

CENTARA
HOTELS & RESORTS



บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 2568



ความภูมิใจในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน



ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก
ในรายงานความยั่งยืน
(S&P Global Sustainability
Yearbook Member)
อย่างต่อเนื่องปี 2567 - 2569



รางวัลองค์กรที่มีพัฒนาการสูงสุด
ด้านความยั่งยืน (Industry Mover)
ในกลุ่มอุตสาหกรรม Hotels,
Resorts & Cruise Lines
ในรายงาน S&P Global
Sustainability Yearbook
ปี 2567



SET ESG Ratings
ระดับ "AAA"
ปี 2567 - 2568



MSCI ESG
Ratings ระดับ "A"
ปี 2566 - 2568



รางวัลการเปิดเผยข้อมูล
ความยั่งยืน (Sustainability
Disclosure Recognition)
ปี 2563 - 2568



การรับรองสถานะการจัดทำมาตรฐาน
ความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม
จากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ระดับโลก ภายใต้ชื่อ "Centara
Earthcare" ตั้งแต่วันที่ 2564



การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประเภทโรงแรม
ปี 2565 - 2567 จำนวน 12 โรงแรม



การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประเภทโรงแรม

- ปี 2566 - 2568 จำนวน 26 โรงแรม
- ปี 2567 - 2570 จำนวน 42 โรงแรม (100% ณ ปี 2568)



การรับรองจากมาตรฐาน Green Key
ปี 2566-2568 จำนวน 1 โรงแรม



ยุทธศาสตร์การดำเนินงานธุรกิจ (Business Strategy)

ในปี 2568 ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา รวมถึงธุรกิจอาหารของบริษัท โรงแรมเซ็นทาราพลาลา จำกัด (มหาชน) ดำเนินงานตามแผนธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทของคนไทยที่ติดอันดับ 1 ใน 100 แบนด์โรงแรมชั้นนำระดับโลกภายในปี 2571 และก้าวสู่การเป็นผู้นำธุรกิจร้านอาหารเครือข่ายของประเทศไทย โดยยึดหลักการเติบโตอย่างยั่งยืน ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ พร้อมบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาส สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งสู่การบรรลุพันธกิจร่วมกัน ในด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ บริษัท ได้กำหนดแผนงานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน ควบคู่กับการคาดการณ์แนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงในระยะ 5 ปีข้างหน้า เพื่อพัฒนาวัฒนธรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้า และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของแต่ละหน่วยธุรกิจ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ ในการดำเนิน ธุรกิจโรงแรม (Hotel Business Strategy)

บริษัทมีวิสัยทัศน์ในการสร้างการเติบโตอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน (Responsible and Sustainable Growth) จึงได้ติดตาม ทบทวน และพัฒนาแผนกลยุทธ์ระยะ 5 ปีอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมาย ดังนี้

1. การขยายพอร์ตโฟลิโอผ่านการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ที่แข็งแกร่ง โดยกำหนดแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Product Philosophy) และความแตกต่างของแต่ละแบรนด์ให้ชัดเจน เพื่อสร้างตัวขับเคลื่อนหลักที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้าและแนวโน้มตลาด พร้อมรองรับความหลากหลายของรายได้ จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยง การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงการจัดประชุมและกิจกรรม (MICE)
2. การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในการพัฒนาต้นแบบโมเดลธุรกิจใหม่ (New Business Case Prototype) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จากจุดแข็งและระบบนิเวศทางธุรกิจ (Ecosystem) ของทั้งสองฝ่าย เพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกัน และยกระดับการดำเนินงานที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
3. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ (Gen AI) ในการดำเนินงาน และสร้างระบบนิเวศดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการอย่างครบวงจรและมีความปลอดภัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเพิ่มรายได้และสร้างมูลค่าตลอดความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Lifetime Value) รวมถึงการพัฒนา CRM และ Loyalty Program อย่างเป็นระบบ
4. การวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการเชิงนวัตกรรม (Product Innovation Excellence) ให้สอดคล้องกับพลวัตของตลาดอย่างทันถ่วงที เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจจากการบริหารรายได้แบบองค์รวม (TREVPAR) เพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดจากทุกหน่วยธุรกิจ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม (F&B) สปา (SPA) การจัดประชุมและกิจกรรม (MICE) รวมถึงบริการจัดเลี้ยงเพื่อสุขภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
5. การบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ ให้มีศักยภาพในการเป็นศูนย์สร้างทำไร (Centara Manpower Center) สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจและแผนการดำเนินงานในระยะยาว พร้อมยกระดับทักษะบุคลากรให้รองรับการเติบโตของธุรกิจบริการและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
6. การบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบและก่อสร้าง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการตามมาตรฐานของแบรนด์และมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับสากล (GSTC) มุ่งสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาว

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการ “การเติบโตอย่างมีความรับผิดชอบ” ขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจโดยบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนเข้ากับทิศทางการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อจัดการความเสี่ยงอย่างรอบด้านและผลักดันให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ในแผนกลยุทธ์ระยะ 5 ปี (2568- 2572) จึงมีความมุ่งมั่นในการสร้างการเติบโตเชิงคุณภาพ (Quality Growth) ควบคู่การสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ซึ่งประกอบไปด้วย 6 แนวทางสำคัญ ได้แก่

1. การขยายธุรกิจและพัฒนาแบรนด์ใหม่ (Expansion & New Brands) เพื่อสร้างพอร์ตธุรกิจที่มีความหลากหลายและสมดุล โดยมุ่งแสวงหาโอกาสความร่วมมือกับพันธมิตรในการสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ตลาด
2. การพัฒนา Omni-Channel และช่องทางเดลิเวอรี่ (Omni-channel & Delivery) เพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้าให้ไร้รอยต่อระหว่างหน้าร้านและออนไลน์ โดยต่อยอดช่องทางเดลิเวอรี่และ O2O (Online-to-Offline) เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง และขยายช่องทางการสร้างรายได้
3. การพัฒนาสินค้าและการตลาดให้ตอบโจทย์เทรนด์ผู้บริโภคยุคใหม่ (Menu Innovation & Trend-led Marketing) พัฒนาพอร์ตเมนูและข้อเสนอใหม่ โดยเฉพาะเมนูสุขภาพ และเมนูเฉพาะกลุ่ม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและอนาคต และยกระดับภาพลักษณ์แบรนด์ให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย

ยุทธศาสตร์ ในการดำเนิน ธุรกิจอาหาร (Food Business Strategy)



การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

4. การใช้เทคโนโลยีและการบริหารข้อมูลลูกค้า (Digital Transformation & CRM) ต่อยอดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยระบบ CRM และ Loyalty Program เชื่อมโยงทุกแบรนด์ สร้างแคมเปญที่มีประสิทธิภาพและเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) รวมถึงการลงทุนในระบบ POS, Kiosk, Kitchen Automation และระบบจองคิวออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและคุณภาพบริการ
5. การขับเคลื่อนความยั่งยืนในธุรกิจอาหาร (Sustainability in Food Business) เป็นส่วนสำคัญในการสร้างรากฐานการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและช่วยเสริมความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทจึงให้ความสำคัญในการสร้าง ความหมุนเวียน (Circularity) ในการดำเนินงาน ลดขยะอาหาร สนับสนุนใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดซื้อจัดหาอย่างรับผิดชอบ ผ่านการสร้างร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อยกระดับคุณภาพวัตถุดิบ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ สร้างมาตรฐานและความปลอดภัยอาหาร
6. การบริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพสาขา (Cost & Store Model Efficiency) เพิ่มยอดขายและกำไรต่อสาขาผ่านการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมพัฒนารูปแบบสาขาให้เหมาะสม เช่น ร้านขนาดเล็กหรือ Pop-up Shop เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการขยายธุรกิจและควบคุมความเสี่ยงการลงทุน



การพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร (Corporate Sustainability Development)

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า จำกัด (มหาชน) มุ่งสร้างคุณค่าร่วมระยะยาว (Long-Term Shared Value Creation) ตลอดจนกระบวนการดำเนินธุรกิจ ผ่านโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมทุกมิติสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และธรรมาภิบาล (ESG) ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดหลักการและเป้าหมายสู่การปฏิบัติจริงในทุกหน่วยงานอย่างเป็นรูปธรรมทั่วทั้งองค์กร บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารนโยบายด้านความยั่งยืนไปยังคู่ค้าในทุกความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เพื่อร่วมกันสร้างประโยชน์สูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสีย โดยกำหนดแก่นการขับเคลื่อนความยั่งยืน 3 แก่นหลัก ได้แก่ Caring, Sharing และ Belonging ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ประกอบด้วยพนักงาน ลูกค้าและคู่ค้า ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

อ่านนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพิ่มเติม



ห่วงโซ่คุณค่า (CENTEL's Value Chain)

การฉายและการตลาด

การสร้างคุณค่า

- ความพึงพอใจของลูกค้า
- การบริหารความเสี่ยงและความยืดหยุ่นขององค์กร
- การพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

การก่อสร้างและการออกแบบ

การสร้างคุณค่า

- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- การดูแลผลกระทบต่อทางสิ่งแวดล้อมและสังคม
- การพัฒนาชุมชน
- ความพึงพอใจของลูกค้า
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ลูกค้า

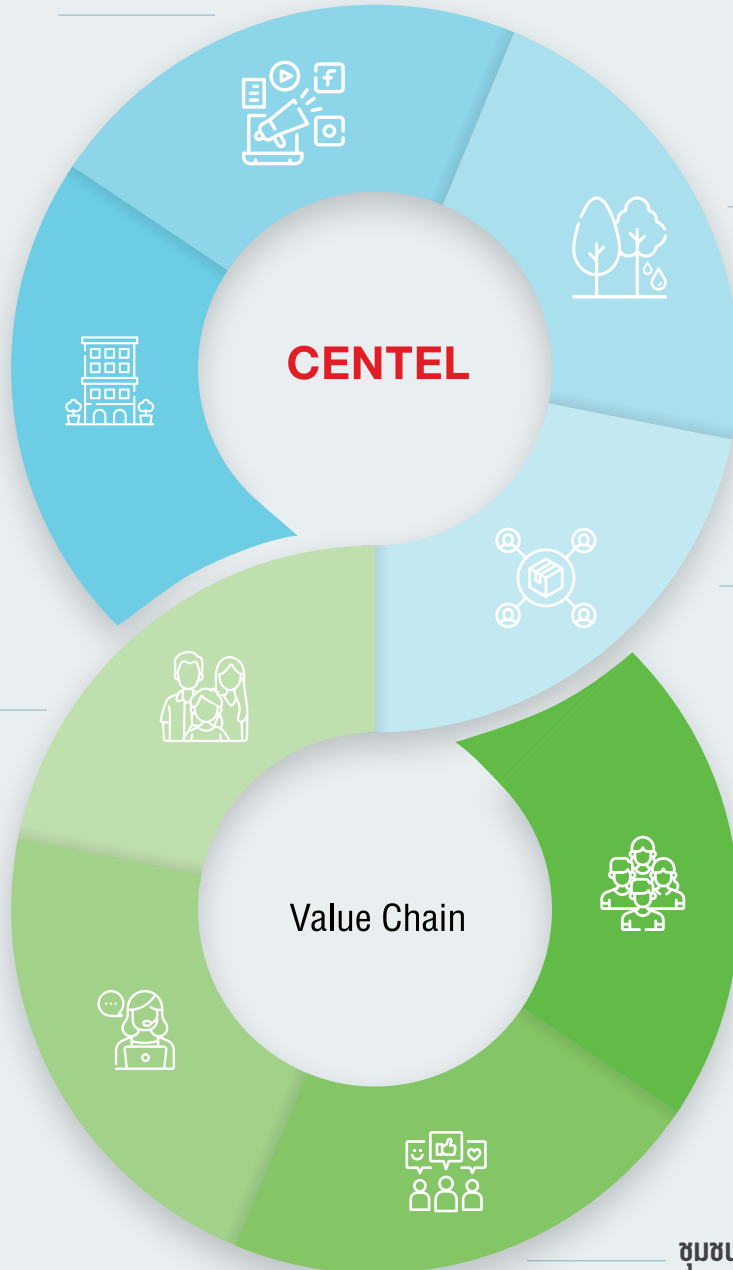
การสร้างคุณค่า

- ความพึงพอใจของลูกค้า
- การบริหารความเสี่ยงและความยืดหยุ่นขององค์กร

การดำเนินงานและการให้บริการ

การสร้างคุณค่า

- คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
- ความพึงพอใจของลูกค้า
- การดูแลผลกระทบต่อทางสิ่งแวดล้อมและสังคม



การใช้วัสดุท้องถิ่น

การสร้างคุณค่า

- การพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
- ความพึงพอใจของลูกค้า
- การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

คู่ค้าและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น

การสร้างคุณค่า

- การพัฒนาศักยภาพคู่ค้า
- การพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
- การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บุคลากรในท้องถิ่น

การสร้างคุณค่า

- การพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
- ความพึงพอใจของลูกค้า
- การพัฒนาศักยภาพพนักงาน

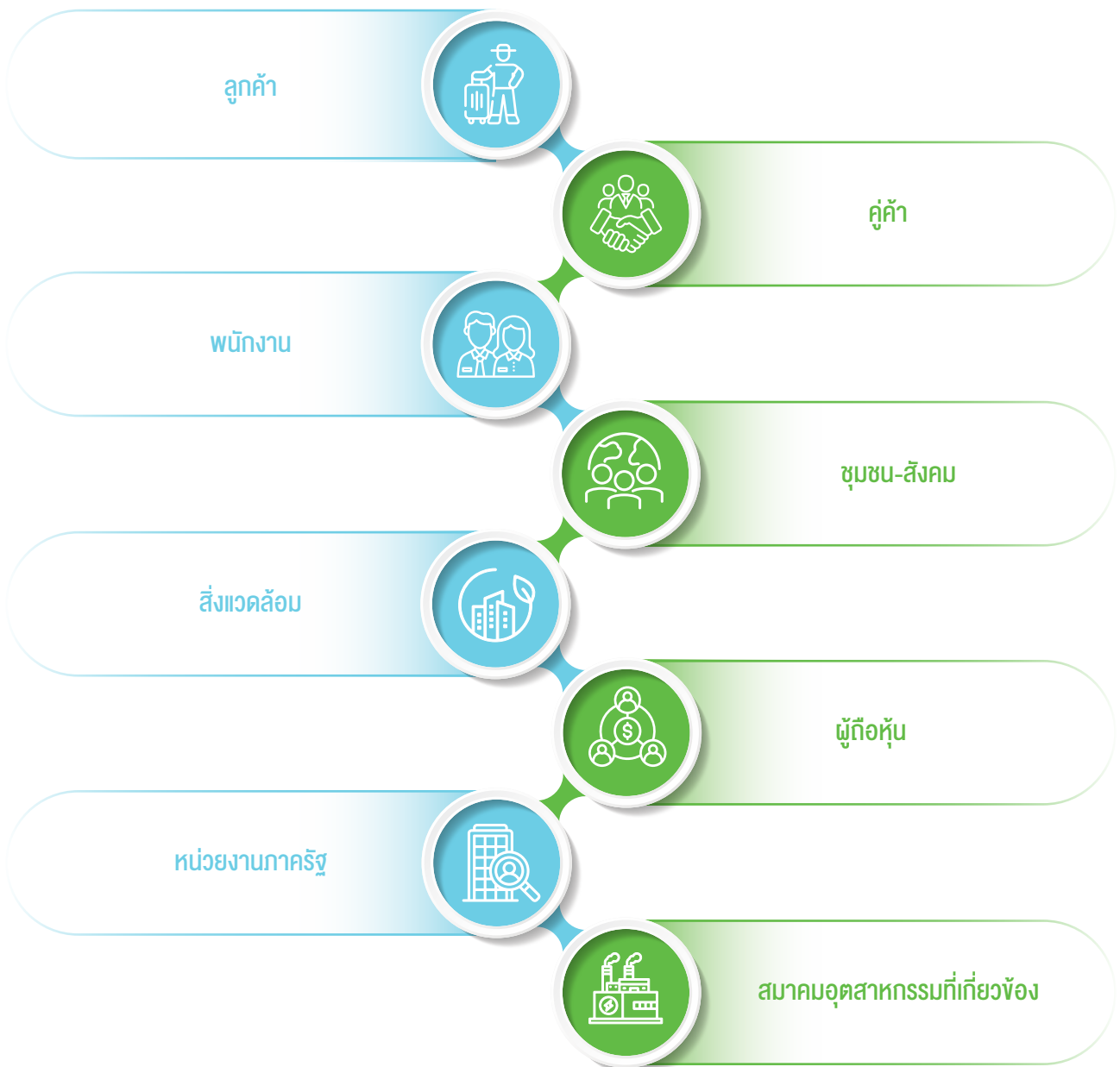
ชุมชนท้องถิ่น

- การพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
- ความพึงพอใจของลูกค้า

สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ...อย่างเท่าเทียมสำหรับทุกคน



ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท (CENTEL's Stakeholders)



