อยละ 84 และอัตราการใช้พลังงานรวมต่อห้องที่ลูกค้าเข้าพักเท่ากับ 141.72 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง สัดส่วนการใช้ไฟฟ้าของธุรกิจโรงแรมรวม 113,276.09 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง คิดเป็นอัตราการใช้ไฟฟ้าต่อพื้นที่เท่ากับ 119.72 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมงต่อตารางเมตร (kWh/sqm) ลดลงจากปีฐาน 29% และอัตราการใช้ไฟฟ้าต่อห้องที่ลูกค้าเข้าพักเท่ากับ 77.59 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง (kWh/Occupied room) เพิ่มขึ้นจากปีฐาน 4 % ในขณะที่ลดลงจากปีก่อน 42 %





Renewable Energy (mWh)



พลังงานหมุนเวียน

เซ็นทารา ราสฟูชี รีสอร์ทและสปา บัลดีฟส์ ได้ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาอาคารหลักเมื่อปี 2562 สามารถสร้างพลังงานสะอาดได้ร้อยละ 40 ของความต้องการพลังงานไฟฟ้าทั้งหมดของรีสอร์ท ในปี 2565 สามารถผลิตไฟฟ้าพลังงานจากแสงอาทิตย์ได้ทั้งหมด 502.31 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง รวมพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตได้จากระบบพลังงานแสงอาทิตย์คิดเป็น 1,100.73 เมกะวัตต์ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อใช้ผลิตกระแสไฟฟ้า

การลดการใช้พลังงาน

ธุรกิจโรงแรมได้ดำเนินโครงการลดการใช้พลังงานและการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานหลายโครงการ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายลดการใช้พลังงานลง ร้อยละ 20 จากปี 2562 โดยอบคฤมาการดำเนินงานด้านการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อรองรับการเป็น Smart Hotel มุ่งเน้นการลดการใช้พลังงานและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ

- โครงการติดตั้งระบบตรวจจับความเคลื่อนไหวในห้องพัก (Smart motion sensors for guest room) เพื่อควบคุมการใช้พลังงานภายในห้องพักสำหรับแสงสว่างและระบบปรับอากาศ มีระบบควบคุมการทำงานที่แสดงสถานะห้องพักที่มีการใช้งานลดการสูญเสียพลังงาน และสามารถแก้ไขได้ทันทีหากระบบการใช้งานในห้องพักเกิดปัญหาหรือต้องแก้ไข โดยติดตั้งระบบนี้ที่ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลเวิลด์ และโรงแรมเซ็นทาราธิร์ฟ สมุย
- โครงการติดตั้งระบบทำน้ำร้อนแบบประหยัดพลังงานสำหรับสระจากุซซี่ (Heat pump for hot pool jacuzzi Spa project) ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานจากเดิม 2-3 เท่า
- โครงการติดตั้ง Magnetic-Bearing Chiller Compressors เป็นเทคโนโลยีเครื่องทำความเย็นที่ใช้กับระบบปรับอากาศ โดยลดการใช้น้ำมันหล่อลื่น ใช้เฉพาะระบบไฟฟ้า ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานลด 10 % รวมถึงลดค่าใช้จ่ายการซ่อมบำรุง โดยติดตั้งระบบนี้ที่โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์มีราจ รีสอร์ท พัทยา และมีแผนจะติดตั้งเพิ่มในอีก 3 โรงแรม
- โครงการติดตั้ง Chiller optimizer ช่วยลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าได้ 10-15 % โดยทำการติดตั้งระบบนี้แล้วใน 5 โรงแรม
- โครงการติดตั้งระบบ Waste heat recovery by boiler economizer เป็นการนำความร้อนที่ปล่อยทิ้งจากระบบกลับมาใช้กับหม้อต้มน้ำ เพื่อนำเอาไอน้ำร้อนที่ได้ไปใช้ในห้องรีดผ้า และนำความร้อนไปใช้ต้มน้ำร้อนสำหรับใช้ในห้องพักแขก สามารถลดการใช้พลังงานและยืดอายุของเครื่องผลิตไอน้ำด้วย โดยมีการติดตั้งระบบนี้ใน 5 โรงแรม และมีแผนจะติดตั้งเพิ่มอีก 1 โรงแรมในปีถัดไป

สารทำความเย็น

ในปี 2565 ทำการเก็บข้อมูลปริมาณสารทำความเย็นทุกประเภทที่ใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ซึ่งคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้งานรวม 13,137.9 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ปิดไฟเพื่อโลก'

ธุรกิจโรงแรมได้จัดกิจกรรมปิดไฟเพื่อโลก 'ปิดไฟเพื่อโลก' (Earth Hour) โดยมีแขกของโรงแรมและพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละโรงแรมอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อสร้างการตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการลดใช้พลังงาน

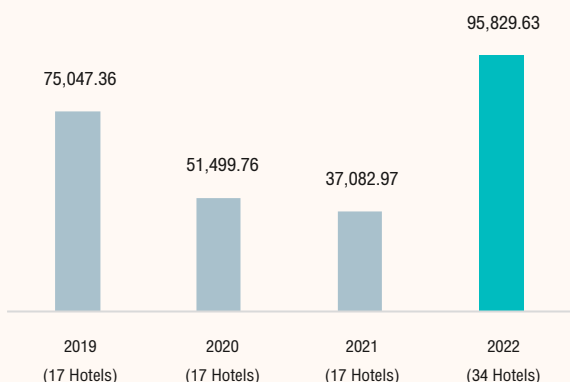


ก๊าซเรือนกระจก

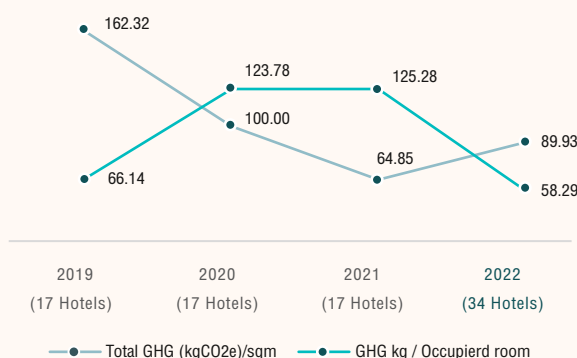
ธุรกิจโรงแรมได้จัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกโดยการเก็บข้อมูลแหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งต่างๆในการดำเนินงาน เพื่อนำมาคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจก รวมถึงติดตามข้อมูลและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 จากปริมาณการใช้พลังงาน การใช้ไฟฟ้าและสารทำความเย็น รวมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 จากข้อมูลการเดินทางทางอากาศของพนักงาน ปริมาณการใช้ไฟ และปริมาณขยะที่ส่งไปยังหลุมฝังกลบ

ในปี 2565 ธุรกิจโรงแรมมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 95,829.63 เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยมีอัตราความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อพื้นที่เท่ากับ 89.93 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร ซึ่งสูงกว่าปีที่ผ่านมาร้อยละ 39 และต่ำกว่าปีฐาน (2562) ร้อยละ 45 ขณะที่อัตราความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อห้องพักที่ลูกค้าเข้าพักเท่ากับ 58.29 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งต่ำกว่าปีที่ผ่านมาร้อยละ 53 และต่ำกว่าปีฐาน (2562) ร้อยละ 12 โดยสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 53 จากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด

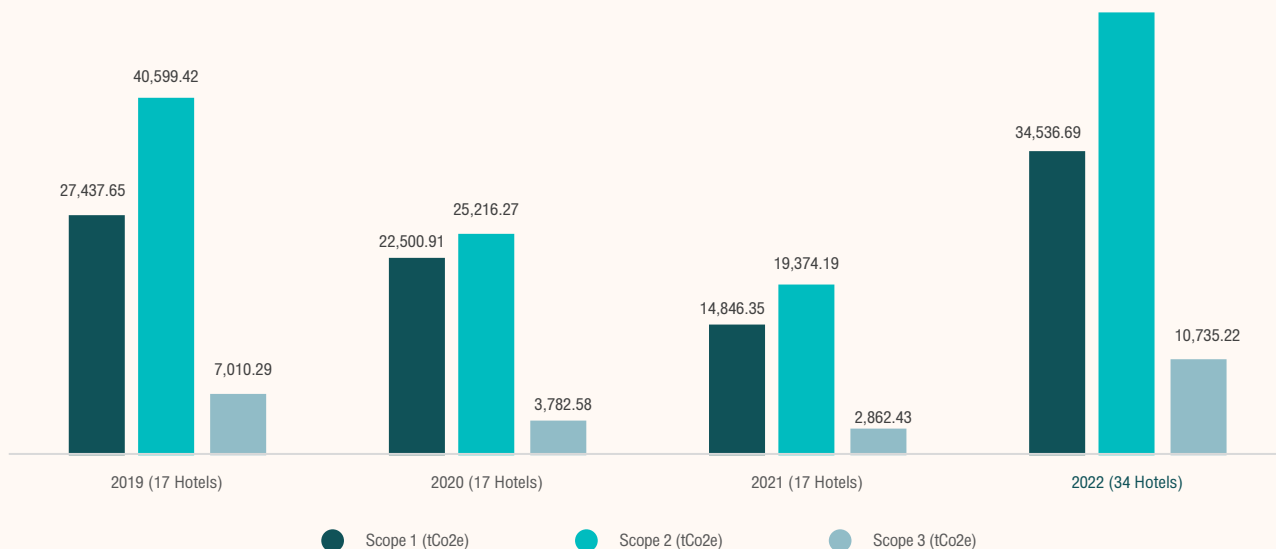
Total Green House Gas Emission (tCO2e)