บริษัทเชื่อมั่นว่าห่วงโซ่คุณค่าที่มีประสิทธิภาพเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการดำเนินงานอย่างยั่งยืน อีกทั้งช่วยสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรผ่านการส่งมอบประสบการณ์ที่ดี เป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียตามกรอบกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงมุ่งวิเคราะห์ พัฒนา และยกระดับทั้งกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างคุณค่าสูงสุด ดังนี้

1. การก่อสร้างและการออกแบบ (Construction & Design) :

บริษัทมุ่งพัฒนาโครงการ การก่อสร้าง และการออกแบบบนพื้นฐานของโครงสร้างที่มีคุณภาพและความสวยงาม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ของแต่ละแบรนด์ในเครือเซ็นทรัล ควบคู่กับการจัดหาเงินกู้และแหล่งเงินทุนเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาโครงการ โดยใช้แหล่งเงินทุนเพื่อความยั่งยืน ภายใต้การกำกับดูแลให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง อันเป็นพื้นฐานในการรองรับการรับรองด้านความยั่งยืนทางธุรกิจ

นอกจากนี้ การออกแบบและก่อสร้างอย่างพิถีพิถันช่วยเสริมประสิทธิภาพการใช้งานของโรงแรม ยกระดับประสบการณ์และความปลอดภัยของผู้เข้าพัก พร้อมสนับสนุนการดำเนินงานอย่างยั่งยืนผ่านการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

2. การใช้วัสดุท้องถิ่น (Local Materials) : บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม ภายใต้หลักการจัดหาที่ยั่งยืน (Sustainable Sourcing) ในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค การนำวัสดุท้องถิ่นมาใช้ในการก่อสร้างและตกแต่งภายในไม่เพียงช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจในพื้นที่และลดต้นทุนด้านการขนส่ง แต่ยังสะท้อนอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างชัดเจน

3. คู่ค้าและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น (Local Suppliers and Products) : บริษัทส่งเสริมความร่วมมือกับคู่ค้าท้องถิ่นผ่านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ สนับสนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในท้องถิ่น ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพของคู่ค้าในระยะยาว ให้สามารถตอบสนองความต้องการของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน แนวทางดังกล่าวยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกับผู้ประกอบการในพื้นที่ และเอื้อให้บริษัทสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความสดใหม่ มีเอกลักษณ์ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยกระดับภาพลักษณ์ของธุรกิจโรงแรม และร้านอาหาร พร้อมเสริมสร้างความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทานในระดับท้องถิ่น

4. การขายและการตลาด (Sales & Marketing) : การขายและการตลาดมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและการสร้างรายได้ของธุรกิจ ผ่านการบูรณาการเทคโนโลยีและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านรายได้และลดต้นทุนค่าคอมมิชชั่น ควบคู่กับความร่วมมือกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและการสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยยกระดับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน บริษัทมุ่งขยายและรักษาฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ควบคู่กับการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ที่ชัดเจน (Brand Identity)

5. การดำเนินงานและการให้บริการ (Operations and Services) :

การดำเนินงานและการให้บริการที่มีคุณภาพและเป็นไปตามเกณฑ์ของมาตรฐานสากลของการให้บริการ เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ครอบคลุมการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety Standards) และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กร บริษัทบูรณาการแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนในทุกกระบวนการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน ลดการเกิดของเสีย และยกระดับภาพลักษณ์แบรนด์ นำไปสู่ความภักดีของลูกค้าและความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง เพื่อปรับปรุงและยกระดับการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

6. บุคลากรในท้องถิ่น (Local People) : การจ้างงานบุคลากรจากชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการสร้างยกระดับคุณภาพชีวิต เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมความเท่าเทียม พนักงานในพื้นที่มักมีทักษะด้านภาษา ความรู้ทางวัฒนธรรม และความภาคภูมิใจในถิ่นฐานของตน สามารถถ่ายทอดประสบการณ์และข้อมูลเฉพาะท้องถิ่นที่แท้จริงให้แก่ลูกค้า ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยยกระดับคุณภาพของการให้บริการและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า นอกจากนี้การส่งเสริมศักยภาพบุคลากรในท้องถิ่นผ่านการฝึกอบรมและพัฒนาอาชีพด้านบริการสำหรับธุรกิจโรงแรมและธุรกิจร้านอาหาร ถือเป็นแนวทางในการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อีกด้วย

7. ชุมชนท้องถิ่น (Local Community) : การมีส่วนร่วมของบริษัทกับชุมชนในท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมด้านการศึกษา การสนับสนุนศิลปวัฒนธรรม และโครงการด้านสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และช่วยเสริมสร้างการยอมรับและภาพลักษณ์ที่ดี การสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในท้องถิ่น ยังเป็นการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างบริษัทกับชุมชนโดยรอบในระยะยาว

8. ลูกค้า (Customers) : ลูกค้าเปรียบเสมือนศูนย์กลางของห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนความสำเร็จขององค์กร บริษัทมุ่งมั่นในการส่งมอบประสบการณ์การบริการแบบไทยที่ผสานนวัตกรรม ความอบอุ่นแบบครอบครัว การให้บริการที่มีคุณภาพและบริการเฉพาะบุคคล (Personalization) ผ่านทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างมีคุณค่าและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน (Sustainability Management Goals)

เป้าหมายด้านการดำเนินงานด้านความยั่งยืนได้ถูกบูรณาการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เป้าหมายและตัวชี้วัดดังกล่าวได้ถูกถ่ายทอดจากระดับผู้บริหารสู่ระดับหน่วยงาน และระดับบุคคล เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนผลให้เป็นรูปธรรม และสร้างคุณค่าร่วมสูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งนี้บริษัทได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการตอบสนองต่อเป้าหมายความยั่งยืนระดับโลกและบูรณาการตัวชี้วัดวัดตามมาตรฐานสากล อาทิ เป้าหมายที่สำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN SDGs) กรอบการรายงานด้านความยั่งยืนของ GRI และตัวชี้วัดตามอุตสาหกรรมโรงแรมและอาหารจากมาตรฐานสากลต่างๆ เพื่อยึดเป็นหลักในการพัฒนาด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ ธรรมภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้กลุ่มเซ็นทรัลได้ลงนามเป็นสมาชิกสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็ก (UN Global Compact Membership) ตั้งแต่ปี 2566 ดังนั้นในฐานะบริษัทในเครือกลุ่มเซ็นทรัลจึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองหลักการปฏิบัติและพันธะสัญญาตามหลักการความยั่งยืนสากล

ในปี 2568 บริษัทได้กำหนด 8 เป้าหมาย 15 เป้าประสงค์ 16 ตัวชี้วัด ตามเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN SDGs) ดังนี้



เป้าหมายที่ 5

ส่งเสริมความเสมอภาคและเพิ่มบทบาทของสตรีและเด็กหญิง

มิติด้านการพัฒนาความยั่งยืน (ESG)

- สังคม
- ธรรมภิบาล

เป้าประสงค์และตัวชี้วัดของ UN SDGs

- 5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิง (ตัวชี้วัด 5.1.1)
- 5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และมีโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจ (ตัวชี้วัด 5.5.2)

เป้าหมายและความมุ่งมั่นของบริษัท

บริษัทมุ่งมั่นในการปกป้องและส่งเสริมหลักสิทธิมนุษยชน และให้ความสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมแห่งความเท่าเทียมโดยไม่เลือกปฏิบัติ มีเป้าหมายในการสร้างสมดุลในการจ้างงานระหว่างพนักงานชายและหญิง ส่งเสริมสิทธิเด็กและบทบาทของความเป็นผู้นำของพนักงานหญิงทุกระดับ



เป้าหมายที่ 6

สร้างหลักประกันเรื่องน้ำและการสุขาภิบาลให้มีการจัดการอย่างยั่งยืน

มิติด้านการพัฒนาความยั่งยืน (ESG)

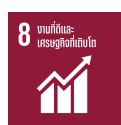
- สิ่งแวดล้อม
- สังคม

เป้าประสงค์และตัวชี้วัดของ UN SDGs

- 6.3 ปรับปรุงคุณภาพน้ำ บำบัดน้ำเสีย และเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่และการใช้ซ้ำที่ปลอดภัย (ตัวชี้วัด 6.3.1)

เป้าหมายและความมุ่งมั่นของบริษัท

บริษัท มุ่งมั่นลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนจากการดำเนินงาน โดยให้ความสำคัญกับการบำบัดน้ำเสียและการตรวจสอบคุณภาพน้ำหลังการบำบัดก่อนปล่อยสู่สาธารณะ พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดตามมาตรฐานกลับมาใช้ใหม่ เช่น การรดน้ำต้นไม้ และการล้างพื้น



เป้าหมายที่ 8

ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

มิติด้านการพัฒนาความยั่งยืน (ESG)

- สังคม

เป้าประสงค์และตัวชี้วัดของ UN SDGs

- 8.5 การจ้างงานและการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ (ตัวชี้วัด 8.5.2)
- 8.6 ลดสัดส่วนของเยาวชนที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม (ตัวชี้วัด 8.6.1)
- 8.8 ส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย (ตัวชี้วัด 8.8.1)

เป้าหมายและความมุ่งมั่นของบริษัท

บริษัทมุ่งสร้างโอกาสทางอาชีพสำหรับทุกคน รวมถึงกลุ่มเปราะบางในสังคม โดยกำหนดนโยบายการจ้างงานที่เท่าเทียม (Equal Employment Opportunity) พร้อมส่งเสริมความร่วมมือผ่านโครงการฝึกอบรมเพื่อสร้างอาชีพและการจ้างงานสำหรับเยาวชน ตลอดจนยกระดับสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง



เป้าหมายที่ 9

ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมและนวัตกรรมที่ยั่งยืน

มิติด้านการพัฒนาความยั่งยืน (ESG)

- สิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์และตัวชี้วัดของ UN SDGs

- 9.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ตัวชี้วัด 9.4.1)

เป้าหมายและความมุ่งมั่นของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับการบูรณาการนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน และบรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงมุ่งสู่องค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593



เป้าหมายที่ 11

ส่งเสริมเมืองและชุมชนให้มีความยั่งยืน

มิติด้านการพัฒนาความยั่งยืน (ESG)

- สิ่งแวดล้อม
- สังคม

เป้าประสงค์และตัวชี้วัดของ UN SDGs

11.6 ลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเมืองและชุมชน รวมถึงคุณภาพอากาศ และการจัดการของเสีย (ตัวชี้วัด 11.6.1)

เป้าหมายและความมุ่งมั่นของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการของเสีย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลพิษที่ส่งผลต่อคุณภาพอากาศในชุมชน โดยตั้งเป้าลดปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบลงร้อยละ 20 ภายในปี 2572 ผ่านการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ และเพิ่มอัตราการนำขยะกลับมาใช้ใหม่และรีไซเคิลให้มากกว่าร้อยละ 50



เป้าหมายที่ 12

ส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

มิติด้านการพัฒนาความยั่งยืน (ESG)

- สิ่งแวดล้อม
- สังคม

เป้าประสงค์และตัวชี้วัดของ UN SDGs

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ (ตัวชี้วัด 12.2.2)

12.3 ลดขยะอาหารในระดับค้าปลีกและผู้บริโภคและลดการสูญเสียอาหารจากกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน (ตัวชี้วัด 12.3.1)

12.4 การจัดการสารเคมีและของเสียด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ตัวชี้วัด 12.4.2)

12.5 ลดการเกิดของเสียโดยให้มีการป้องกัน การลดปริมาณ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ (ตัวชี้วัด 12.5.1)

12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่ยั่งยืน (ตัวชี้วัด 12.7.1)

เป้าหมายและความมุ่งมั่นของบริษัท

บริษัทสนับสนุนหลักการปฏิบัติ 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อลดของเสียจากการดำเนินงาน และมีการจัดการตามแผนการจัดการของเสียของ เซ็นการ่า (Centara Waste Management Plan) พร้อมส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียน การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตและการให้บริการ



เป้าหมายที่ 13

การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

มิติด้านการพัฒนาความยั่งยืน (ESG)

- สิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์และตัวชี้วัดของ UN SDGs

13.3 การสร้างความตระหนักรู้ และขีดความสามารถของมนุษย์ในเรื่องการลดปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปรับตัวการลดผลกระทบ (ตัวชี้วัด 13.3.1)

เป้าหมายและความมุ่งมั่นของบริษัท

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีความตระหนักรู้ผ่านการอบรมและการพัฒนาศักยภาพของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวต่อผลกระทบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำแผนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2563-2572) และกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Strategy) เพื่อขับเคลื่อนผลการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด



เป้าหมายที่ 16

สร้างสถาบันที่เข้มแข็ง รับผิดชอบ และครอบคลุมการพัฒนาที่ยั่งยืน

มิติด้านการพัฒนาความยั่งยืน (ESG)

- ธรรมาภิบาล
- สังคม

เป้าประสงค์และตัวชี้วัดของ UN SDGs

16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ (ตัวชี้วัด 16.5.1 และ 16.5.2)

เป้าหมายและความมุ่งมั่นของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยเข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และส่งเสริมให้คู่ค้าประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านคอร์รัปชันร่วมกัน พร้อมทั้งปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างการกำกับดูแลและการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างกลไกที่เข้มแข็งและสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainable Development Goals and Performance)

การประเมินผลการดำเนินงานประจำปี 2568 มีการเชื่อมโยงตัวชี้วัดความสำเร็จด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สำคัญขององค์กร โดยขับเคลื่อนผ่านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายทั่วทั้งองค์กร บริษัทมีการจัดทำแผนการดำเนินงาน แต่งตั้งคณะทำงาน และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อขอรับและข้อเสนอแนะ รวมถึงสร้างความมั่นใจว่ามีการพิจารณาเพียงพอบนการบรรลุเป้าหมายที่กำหนด ทั้งนี้ รายละเอียดตัวชี้วัดที่สำคัญมีดังนี้

นโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน	เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงานปี 2568
เสาหลักด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม		
    		
<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินการสู่องค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ในปี 2593 	<ul style="list-style-type: none"> ลดค่าความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจ โรงแรม (Scope 1 และ 2) ระยะเวลาภายในปี 2572 ร้อยละ 40 เทียบจากปีฐาน 2562 ภายใต้แผนดำเนินการ 10 ปี (2563 - 2572) 	<ul style="list-style-type: none"> ค่าความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจ โรงแรม (Scope 1 และ 2) ลดลงร้อยละ 38.40 เทียบจากปี 2562
<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินงานด้านพลังงานหมุนเวียน 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในธุรกิจโรงแรม ทั้งหมดเทียบกับปี 2567 ขับเคลื่อนการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์โดยมีเป้าหมายการติดตั้งมากกว่าร้อยละ 50 ของโรงแรม ที่บริษัทฯเป็นเจ้าของภายในปี 2571 	<ul style="list-style-type: none"> สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในธุรกิจโรงแรม เพิ่มขึ้น 3.2 เท่าเทียบกับปี 2567 ในปี 2568 โรงแรมที่บริษัทฯเป็นเจ้าของติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 45
<ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการของเสีย และมลพิษ 	<ul style="list-style-type: none"> ขับเคลื่อนการลดปริมาณขยะฝังกลบต่อห้องพักที่มีการใช้งานลดลงร้อยละ 20 เทียบจากปีฐาน 2562 ขับเคลื่อนการเพิ่มขึ้นของอัตราขยะรีไซเคิลจากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมให้มากกว่าร้อยละ 50 	<ul style="list-style-type: none"> ปริมาณขยะฝังกลบต่อห้องพักที่มีการใช้งานลดลงร้อยละ 22.90 เทียบจากปี 2562 อัตราขยะรีไซเคิลจากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 29.29
<ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราได้รับการรับรองด้านความยั่งยืนจาก สภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ร้อยละ 100 ในปี 2568 	<ul style="list-style-type: none"> โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราได้รับการรับรองด้านความยั่งยืนจาก สภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ครบตามเป้าหมาย (42 โรงแรม)
<ul style="list-style-type: none"> การจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มพื้นที่สีเขียวในธุรกิจโรงแรม การปลูกปะการังฟื้นฟูระบบนิเวศกับบนบกและใต้น้ำ 	<ul style="list-style-type: none"> สัดส่วนพื้นที่สีเขียวของธุรกิจโรงแรม คิดเป็น 40% ของพื้นที่ทั้งหมด ปลูกผักสวนครัวและสมุนไพรเพื่อใช้ในโรงแรม 25 โรงแรม จำนวนต้นไม้ที่ปลูก 2,886 ต้น ปลูกปะการังจำนวน 1,400 กิ่ง ครอบคลุม 600 ตารางเมตร

นโยบายการดำเนินงาน
ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เป้าหมายปี 2568