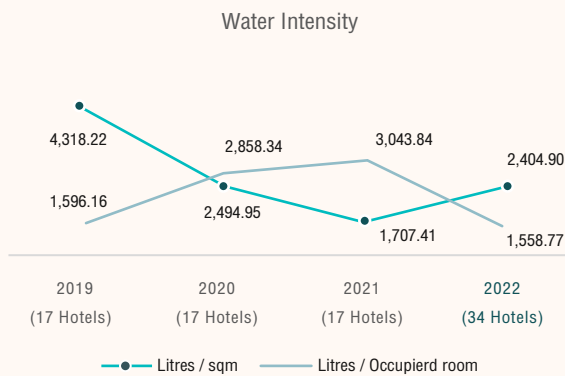
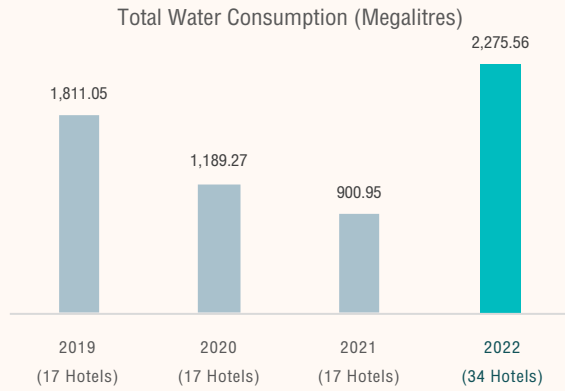


Greenhouse Gas Emission Intensity



Total Green House Gas Emission (tCO2e) Scope 1,2,3





การใช้น้ำ และการจัดการน้ำเสีย

เป้าหมาย ภายในปี 2572 การลดการใช้น้ำลงร้อยละ 20 จากอัตราความเข้มข้นของการใช้น้ำต่อตารางเมตร เทียบจากปีฐาน (2562)

โดยดำเนินการภายใต้แนวทางบริหารจัดการการใช้น้ำที่กำหนดไว้ โดยติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำ อาทิ ฝักบัว ท่อน้ำ และโถสุขภัณฑ์ในพื้นที่ให้บริการลูกค้า และส่งเสริมให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการประหยัดการใช้น้ำ ด้วยการเชิญชวนให้เข้าร่วมโครงการ My Green Day และ Going Greener ใช้ผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวซ้ำสำหรับลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมมากกว่า 1 คืน และอบรมความรู้ให้กับพนักงานเรื่องการประหยัดน้ำ และการใช้น้ำให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

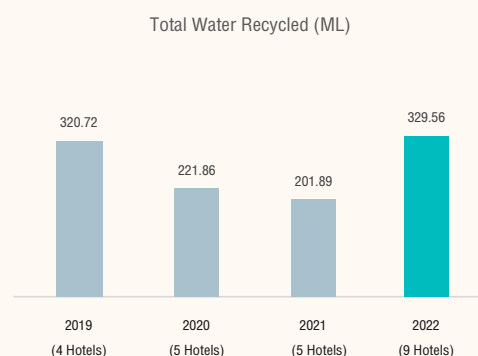
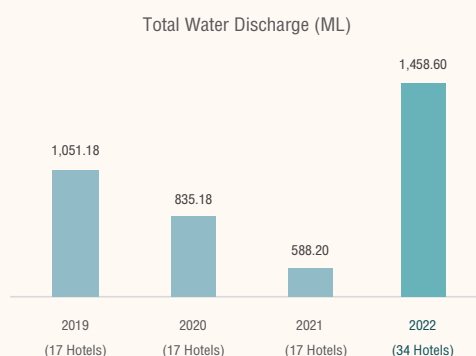
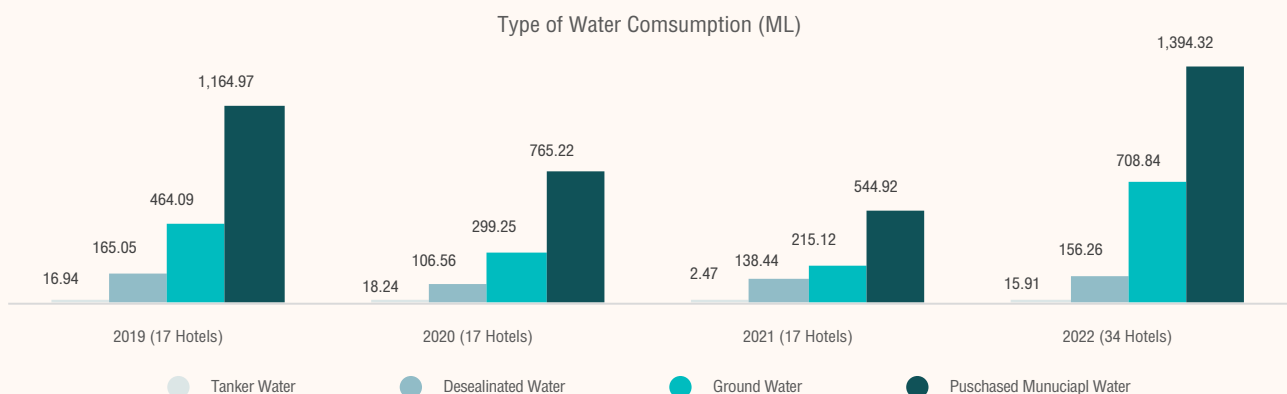
ปริมาณการใช้น้ำโดยรวมของธุรกิจโรงแรมมาจากหลายแหล่ง อาทิ น้ำประปา น้ำบาดาล น้ำซื้อจากรถบรรทุกน้ำ และการผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเล ในปี 2565 ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมดคิดเป็น 2,275.56 เมกะลิตร อัตราความเข้มข้นของการใช้น้ำต่อพื้นที่เท่ากับ 2,404.90 ลิตรต่อตารางเมตร เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 41 ลดลงจากปีฐานร้อยละ 46 ขณะที่อัตราความเข้มข้นของการใช้น้ำต่อห้องพักที่มีการเข้าพักอยู่ที่ 1,558.77 ลิตร ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 49 และลดลงจากปีฐานร้อยละ 2

การบำบัดน้ำเสีย

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการน้ำเสีย โดยทำการวิเคราะห์คุณภาพน้ำเสียจากห้องปฏิบัติการที่ผ่านการรับรองเป็นประจำทุกเดือน พร้อมทั้งจัดทำรายงานผลการตรวจสอบระบบบำบัดน้ำเสียประจำปีโดยผู้ตรวจสอบภายนอกที่ได้รับการรับรองเพื่อให้มั่นใจว่าน้ำเสียจากธุรกิจโรงแรมจะไม่สร้างผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบ

การนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่

ในปี 2565 โรงแรมในประเทศไทยและมัลดีฟส์รวม 9 แห่ง ดำเนินการตามนโยบายการให้น้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาเป็นน้ำใช้สำหรับรดน้ำต้นไม้ อดน้ำสนามหญ้าเพื่อเป็นการลดปริมาณการใช้น้ำดี ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่รวมทั้งสิ้น 329.56 เมกะลิตร



การจัดการขยะ

เป้าหมาย ลดปริมาณขยะและของเสียร้อยละ 20 จากอัตราเฉลี่ยปริมาณขยะคิดเป็นกิโลกรัมต่อห้องพักที่มีการเข้าพัก เทียบกับปีฐาน 2562

ธุรกิจโรงแรมได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการขยะและของเสียเพื่อให้ทุกโรงแรมในเครือเซ็นทาราคำนึงการได้อย่างถูกต้อง มีการคัดแยกขยะเพื่อส่งต่อให้กับผู้รับกำจัดนำไปกำจัดอย่างถูกต้องตั้งแต่ต้นทาง โดยแยกเป็น 4 ประเภทหลักคือ ขยะทั่วไป ขยะอาหาร ขยะอันตราย และขยะรีไซเคิล โดยผู้รับเหมาหรือผู้ให้บริการกำจัดขยะจะต้องได้รับใบอนุญาตอย่างถูกต้อง หรือเป็นหน่วยงานท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ที่มีหน้าที่รับกำจัดขยะ เพื่อให้แน่ใจว่าขยะและของเสียจากการดำเนินงานของโรงแรมจะไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนหรือส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสังคมในพื้นที่ที่โรงแรมดำเนินงาน เพื่อลดปริมาณขยะไปยังหลุมฝังกลบให้มากที่สุด และนำขยะที่สามารถรีไซเคิลได้เข้าสู่กระบวนการจัดการแปรรูปให้เกิดประโยชน์อีกครั้ง

แต่ละโรงแรมจัดเตรียมถังขยะแยกประเภทตั้งไว้ในพื้นที่ให้บริการ และพื้นที่ทำงานของพนักงาน ซึ่งขยะทั้งหมดจะถูกส่งต่อไปยังห้องเก็บขยะโดยการแยกขยะและติดตั้งป้ายบอกประเภทขยะแต่ละชนิดอย่างชัดเจน พร้อมทั้งบันทึกปริมาณขยะในแต่ละวัน ขยะแต่ละประเภทที่คัดแยกแล้วจะส่งต่อไปยังผู้รับกำจัด อาทิ ขยะที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้เช่น พลาสติกประเภทต่างๆ กระดาษ อะลูมิเนียม ฯลฯ ขยะอันตรายและเศษอาหารนำไปทำปุ๋ย อาหารสัตว์ แปลงเป็นพลังงาน นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารไปยังพนักงานเพื่อทบทวนความรู้ในการคัดแยกขยะอย่างสม่ำเสมอ มีการอบรม และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสื่อสารไปยังคู่ค้าในการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ใช้ครั้งเดียวทิ้ง และคู่ค้าจะต้องนำบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ส่งมาที่โรงแรมกลับไปด้วย

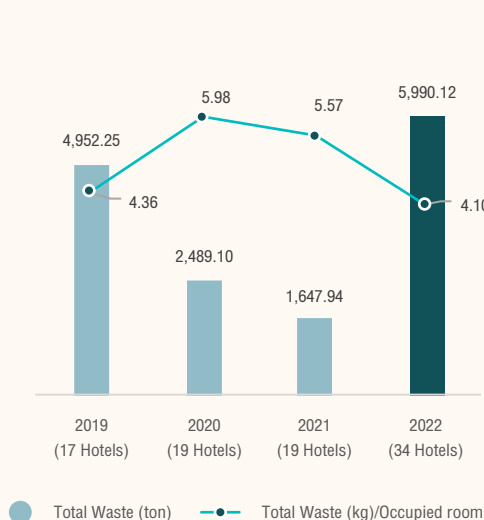
การส่งวัตถุดิบผักและผลไม้จะต้องเปลี่ยนใส่ภาชนะแยกประเภทที่ทางโรงแรมจัดเตรียมไว้เพื่อลดปริมาณขยะ

ในปี 2565 ปริมาณขยะรวมทั้งสิ้น 5,990.12 ตัน คิดเป็นอัตราเฉลี่ยปริมาณขยะต่อห้องพักที่มีการเข้าพักอยู่ที่ 4.10 กิโลกรัม ลดลงร้อยละ 26 เมื่อเทียบกับปีก่อน และลดลงร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับปีฐาน (2562)