ผลการดำเนินงานปี 2568

เสาหลักด้านการพัฒนาสังคม



<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน ธุรกิจโรงแรม 60 ชั่วโมง/คน/ปี ธุรกิจอาหาร 7 ชั่วโมง/คน/ปี 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ย 60 ชั่วโมง/คน/ปี จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ย 7 ชั่วโมง/คน/ปี
<ul style="list-style-type: none"> การดูแลพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ผลการประเมินองค์กรที่ได้รับการยอมรับด้านการดูแลพนักงานจากหน่วยงานภายนอก ความพึงพอใจของพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจโรงแรม รางวัลองค์กรสุขภาพเพื่อการสร้างชาติ (Wellness Corporate National Building Award) ธุรกิจโรงแรม รางวัล Leader of Leader จาก Future Trends Awards 2025 ธุรกิจอาหาร รางวัล Most Inspiring Leader จาก Employee Experience Awards Thailand 2025 ธุรกิจอาหาร รางวัล HR Professional Awards 2025 คะแนนความพึงพอใจของพนักงานธุรกิจโรงแรม ร้อยละ 92 คะแนนความพึงพอใจของพนักงานธุรกิจอาหาร ร้อยละ 84
<ul style="list-style-type: none"> อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน 	<ul style="list-style-type: none"> อัตราการเสียชีวิตจากการทำงานเป็นศูนย์ จำนวนพนักงานที่บาดเจ็บจากการทำงานลดลง (LTIR) 	<ul style="list-style-type: none"> อัตราการเสียชีวิตจากการทำงานเท่ากับ 0 จำนวนพนักงานที่บาดเจ็บจากการทำงาน (LTIR) ลดลงร้อยละ 32.58 เทียบกับปีที่ผ่านมา
<ul style="list-style-type: none"> การเคารพสิทธิมนุษยชน ความแตกต่าง ความหลากหลายและความเท่าเทียม 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนรวมผู้บริหารหญิงระดับผู้จัดการขึ้นไปของหน่วยธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารมากกว่าร้อยละ 50 	<ul style="list-style-type: none"> สัดส่วนผู้บริหารหญิงระดับผู้จัดการขึ้นไปของหน่วยธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารร้อยละ 52.5
<ul style="list-style-type: none"> การสร้างโอกาสทางอาชีพเพื่อกลุ่มเปราะบางและสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> การจ้างงานผู้พิการตามที่กฎหมายกำหนด ร้อยละ 100 ส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> จ้างงานคนพิการตามกฎหมายกำหนด โดยไม่ต้องส่งเงินสมทบเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ รางวัลองค์กรส่งเสริมการจ้างงานคนพิการประจำปี 2568 รางวัลองค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานและการมีรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ประจำปี 2568
<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาศักยภาพเยาวชนและสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ทั้งในประเทศและต่างประเทศของธุรกิจโรงแรมและอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนผู้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการ 4,357 คน
<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนชั่วโมงจิตอาสาของพนักงานทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจโรงแรม: 3,500 ชั่วโมงต่อปี ธุรกิจอาหาร: "โครงการ 1 คน 1 ชั่วโมง 1 ความดี" 4,500 ชั่วโมงต่อปี 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนชั่วโมงจิตอาสาของพนักงานธุรกิจโรงแรมรวม 3,521 ชั่วโมงต่อปี จำนวนชั่วโมงจิตอาสาของพนักงานธุรกิจอาหารรวม 9,597 ชั่วโมงต่อปี

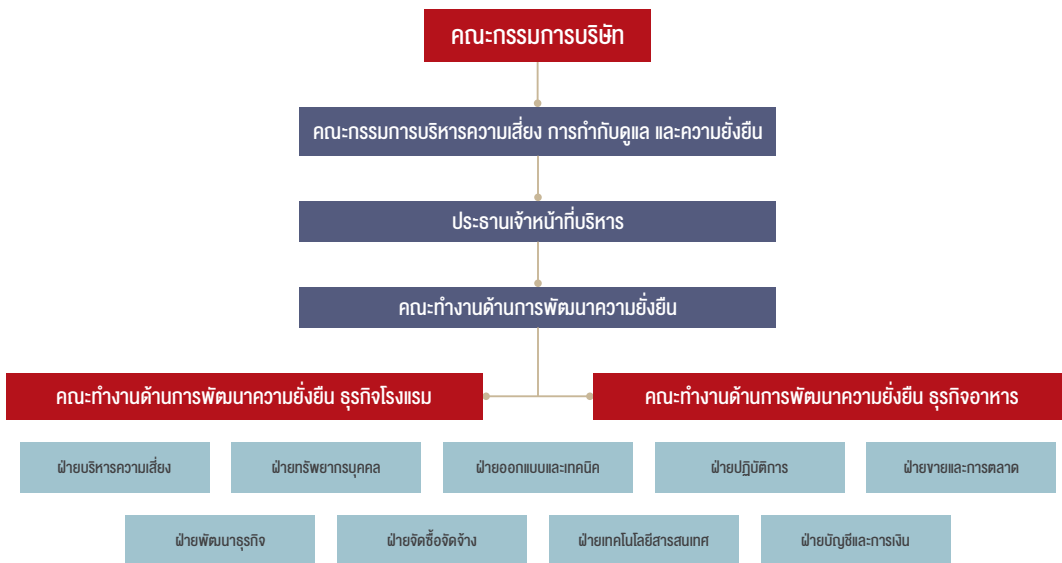
นโยบายการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน	เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงานปี 2568
<p>เสาหลักด้านการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการ</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="161 338 236 416"> </div> <div data-bbox="248 338 323 416"> </div> </div>		
<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินงานด้านการกำกับดูแล 	<ul style="list-style-type: none"> การประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ (ดีเลิศ) การประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (AGM) 100 คะแนน การเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านทุจริต (CAC) 	<ul style="list-style-type: none"> ผลการประเมินปี 2568 อยู่ในระดับ “ดีเลิศ” จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท และจัดอยู่ในลำดับ Top Quartile สำหรับกลุ่ม Market Cap. ที่ 30,001 ถึง 100,000 ล้านบาท เข้าร่วมประเมิน ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) 2025 เป็นปีแรก และได้รับรางวัล The ASEAN Asset Class PLCs Award โดยอยู่ในกลุ่มบริษัทที่ได้คะแนน 97.50 ขึ้นไป ผลการประเมินคุณภาพการจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น 100 คะแนน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 ต่ออายุการเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตครั้งที่ 3 ได้รับการรับรองเป็น CAC Change Agent สำหรับบริษัทที่มีส่วนช่วยขยายขอบเขตการเชิญชวนลูกค้าเข้าร่วมเครือข่าย CAC ติดต่อกันเป็นปีที่ 2
<ul style="list-style-type: none"> การบริหารห่วงโซ่อุปทานและความเสี่ยงในการดำเนินกิจการที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล 	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของคู่ค้าที่รับทราบจรรยาบรรณคู่ค้าที่ครอบคลุมประเด็นสิทธิมนุษยชน สังคม และสิ่งแวดล้อม การตรวจประเมินคู่ค้าประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจโรงแรมร้อยละ- 69 ธุรกิจอาหารร้อยละ- 28 ธุรกิจโรงแรมร้อยละ- 26 ธุรกิจอาหารร้อยละ- 55
<ul style="list-style-type: none"> ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานโรงแรมได้การอบรมเรื่อง Cyber Security ร้อยละ- 100 ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2022 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมเรื่อง Cyber Security ร้อยละ- 100 ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2022 ปี 2567 - 2570

โครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน (STRUCTURE OF SUSTAINABILITY MANAGEMENT)

โครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทาง กำกับดูแล ติดตาม ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และพันธกิจด้านความยั่งยืน Net Zero โดยบริษัทกำหนดให้ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนได้รับการกำกับดูแลในระดับสูงสุด เริ่มตั้งแต่คณะกรรมการบริษัท ซึ่งมีหน้าที่กำหนดนโยบาย แนวทางการดำเนินงาน และให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาความยั่งยืนอย่างรอบด้าน คณะกรรมการบริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อย คือคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยกรรมการที่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญที่เหมาะสม ทำหน้าที่พิจารณากรอบการดำเนินงาน การกำกับดูแลด้านการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรให้เป็นไปตามนโยบาย รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) กำหนดกลยุทธ์ ให้ข้อเสนอแนะ และติดตามตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เพื่อสนับสนุนเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารงานด้านความยั่งยืน นำโดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารทำหน้าที่เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแบบบูรณาการ โดยมีคณะทำงานด้านความยั่งยืนในแต่ละหน่วยธุรกิจทำหน้าที่ถ่ายทอดกลยุทธ์ สู่แผนปฏิบัติการที่ชัดเจน และทำงานร่วมกับหน่วยงานภายในองค์กรทุกภาคส่วน ควบคู่กับการส่งเสริมความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมของพนักงาน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานในทุกระดับเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล มีการสื่อสารและเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสอดคล้องกับกรอบและมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล อาทิ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) หลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงมาตรฐานสากลด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทจัดให้มีการประชุมติดตามผลการดำเนินงาน และรายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงการวิเคราะห์ช่องว่างด้านความเสี่ยงและโอกาส (Risk and Opportunity Gap) ต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นรายไตรมาส เพื่อทบทวนความก้าวหน้าและให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่กำหนดไว้

โครงสร้างการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Governance Structure of Sustainability Management)



ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลและความยั่งยืนและคณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาอนุมัติแผนงานสำหรับการพัฒนาความยั่งยืน ดังนี้

1. อนุมัติการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนปี 2568 ตามหลักการ Double Materiality ซึ่งครอบคลุมสาระสำคัญด้านผลกระทบ (Impact Materiality) และสาระสำคัญด้านการเงิน (Financial Materiality)
2. อนุมัติแผนการจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Strategy) และกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Strategy) รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทุกไตรมาส
3. ทบทวนและอนุมัติความเสี่ยงด้าน ESG และแผนการดำเนินการ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน
4. พิจารณาร่างนโยบายใหม่และทบทวนนโยบายด้านความยั่งยืนที่มีมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ

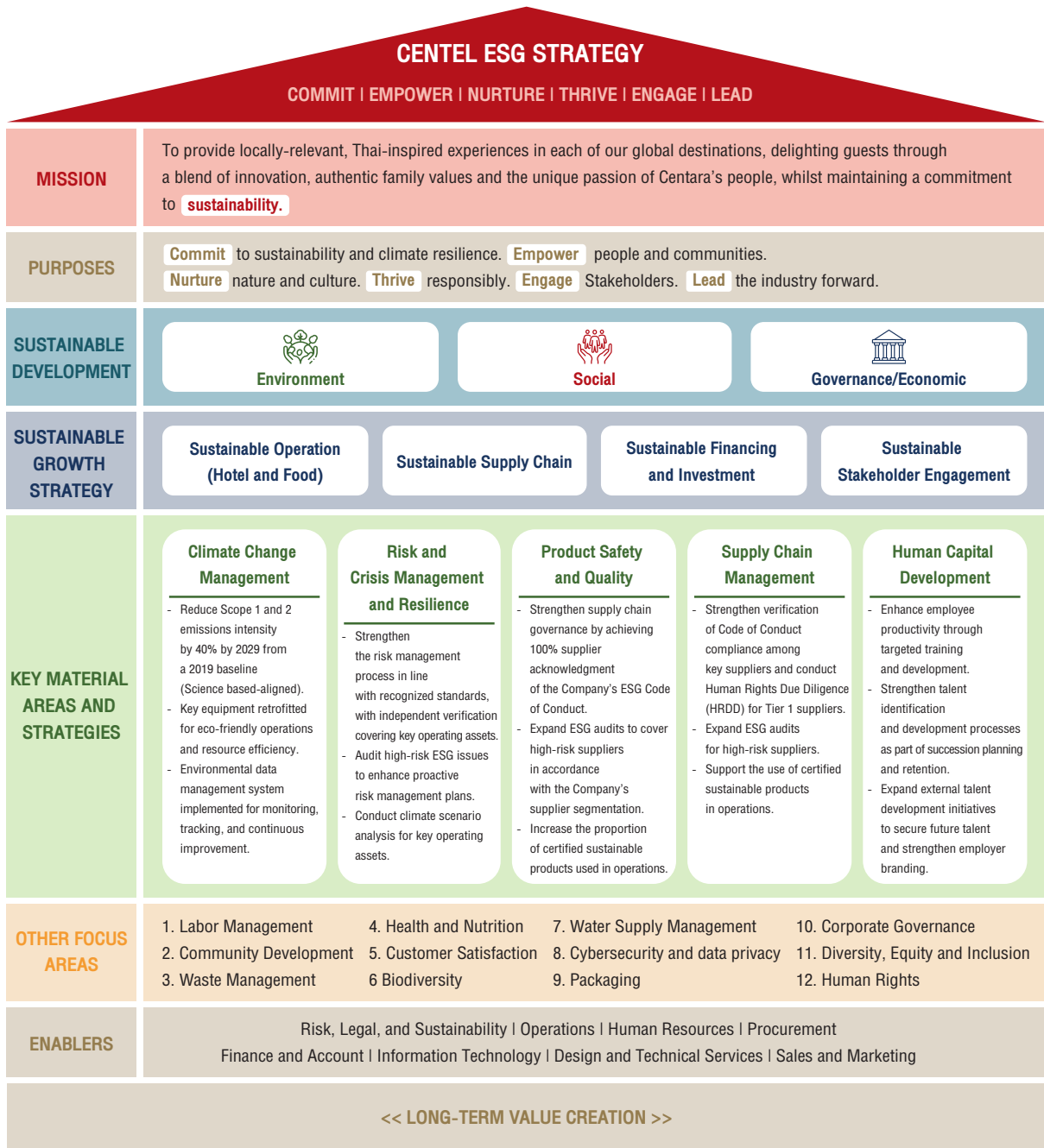
นอกจากนี้ บริษัทได้มีการดำเนินงานตามนโยบาย แนวทางและกลยุทธ์ที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้ ดังนี้

- จัดทำแผนกลยุทธ์การพัฒนายั่งยืน (Sustainability Strategy) และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Strategy) เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร
- ดำเนินการรองรับรองการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของโรงแรม จากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ครบ 42 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 100 ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในปี 2565 และมีแผนรองรับรองการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของโรงแรมอย่างต่อเนื่อง
- ดำเนินการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) ตามเป้าหมายการติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์ให้ครอบคลุมร้อยละ 50 ของโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ (Owned Hotel) ภายในปี 2571 โดยในปี 2568 มีโรงแรมที่สามารถติดตั้งระบบจำนวน 7 โรงแรม ทำให้มีการติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์รวมทั้งสิ้น 10 โรงแรม (จาก 22 โรงแรมในปี 2568) คิดเป็นร้อยละ 45 นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมให้โรงแรมที่บริษัทบริหาร (Managed Hotel) เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน ตามแนวทางเดียวกัน
- ทบทวนและจัดทำแผนการตรวจประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Performance) สำหรับธุรกิจโรงแรม ผ่านการตรวจประเมินจากสำนักงานใหญ่
- จัดอบรมและสื่อสารองค์ความรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และความยั่งยืนขององค์กร (Corporate Sustainability) ผ่านระบบ E-learning และช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ให้แก่พนักงาน ผู้บริหาร และคณะกรรมการบริษัท เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้และเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนผ่านจากการเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรมและสภาพภูมิอากาศ อาทิ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก การอนุรักษ์พลังงาน การจัดการของเสีย และความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการไม่เลือกปฏิบัติ เป็นต้น
- ดำเนินโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งเสริมกิจกรรมจิตอาสาของพนักงาน การสนับสนุนโครงการความร่วมมือทวิภาคีระหว่างสถานศึกษา การจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน และการเปิดพื้นที่เพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นต้น
- ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG สำหรับคู่ค้าประจำปี
- ดำเนินการทบทวนและรับรองความถูกต้องของข้อมูลบัญชีก๊าซเรือนกระจก ข้อมูลการใช้พลังงาน การใช้น้ำ และการจัดการของเสีย รวมถึงข้อมูลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ข้อมูลการพิจารณาค่าตอบแทนและสวัสดิการ กระบวนการประเมินประเด็นสาระสำคัญแบบสองมิติ (Double Materiality) ตามแนวทางของมาตรฐาน GRI



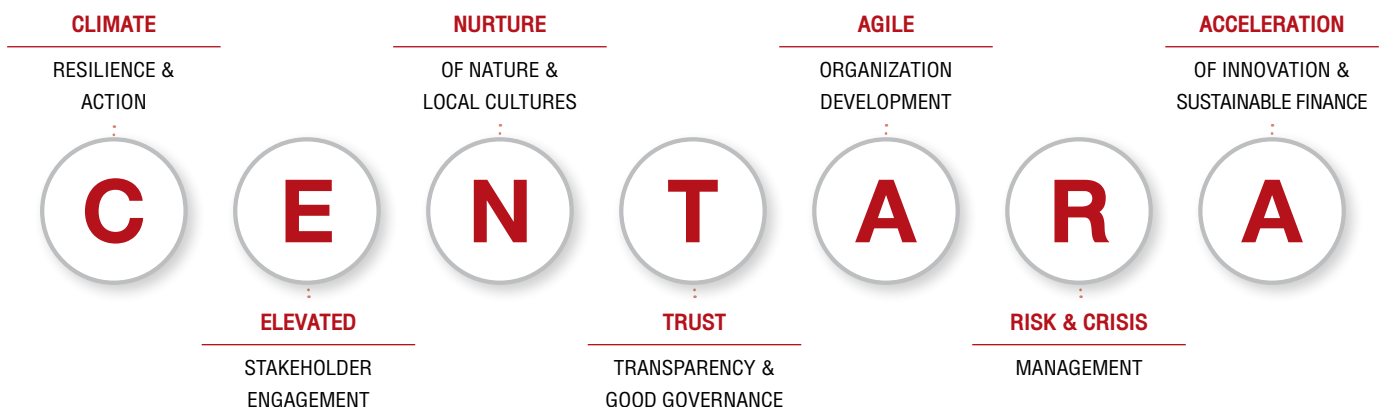
กลยุทธ์ทางธุรกิจด้าน ESG (ESG Strategy)

บริษัทได้ยกระดับแผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับระดับสาระสำคัญของประเด็นความยั่งยืน เป้าหมายด้านความยั่งยืน รวมถึงกฎหมายและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมในการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม สิ่งแวดล้อม ผ่านการขับเคลื่อนความยั่งยืนและการเสริมสร้างขีดความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ควบคู่กับการเสริมพลังบุคลากรและชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย การดูแลธรรมชาติและสืบสานวัฒนธรรม เพื่อการเติบโตอย่างมีความรับผิดชอบและการเป็นผู้นำในการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน



พร้อมกันนี้ ในปี 2568 ธุรกิจโรงแรมได้พัฒนาแผนกลยุทธ์ด้านการจัดการความยั่งยืน (CENTARA Sustainability Blueprint) โดยเชื่อมโยงการดำเนินงานและโครงการริเริ่มต่างๆ ภายใต้แผนพัฒนาความยั่งยืนระยะ 5 ปี (2568-2572) ให้สอดคล้องกับ Blueprint ดังกล่าว เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อประเด็นสาระสำคัญของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายด้าน ESG ในทุกมิติ

CENTARA SUSTAINABILITY BLUEPRINT



ภาพรวมกลยุทธ์ที่สำคัญในพัฒนาสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ปี 2568 (Overview of Key ESG Strategies 2025)

ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทกำหนดแผนการยกระดับประสิทธิภาพของอุปกรณ์ในการดำเนินงานควบคู่กับการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อผลักดันการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในระยะยาว โดยในปี 2568 บริษัทได้ขับเคลื่อนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกครอบคลุมทั้ง 3 ขอบเขต (Scope 1, 2 และ 3) สำหรับ ขอบเขตที่ 1 (Scope 1) บริษัทดำเนินการผ่านการประเมินประสิทธิภาพของอุปกรณ์และการปรับปรุงระบบ โดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในจุดที่มีการใช้พลังงานสูง (Hotspot) ส่งผลให้สามารถลดการใช้พลังงานโดยรวม ลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล และสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่ทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการปรับเปลี่ยนระบบเพื่อลดการใช้สารทำความเย็น และส่งเสริมการใช้สารทำความเย็นที่มีศักยภาพในการก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming Potential: GWP) ต่ำ สำหรับ ขอบเขตที่ 2 (Scope 2) บริษัทมุ่งยกระดับประสิทธิภาพของอุปกรณ์เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า พร้อมทั้งบูรณาการและเชื่อมโยงระบบการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้ประโยชน์จากพลังงานสูญเสีย (Energy Waste) ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ควบคู่กับการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดอย่างต่อเนื่อง สำหรับ ขอบเขตที่ 3 (Scope 3) บริษัทดำเนินการผ่านการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมการใช้ซ้ำและการรีไซเคิลเพื่อลดการใช้ทรัพยากรใหม่ รวมถึงการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนการเดินทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับพนักงาน เพิ่มสัดส่วนการจัดหาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือเป็นผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ ตลอดจนร่วมมือกับคู่ค้าในการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ และเปลี่ยนผ่านสู่การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการให้บริการ ทั้งนี้ บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อและตระหนักถึงผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ จึงได้จัดทำแผนการตอบสนองด้านความหลากหลายทางชีวภาพให้สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานและบริบทของแต่ละพื้นที่

ด้านสังคม บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างรากฐานทางสังคมที่มีคุณภาพ ผ่านการยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานและชุมชน การพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม และการเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านทางธุรกิจในปัจจุบัน และอนาคต ในปี 2568 บริษัทได้ขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความเท่าเทียม การเคารพสิทธิมนุษยชน และการยอมรับความหลากหลาย ตามหลักการชี้แนะขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) ควบคู่กับการพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคลากรภายในองค์กรและคู่ค้า เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินโครงการด้านสังคมผ่านการสร้างโอกาสทางอาชีพ เพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพเข้าสู่ตลาดแรงงานในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร รวมถึงการส่งเสริมการฝึกอบรมและการจ้างงานกลุ่มเปราะบาง เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม บริษัทให้ความสำคัญกับการยกระดับระบบอาสาสมัครและความปลอดภัยในการทำงานสำหรับพนักงาน ตลอดจนความปลอดภัยในพื้นที่ให้บริการสำหรับลูกค้า พร้อมทั้งสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของลูกค้าย เพื่อสร้างความตระหนักรู้และเพิ่มการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ

ด้านธรรมาภิบาล บริษัทให้ความสำคัญกับการมีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่เข้มแข็ง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ อันเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการด้าน ESG บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด รวมถึงกฎระเบียบและข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และแนวปฏิบัติของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ควบคู่กับการนำมาตราฐานและกรอบการดำเนินงานระดับสากลมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ อาทิ GSTC, UNGC, TCFD, MSCI, S&P Global CSA, FTSE Russell และ GRI Standards นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงและการบริหารจัดการภาวะวิกฤตอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมการกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทาน คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และวางรากฐานการดำเนินธุรกิจบนหลักธรรมาภิบาลและจรรยาบรรณอย่างยั่งยืน

การกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Sustainability Materiality Assessment)

ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน พร้อมพัฒนากระบวนการประเมินให้สอดคล้องกับกรอบการรายงานตามมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง อาทิ Global Reporting Initiative (GRI) 2021 และ Sustainability Accounting Standards Board (SASB) โดยในการระบุประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และธรรมาภิบาล บริษัทได้เทียบเคียงกับประเด็น ESG ระดับอุตสาหกรรม ประเด็นเฉพาะสำหรับธุรกิจโรงแรมและอาหาร รวมถึงการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ครอบคลุมผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบตลอดกระบวนการดำเนินงานธุรกิจ และสอดคล้องกับบริบทและกฎระเบียบด้านความยั่งยืนที่เปลี่ยนแปลงไป

บริษัทนำตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนมาใช้เป็นกรอบในการจัดลำดับความสำคัญของประเด็น เช่น SET, GRI, MSCI และ S&P Global CSA โดยยึดหลักการประเมินสาระสำคัญแบบสองมิติ (Double Materiality) ซึ่งครอบคลุมถึงมิถุนการณ์ของการดำเนินธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (Impact Materiality) และมิถุนการณ์ของประเด็นความยั่งยืนต่อองค์กรในด้านการเงิน รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ (Financial Materiality)

การระบุและประเมินประเด็นสำคัญดำเนินการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจและแบบสอบถามออนไลน์ ครอบคลุมคณะกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ชุมชนและสังคม รวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านความยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอุตสาหกรรมบริการ เพื่อให้ผลการประเมินสะท้อนความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้มีการประเมินและทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนทุก 3 ปี โดยประเด็นดังกล่าวจะได้รับการพิจารณาโดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน และคณะกรรมการบริษัทตามลำดับ ก่อนนำไปใช้เป็นกรอบในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืนและแผนการดำเนินงานของฝ่ายบริหาร พร้อมติดตามและรายงานผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

ขั้นตอนการกำหนดประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Sustainability Materiality Assessment Process)



1. การประเมินสภาพปัจจุบัน (Current State Assessment):

- ประเมินและทบทวนธุรกิจหลักของบริษัท แนวโน้มอุตสาหกรรม และข้อกำหนด มาตรฐานด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเทียบเคียงประเด็นด้านความยั่งยืนกับบริษัทในอุตสาหกรรมโรงแรมและอาหาร โดยใช้หลักการทบทวนแบบ 360 องศา (360 degree Review) ควบคู่กับการพิจารณาประเด็นสำคัญที่สะท้อนความเสี่ยง ผลกระทบ และโอกาสทางธุรกิจ
- นำผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนมาวิเคราะห์เพื่อระบุประเด็น ESG ร่วมในกลุ่มอุตสาหกรรม และประเด็นที่เกี่ยวข้องที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัท พร้อมเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียกับกิจกรรมตลอดห่วงโซ่มูลค่าของบริษัทในขั้นตอนต่อไป



2. การทำแผนที่เชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าและผู้มีส่วนได้เสีย (Value Chain Mapping)

- เชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อประเมินประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลว่ามีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรและผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร
- จัดทำแผนที่กิจกรรมตลอดห่วงโซ่มูลค่า เพื่อระบุผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยเทียบเคียงกับประเด็นด้าน ESG ที่เกี่ยวข้อง พร้อมประเมินประเด็นสาระสำคัญแบบสองมิติ (Double Materiality) ซึ่งครอบคลุมมิติผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน และมีผลกระทบต่อทางการเงิน

3. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

- ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความคาดหวัง ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจ และการทำแบบสอบถาม เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวคิด ข้อเสนอแนะ ทั้งด้านสาระสำคัญเชิงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และเชิงการเงินต่อองค์กรตามการรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับการจัดการประเด็นต่างๆ ของบริษัท



4. การทบทวนและประเมินผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส (Impact & Risk Opportunity Review)

- ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรมีส่วนร่วมในการทบทวนและประเมินผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส ทั้งที่อาจเกิดขึ้น (Potential Impacts) และที่เกิดขึ้นจริง (Actual Impacts)
- ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรมีส่วนร่วมในการประเมินตามกรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยพิจารณาความรุนแรงของผลกระทบทั้งในมิติทางการเงิน และมีมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
- ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรประเมินระดับความเป็นไปได้ของแต่ละประเด็นตามกรอบระยะสั้นและระยะยาวที่บริษัทกำหนด



5. การจัดลำดับและการรับรองประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Topic Prioritization and Validation)

- รวบรวมและเปรียบเทียบคะแนนทั้งในมิติผลกระทบและนัยทางการเงิน เพื่อกำหนดประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน
- ขอความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและให้การประเมินสะท้อนหลักการตามมาตรฐานและความคาดหวังของอุตสาหกรรมและผู้มีส่วนได้เสียอย่างแท้จริง
- จัดลำดับความสำคัญของประเด็นโดยแบ่งเป็นสาระสำคัญระดับพื้นฐาน (Foundational Topics) สาระสำคัญระดับสูง (Focus Topics) และสาระสำคัญระดับสูงสุด (Critical Topics) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและดำเนินงานให้สอดคล้องกับระดับความสำคัญของแต่ละประเด็น
- นำเสนอประเด็นต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน และคณะกรรมการบริษัทตามลำดับ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนนำไปใช้เป็นกรอบในการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เพื่อยกระดับการบริหารจัดการและการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Sustainability Materiality Topics)

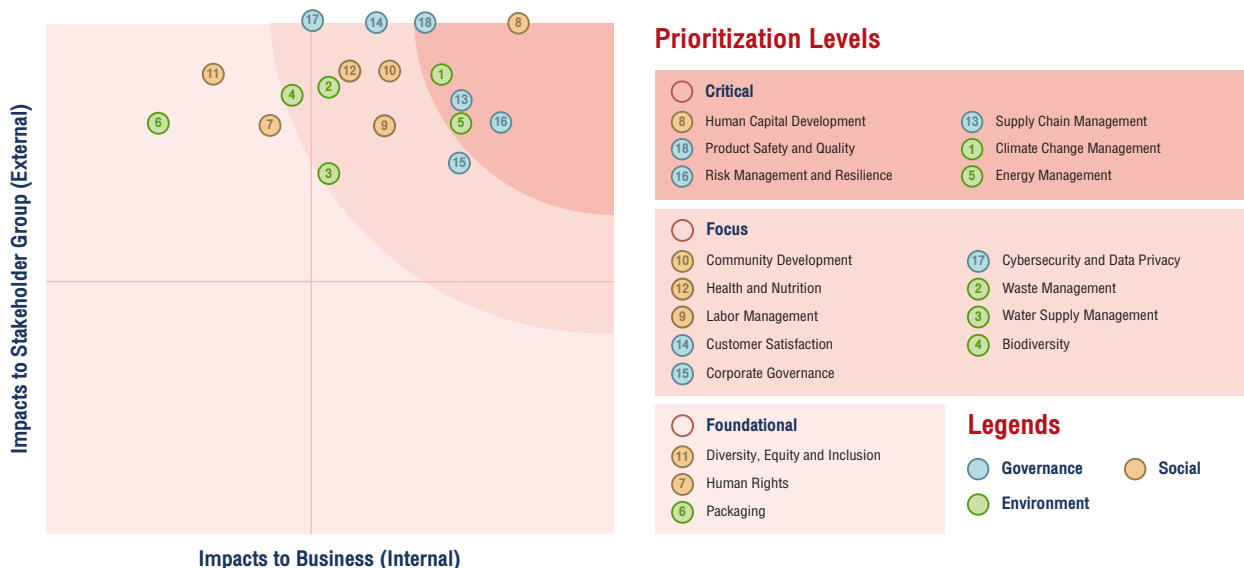
จากผลการทบทวนและประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในปี 2568 บริษัทได้ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนจำนวน 17 ประเด็น เพิ่มขึ้นจากเดิม 4 ประเด็น ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทได้นำประเด็นสำคัญดังกล่าวมาจัดลำดับตามระดับสาระสำคัญ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับความสำคัญสูงสุด ระดับความสำคัญสูง และระดับพื้นฐาน โดยประเด็นที่อยู่ในระดับความสำคัญสูงสุด จะถูกนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์หลักเพื่อขับเคลื่อนผลลัพธ์ด้านความยั่งยืน อย่างเป็นรูปธรรม สร้างคุณค่าสูงสุดแก่บริษัท สังคม และสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกัน บริษัทยังให้ความสำคัญกับประเด็นสำคัญระดับความสำคัญสูง และระดับพื้นฐาน อย่างต่อเนื่อง ผ่านการพิจารณาโอกาสและผลกระทบ การกำหนดระบบการบริหารจัดการความเสี่ยง และการรายงานผลการดำเนินงานตามระดับความสำคัญ ของแต่ละประเด็น



หมายเหตุ:

- ระดับความสำคัญสูงสุด (Critical level) หมายถึง ประเด็นเชิงกลยุทธ์ที่เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการสร้างผลกระทบเชิงบวกและความสำเร็จทางธุรกิจ โดยมีการรายงานผลอย่างครอบคลุมพร้อมผลลัพธ์ทางการเงินหรือเชิงปริมาณที่ชัดเจน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงรุก
- ระดับความสำคัญสูง (Focus level) หมายถึง ประเด็นที่องค์กรให้ความสำคัญ โดยบูรณาการในเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ครอบคลุมการรายงานและการบริหารจัดการผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสที่มีสาระสำคัญ (Material IROs) อย่างเป็นระบบ
- ระดับพื้นฐาน (Foundational level) หมายถึง ประเด็นพื้นฐานที่องค์กรจัดให้มีธรรมาภิบาลที่เหมาะสม ปฏิบัติตามหรือสูงกว่ากฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง พร้อมรายงานแนวทางการบริหารจัดการและใช้นโยบายเป็นฐานในการบริหารความเสี่ยง



ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนประจำปี 2568 (CENTEL's Materiality Matrix)





หมายเหตุ: ประเด็นการบริหารจัดการพลังงาน (Energy Management) ได้ถูกกำกับดูแลภายใต้ การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Management)

การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

บริษัทมีการระบุกิจกรรมทางธุรกิจและประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า รวมถึงกลุ่มเปราะบาง โดยบูรณาการหลักการด้านสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อจัดลำดับความสำคัญและกำหนดประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน นำไปสู่การสร้างคุณค่าร่วมกันอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นดำเนินการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียอย่างครอบคลุม (Inclusivity) ให้มีความสำคัญกับประเด็นสาระสำคัญ (Materiality) และตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย (Responsiveness) ผ่านการจัดให้มีช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงได้ การกำหนดกระบวนการตอบสนองต่อความต้องการและข้อร้องเรียนของแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทจัดแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเป็น 8 กลุ่มสำคัญ ได้แก่ 1) ลูกค้า 2) คู่ค้า-พันธมิตรทางธุรกิจ 3) พนักงาน 4) ชุมชน-สังคม 5) สิ่งแวดล้อม 6) ผู้ถือหุ้น 7) หน่วยงานภาครัฐ 8) สมาคมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมและช่องทางการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความต้องการ
 1. ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าระหว่างและหลังการใช้บริการ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าขณะให้บริการ การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน การร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> คุณภาพการให้บริการและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยในการใช้บริการ การให้คำแนะนำและบริการที่รวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความหลากหลายของบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ครบถ้วนถูกต้อง การรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัว 	<ul style="list-style-type: none"> นำเสนอการบริการที่ประทับใจด้วยเอกลักษณ์แบบไทย และดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพพนักงานอยู่เสมอเพื่อให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ รวบรวมข้อเสนอแนะและสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับลูกค้า ส่งมอบความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อให้บริการกับลูกค้าได้ตรงกับความต้องการ นำเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป็นสำคัญ จัดทำแผนรองรับและจัดการการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้าอย่างเคร่งครัด
 2. คู่ค้า-พันธมิตรทางธุรกิจ	<p>คู่ค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> การประชุมคู่ค้าประจำปี การอบรมพัฒนาศักยภาพคู่ค้า การตรวจประเมินคู่ค้า และเข้าเยี่ยมชมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทั้งแบบ Onsite และ Online ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน สำรวจความต้องการของคู่ค้า การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ และดิจิทัล อาทิ เว็บไซต์ <p>พันธมิตรทางธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> การพบปะพูดคุย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ทิศทางการดำเนินธุรกิจ 	<p>คู่ค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม ดำเนินงานตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และแนวทางจรรยาบรรณคู่ค้า การชำระเงินตามรอบเวลาที่กำหนด การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน ร่วมกันพัฒนานวัตกรรมในการทำธุรกิจร่วมกัน <p>พันธมิตรทางธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลและยั่งยืน การสร้างคุณค่าร่วมภายใต้ความร่วมมือ การเคารพและปฏิบัติตามข้อตกลงร่วมกัน 	<p>คู่ค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> จัดระบบการสั่งซื้อแบบ One Item One Price กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสยุติธรรมและตรวจสอบได้ ประยุกต์ใช้วิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Bidding) เพื่อความโปร่งใสและเท่าเทียม กำหนดกรอบเวลาในการชำระเงินอย่างชัดเจน จัดทำคู่มือและแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าตามหลักการความยั่งยืน ESG รวมถึงการอบรมพัฒนาศักยภาพคู่ค้าระดับชุมชน ให้ความช่วยเหลือคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจภายใต้กรอบความช่วยเหลือที่บริษัทกำหนด <p>พันธมิตรทางธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> กำหนดและจัดทำข้อตกลงที่เป็นธรรม ครอบคลุมร่วมมือที่ชัดเจน

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมและช่องทางสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความต้องการ
 <p>3. พนักงาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมพิเศษสำหรับพนักงานใหม่ กิจกรรม Town Hall ให้ผู้บริหารได้พูดคุยกับพนักงานอย่างใกล้ชิด การสำรวจความพึงพอใจของพนักงานประจำปี การพูดคุยระหว่างหัวหน้างานและผู้ที่บังคับบัญชาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการทำงาน สื่อสารผ่านช่องทางสื่อสารของบริษัทกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการพนักงาน กิจกรรมสานสัมพันธ์ สร้างความผูกพันกับพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> เคารพสิทธิมนุษยชน ไม่มีการเลือกปฏิบัติ ดูแลพนักงานอย่างเท่าเทียม การกำกับดูแลที่โปร่งใสและมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพ ความก้าวหน้าในอาชีพ ความสมดุลในการใช้ชีวิต ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม ความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน เปิดโอกาสในการแสดงความคิดเห็น 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาแผนการยกระดับทักษะและความรู้ ความสามารถของพนักงาน ยกย่องค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงานให้เหมาะสมและเป็นธรรม ดูแล ใส่ใจ พนักงานเหมือนคนในครอบครัว เพื่อสร้างความภักดีต่อองค์กรผ่านกิจกรรมต่างๆ ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานตามเกณฑ์อาชีวอนามัย นำข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานมาวิเคราะห์และจัดทำแผนงานเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงาน
 <p>4. ชุมชนสังคม</p>	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ผ่านกิจกรรมจิตอาสา รับฟังความคิดเห็นของชุมชนและสังคมผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การสำรวจ การทำแบบสอบถาม การพูดคุย 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างงาน สร้างอาชีพสนับสนุนการจ้างงาน และสินค้าในชุมชน ขยายโอกาสการจ้างงานคนพิการและผู้สูงอายุ สร้างคุณค่าให้ชุมชน และสังคมผ่านการช่วยเหลือด้านต่างๆ พัฒนาชุมชนให้เติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมภายในพื้นที่รอบชุมชน สนับสนุนกิจกรรมเพื่อชุมชน ถ่ายทอดความรู้และทักษะความชำนาญให้กับคนในชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างรายได้สู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้เศรษฐกิจของชุมชนเติบโต ส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นและสนับสนุนสินค้าชุมชน ส่งเสริม พัฒนาและสร้างสัมพันธ์อันดีต่อชุมชน และสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน แบ่งปันความรู้เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจของบริษัท รับฟังความคิดเห็นจากผู้นำชุมชนเพื่อนำมาวางแผนในการสร้างสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและองค์กร จัดทำช่องทางเพื่อรับฟังข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะที่เข้าถึงได้ มีความปลอดภัย และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้แจ้ง
 <p>5. สิ่งแวดล้อม</p>	<ul style="list-style-type: none"> สำรวจและประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการดำเนินธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> แผนการดำเนินงานที่คำนึงถึงการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว สร้างผลกระทบเชิงบวกและความสมดุลในระบบนิเวศน์ 	<ul style="list-style-type: none"> ดูแล และบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการดำเนินงาน สนับสนุนและร่วมสร้างความรู้ในการดูแลสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานลูกค้า และชุมชนรอบข้าง สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน
 <p>6. ผู้ถือหุ้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ การประชุมผู้ถือหุ้น เว็บไซต์ของบริษัท สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ช่องทางการรับแจ้งข้อมูลของนักลงทุนสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ผลการดำเนินธุรกิจคุ้มค่า มีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี สร้างโอกาสใหม่ในการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการความเสี่ยง ความพร้อมในการรับมือกับวิกฤตการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามกรอบธรรมาภิบาล ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมาย เปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง โปร่งใส ครบถ้วน และต่อเนื่อง นำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานขององค์กร พร้อมทั้งทิศทางและแผนการดำเนินธุรกิจ จัดให้มีผู้แทนนักลงทุนทำหน้าที่สื่อสารและให้ข้อมูลแก่ผู้ลงทุนอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินธุรกิจ และรับฟังข้อเสนอแนะอย่างเท่าเทียม

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมและช่องทางสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความต้องการ
 7. หน่วยงานภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> การเข้าร่วมประชุม เว็บไซต์ของบริษัท สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมาย การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ให้ความร่วมมือและจัดกิจกรรมร่วมกับภาครัฐ การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส
 8. สมาคมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	<ul style="list-style-type: none"> การเข้าร่วมประชุม เว็บไซต์ของบริษัท รายประจำปี ตัวแทนบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> การให้ความร่วมมือกับสมาคมอุตสาหกรรม การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนนโยบายของสมาคมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง แลกเปลี่ยนความรู้ ข้อคิดเห็นเพื่อยกระดับแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน การเข้าเป็นสมาชิกสมาคมหรือองค์กรด้านการค้าและการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองและแนวคิด การให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานของสมาคมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขต และการจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Scope of Material Sustainability Issues)

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ขอบเขตของผลกระทบ (ภายใน/ภายนอกองค์กร)	แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ	หัวข้อการรายงาน
ระดับสำคัญสูงสุด (Critical level)			
การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (E)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน, ภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> ทำการตรวจสอบและประเมินกิจกรรม อุปกรณ์ การดำเนินงาน โดยเฉพาะแหล่งกำเนิดหลักของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Hotspot) เพื่อสร้างแผนการลดก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ให้เป็นไปตามเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Strategy) พัฒนาระบบการเก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและปรับปรุงบัญชีก๊าซเรือนกระจกของบริษัทให้ครอบคลุมทั้ง 3 ขอบเขต ที่เกี่ยวข้องตามกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อระบุและวางแผนการลดตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในเชิงกลยุทธ์ เพื่อพัฒนามาตรการการลดผลกระทบ (Mitigation) และการปรับตัว (Adaptation) เพื่อสนับสนุนความยืดหยุ่นและความมั่นคงขององค์กรในระยะยาว บูรณาการตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) ระดับหน่วยงานและระดับบุคคลตามเสาหลักของกรอบ CENTEL Climate Strategy เทียบเคียงหลักวิทยาศาสตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Management)
การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล (S)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำแผนการอบรม (Training Roadmap) เพื่อ Upskill และ Reskill พนักงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจ แก้ไขช่องว่างทักษะ และเตรียมความพร้อมในการรับมือการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ระบุช่องว่างทักษะของพนักงานและจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพรายบุคคล (ICDP) เพื่อการเติบโตในสายอาชีพ และเสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองตลาดและความคาดหวังผู้มีส่วนได้เสีย 	<ul style="list-style-type: none"> การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน (Employee Training and Development) รางวัลและความภาคภูมิใจในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (HR Awards and Recognition)

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ขอบเขตของผลกระทบ (ภายใน/ภายนอกองค์กร)	แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ	หัวข้อการรายงาน
		<ul style="list-style-type: none"> วิเคราะห์ข้อมูลบุคลากร (People Analytics) ประเมินอุปสงค์-อุปทานกำลังคน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสรรหาและวางแผนกำลังคนเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ 	
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (G)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, คู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> สื่อความด้านจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้าถึงรายเก่าและรายใหม่อย่างชัดเจนให้ตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร จัดกลุ่มความสำคัญของคู่ค้า เพื่อประเมินความเสี่ยงและวางแผนการดำเนินงานร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด พิจารณาการบริหารจัดการด้านประเด็น ESG ของคู่ค้าในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง พร้อมทั้งมีการประเมินคู่ค้าหลัก สนับสนุนคู่ค้าท้องถิ่นและร่วมพัฒนาศักยภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืน พัฒนาสินค้าร่วมกับคู่ค้าที่มีศักยภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลและการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Governance and Management)
การบริหารความเสี่ยงและความยืดหยุ่น (G)	ทุกหน่วยงาน / คู่ค้า, ลูกจ้าง, ชุมชน, ภาครัฐ, ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายการบริหารจัดการข้อมูลส่วนตัว จัดทำแนวปฏิบัติการใช้งานข้อมูลส่วนบุคคลของ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จัดอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานในองค์กร ดำเนินการจัดทำระบบป้องกัน และแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ทดสอบด้านความเสี่ยงด้านดิจิทัลและไซเบอร์ อย่างสม่ำเสมอ กำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบการดูแลความปลอดภัยของข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) หัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยง” ในรายงานประจำปี 56-1 One Report 2568
ความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (G)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> ประเมินและวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำไปยกระดับคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และการปฏิบัติตามมาตรฐานแบรนด์ ประเมินและควบคุมมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ให้เป็นไปตามข้อกำหนด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพแก่ลูกค้า วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาด ความคาดหวังของลูกค้า และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน 	<ul style="list-style-type: none"> คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) การส่งเสริมการสร้างสรรค นวัตกรรมในองค์กร (Promotion of Innovation Creation in Organization) นวัตกรรมในการให้บริการและการดำเนินงาน (Service and Operational Innovation)
ระดับสำคัญสูง (Focus Level)			
การบริหารจัดการของเสีย (E)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารจัดการของเสีย ให้สอดคล้องกับลำดับชั้นการจัดการของเสีย (Waste Management Hierarchy) และลำดับชั้นการจัดการขยะอาหาร (Food Recovery Hierarchy) พัฒนาศักยภาพพนักงานด้านการจัดการของเสีย และสร้างการตระหนักรู้แก่ลูกค้าและคู่ค้า เพื่อลดปริมาณของเสียที่นำไปฝังกลบ และเพิ่มอัตราการรีไซเคิล นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ลดการใช้และการสูญเสียทรัพยากร ในกระบวนการดำเนินงานและการให้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการของเสีย (Waste Management)

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ขอบเขตของผลกระทบ (ภายใน/ภายนอกองค์กร)	แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ	หัวข้อการรายงาน
		<ul style="list-style-type: none"> สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในการจัดการและกำจัดของเสียแต่ละประเภทตามข้อกำหนดและหลักการที่ถูกต้อง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการหมุนเวียน (Circularity) ส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและผู้ค้า ในการเพิ่มมูลค่า และการใช้ประโยชน์จากของเสียอย่างเหมาะสมและยั่งยืน 	
การบริหารจัดการน้ำ (E)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านการใช้น้ำ และฝึกอบรมพนักงานเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำ ประเมินความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ เพื่อระบุพื้นที่เสี่ยง พัฒนาแผนรับมือ และสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ เพื่อลดผลกระทบและสร้างประโยชน์ร่วม ติดตามและรายงานการใช้น้ำ เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและลดปริมาณการใช้น้ำ นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ ลดการสูญเสียและเพิ่มการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้น้ำ และการจัดการน้ำเสีย (Water Consumption and Wastewater Management) การประเมินความเสี่ยงด้านความตึงเครียดของน้ำ (Water-Stressed Assessment)
การบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ (E)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินงานตามนโยบายความหลากหลายทางชีวภาพ และไม่สนับสนุนการทำลายป่า ประยุกต์ใช้เครื่องมือในการประเมินความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อระบุความเสี่ยง ผลกระทบ และกำหนดแนวทางการจัดการและฟื้นฟูที่เหมาะสม ดำเนินโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ ผ่านความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ในการเพิ่มพื้นที่สีเขียว การปลูกพันธุ์ไม้ประจำถิ่น และการดูแลถิ่นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิต 	<ul style="list-style-type: none"> ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) การประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Risk Assessment) การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA)
การพัฒนาชุมชน (S)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการสร้างอาชีพและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน จัดทำโครงการส่งเสริมการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ในอุตสาหกรรมโรงแรมและอาหาร เพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพและเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงาน ส่งเสริมและเผยแพร่อัตลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น ในพื้นที่ดำเนินงาน เช่น อาหาร การตกแต่ง และประชาสัมพันธ์ข้อมูล เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า และการเติบโตอย่างยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการเพื่อสังคม (Social Contribution) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)
สุขภาพและโภชนาการ (S)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินงานตามนโยบายด้านสุขภาพและโภชนาการ ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด วิจัยและพัฒนาเมนูทางเลือกที่หลากหลาย ครอบคลุม และเข้าถึงได้ง่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงวัยและภาวะสุขภาพที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านอาหาร โดยส่งเสริมการใช้วัตถุดิบตามธรรมชาติและตามฤดูกาล เพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) การพัฒนาคุณค่าทางโภชนาการ สำหรับลูกค้า (Health and Nutrition)

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ขอบเขตของผลกระทบ (ภายใน/ภายนอกองค์กร)	แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ	หัวข้อการรายงาน
การบริหารแรงงาน (S)	ทุกหน่วยงาน / ลูกจ้าง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดและรักษา พนักงานที่มีความสามารถ ติดตาม วิเคราะห์ข้อมูลพนักงาน เพื่อวางแผนกำลังคนให้เพียงพอและเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงาน และยกระดับระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย 	<ul style="list-style-type: none"> การดูแลพนักงาน (Employee Stewardship) กลยุทธ์การบริหารงานทรัพยากรบุคคล (Human Resources Strategy) อาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Health, Safety and Working Environment)
การจัดการความพึงพอใจของลูกค้า (G)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ รวมถึงมาตรฐานการให้บริการ เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า ทำการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ โปร่งใส และซื่อสัตย์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า สำรวจและติดตามความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอผ่านช่องทางที่หลากหลาย และนำผลการประเมินมาจัดทำแผนปรับปรุง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Evaluation)
การกำกับดูแลกิจการที่ดี (G)	ทุกหน่วยงาน / ลูกค้า, ชุมชน, ภาครัฐ, ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> กำกับดูแลองค์กรด้วยหลักธรรมาภิบาล ยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรม รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านจริยธรรม (การฉ้อโกง การทุจริต การติดสินบน) กำหนดนโยบายและกระบวนการกำกับดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถดำเนินงานเพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืนในระยะยาว และสอดคล้องกับผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น 	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) การบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management)
ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และข้อมูลส่วนบุคคล (G)	ทุกหน่วยงาน / ลูกจ้าง	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินงานตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ติดตามและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นและนวัตกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า พัฒนาระบบเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งระบบความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูลส่วนบุคคล ดำเนินการรองรับมาตรฐานระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2022 อย่างต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารความเสี่ยงด้านข้อมูลสารสนเทศ ดิจิทัล และไซเบอร์ (Information Security, Digital and Cybersecurity Risk Management) การคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Data Privacy Protection) กระบวนการตรวจสอบระบบความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ และการยกระดับเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Information Security System Audit Process and Cybersecurity Incident Escalation) การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence Risk Management)
ระดับพื้นฐาน (Foundational level)			
บรรจุภัณฑ์ (E)	ทุกหน่วยงาน / ลูกจ้าง, ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินงานตามนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน พัฒนาแผนการลดเพื่อทดแทนและเพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุทางเลือกที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างความร่วมมือกับลูกค้าในการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดขยะ 	<ul style="list-style-type: none"> บรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Sustainable Packaging) การใช้ผลิตภัณฑ์และหรือวัสดุที่ยั่งยืน (Sustainable Raw Materials)