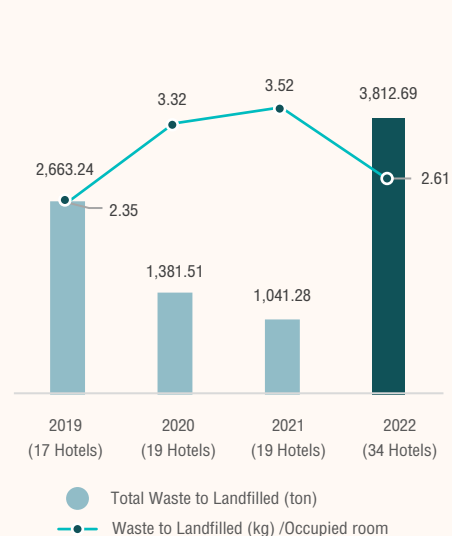
สำหรับปริมาณขยะที่ถูกส่งไปหลุมฝังกลบรวมทั้งสิ้น 3,812.69 ตัน คิดเป็นอัตราเฉลี่ยปริมาณขยะต่อห้องพักที่มีการเข้าพักอยู่ที่ 2.61 กิโลกรัม ลดลงร้อยละ 26 เมื่อเทียบกับปีก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับปีฐาน (2562) โดยได้มีการจัดทำแผนงานในการบริหารจัดการขยะให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อลดอัตราเฉลี่ยปริมาณขยะที่ถูกส่งไปหลุมฝังกลบต่อห้องพักที่มีการเข้าพัก ซึ่งเป็นขยะที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้

ขยะอันตราย ได้แก่ บรรจุภัณฑ์สารเคมีต่างๆ อาทิ น้ำยาทำความสะอาดและสารซักฟอก ยาฆ่าเชื้อ น้ำมัน จารบี สารทำลายและสี สารเคมีที่ใช้กับสระน้ำ การจัดสวน ผลิตภัณฑ์สำนักงานต่างๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุ แบตเตอรี่และหลอดฟลูออเรสเซนต์ เป็นต้น รวมถึงขยะติดเชื้อหรือปนเปื้อนของเหลวในร่างกายหรือวัสดุติดเชื้ออื่นๆ ที่จำเป็นต้องได้รับการจัดการอย่างถูกวิธี ซึ่งโดยปกติจะถูกกำจัดโดยการเผา การฆ่าเชื้อด้วยไอน้ำหรือฆ่าเชื้อด้วยสารเคมี โดยในปี 2565 ปริมาณขยะอันตรายรวม 24.43 ตัน คิดเป็นอัตราเฉลี่ยปริมาณขยะอันตรายต่อห้องพักที่มีการเข้าพักอยู่ที่ 0.02 กิโลกรัม ลดลงจากร้อยละ 88 เมื่อเทียบกับปีก่อน

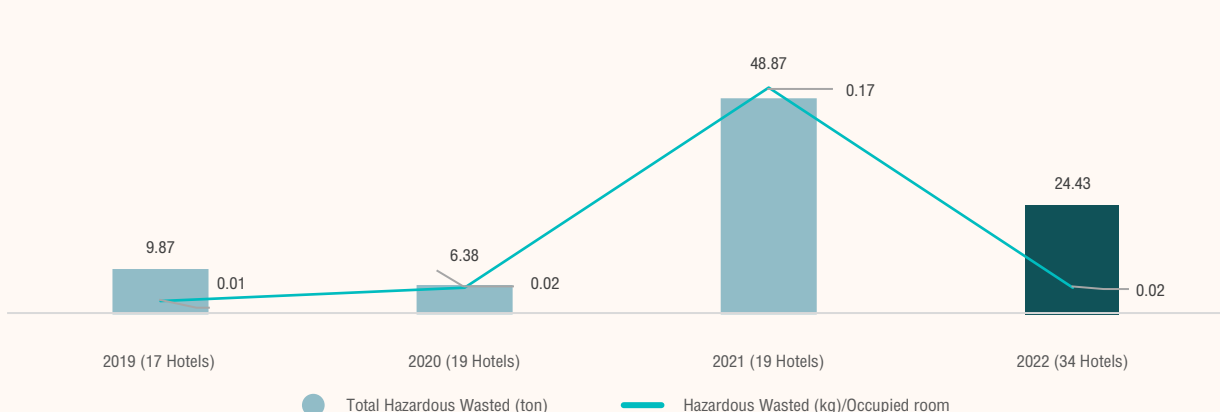
Total Waste Generated



Total Waste to Landfilled

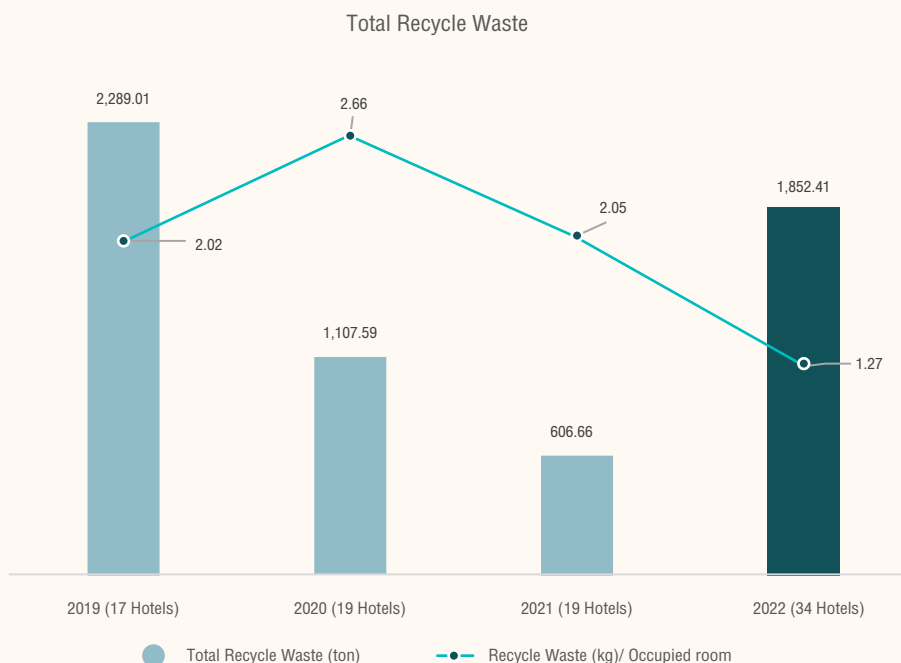


Total Hazardous Waste



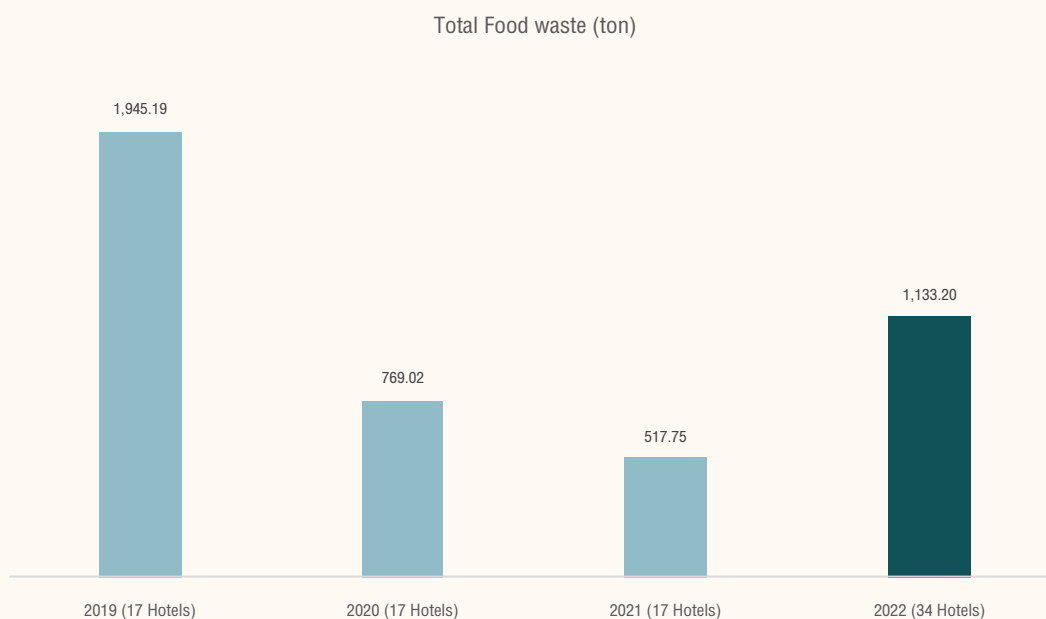
ขยะรีไซเคิล

จากการกำหนดนโยบายคัดแยกขยะเพื่อลดปริมาณขยะไปหลุมฝัง ทำให้บริษัทสามารถแยกประเภทของขยะรีไซเคิลได้หลายประเภท ได้แก่ พลาสติก กระดาษ กระดาษลัง โลหะ แก้ว และน้ำมันใช้แล้วจากครัวของโรงแรม รวมถึงขยะอาหารบางส่วนจะถูกนำไปเป็นอาหารสัตว์ ทำปุ๋ยหมัก และนำไปแปลงสภาพเป็นก๊าซชีวภาพ เพื่อลดปริมาณขยะส่งไปหลุมฝังกลบ ในปี 2565 สามารถปริมาณขยะรีไซเคิลได้ทั้งหมด 1,852.41 ตัน อัตราเฉลี่ยปริมาณขยะรีไซเคิลต่อห้องพักที่มีการเข้าพักอยู่ที่ 1.27 กิโลกรัม ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 38