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ขอบเขตของผลกระทบ (ภายใน/ภายนอกองค์กร)	แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ	หัวข้อการรายงาน
ความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการอยู่ร่วมกัน (S)	ทุกหน่วยงาน / ลูกจ้าง	<ul style="list-style-type: none"> เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ปลูกฝังการเคารพ ความหลากหลาย ความเสมอภาคและยอมรับ ความแตกต่าง (DEI) โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ ส่งเสริมสถานที่ทำงานที่ยืดหยุ่นและเปิดกว้างต่อ ความหลากหลาย ตามกลยุทธ์การบริหารงาน ทรัพยากรบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างวัฒนธรรมในองค์กร ท่ามกลางความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง (Diversity, Equity, Inclusion & Belonging)
สิทธิมนุษยชน (S)	ทุกหน่วยงาน / ลูกจ้าง, คู่ค้า, ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติด้านแรงงาน อย่างเท่าเทียม และสื่อความนโยบายสู่ห่วงโซ่อุปทาน ปกป้องและส่งเสริมสิทธิมนุษยชนเด็กตามหลักการสิทธิ เด็กและธุรกิจ (CRBP) ให้ความสำคัญในการปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม คำนึงถึงสิทธิอันพึงมีของผู้มีส่วนได้เสีย ดำเนินการทบทวนและประเมินความเสี่ยง ด้านสิทธิมนุษยชนทุก 3 ปี จัดให้มีช่องทางร้องเรียน และมีกลไกในการตรวจสอบ ร้องเรียนอย่างเป็นระบบ 	<ul style="list-style-type: none"> สิทธิมนุษยชน (Human Rights) การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (Labor Practices) การรับแจ้งข้อ มูล ร้องเรียนและการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่อง ร้องเรียน (Whistleblowing and Complaint Investigation Process)

หมายเหตุ

● มิติสิ่งแวดล้อม (E) ● มิติสังคม (S) ● มิติเศรษฐกิจ (G)

การสร้างการรับรู้เรื่องการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Raising Awareness of Sustainable Operations)

บริษัทได้พัฒนาและบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารด้านการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพ เข้าถึงได้ง่าย และเหมาะสมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 8 กลุ่ม เพื่อให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจอย่างทั่วถึง โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ เว็บไซต์ของบริษัท เอกสารคำอธิบายและการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานจัดการเอกสาร สำหรับนักลงทุน รายงานประจำปี รายงานการพัฒนาความยั่งยืน ตลอดจนสื่อออนไลน์ (Facebook, Instagram, LinkedIn และ YouTube) รวมถึงการประชุม ทั้งในรูปแบบการพบปะและการประชุมออนไลน์สำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีช่องทางการสื่อสารเพิ่มเติมสำหรับพนักงานภายในองค์กร อาทิ กิจกรรม Townhall, Centara Newsletter, IT Newsletter, Risk & Legal Lab เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการสื่อสารประเด็น ด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

สำหรับกระบวนการสร้างการรับรู้ด้านความยั่งยืน บริษัทกำหนดเป้าหมายให้พนักงานทุกระดับ ทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติ ได้รับการอบรมด้านความยั่งยืน ครบถ้วนร้อยละ 100 โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่พัฒนาและผลิตสื่อการเรียนรู้เพื่อใช้ในการอบรมและสื่อสารตามแผนการพัฒนาศักยภาพพนักงานประจำปี (Training Roadmap) ครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) แนวทางการลดและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Energy Saving Solutions) ระบบบริหารจัดการพลังงาน (Energy Management System) รวมถึงการจัดการของเสียและการควบคุมมลพิษ (Waste Management & Pollution Control) นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมอาสาสมัครด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับทั้งหน่วยงานภายใน และภายนอก โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว เพื่อปลูกฝังแนวคิดด้านความยั่งยืน และสนับสนุนให้พนักงานสามารถ นำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

ในปี 2568 บริษัทได้สื่อสารผลการดำเนินงานและทิศทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในงาน Centara's Pathway to the Future (Innovation | Sustainability | Growth) โดยมีสื่อมวลชนเข้าร่วมจำนวน 36 สำนัก พร้อมทั้งจัดกิจกรรม Climate Awareness Workshop สำหรับธุรกิจโรงแรมและอาหาร มีพนักงานเข้าร่วม รวม 274 คน และการอบรมด้านการจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 จำนวน 220 คน เพื่อนำความรู้ไปถ่ายทอดและขยายผลสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป ทั้งนี้ บริษัทได้ผลิตสื่อเพื่อสื่อสารประเด็นด้านความยั่งยืนผ่านช่องทาง Risk & Legal Lab อย่างต่อเนื่องทุกไตรมาส และมีพนักงานเข้าร่วมการอบรมพร้อมทำแบบทดสอบเพื่อทบทวนความเข้าใจด้านการจัดการของเสีย ซึ่งเป็นประเด็นสาระสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ครบถ้วนร้อยละ 100 ตามเป้าหมายที่กำหนด

การร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่างๆ (Memberships and Affiliations)

บริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกและพันธมิตรของเครือข่ายองค์กรทั้งในและนอกอุตสาหกรรมบริการ เพื่อร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งยกระดับอุตสาหกรรม ควบคู่กับการส่งเสริมความยั่งยืนและการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้สอดคล้องกับพันธกิจบริษัท รวมถึงการมีส่วนร่วมในระดับประเทศและระดับสากล ทั้งนี้ บริษัทได้นำนโยบาย หลักการ และแนวปฏิบัติจากเครือข่ายมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานผ่านความร่วมมือ การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการแบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดี พร้อมทั้งสนับสนุนเครือข่ายภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน โดยผู้บริหารของบริษัทมีบทบาทร่วมในองค์กรและหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

ชื่อสมาคม	บทบาท
1. สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association)	นางเบญจ มอนโกเมอรี่ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารธุรกิจสัมพันธ์ ดำรงตำแหน่ง อุปนายกและประธานฝ่ายต่างประเทศ
2. สมาคมสปาไทย (Thai Spa Association)	สมาชิก
3. หอการค้าไทย (The Thai Chamber of Commerce)	นายณัฐ วงศ์พานิช กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป ดำรงตำแหน่ง รองประธานคณะกรรมการค่าปลีก
4. สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย (Thai Listed Companies Association)	สมาชิก
5. สภาหอการค้าไทย-อเมริกา (The American Chamber of Commerce in Thailand: AMCHAM)	สมาชิก-CGCW
6. สภาหอการค้าไทย-อังกฤษ (British Chamber of Commerce Thailand: BCCT)	สมาชิก-CGCW
7. สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association: PATA)	นางเบญจ มอนโกเมอรี่ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารธุรกิจสัมพันธ์ ดำรงตำแหน่ง กรรมการบริหาร
8. สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก สาขาประเทศไทย (Pacific Asia Travel Association Thailand Chapter: PATA)	นางเบญจ มอนโกเมอรี่ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารธุรกิจสัมพันธ์ ดำรงตำแหน่ง นายกสมาคม
9. สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA)	สมาชิก-CGCW
10. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (The Tourism Council of Thailand: TCT)	สมาชิก
11. สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (The Thai Institute of Directors Association: IOD)	สมาชิก
12. สมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition -Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption: CAC)	สมาชิก
13. สมาชิกโครงการพิเศษแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตและสนับสนุนให้บริษัทผู้ค้าเข้าร่วม CAC (Collective Action Coalition Against Corruption: CAC Change Agent)	สมาชิก
14. สมาชิกประชาคมการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของสถาบันไทยพัฒน์ (Sustainability Disclosure Community: SDC)	สมาชิก
15. สมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network) ของ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)	สมาชิก
16. สมาชิกสมาคมพลังงานหมุนเวียนไทย (RE100)	สมาชิกผู้ก่อตั้ง
17. สมาชิกเครือข่ายอนุรักษ์พลังงาน "Energy Beyond Standards" โดยกรมพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน	สมาชิก







ชื่อสมาคม	บทบาท
18. คณะกรรมาธิการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วุฒิสภา	นายทัศนัย พัฒนโกศัย ผู้ช่วยรองประธานฝ่ายบริหารความเสี่ยง กฎหมาย และความยั่งยืน ดำรงตำแหน่ง ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ การบริหารจัดการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในคณะกรรมาธิการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วุฒิสภา
19. สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)	นางเบญจ มอนโกเมอริ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารธุรกิจสัมพันธ์ ดำรงตำแหน่ง คณะกรรมการที่ปรึกษาเพื่อการพัฒนากำลังคน ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Industry Competency Board: Tourism)
20. มหาวิทยาลัยบูรพา	นางเบญจ มอนโกเมอริ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารธุรกิจสัมพันธ์ ดำรงตำแหน่ง คณะกรรมการประจำคณะบริหารธุรกิจ: (Board of Director of Faculty of Management and Tourism)
21. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	นางเบญจ มอนโกเมอริ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารธุรกิจสัมพันธ์ เป็นคณะทำงานด้านการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและเป็นมิตรกับเด็ก (Child Safe Friendly Tourism Project)
22. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา	นางเบญจ มอนโกเมอริ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารธุรกิจสัมพันธ์ ดำรงตำแหน่ง อนุกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน กลุ่มโรงแรม และท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการทำงานคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนา กำลังคนอาชีวศึกษา (กรอ.อศ.)
23. สมาชิกรัฐสภา	นายวิชวุฒิชัย วงศ์พานิช กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป ดำรงตำแหน่ง ประธานสมาคมผู้ค้าปลีกไทย นางสาวจางวรรณ งามพิสุทธิ์ไพศาล ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ดำรงตำแหน่ง ประธานคณะอนุกรรมการฝ่ายบุคคล ของสมาคมผู้ค้าปลีกไทย
24. สภาธุรกิจไทย-เวียดนาม	คุณฉัตรชัย อุณหโกศา รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายกลยุทธ์ ธุรกิจร่วมทุน และบริหารช่องทางการขาย บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป ดำรงตำแหน่งกรรมการ
25. สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย	สมาชิก

มิติสิ่งแวดล้อม (Environmental Pillar)


การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม โดยจัดทำนโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ภายใต้การบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับกฎระเบียบและข้อบังคับทั้งในระดับประเทศและระดับสากล รวมทั้งการเก็บข้อมูล การติดตามตรวจสอบ เพื่อลดผลกระทบและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการสื่อสาร เปิดเผย ผลการดำเนินงานผ่านช่องทางต่างๆ ไปยังพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ (Supplier and Business Partner) และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่สอดคล้องต่อเป้าหมายไปสู่การเป็นองค์กรยั่งยืน

ผลการดำเนินงาน ในปี 2568

ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	เป้าหมายการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
 <p>เป้าประสงค์ที่ 9.4 / ตัวชี้วัด 9.4.1</p>	ค่าความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจโรงแรม (Scope 1 และ 2) ลดลงร้อยละ 40 (เทียบกับปีฐาน 2562)	ลดลงร้อยละ 38.40 
 <p>เป้าประสงค์ที่ 11.6 / ตัวชี้วัด 11.6.1</p>	เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในธุรกิจโรงแรมทั้งหมดเทียบกับปี 2567	เพิ่มขึ้น 3.2 เท่า 
 <p>เป้าประสงค์ที่ 12.3 และ 12.5 / ตัวชี้วัด 12.3.1 และ 12.5.1</p>	ปริมาณขยะฝังกลบต่อห้องพักที่มีการใช้งาน ลดลงร้อยละ 20 (เทียบกับปีฐาน 2562)	ลดลงร้อยละ 22.90 
 <p>เป้าประสงค์ที่ 13.3 / ตัวชี้วัด 13.3.1</p>	เพิ่มอัตราขยะรีไซเคิลของธุรกิจโรงแรมมากกว่าร้อยละ 50	ร้อยละ 29.29 

 ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย




 มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย

อ่านนโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม 



บริษัทได้ดำเนินการขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ (Owned Hotel) และโรงแรมที่บริษัทบริหาร (Managed Hotel) รวมทั้งสิ้น 47 โรงแรม และข้อมูลจากธุรกิจอาหารครอบคลุมทุกแบรนด์ที่ให้บริการ โดยมีการรายงานผลการดำเนินงานต่อฝ่ายบริหาร คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลและความยั่งยืน และคณะกรรมการบริษัทตามลำดับ

เป้าหมายการดำเนินงานสิ่งแวดล้อม ปี 2568 ของธุรกิจโรงแรม

	 การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1&2 (เฉพาะตัวอาคารของโรงแรม) kgCO ₂ e/Occupied room	 การใช้พลังงาน (เฉพาะตัวอาคารของโรงแรม) kWh/Occupied room	 การใช้น้ำ Litre/Occupied room	 ขยะมูลฝอยส่งไปหลุมฝังกลบ kg/Occupied room
เป้าหมาย ปี 2572	ลดความเข้มข้น ของการปล่อยลง ร้อยละ 40	ลดปริมาณการใช้ลง ร้อยละ 40	ลดปริมาณการใช้ลง ร้อยละ 20	ลดปริมาณขยะลง ร้อยละ 20
เป้าหมาย ปี 2568	36.89	101.02	1,437.16	2.73
ผลการดำเนินงาน ปี 2568 (เทียบกับฐาน 2562)	29.90 ลดลงร้อยละ 38.40	97.79 ลดลงร้อยละ 26.43	1,090.98 ลดลงร้อยละ 33.20	2.39 ลดลงร้อยละ 22.90

หมายเหตุ: ข้อมูลสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม

- ปี 2562-2564 จำนวน 17 โรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ
- ปี 2565 จำนวน 34 โรงแรม รวมโรงแรมที่เป็นเจ้าของและโรงแรมภายใต้การบริหารที่ควบคุมการดำเนินงานได้
- ปี 2566 จำนวน 47 โรงแรม รวมโรงแรมที่เป็นเจ้าของและโรงแรมภายใต้การบริหารที่ควบคุมการดำเนินงานได้
- ปี 2567 จำนวน 45 โรงแรม รวมโรงแรมที่เป็นเจ้าของและโรงแรมภายใต้การบริหารที่ควบคุมการดำเนินงานได้
- ปี 2568 จำนวน 47 โรงแรม รวมโรงแรมที่เป็นเจ้าของและโรงแรมภายใต้การบริหารที่ควบคุมการดำเนินงานได้

การดำเนินงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม (Environmental Management Operations)

บริษัทได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ภายใต้ชื่อ “Centara EarthCare” ที่กำหนดให้ทุกโรงแรมและรีสอร์ทในเครือใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานของบริษัท โดยมาตรฐานดังกล่าวได้ผ่านการรับรองสถานะ GSTC-Recognized จากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council : GSTC) และมีระบบการจับเก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมผ่านระบบ Greenview Portal เพื่อใช้ในการรายงาน และติดตามผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเป็นรายเดือน รายไตรมาส และรายปีเพื่อเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมทั้งได้รับการตรวจสอบตัวชี้วัดและเกณฑ์มาตรฐานของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) จากหน่วยงานรับรองของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก



การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Management)

ความท้าทาย

การเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกและปรากฏการณ์สภาพอากาศสุดขั้ว (Extreme Weather Events) เช่น พายุที่รุนแรง ภาวะภัยแล้ง น้ำท่วม สิ่งเหล่านี้ ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งด้านการใช้พลังงาน ความมั่นคงของทรัพยากรน้ำ ยังสะท้อนไปถึงต้นทุนวัตถุดิบที่มีความไม่แน่นอน เกิดความเสี่ยงด้านการจัดหาไปจนถึงภาคการขนส่ง รวมถึงการเติบโตของการดำเนินธุรกิจที่ยังคงต้องการใช้ทรัพยากร และพลังงานที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้ การจับคู่ความเสี่ยงยังถูกกลไกทางการค้า กฎหมาย และมาตรฐานต่างๆ บังคับให้ต้องมีการเปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานใหม่ หรือการบังคับใช้ภาษีคาร์บอน (Carbon Tax) ในอนาคต หากบริษัทไม่ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการ สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นต้นทุนแฝงและสูงกว่าต้นทุนในการลงทุนด้านความยั่งยืนอย่างเห็นได้ชัด

โอกาส

การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศส่งผลให้บริษัทมองเห็นถึงความสำคัญของประเด็นดังกล่าวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ทำให้การเตรียมความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทำได้ทันที เพื่อสามารถลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจระยะยาว และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการร่วมมือกับคู่ค้าที่มีแนวปฏิบัติเดียวกันจะช่วยสร้างความมั่นคงในห่วงโซ่อุปทาน ได้รับโอกาสสูงในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Financing) ทั้งสินเชื่อสีเขียว (Green Loans) หรือหุ้นกู้เพื่อความยั่งยืน (Sustainability-linked Bonds) ซึ่งช่วยเสริมสภาพคล่องในการขยายธุรกิจในอนาคต

แนวทางการบริหารจัดการ

โครงสร้างการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

(Governance Structure of Climate Change Management)

คณะกรรมการบริษัท ได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศร่วมกับฝ่ายพัฒนาด้านความยั่งยืนและฝ่ายปฏิบัติการ ทั้งการทบทวนเป้าหมาย การวางแผนดำเนินการ ติดตามตรวจสอบ และรายงานผลทุกไตรมาส นอกจากนี้คณะกรรมการยังได้อนุมัติแผนการจัดทำกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Strategy) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นองค์กรปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 13 การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความตกลงปารีส (Paris Agreement) ที่มุ่งเน้นให้ภาคีเสริมสร้างการตอบสนองต่อภัยคุกคามจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