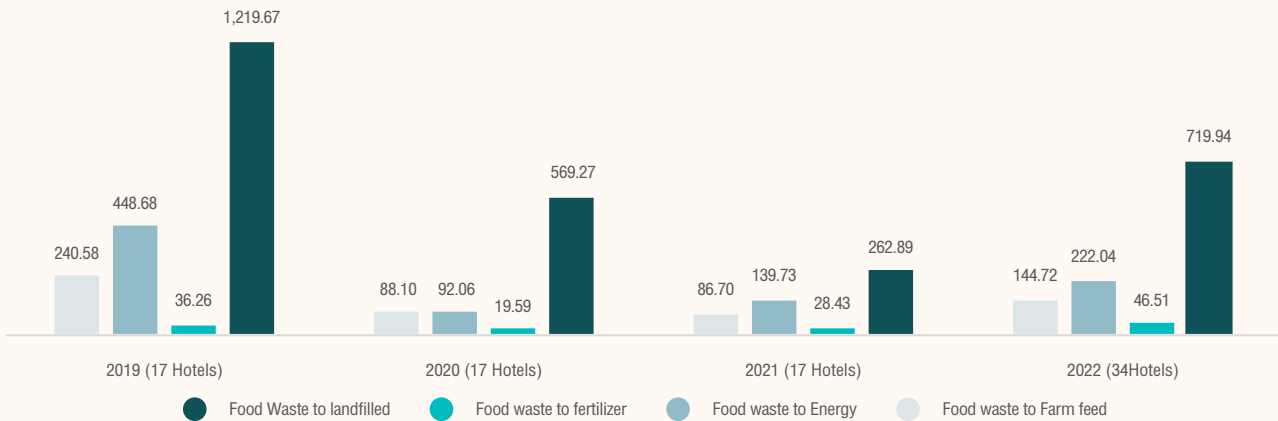


ขยะอาหาร

จากนโยบายการบริหารจัดการขยะอาหารที่เป็นระบบ สู่แนวทางปฏิบัติที่เข้มข้น ทำให้ตัวเลขปริมาณขยะอาหารที่ส่งไปหลุมฝังกลบมีแนวโน้มลดลง ในปี 2565 ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด เท่ากับ 1,133.20 ตัน ส่งไปหลุมฝังกลบจำนวน 144.72 ตัน โดยสัดส่วนของขยะอาหารที่ส่งไปหลุมฝังกลบเหลือเพียงร้อยละ 13 ของปริมาณขยะอาหารทั้งหมด เทียบกับปีก่อนที่สัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 17 ของปริมาณขยะอาหารทั้งหมด



Food Waste

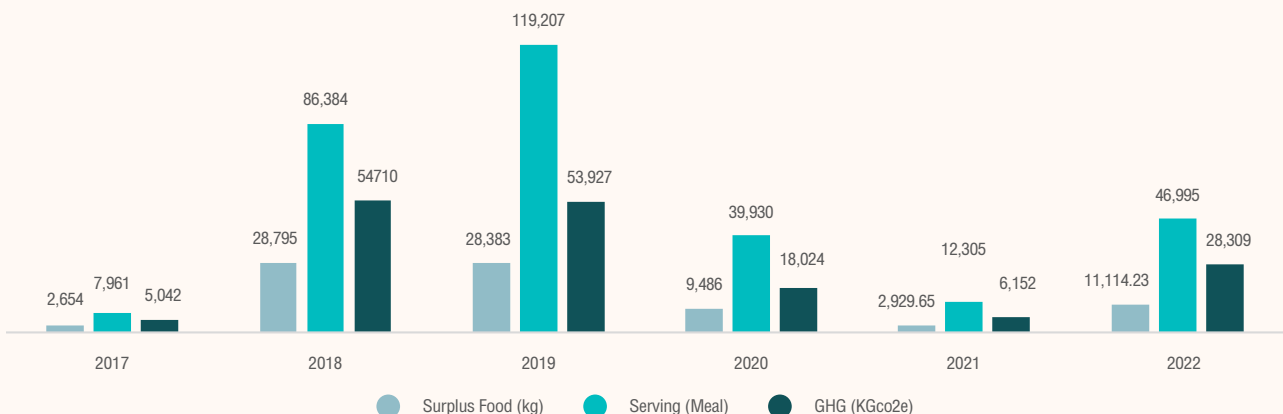


เครื่องกำจัดขยะอินทรีย์

ธุรกิจโรงแรมได้นำเครื่องกำจัดขยะอินทรีย์เข้ามาใช้เพื่อเปลี่ยนขยะอาหารและขยะอินทรีย์อื่นๆ ให้กลายเป็นเชื้อเพลิงสำหรับประกอบอาหารและปุ๋ย ที่โรงแรมเซ็นทาราบาย เซ็นทารา มาริส รีสอร์ท จอมเทียนเป็นครั้งแรก จากนั้นดำเนินการติดตั้งเพิ่มเติมที่โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต และที่โรงแรม เซ็นทารา รีสอร์ท สุขุม สามารถรองรับปริมาณขยะอินทรีย์รวม 230 กิโลกรัมต่อวัน อัตราการผลิตปุ๋ยหมัก 230 ลิตรต่อวัน อัตราการผลิตก๊าซชีวภาพรวมเทียบเท่ากับก๊าซหุงต้ม (LPG) 10.58 กิโลกรัมต่อวัน สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ปีละ 194.76 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า นอกจากนี้ บริษัทได้เตรียมดำเนินการติดตั้งเครื่องกำจัดขยะอินทรีย์เพื่อเปลี่ยนเป็นปุ๋ยสำหรับโรงแรมที่เซ็นทารา แกรนด์ โฮสแลนด์ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ และ โรงแรมเซ็นทารา ราสฟูจิ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ ขนาด 500 กิโลกรัม ซึ่งจะสามารถรายงานข้อมูลขยะอินทรีย์เก็บรวบรวมข้อมูลการจัดการขยะอินทรีย์ได้ในปี 2566



Surplus Food Donation



การบริจาคอาหารส่วนเกิน

ธุรกิจโรงแรมยังคงดำเนินโครงการบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับมูลนิธิ สโกลาร์ส์ ออฟ ซีเอสทีแอนด์เอส (SOS) ประเทศไทย เพื่อนำอาหารส่วนเกินที่ยังรับประทานได้ไปบริจาคให้กับผู้ยากไร้ และกลุ่มเปราะบางที่มีความต้องการ ถือเป็นการจัดการขยะอาหารให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในปี 2565 โรงแรมที่เข้าร่วมโครงการบริจาคเป็นจำนวน 11,114.23 กิโลกรัม เทียบเท่ากับอาหารจำนวน 46,995 มื้อ และสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้ 28.31 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จากการดำเนินงานโครงการนี้มาตั้งแต่ปี 2560 ของธุรกิจโรงแรมบริจาคอาหารส่วนเกินรวมทั้งสิ้น 83,361.88 กิโลกรัม เทียบเท่ากับอาหารจำนวน 312,782 มื้อ สามารถลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ 166.16 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

การส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ (Bio Diversity)

บริษัทมุ่งมั่นในการอนุรักษ์ไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ โดยมีนโยบายดังนี้ครอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้

- สนับสนุนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพยากรสินของบริษัอย่างเหมาะสม โดยเน้นไปที่เขตพื้นที่คุ้มครองทางธรรมชาติและพื้นที่ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพสูง เพื่อลดผลกระทบต่อบริเวณทางธรรมชาติให้น้อยที่สุด ให้ระบบนิเวศได้ฟื้นตัวและให้มีการชดเชยให้กับการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการอนุรักษ์ระบบนิเวศ
- มีมาตรการในการหลีกเลี่ยงการนำสัตว์ละพรรณพืชต่างถิ่นเข้าสู่ระบบนิเวศท้องถิ่น โดยใช้เฉพาะสิ่งมีชีวิตพันธุ์ประจำถิ่นในการจัดภูมิทัศน์และเพื่อการฟื้นฟูระบบนิเวศเมื่อสามารถกระทำได้ โดยเฉพาะในภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ
- ปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อระบบนิเวศ
- หากมีปฏิสัมพันธ์กับสัตว์ป่าตามธรรมชาติสามารถทำได้โดยไม่ต้องไม่รบกวนสัตว์เหล่านั้นและต้องคำนึงถึงผลกระทบ และมีการบริหารจัดการอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อให้เป็นไปตามพฤติกรรมตามธรรมชาติของสัตว์ป่า
- ไม่ให้มีการจัดหา เพาะพันธุ์ หรือกักขังสัตว์ป่าสายพันธุ์ใดๆ เว้นแต่ที่ได้กระทำโดยบุคคลผู้ได้รับอนุญาตและมีอุปกรณ์ที่เหมาะสม และเพื่อจุดประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมที่มีการควบคุมเป็นอย่างดีโดยเป็นไปตามกฎหมายระหว่างประเทศเท่านั้น ทั้งนี้การจัดที่อยู่การดูแลและควบคุม สัตว์ป่าหรือสัตว์เลี้ยงใดๆนั้นต้องเป็นไปตามมาตรฐานสูงสุดของสวัสดิภาพสัตว์
- บริษัทจะไม่ให้มีการล่า บริโภค นำออกแสดง ขายหรือแลกเปลี่ยนสัตว์ป่าสายพันธุ์ใดๆ เว้นแต่จะทำได้โดยเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมภายใต้การควบคุมและเป็นไปตามข้อกำหนดของท้องถิ่นและกฎหมายระหว่างประเทศ

ธุรกิจโรงแรมได้นำนโยบายดังกล่าวมากำหนดเป็นแนวปฏิบัติ อบรมให้ความรู้กับพนักงาน และสื่อสารกับลูกค้าที่เข้าพัก เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น





มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)

บริษัทมุ่งมั่นรักษามรดกทางวัฒนธรรมและลดผลกระทบที่สร้างความเสียหายต่อมรดกทางวัฒนธรรม โดยได้จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติ ดังนี้

- ปฏิบัติตามแนวทางมาตรฐานระดับสากลและระดับประเทศ ตลอดจนแนวทางปฏิบัติในการเข้าสู่พื้นที่ของชุมชนท้องถิ่น และสถานที่ทางประวัติศาสตร์หรือมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อลดผลกระทบที่จะสร้างความเสียหายต่อชุมชนให้มากที่สุด และสร้างคุณค่าให้กับท้องถิ่น พร้อมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด
- มีส่วนร่วมในการปกป้อง รักษา และพัฒนาแหล่งวัฒนธรรม สถานที่ และวัฒนธรรมนิยมประเพณี ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม และจิตวิญญาณของคนในชุมชนท้องถิ่น และไม่ขัดขวางผู้อยู่อาศัยในชุมชนท้องถิ่นในการเข้าถึงแหล่งวัฒนธรรม สถานที่ และวัฒนธรรมนิยมประเพณีเหล่านั้น
- ให้ความสำคัญและนำคุณลักษณะอันแท้จริงของวัฒนธรรมดั้งเดิมและร่วมสมัยของท้องถิ่นมาใช้ ร่วมกับการดำเนินงานออกแบบ ตกแต่ง การปรุงอาหาร ในขณะเดียวกันก็ให้ความเคารพแก่ภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่นด้วย
- ไม่ให้มีการนำโบราณวัตถุ หรือวัตถุอันมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ใดๆ ออกจำหน่าย แลกเปลี่ยน หรือจัดแสดง เว้น แต่จะได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่บังคับใช้ในท้องถิ่น และกฎหมายระหว่างประเทศ