กลยุทธ์และการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

(Climate Change Management and Strategies)

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์กรอบการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามหลักการทางวิทยาศาสตร์ (SBTi) ทั้งในการออกแบบและโครงสร้างพื้นฐานคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Design & Infrastructure) กระบวนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินงาน (Operational Decarbonization) การปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain Transition) ทั้งการจัดซื้อจัดจ้างและการสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย และการเพิ่มประสิทธิภาพการกักเก็บคาร์บอน (Enhance Carbon Sequestration) รวมทั้งการมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050)

บริษัทยังได้วิเคราะห์และประเมินผลกระทบการดำเนินงานจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรอบด้าน ประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้ผ่านการประเมินแบบหลักการสาระสำคัญแบบสองมิติ (Double Materiality) ของบริษัท ที่ได้มีการดำเนินงานและพัฒนาปรับปรุงแผนอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังพิจารณาตามมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD)

การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคตจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Scenario Analysis)

การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศเป็นประเด็นเร่งด่วนที่บริษัทต้องเตรียมพร้อมรับมือและจัดการ นำมาซึ่งความท้าทายและโอกาสทางธุรกิจ บริษัทจึงวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันทั้งความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk) และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) เพื่อให้สามารถระบุ ประเมิน และจัดการผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ครอบคลุมทั้งเวลาในระยะสั้น (โดยใช้ปี 2563 ปัจจุบัน), ระยะกลาง (พ.ศ. 2573) และระยะยาว (พ.ศ. 2593) โดยพิจารณาตามแนวทางการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) เพื่อสามารถจัดทำมาตรการรับมือกับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อหน่วยธุรกิจของบริษัททั้งธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร เช่น ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ การเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล และคลื่นความร้อน บริษัทจึงให้ความสำคัญในการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเชิงรุก เพื่อบรรเทาผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรม ขีดความสามารถในการสร้างรายได้ ชื่อเสียงและสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk)

จากการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับภาษีคาร์บอน (Carbon Tax) ในอนาคตจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนด้านพลังงาน และการจัดการของเสีย อีกทั้งข้อบังคับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เข้มงวดขึ้นในการรายงานผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ความเสี่ยงที่คู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานจะส่งผ่านต้นทุนคาร์บอน (Supplier Carbon Pricing) มายังบริษัท ทำให้ราคาวัตถุดิบและบริการสูงขึ้น ตลอดจนพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนไปหากปรับตัวไม่ทันจะสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด

ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk)

- ความเสี่ยงแบบเฉียบพลัน (Acute Risk): เหตุการณ์รุนแรงที่เกิดขึ้นชั่วคราวแต่สร้างความเสียหายทั้งด้านทรัพย์สินและต้องหยุดชะงักการดำเนินธุรกิจ เช่น พายุฤดูร้อน น้ำท่วมฉับพลัน หรือคลื่นความร้อน (Heat Wave) เป็นต้น
- ความเสี่ยงแบบเรื้อรัง (Chronic Risk): การเปลี่ยนแปลงระยะยาวที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องไปจนถึงระดับดาว เช่น การเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล (Sea Level Rise) ความตึงเครียดของน้ำ (Water Stress) ความมั่นคงทางอาหาร ราคาวัตถุดิบคลื่นความร้อน (Heat Wave) สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อมูลค่าของทรัพย์สิน ต้นทุนการดำเนินธุรกิจ และพนักงานที่ต้องปฏิบัติงานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง

โดยมีแนวทางวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งแบ่งเป็น 3 แนวทางคือ

- RCP 2.6 (Low Climate Change Scenario)
- RCP 4.5 (Moderate Climate Change Scenario)
- RCP 8.5 (High Climate Change Scenario)

และดำเนินการกำหนดมาตรการควบคุม (Mitigation Plan) เพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการดำเนินการวางแผนเพื่อปรับตัว (Adaptation Plan) รับมือกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป ให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อเนื่องและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

อ่านเพิ่มเติม TCFD Report



ตัวชี้วัดและเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Targets and Metrics)

บริษัทตั้งเป้าหมายเพื่อบรรลุในการเป็นองค์กรปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) โดยวางเป้าหมายในระยะแรก 10 ปี (2563-2572) เทียบเคียงกับหลักการทางวิทยาศาสตร์ (SBTi) คือ ลดความเข้มข้นปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อห้องพักที่มีการใช้งาน) ลงร้อยละ 40 เทียบจากปีฐาน 2562

สำหรับธุรกิจโรงแรมมีการตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 และการใช้พลังงานกำหนดขอบเขตเฉพาะตัวอาคารของโรงแรม (Facility only) เพื่อเทียบกับธุรกิจโรงแรมอื่นๆ ตามรายงาน Cornell Hotel Sustainability Benchmark (CHSB) รวมทั้งสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียนแทนเชื้อเพลิงจากฟอสซิล และตั้งเป้าเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนให้มากขึ้น โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนโรงแรมที่ติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ร้อยละ 50 ของจำนวนโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ (Owned Hotel) ภายในปี 2571

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emissions)

ด้วยธุรกิจของบริษัทที่มีการเติบโตและการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องนำไปสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขั้นสูงขึ้นบรรยากาศจากกิจกรรมต่างๆ ซึ่งผลการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งในปี 2568 บริษัทได้เปิดเผยข้อมูล รายงานผลและทวนสอบข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของทั้งธุรกิจโรงแรมและอาหาร ทั้ง 3 ขอบเขต (Scope) ดังนี้

- Scope 1:** การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Direct emissions) จากกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร เช่น การเผาไหม้ของเครื่องจักร การใช้ยานพาหนะที่บริษัทเป็นเจ้าของ การปรุงอาหารจากแก๊สหุงต้ม และสารทำความเย็น
- Scope 2:** การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Indirect emissions) จากการซื้อพลังงานเข้ามาใช้ภายในองค์กร เช่น การใช้พลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำเย็นเต็มในระบบทำความเย็น
- Scope 3:** การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Other indirect emissions) จำนวนจากกิจกรรมที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ โดยเก็บข้อมูลเฉพาะประเภท ดังนี้
 - ประเภทที่ 1 สินค้าและบริการที่จัดซื้อ (Purchased Goods & Services)
 - ประเภทที่ 3 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน (Fuel- & Energy-related Activities)
 - ประเภทที่ 4 การขนส่งและการกระจายสินค้า (Upstream Transportation and Distribution)
 - ประเภทที่ 5 ของเสียจากการดำเนินงาน (Waste Generated in Operations)

- ประเภทที่ 6 การเดินทางเพื่อธุรกิจ (Business Travel)
- ประเภทที่ 7 การเดินทางของพนักงาน (Employee Commuting)
- ประเภทที่ 8 สินทรัพย์เช่า (Upstream Leased Assets)
- ประเภทที่ 9 การขนส่งและกระจายสินค้า (Downstream Transportation & Distribution)
- ประเภทที่ 12 การจัดการซากผลิตภัณฑ์ (End-of-life Treatment)

นอกจากนี้เพื่อให้การจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกจากมีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในการจัดเก็บข้อมูลบริษัทจึงได้มีการทวนสอบความถูกต้องของข้อมูลจากหน่วยงานภายนอก โดยบริษัท แอลอาร์คิวเอ (ประเทศไทย) จำกัด

ผลการดำเนินงานด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emissions Performance)

จากการรวบรวมข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ หรือขอบเขตที่ 3 เพิ่มเติมจากปีที่ผ่านมาเพื่อให้ครอบคลุมการดำเนินงานธุรกิจมากขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัททั้งจากธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารรวมทั้งสิ้น 737,463.82 tCO₂e เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 78 โดยมีอัตราความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อพื้นที่ 0.57 tCO₂e/Sqm.

ภาพรวม CENTEL

Scope 1: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Direct Emissions)



43,571.75 tCO₂e

Scope 2: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Indirect Emissions)



112,971.62 tCO₂e

Scope 3: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Other Indirect Emissions)



580,920.46 tCO₂e

ธุรกิจโรงแรม

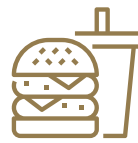
220,279.24 tCO₂e



ปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม
(Scope 1,2,3)

ธุรกิจอาหาร

517,184.59 tCO₂e



ปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม
(Scope 1,2,3)

ธุรกิจโรงแรม

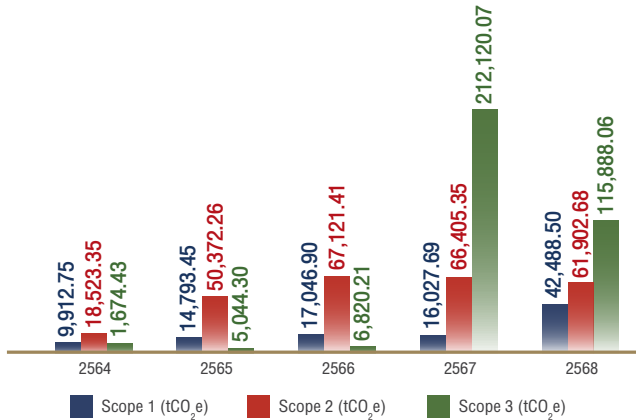
เป้าหมาย :

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก* ต่อห้องพักที่มีการใช้งานร้อยละ 40 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2562
- ปี 2568 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก* ต่อห้องพักที่มีการใช้งานลดลง ร้อยละ 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา
- ปี 2568 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 ต่อห้องพักที่มีการใช้งาน ลงร้อยละ 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา
- ปี 2568 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 ต่อห้องพักที่มีการใช้งาน ลงร้อยละ 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา

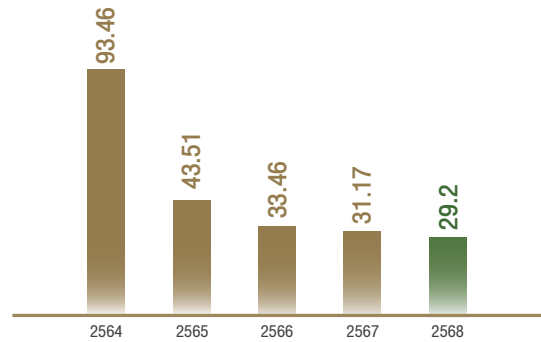
หมายเหตุ : *การตั้งเป้าหมายกำหนดขอบเขตเฉพาะ Scope 1 และ 2 และในต้ออาคารของโรงแรม (Facility only) เพื่อเทียบกับธุรกิจโรงแรมอื่นๆ ตามรายงาน Cornell Hotel Sustainability Benchmark (CHSB)

ในปี 2568 ปปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมทั้งสิ้น 220,279.24 tCO₂e และมีอัตราความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก* ต่อห้องพักที่มีการใช้งาน 29.90 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ลดลงร้อยละ 38.40 เมื่อเทียบกับปีฐาน และลดลงจากการใช้จริงของปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.07 โดยมีสัดส่วนของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 มากที่สุด คือ 115,888.06 tCO₂e คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมาคือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 1 ตามลำดับ จากเป้าหมายที่ต้องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ ขอบเขตที่ 2 *ต่อห้องพักที่มีการใช้งาน พบว่าขอบเขตที่ 2 ลดลงร้อยละ 6.78 แต่ขอบเขตที่ 1 เพิ่มขึ้นร้อยละ 165 เนื่องจากการใช้น้ำมันดีเซลสำหรับเครื่องกำเนิดไฟฟ้า (Generator) ของโรงแรมที่ประเทศมัลดีฟส์

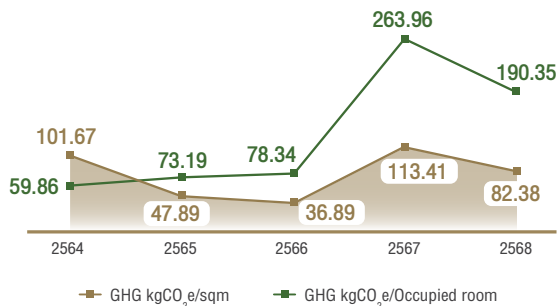
Total GHG Emissions



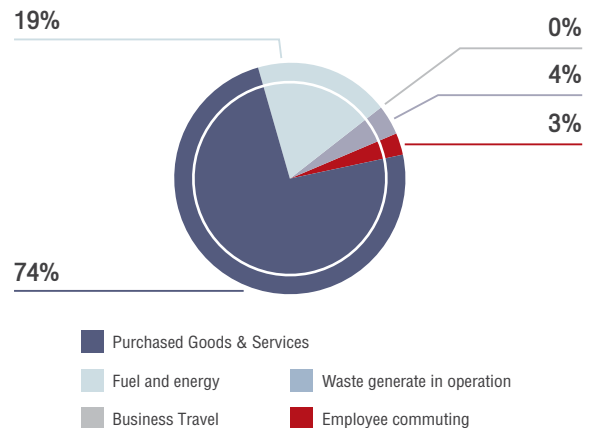
GHG Emissions, Scope 1 & 2 (Facility only) kgCO₂e/Occupied room



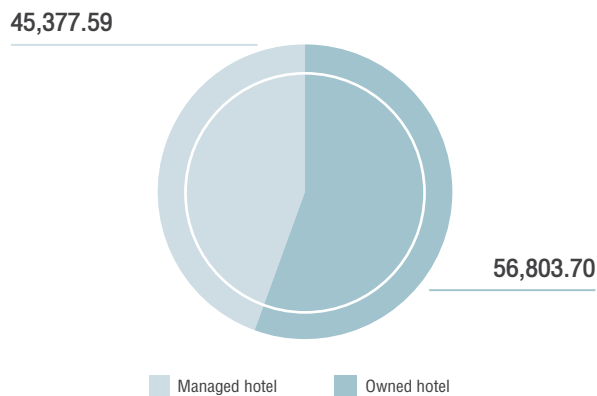
GHG Emissions Intensity (Scope 1,2,3)



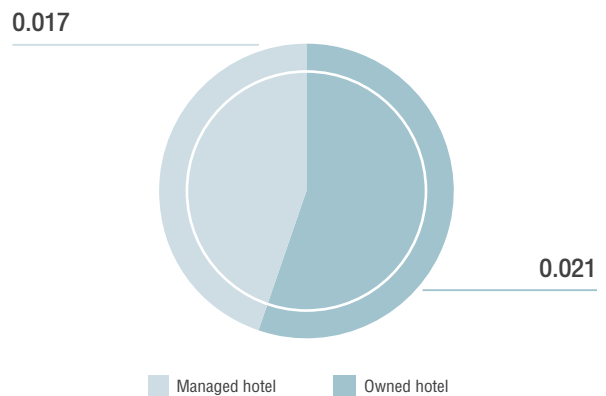
GHG Emissions Scope 3 (tCO₂e)



GHG Emissions (tCO₂e) (Scope 1&2, Facility only)



GHG Emissions intensity (tCO₂e/Occupied room) (Scope 1&2, Facility only)



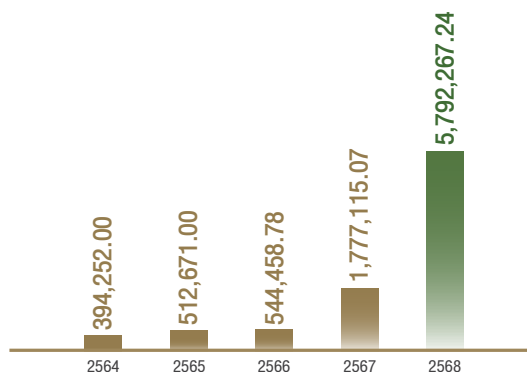
แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก (GHG Management Plan)

การติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Panel Installation)

เพื่อลดการพึ่งพาการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล บริษัทจึงได้สนับสนุนการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศ รวมถึงตั้งเป้าหมายเพิ่มจำนวนโรงแรมที่ติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ร้อยละ 50 ของจำนวนโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ (Owned Hotel) ภายในปี 2571 และด้วยลักษณะของธุรกิจโรงแรมที่มีการดำเนินการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้มีการใช้พลังงานตลอดทั้งวัน การติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง

โดยในปีนี้ได้ขยายการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์บนชั้นคาเฟ่โรงแรมเพิ่มอีก 9 โรงแรม โดยสัดส่วนของการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์เฉพาะโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ คิดเป็นร้อยละ 40.90 ของโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของทั้งหมด รวมถึงตั้งแต่ปี 2562 ถึงปัจจุบันติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ไปแล้วทั้งสิ้น 18 โรงแรม สามารถผลิตไฟฟ้าได้มากถึง 5,792,267.24 กิโลวัตต์ ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 4 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 7,959.79 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e) และประหยัดค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนเงิน 12.97 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังมีการใช้แผงพลังงานแสงอาทิตย์ในการผลิตน้ำร้อน (Solar Collector) เป็นแผงที่ให้น้ำไหลผ่านท่อเพื่อรับพลังงานความร้อนจากดวงอาทิตย์แทนที่การใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในก๊าซหุงต้มและพลังงานไฟฟ้า

Hotel Business-Solar cell (kWh)



โรงแรมที่มีการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ตั้งแต่ปี 2562 – 2568