ธุรกิจโรงแรมสนับสนุนการรักษาคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้าและผู้มาใช้บริการ ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ อาทิ การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่น จัดกิจกรรมประเพณีท้องถิ่นต่างๆ การแต่งกายด้วยชุดพื้นเมือง ให้คำแนะนำเรื่องภาษาท้องถิ่นให้กับลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารเบื้องต้น รวมถึงการจัดทำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ และสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้เข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและเรียนรู้ความหลากหลายของวิถีชีวิตในพื้นที่ต่างๆ โดยการเผยแพร่ข้อมูลประเพณีและวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ผ่านช่องทางต่างๆ ที่ใช้สื่อสารกับลูกค้า อาทิ เว็บไซต์ ช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ รวมถึงช่องทางดิจิทัลภายในโรงแรมด้วย

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment : EIA)

ธุรกิจโรงแรมดำเนินการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมและจัดทำรายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อมและมาตรการติดตามตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อม (Monitoring Report) สำหรับโรงแรมที่เปิดให้บริการเป็นประจำทุกปีปีละ 2 ครั้ง ตามข้อกำหนดของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และดำเนินการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมในกรณีที่เป็นการก่อสร้างใหม่ โดยจัดทำเป็นรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม 4 ด้านตามข้อกำหนด โดยมีรายละเอียดของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น มาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อม รวมถึงการติดตามการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อม และดำเนินการจัดทำรายงานโดยผู้ที่ได้รับอนุญาตในการจัดทำประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



การประเมินความยั่งยืนของโรงแรมตามแนวทางของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (Global Sustainable Tourism Council-GSTC for Hotel)

สภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก หรือ GSTC ได้กำหนดมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนของโรงแรม 4 หมวดหลัก 24 หัวข้อ ครอบคลุม 67 ประเด็นความยั่งยืน ภายใต้หลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของโรงแรม หมวดที่ 1 การบริหารจัดการความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ (Sustainability Management) หมวดที่ 2 สังคม (Social & Economic benefits) หมวดที่ 3 การส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น (Cultural Heritage) และหมวดที่ 4 สิ่งแวดล้อม (Environment)

ในปี 2564 Centara Earth Care หรือระบบการจัดการด้านความยั่งยืนของเซ็นทารา ได้รับรองรับสถานะ GSTC-Recognized จากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก ถือกลุ่มธุรกิจโรงแรมในเอเชียกลุ่มแรกที่มีระบบการจัดการด้านความยั่งยืนผ่านเกณฑ์มาตรฐาน GSTC และในปี 2565 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา 12 แห่งพร้อมสำนักงานใหญ่ผ่านการประเมินและตรวจสอบมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของโรงแรมจาก Verio หน่วยงานผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบที่ GSTC รับรอง ได้แก่

- เซ็นทารา แกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์
- เซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว กรุงเทพฯ
- เซ็นทารา แกรนด์ บิซ รีสอร์ท&วิลล่า กระบี่
- เซ็นทารา แกรนด์ บิซ รีสอร์ท&วิลล่า หัวหิน
- เซ็นทารา แกรนด์ มิวส บิซ รีสอร์ท&วิลล่า พัทยา
- เซ็นทารา แกรนด์ บิซ รีสอร์ท&วิลล่า ภูเก็ต
- เซ็นทารา วิลล่า สมุย
- เซ็นทารา วิลล่า ภูเก็ต
- เซ็นทารา หาดใหญ่
- เซ็นทารา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ
- เซ็นทารา แกรนด์ โฮสเทลแลนด์ รีสอร์ท&วิลล่า มัลดีฟส์
- เซ็นทารา ราสพูชี รีสอร์ท&วิลล่า มัลดีฟส์

ทั้งนี้ได้ตั้งเป้าหมายภายในปี 2025 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทุกแห่งจะต้องผ่านการรับรองจาก GSTC

นอกจากนี้โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ ยังได้รับการรับรอง ISO 22000:2018 มาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร พร้อมทั้ง HACCP และ GHP มาตรฐานควบคุมดูแลความปลอดภัยในทุกกระบวนการผลิตอาหาร

มาตรฐานโรงแรมสีเขียว

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา 14 แห่ง ได้รับรางวัลโรงแรมสีเขียว (G Mark) จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ และบางกอกคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์
- โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ
- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ บิซ รีสอร์ท&วิลล่า หัวหิน
- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ มิวส บิซ รีสอร์ท&วิลล่า พัทยา
- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ บิซ รีสอร์ท&วิลล่า ภูเก็ต
- โรงแรมเซ็นทารา กระบี่ รีสอร์ท&วิลล่า ภูเก็ต
- โรงแรมเซ็นทารา วิลล่า สมุย
- โรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่
- โรงแรมเซ็นทาราและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ อุดรธานี
- โรงแรมเซ็นทารา อินคาเทวี รีสอร์ท&วิลล่า แอนด์ สปา กระบี่
- โรงแรมเซ็นทาราอาชีวรัศมิ์ พัทยา
- โรงแรมเซ็นทารา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ
- โรงแรมเซ็นทารา บาย เซ็นทารา มาริส รีสอร์ท&วิลล่า จอมเทียน
- โรงแรมเซ็นทารา บาย เซ็นทารา ภูเก็ต รีสอร์ท&วิลล่า กระบี่



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.

การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD)

ในปี 2565 บริษัท ได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลการดำเนินงานธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ เพื่อพิจารณาและประเมินผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร การวิเคราะห์สถานการณ์สภาพภูมิอากาศ (Climate Scenario Analysis) โดยผู้เชี่ยวชาญภายนอกองค์กรทำการประเมินความเสี่ยงโดยใช้สถานการณ์ในการวิเคราะห์ 3 สถานการณ์ คือ

- 1.สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการดำเนินธุรกิจตามปกติ (High Climate Change Scenario -RPC 8.5 โดยปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับที่สูงส่งผลให้อุณหภูมิเพิ่มขึ้นสูงเกินกว่า 4 องศาเซลเซียส (4.5oC) ส่งผลกระทบต่อรุนแรง
- 2.สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการดำเนินธุรกิจโดยมีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปานกลาง (Moderate Climate Change Scenario-RPC 4.5) อุณหภูมิเพิ่มขึ้นเกิน 2 องศาเซลเซียส (2oC)
- 3.สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการดำเนินธุรกิจที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ (Low Climate Change Scenario-RPC 2.6) อุณหภูมิเพิ่มขึ้นไม่เกิน 2 องศาเซลเซียส (2oC) มีการผลักดันนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศอย่างเร่งด่วน

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk)

- การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบ (Policy Risk) คาดการณ์ว่าหากมีการบังคับใช้กฎหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอนาคต รวมถึงนโยบายภาษีคาร์บอน บริษัทอาจได้รับผลกระทบในระดับต่ำ เนื่องจากบริษัทได้มีการวางแผนการดำเนินงานภายใต้เป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ในปี 2593 (Net Zero 2050) และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
- การเปลี่ยนแปลงทางการตลาด จากราคาคาร์บอนของคู่ค้า (Market Risk-Suppliers Carbon Pricing Risk) คาดการณ์ภายใต้สถานการณ์ราคาคาร์บอนจากผู้เชี่ยวชาญ บริษัทอาจได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าและวัตถุดิบบางตัวที่เพิ่มขึ้นหากคู่ค้าต้องจ่ายค่าคาร์บอนจากกระบวนการผลิตรวมถึงภาษีคาร์บอนสำหรับคู่ค้า เช่น ราคาอุปกรณ์ในการก่อสร้างโรงแรม อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบ รวมถึงกลุ่มบรรพบุรุษที่สำหรับธุรกิจอาหาร
- การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี (Technology Risk) จากการประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร คาดการณ์ว่าบริษัทอาจได้รับผลกระทบในระดับต่ำ จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการคาร์บอนต่ำซึ่งมีการดำเนินการแล้ว อาทิการปรับปรุงอุปกรณ์ให้ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การใช้พลังงานทางเลือก โดยบริษัทได้เพิ่มการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ ตรวจสอบและบริหารจัดการเรื่องการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร (Reputation Risk) จากการประเมินความเสี่ยงในประเด็นนี้ คาดการณ์ว่าบริษัทอาจได้รับผลกระทบในระดับสูง เนื่องจากภาพรวมการดำเนินธุรกิจมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอัตราค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมเดียวกันต่อหน่วยรายได้ แต่บริษัทได้มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน Scope 1 และ 2 ทำให้ความเข้มข้นในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมเดียวกัน

ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk)

จากการประเมินความเสี่ยงด้านกายภาพ บริษัทอาจเผชิญความเสี่ยงในเรื่องการเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล คลื่นความร้อนและความเสี่ยงเรื่องน้ำในระดับปานกลางจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หากแยกตามพื้นที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย กรุงเทพมหานครและกระบี่มีความเสี่ยงในประเด็นระดับน้ำทะเลเพิ่มขึ้น รวมถึงมีผลดีผลเสียหลังจากทำการประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแล้ว บริษัทได้นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนการดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ



การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอาหาร

การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอาหาร

เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป หรือ CRG ดำเนินงานภายใต้นโยบายที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อม ดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผลักดันให้การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมงานภายใต้กรอบแนวคิดจากผู้บริหารสู่การปฏิบัติและลงมือทำงานของแบรนด์ต่างๆ และปลูกจิตสำนึกให้พนักงานของกลุ่มธุรกิจอาหาร และสื่อสารให้พนักงานได้ทราบถึงสถานการณ์และปัญหาสิ่งแวดล้อม ถือเป็นหนึ่งในทิศทางของการขับเคลื่อนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เริ่มจากภายในองค์กรและขยายสู่ภายนอก

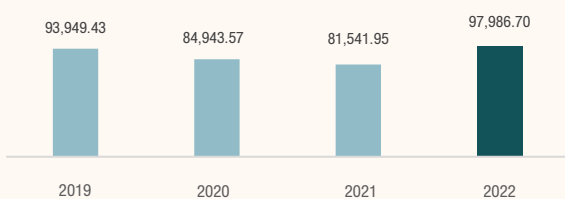


ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอาหาร

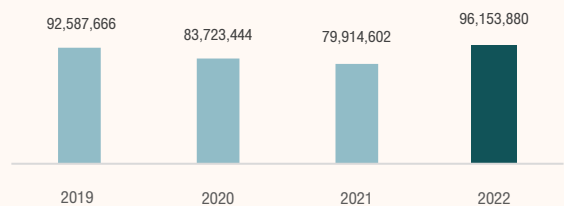
การจัดการด้านพลังงาน

ปริมาณการใช้พลังงานรวมของธุรกิจอาหาร จากการเก็บข้อมูลการใช้ไฟฟ้าและก๊าซหุงต้มปี 2565 อยู่ที่ 97,968.70 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง เพิ่มขึ้น 20 % เมื่อเทียบกับปี 2564 จากการเปิดให้บริการสาขาเต็มจำนวน และมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นตามแผนธุรกิจที่วางไว้ และมีอัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยพื้นที่ที่ 0.70 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง ต่อตารางเมตร ขณะที่ความเข้มข้นของค่าพลังงานต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) อยู่ที่ 8.39 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง ลดลงจากปี 2564 คิดเป็น 4 %

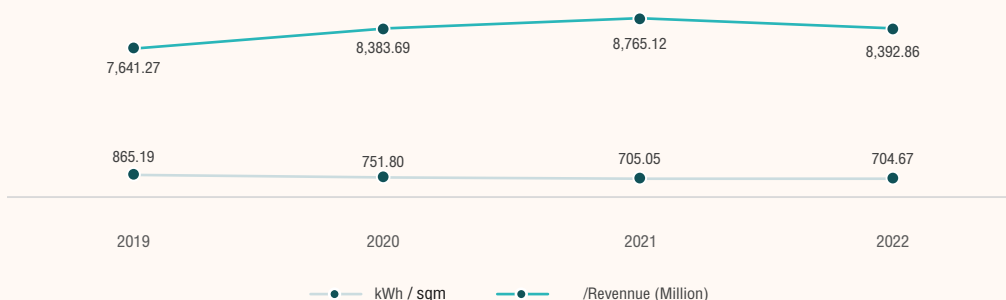
Total Energy Usage (mWh)



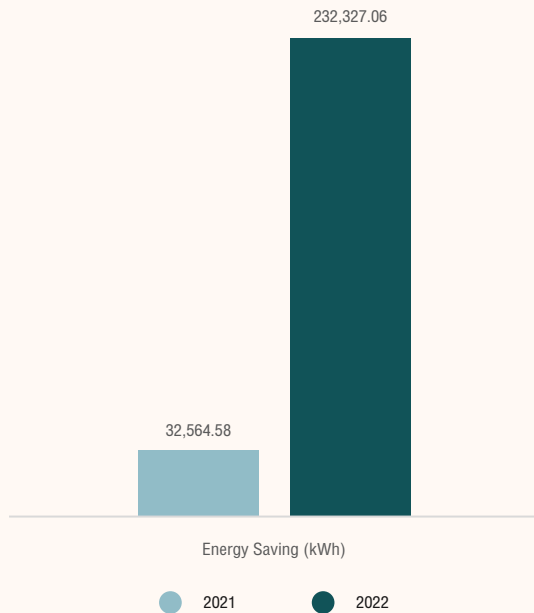
Total Electricity Consumption (mW)



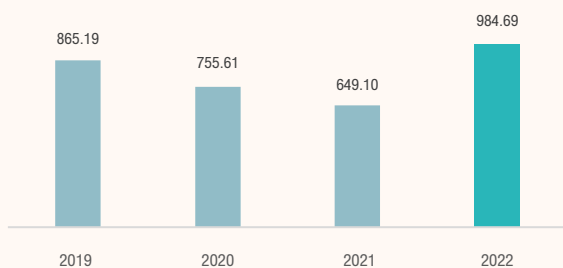
Energy Intensity



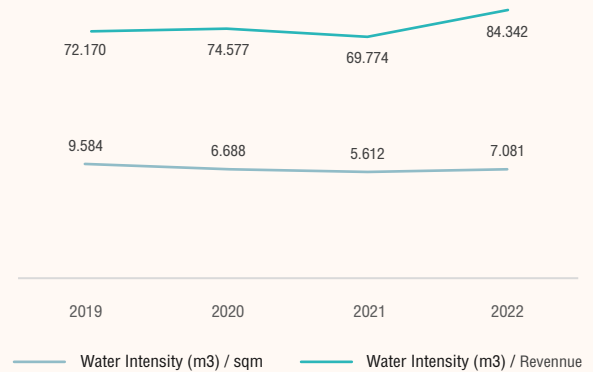
Renewable Energy



Total Water Usage (ML)



Water Intensity (m3)



ธุรกิจอาหารได้ดำเนินโครงการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าตามนโยบายการลดใช้พลังงานของบริษัท การติดตั้งชุดอุปกรณ์ปรับความเร็วรอบมอเตอร์ (Kitchen Exhaust Fan & Make Up Fan) เพื่อลดการใช้พลังงานของพัดลมดูดอากาศและพัดลมระบายควันในพื้นที่ครัว การใช้ตู้แช่เย็นและตู้แช่แข็ง ที่ใช้สารทำความเย็นธรรมชาติ (R 290) ซึ่งได้รับการสนับสนุนการลงทุนจากทาง กฟผ. จำนวน 10% ของเงินลงทุนติดตั้ง โดยระบบนี้อยู่ในระหว่างตรวจสอบผลประหยัดพลังงาน ติดตั้งชุด Smart LPG Optimizer บริเวณถังแก๊ส เพื่อนำแก๊สที่ค้างอยู่ในถังมาใช้โดยได้ติดตั้งที่ร้าน Grab Kitchen สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 17 %

ธุรกิจอาหารเริ่มนำพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) มาใช้ในการดำเนินงานในปี 2564 โดยติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ในปี 2565 สามารถลดการใช้พลังงานรวม 232,327.06 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 116.14 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

การจัดการทรัพยากรน้ำ

ปี 2565 ธุรกิจอาหารมีการใช้น้ำประปาในกระบวนการให้บริการรวมทั้งสิ้น 984.69 เมกะลิตร เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 52% เนื่องจากการเปิดสาขาให้บริการเพิ่มและเปิดจำนวนสาขาเพิ่มขึ้น ขณะที่การใช้น้ำเมื่อเทียบกับขนาดพื้นที่ อยู่ที่ 0.007 เมกะลิตร เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 26% และมีการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) อยู่ที่ 0.84 เมกะลิตร เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 21% จำนวนเมื่อเทียบกับ

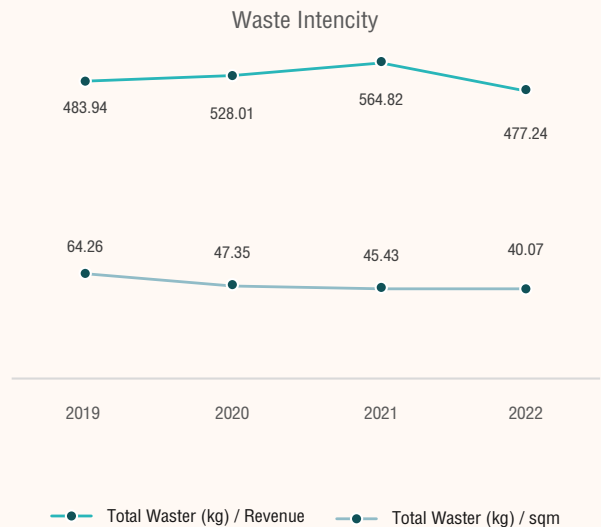
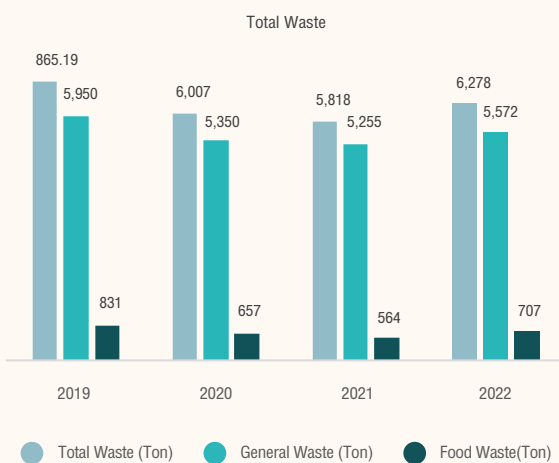


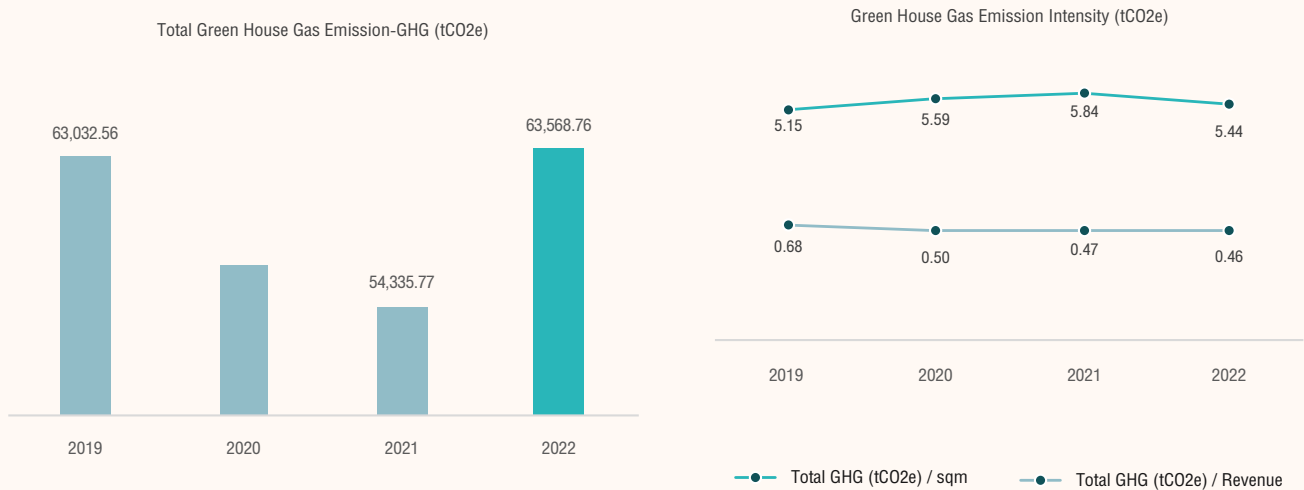
การบริหารจัดการของเสีย

ปริมาณขยะจากธุรกิจอาหารในปี 2565 รวมทั้งสิ้น 6,278 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 8 % ปริมาณขยะทั่วไปรวม 5,350 ตัน เพิ่มขึ้น 6 % และปริมาณขยะอาหารที่เหลือจากการขายและวัตถุดิบที่ไม่สามารถนำมาผลิตอาหารได้ อยู่ที่ 707 ตัน เพิ่มขึ้น 25 % เทียบกับปีที่ผ่านมา อัตราการเกิดของเสียจากการดำเนินงานปี 2565 เท่ากับอยู่ที่ 40.07 กิโลกรัมต่อตารางเมตร และ 477.24 กิโลกรัมต่อหน่วยรายได้ลดลงจากปีที่แล้ว ธุรกิจอาหารมีแผนการดำเนินการคัดแยกประเภทของขยะเพื่อลดปริมาณขยะที่ส่งไปหลุมฝังกลบโดยอยู่ระหว่างการดำเนินการและเก็บข้อมูล

การบริหารอาหารส่วนเกิน

ธุรกิจอาหารได้เข้าร่วมโครงการบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับมูลนิธิสโกลาร์ส์ ออฟ ซัสทีแนนซ์ (Scholars of Sustenance Foundation-SOS Thailand) นำไปบริจาคให้กับผู้ยากไร้ กลุ่มเปราะบาง ในปี 2563 โดยเริ่มต้นบริจาคโดมินิกาจากแบรนด์มีสเตอร์โดมินิก จำนวน 5 สาขา และขยายไปยัง 23 สาขาใน 4 จังหวัดคือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ประจวบคีรีขันธ์และเชียงใหม่ปัจจุบันและดำเนินโครงการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน มีสาขาเข้าร่วมโครงการจำนวน 23 สาขา และในปี 2565 ได้ขยายโครงการบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับมูลนิธิ วีวี แชร์ (VV Share Foundation) โดยมีมีสเตอร์โดมินิก 2 สาขาในสมุทรปราการเข้าร่วมโครงการ รวมปริมาณอาหารส่วนเกินที่บริจาคจำนวน 17,557.78 กิโลกรัม คิดเป็น 73,743 มื้อ ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ทั้งสิ้น 44,422.22 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



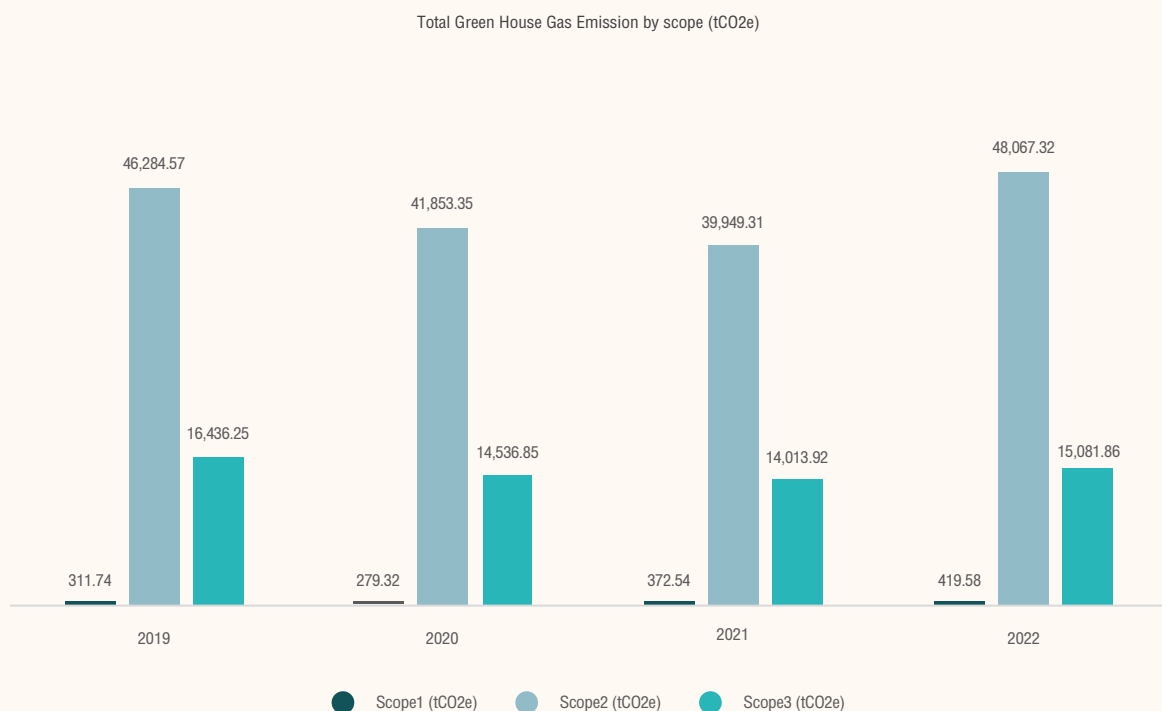


ก๊าซเรือนกระจก Green House Gas Emission

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจอาหารในปี 2565 รวม 64,098.13 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า สูงกว่าปี 2562 ซึ่งเป็นสถานการณ์การปกติเพียง 1% (ปี 2563-2564 ธุรกิจหยุดให้บริการบางส่วนตามมาตรการป้องกันโควิด-19)

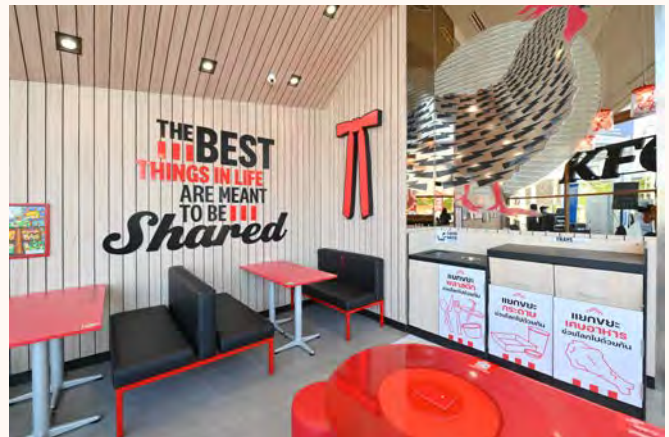
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 คิดเป็น 419.58 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ขอบเขตที่ 2 คิดเป็น 48,067.32 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ขอบเขตที่ 3 คิดเป็น 15,081.86 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า การดำเนินงานของธุรกิจอาหารมีส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 2 (scope 2) คิดเป็น 76% ของก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดที่ปล่อยออก

ในปี 2565 มีอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยพื้นที่ คิดเป็น 0.46 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร และมีอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ คิดเป็น 5.44 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อหน่วยรายได้ล้านบาท



การเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 เก็บข้อมูลปริมาณก๊าซหุงต้ม ขอบเขตที่ 2 เก็บข้อมูลการใช้ไฟฟ้า และขอบเขตที่ 3 เก็บข้อมูลการใช้น้ำและปริมาณของเสีย ทั้งนี้ธุรกิจอาหารยังไม่ได้ดำเนินการทวนสอบปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรโดยหน่วยงานภายนอก แต่ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลภายในโดยหน่วยงานความยั่งยืนของบริษัท

ปี 2565 ธุรกิจอาหารเปิดร้าน KFC Green Store ภายใต้แนวคิด “Journey to zero” สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้าร้านเคเอฟซี สาขาโรบินสัน ราชพฤกษ์ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกันระหว่างแบรนด์กับลูกค้า ตัวอาคารออกแบบในสไตล์อินดัสเทรียล ให้ mood & tone ที่อบอุ่น ผ่อนคลาย และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ใช้วัสดุในกระบวนการก่อสร้างและเทคโนโลยีภายในร้านที่ส่งเสริมแนวคิดเพื่อความยั่งยืน เช่น กระจกประหยัดพลังงานที่ป้องกันความร้อนผ่านกระจกในขณะให้แสงส่องผ่านได้มาก การใช้ระบบปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพ และการลดจำนวนการใช้หลอดไฟติดเพดาน ซึ่งสามารถช่วยประหยัดไฟฟ้าได้ 7% (เมื่อเทียบกับสาขาที่มีลักษณะเดียวกัน) และทำให้ร้านค้าแห่งนี้สามารถประหยัดพลังงานได้มากถึง 17,947 กิโลวัตต์ต่อปี ซึ่งเทียบเท่ากับการลดคาร์บอนไดออกไซด์ได้มากถึง 10.08 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ลดค่าใช้จ่ายคิดเป็นมูลค่า 112,707 บาทต่อปี (คำนวณจากค่าไฟ 6.28 บาท/หน่วย ขนาดร้าน 150 ตารางเมตร รวมถึงการเลือกใช้ของตกแต่งร้านที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล ใช้แก้วพลาสติก 108 ใบ ช้อนเล็ก 1,290 ชิ้น และช้อนส้อมใหญ่ 216 ชิ้น ตลอดจนชุดพนักงานที่ตัดเย็บด้วยผ้าจากเส้นใยขวดพลาสติก (1 ชุดใช้เฉลี่ย 7 ชุด และใช้ไปแล้วประมาณ 167 ชุด)



แนวทางการจัดทำรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัทโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด จัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืนเป็นปีที่ 7 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ ครอบคลุมทุกมิติของความยั่งยืน คือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล รายงานการพัฒนาความยั่งยืน ปี 2565 ได้จัดทำขึ้นตามกรอบคู่มือจัดทำแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี (56-1 One Report) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน (SET Sustainability Reporting Guide) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อ้างอิงกรอบการรายงานให้สอดคล้องกับแนวทางการรายงาน GRI Standard ของ Global Reporting Initiative (Reporting with reference to the GRI Standards) แนวทางปฏิบัติตามเกณฑ์ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UNGC) มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Global Sustainable Tourism Council :GSTC) รวมทั้งเชื่อมโยงการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals–SDGs)

ขอบเขตของรายงาน

รายงานการพัฒนาความยั่งยืนนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานของปี 2565 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึง 31 ธันวาคม 2565 ครอบคลุมถึงบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทในเครือของธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอาหาร ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศในขอบเขตที่บริษัทสามารถควบคุมได้ทั้งด้านการบริการและด้านปฏิบัติการ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแล รวมถึงผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้กำหนดแนวทางการรายงานเนื้อหาให้สอดคล้องกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่สำคัญของบริษัท โดยการจัดเก็บข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมอยู่ภายใต้มาตรฐาน Centara EarthCare ซึ่งได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (GSTC-Recognised Standard) จากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council - GSTC) ผ่านระบบกรีนวิวส์ พอร์ทัล (Greenview Portal) จำนวน 34 โรงแรมที่เป็นเจ้าของและรับบริหาร และดำเนินการเก็บข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของแบรนด์อาหารจำนวน 20 แบรนด์

การควบคุมคุณภาพของรายงาน

หน่วยงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน เป็นหน่วยงานกลางในการประสานงานและควบคุมการจัดทำรายงานให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ มีการทบทวนเนื้อหาสำคัญ ตรวจสอบคุณภาพการรายงานเพื่อการเผยแพร่โดยฝ่ายบริหาร ในปัจจุบันยังไม่มีนโยบายในการขอการรับรองคุณภาพรายงานความยั่งยืนจากหน่วยงานภายนอก แต่มีการดำเนินการตรวจสอบข้อมูล ความถูกต้องและคุณภาพในการรายงานโดยหน่วยงานภายในที่ได้รับมอบหมาย

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

หลักปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ UN Global Compact Principles

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

ประเด็นหลัก	หลักการ	หน้าที่
สิทธิมนุษยชน	1. สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวย	146-153
	2. หมั่นตรวจสอบตราดูแลมิให้ธุรกิจของคนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน	146-153
แรงงาน	3. ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงานและการรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรองอย่างจริงจัง	149
	4. จัดการใช้แรงงานเกณฑ์และที่เป็นการบังคับในทุกรูปแบบ	146-149
	5. ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างจริงจัง	146-147
	6. จัดการเลือกปฏิบัติในเรื่องการจ้างงานและการประกอบอาชีพ	146-147
สิ่งแวดล้อม	7. สนับสนุนแนวทางการระแวดระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	168-185
	8. อาสาจัดทำกิจกรรมที่ส่งเสริมการยกระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	168-185
	9. ส่งเสริมการพัฒนาและการเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	139, 168-185
การด้านการทุจริต	10. ดำเนินงานในทางต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ	134-136

GRI CONTENT INDEX

STATEMENT OF USE	Central Plaza Hotel Public Company Limited has reported the information cited in this GRI content index for the period 1 January – 31 December 2022 with reference to the GRI Standards.
GRI 1 USED	GRI 1: Foundation 2021

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION Annual Report (AR) / Sustainability Report (SR) / URL	Mapped to UN SDG
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	AR : Cover page, 5, 208, 432-433, Back Cover Page	
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	AR: 186 / SR: 66	
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	AR: 186 / SR: 66	
	2-4 Restatements of information	AR: 186 / SR: 66	
	2-5 External assurance	AR: 186 / SR: 66	
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	AR: 27, 44-102, 104-105, 126 / SR: 3, 6	
	2-7 Employees	AR: 156-166/SR: 36-46	SDG 8
	2-8 Workers who are not employees	AR: 166 / SR: 46	
	2-9 Governance structure and composition	AR-20-21, 224, 230-232, 369-383 / SR: 14	
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	AR: 221-222 / SR: 14	
	2-11 Chair of the highest governance body	AR: 20, 426-431 / SR: 14	
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	AR: 227 / SR: 14	
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	AR: 227-228 / SR: 14	
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	AR: 127 / SR: 7	
	2-15 Conflicts of interest	AR: 225-226, 369-383	
	2-16 Communication of critical concerns	AR: SR-17-18	
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	AR: 229	
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	AR: 241	
	2-19 Remuneration policies	AR: 233-237	
	2-20 Process to determine remuneration	AR: 233-237	
	2-21 Annual total compensation ratio	-	
	2-22 Statement on sustainable development strategy	AR: 122 / SR: 2	

GRI CONTENT INDEX

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION Annual Report (AR) / Sustainability Report (SR) / URL	Mapped to UN SDG
	2-23 Policy commitments	AR: 217-219, 122, 125, 131-132 SR- 2, 5, 14, 26, 11-12 https://investor.centarahotelsresorts.com/en/sustainability/corporate-governances-document	
	2-24 Embedding policy commitments	AR: 134-138 / SR -14-18	
	2-25 Processes to remediate negative impacts	AR: 134-136 / SR- 14-16 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20230119-centel-policy-risk-management-th.pdf	
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	AR: 134-136 / SR- 14-16	
	2-27 Compliance with laws and regulations	AR: 208	
	2-28 Membership associations	AR: 133 / SR 13	
	2-29 Approach to stakeholder engagement	AR: 131-132 / SR 11-12	
	2-30 Collective bargaining agreements	AR: 131,149 / SR: 11, 29	
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	AR: 128 / SR: 8	
	3-2 List of material topics	AR: 128 / SR: 8	
	3-3 Management of material topics	AR: 129-130 / SR: 9-10	
BUSINESS PROGRESS			
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	AR: 18-19 https://investor.centarahotelsresorts.com/en/investor-relations/financial-information/financial-highlights-quarterly	
	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	AR: 179, 170-172 / SR: 59, 50-51	
	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans	AR: 149, 237, 281, 356 / SR: 29	
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1 Infrastructure investments and services supported	AR: 65, 89, 139-140 / SR 19-20	
	203-2 Significant indirect economic impacts	AR: 65, 89	

GRI CONTENT INDEX

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION Annual Report (AR) / Sustainability Report (SR) / URL	Mapped to UN SDG
OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY			
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	AR: 153 / SR:33	
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	AR: 153 / SR:33	
	403-3 Occupational health services	AR: 153 / SR:33	
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	AR: 153 / SR: 33	
	403-5 Worker training on occupational health and safety	AR: 153 / SR: 33	
	403-6 Promotion of worker health	AR: 153 / SR: 33	
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	AR: 153 / SR: 33	
	403-9 Work-related injuries	AR: 164 / SR: 44	
	403-10 Work-related ill health	AR: 164 / SR: 44	
DATA PRIVACY			
GRI 410: Security Practices 2016	410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures	AR: 142, 146, 166/ SR: 22, 26 ,46	
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	AR: 142 / SR: 22	
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT			
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	AR: 143-144 / SR: 23-24	
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	AR: 144 / SR: 24	SDG 16
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	AR: 144 / SR: 24	
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	AR: 144 / SR: 24	
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	AR: 144 / SR: 24	
CLIMATE CHANGE			
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	AR: 169-170, 181-182	SDG 8, 13
	302-3 Energy intensity	AR: 169-170, 181-182	SDG 8, 13
	302-4 Reduction of energy consumption	AR: 169-170, 181-182	SDG 8, 13
	302-5 Reductions in energy requirements of products and services	AR: 169-170, 181-182	SDG 8, 13

GRI CONTENT INDEX

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION Annual Report (AR) / Sustainability Report (SR) / URL	Mapped to UN SDG
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	AR: 171, 184 / SR: 51, 64	SDG 9, 13
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	AR: 171, 184 / SR: 51, 64	SDG 9, 13
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	AR: 171, 184 / SR: 51, 64	SDG 9, 13
	305-4 GHG emissions intensity	AR: 171, 184 / SR: 51, 64	SDG 9, 13
	305-5 Reduction of GHG emissions	AR: 168, 176, 184 / SR: 48	SDG 9, 13
8. HUMAN RIGHTS			
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	AR: 159-161 / SR: 39-41	
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	AR: 149 / SR: 29	
	401-3 Parental leave	AR: 162 / SR: 42	
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	AR: 151, 165 / SR: 31, 45	
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	AR: 151-152 / SR: 31-32	
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	AR: 151-152 / SR: 31-32	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	AR: 156-159 / SR: 36-39	
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	AR: 162 / SR: 44	
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	AR: 162 / SR: 44	
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	AR: 149 / SR: 29	
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	AR: 143 / SR: 23	
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	AR: 143 / SR: 23	
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	AR: 137 / SR: 17	

GRI CONTENT INDEX

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION Annual Report (AR) / Sustainability Report (SR) / URL	Mapped to UN SDG
GOVERNANCE			
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	AR: 135-137 / SR: 15-17	
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	AR: 134-136 / SR: 14-16	SDG 16
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	AR: 137 / SR: 17	
WASTE MANAGEMENT			
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	AR: 173, 183 / SR: 53, 63	SDG 12,13
	306-2 Management of significant waste-related impacts	AR: 173, 183 / SR: 53, 63	SDG 12,13
	306-3 Waste generated	AR: 173, 183 / SR: 53, 63	SDG 12,13
	306-4 Waste diverted from disposal	AR: 173, 183 / SR: 53, 63	SDG 12,13
	306-5 Waste directed to disposal	AR: 173, 183 / SR: 53, 63	SDG 12,13
SOCIAL & COMMUNITY DEVELOPMENT			
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	AR: 152, 154 / SR: 32, 34	
	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	AR: 145, 152, 154 / SR: 25, 32, 34	
WATER MANAGEMENT			
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	AR: 172, 182 / SR: 52, 62	
	303-2 Management of water discharge-related impacts	AR: 172, 182 / SR: 52, 62	
	303-3 Water withdrawal	AR: 172, 182 / SR: 52, 62	
	303-4 Water discharge	AR: 172, 182 / SR: 52, 62	
	303-5 Water consumption	AR: 172, 182 / SR: 52, 62	

CENTARA
HOTELS & RESORTS