Hotels	Capacity	Solar Cell Usage	Reduce Emissions	Investment cost
	(kWp)	(kWh)	(kgCO ₂ e)	(MB)
Centara Ras Fushi Resort & Spa Maldives	334.00	484,296.00	364,674.89	PPA
Centara Watergate Pavilion Hotel Bangkok	52.80	57,610.00	24,023.37	1.10
Centara Life Hotel Bangkok Phra Nakhon	180.40	227,697.74	94,949.96	4.42
Centara Ubon	101.90	134,380.52	56,036.68	2.20
Centara Grand Beach Resort Phuket	571.00	753,869.18	314,363.45	PPA
Centara Ao Nang Beach Resort & Spa Krabi	100.05	141,403.96	58,965.45	1.80
Centara Anda Dhevi Resort & Spa Krabi	100.62	136,433.23	56,892.66	1.80
Centara Life Lamai Resort Samui	34.00	45,791.99	19,095.26	0.80
Centara Mirage Lagoon Maldives	1,887.00	852,115.00	641,642.60	53.20
Centara Grand Lagoon Maldives	874.00	1,452,998.00	1,094,107.49	24.65
COSI Pattaya Wong Amat Beach	113.40	139,688.11	58,249.94	2.60
Centara Grand at CentralWorld	861.40	1,006,312.34	5,026,807.36	PPA
Centara Sonrisa Residences & Suites Sriracha	203.77	183,760.15	76,627.98	PPA
Centara Grand Mirage Beach Resort Pattaya	176.90	126,123.85	52,593.65	3.27
Centara Reserve Samui	100.80	23,947.14	9,985.96	2.37
Centara Udon	100.00	12,861.97	5,363.44	3.27
COSI Krabi Ao Nang Beach	54.70	3,620.00	1,509.54	0.95
Centara Hotel Hat Yai	85.20	9,358.06	3,902.31	1.89

หมายเหตุ: Power Purchasing Agreement: PPA ข้อตกลงซื้อขายไฟฟ้าระหว่างผู้ลงทุนติดตั้งกับบริษัท โดยไม่มีการลงทุน



การผลิตก๊าซชีวภาพจากขยะอินทรีย์ (Biogas Production from Organic Waste)

ทางโรงแรมได้นำขยะอินทรีย์ประเภทเศษอาหารนำเข้าสู่เครื่อง T.O.B.Y. (Turn Organic By You) ที่สามารถเปลี่ยนขยะเศษอาหารให้เป็นก๊าซชีวภาพ โดยการนำพลังงานที่ได้ไปใช้ในห้องครัวของร้านอาหารพนักงาน ปัจจุบันมีการติดตั้ง 3 โรงแรม คือ เซ็นทารา ไลฟ์ มาริส รีสอร์ทจอมเทียน พัทยา เซ็นทาราชิรฟ์ สมุย และเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ท ภูเก็ต โดยสามารถผลิตก๊าซชีวภาพรวม 6,587.33 กิโลวัตต์ชั่วโมง และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ 2.73 tCO₂e นอกจากนี้ ที่เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน ได้มีการใช้เชื้อเพลิงชีวมวลที่ผลิตจากเศษไม้ เพื่อนำมาใช้กับเตาอบพิซซ่า

บริการจุด EV Charger station

บริษัทส่งเสริมการสร้างสังคมคาร์บอนต่ำ จึงดำเนินการติดตั้ง EV Charger station ทั้งหมด 41 สถานี ครอบคลุมกว่า 18 โรงแรม เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม และรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา ที่สนับสนุนการใช้พลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



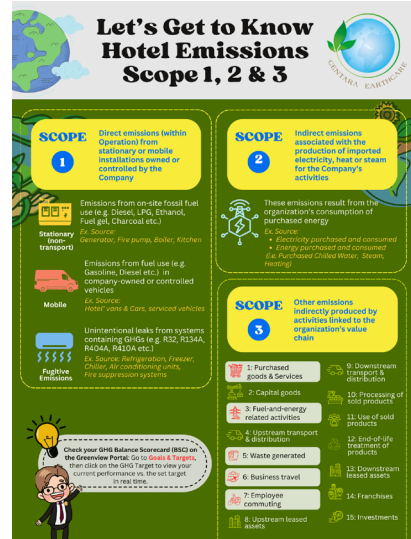
การส่งเสริมการเดินทางคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Mobility)

บริษัทส่งเสริมวิถีการเดินทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา ได้จัดเตรียมจักรยานไว้ให้กับผู้เข้าพักที่สามารถยืมหรือเช่าใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในระยะสั้น รอบพื้นที่โรงแรมและชุมชนใกล้เคียง เพื่อมอบประสบการณ์การเข้าพักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น



การจัดทำสื่อแบ่งปันความรู้ (Knowledge sharing: Risk & Legal lab)

ฝ่ายพัฒนาความยั่งยืนได้จัดทำสื่อแบ่งปันความรู้เรื่อง การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจโรงแรมเพื่อให้พนักงานได้เข้าใจและเกิดโอกาสในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในโรงแรม



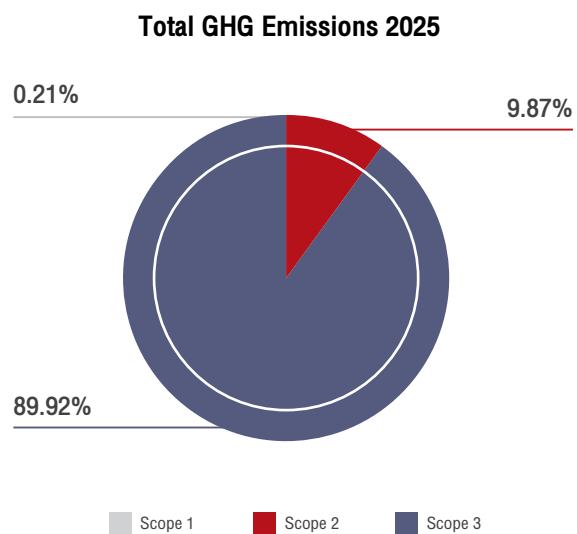
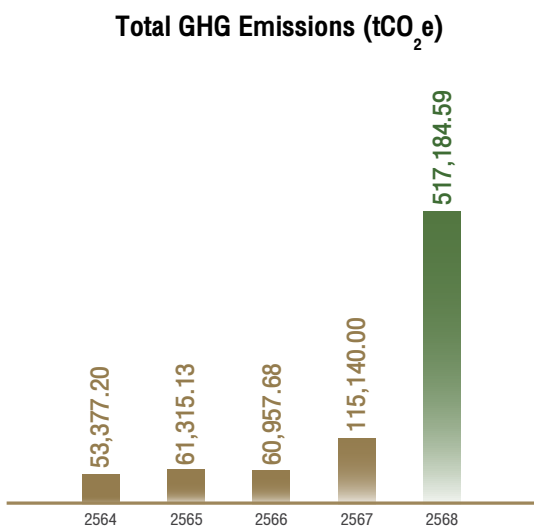
ธุรกิจอาหาร

เป้าหมาย :

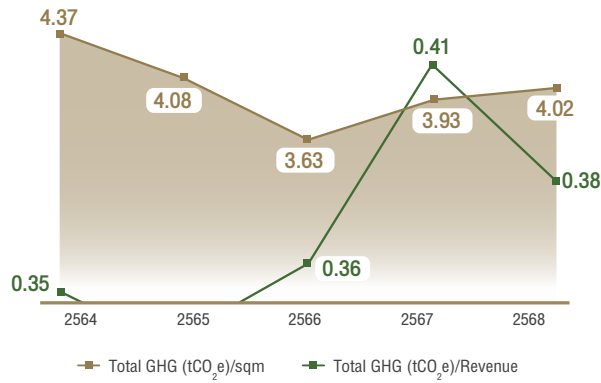
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) ร้อยละ 20 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2567
- ปี 2568 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2) ต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) ลงร้อยละ 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา
- ปี 2568 ติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ 200 kWp

จากการดำเนินธุรกิจอาหารในปี 2568 ปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมทั้งสิ้น 517,184.59 tCO₂e เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลขอบเขตที่ 3 เพิ่มเติมในส่วนของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเชื้อเพลิงและพลังงาน การขนส่งและกระจายสินค้า การเดินทางเพื่อธุรกิจ การเดินทางขอพนักงาน สัมภาษณ์เช่า การขนส่งและกระจายสินค้า และการจัดการซากผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ในปี 2568 มีอัตราความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2) ต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) ที่ 4.02 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยมีอัตราความเข้มข้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.28 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา



GHG Emissions Intensity (Scope 1&2)



แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก (GHG Management Plan)

การติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Panel Installation)

ในปี 2568 บริษัทได้ขยายการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มจำนวน 6 แห่ง ซึ่งสามารถผลิตไฟฟ้าได้ทั้งสิ้น 88,500.71 กิโลวัตต์ชั่วโมง โดยรวมทั้งหมดที่ติดตั้งไปจำนวน 21 สาขา 1 โรงงาน สามารถผลิตไฟฟ้าได้ทั้งสิ้น 1,028,340.96 กิโลวัตต์ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.98 ของการใช้พลังงานทั้งหมด สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 428.81 tCO₂e และสามารถเพิ่มขนาดการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ได้ 206 kWp จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ 200 kWp

No.	Branch	Investment type	Capacity (kWp)	Solar Cell Usage (kWh)	Reduce Emissions (kgCO ₂ e)
1	โรงงาน CRGM	PPA	233.55	301,985.83	125,928.09
2	KFC สาขา Tiwanon (เมืองทองธานี)	PPA	36.90	47,433.85	19,779.92
3	KFC สาขา Caltex Tiwanon	PPA	25.92	32,936.38	13,734.47
4	KFC สาขา Tiwanon (ตลาดวงเวียน)	PPA	29.16	39,214.01	16,352.24
5	KFC สาขา ไทวัสดุ เชียงราย	PPA	29.16	35,758.19	14,911.17
6	KFC สาขา Home Works Pattaya	PPA	37.26	49,811.70	20,771.48
7	KFC สาขา หทัยราษฎร์ 37	PPA	25.38	32,933.35	13,733.21
8	KFC สาขา ปตท.สายไหม 56	PPA	19.44	25,802.16	10,759.50
9	KFC สาขา บางรัก มาร์เก็ต จ.นนทบุรี	PPA	33.48	45,610.42	19,019.55
10	KFC สาขา ปู่เจ้า สมิงพราย	PPA	27.90	39,433.66	16,443.84
11	Somtum Nua สาขา ราชพฤกษ์	PPA	33.48	40,047.52	16,699.82
12	KFC สาขา PT รัชดา	PPA	19.80	22,813.41	9,513.19
13	KFC สาขา บางจาก ประดิษฐ์มนูธรรม	PPA	31.32	40,358.63	16,829.55
14	โรงงาน CRGM (Phase 2)	EPC	148.68	155,823.58	64,978.43
15	KFC สาขา ปตท.หทัยราษฎร์ สายไหม	EPC	35.28	29,740.00	12,401.58
16	KFC สาขา บึงกุ่ม เลอมาเซ่	PPA	-	12,000.00	5,004.00
17	KFC สาขา โลตัส บียาลาก	PPA	22.32	17,877.56	7,454.94
18	KFC สาขา นิมิตรใหม่	EPC	34.02	24,548.00	10,236.52
19	KFC สาขา เดอะวันรัตนนิมิตร์	PPA	36.285	20,162.21	8,407.64
20	KFC โรบินสัน เพชรบุรี	EPC	34.020	9,930.00	4,140.81
21	KFC เกษตรนิวนิมิตร์	EPC	35.910	3,177.02	1,324.82
22	KFC เมืองยโสธร	EPC	30.480	943.48	393.43

หมายเหตุ: ไม่รวมกิจการร่วมค้า (Joint venture)



การบริหารจัดการการใช้พลังงาน (Energy Management)

ความท้าทาย

- ภายใต้ข้อกำหนดหรือกฎเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมในระดับนานาชาติที่กำหนดให้ประเทศไทยต้องมีนโยบายด้านการใช้พลังงาน ทำให้ธุรกิจต้องเร่งเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนผ่าน หันกลับมาติดตามตรวจสอบการบริหารจัดการพลังงานภายในบริษัท ทั้งการจับเก็บข้อมูล การตรวจสอบระบบโครงสร้างอาคาร และการมองหาเทคโนโลยีอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการใช้พลังงานมากขึ้น
- ความผันผวนของราคาพลังงานและฟุ้งพากรนำเข้าพลังงาน ส่งผลให้ราคาต้นทุนของพลังงานที่เคยคาดการณ์ไว้อาจสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ราคาสินค้าต่างๆ แพงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งจากภาคการผลิตและการขนส่ง
- การผลักดันให้คู่ค้ามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพลังงาน ทั้งการสร้าง ความเข้าใจ ความร่วมมือ และการเก็บข้อมูลการใช้พลังงานของตนเอง

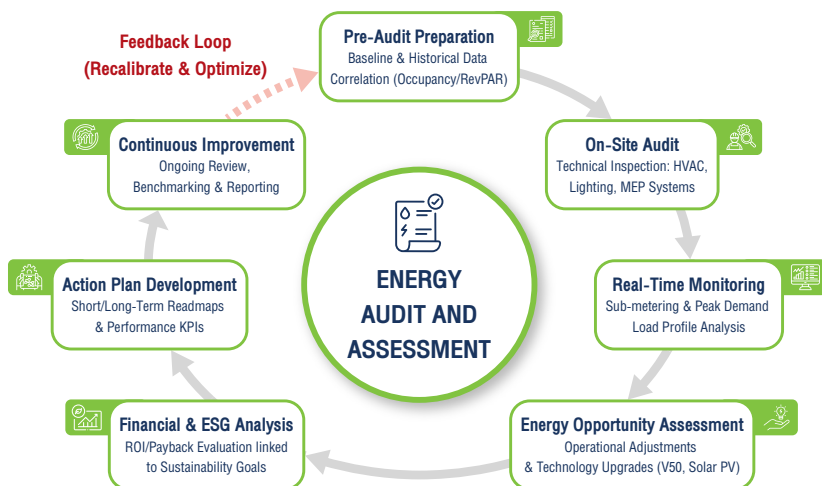
โอกาส

- การเปลี่ยนผ่านไปใช้พลังงานหมุนเวียนหรือการนำเทคโนโลยีอัจฉริยะเข้ามาใช้ในระบบปฏิบัติการ ไม่เพียงช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายได้ในระยะยาว แต่ยังช่วยลดการพึ่งพาการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และทำให้บริษัทสามารถมุ่งสู่เป้าหมาย Net Zero ที่ตั้งไว้ได้
- ภายใต้การมีมติเห็นชอบของประเทศไทยต่อการมีส่วนร่วมที่ประเทศกำหนด (Nationally Determined Contribution: NDC) ฉบับที่ 2 หรือ NDC 3.0 ทำให้เกิดแรงสนับสนุนและการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนที่ต้องปรับตัวในการบริหารจัดการพลังงาน เกิดการร่วมทุนในด้านพลังงานหมุนเวียนที่ทำให้ธุรกิจมีความมั่นคงทางต้นทุน
- การมีแนวทางการบริหารจัดการพลังงานที่ดี เพิ่มโอกาสให้บริษัทสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนสีเขียว (Green Financing) และสร้างความเชื่อมั่นจากนักลงทุนในกลุ่มที่มีความสนใจด้าน ESG ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายธุรกิจในอนาคตอย่างยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการ

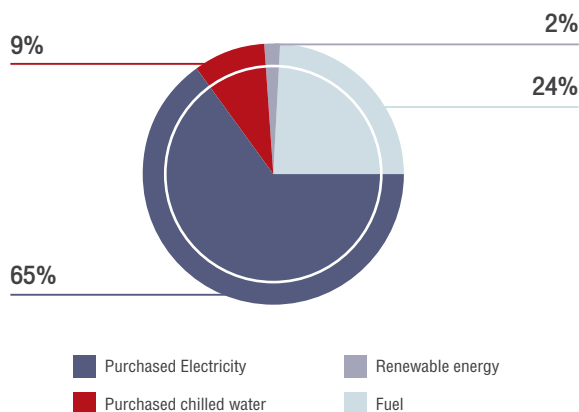
บริษัทตระหนักดีว่า การขยายตัวของธุรกิจส่งผลต่อความต้องการใช้พลังงานที่เพิ่มมากขึ้น จึงได้กำหนดเป้าหมายการลดการใช้พลังงานให้เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดของทั้งบริษัท และเป็นหนึ่งในความเสี่ยงของธุรกิจที่ต้องคอยติดตาม ตรวจสอบ สำหรับธุรกิจโรงแรมทางฝ่ายปฏิบัติการ (Operations team) ส่วนงานวิศวกรรมจะดำเนินการตรวจสอบพลังงาน (Energy Audit and Assessment) ทั้งการเก็บข้อมูล ประเมินและวิเคราะห์การใช้พลังงานแต่ละจุด พร้อมทั้งวางแผนการลงทุนติดตั้งอุปกรณ์เพื่อช่วยประหยัดพลังงาน จัดทำแผนปฏิบัติการการใช้พลังงานและสรุปผลการใช้พลังงานให้กับผู้บริหารของบริษัทได้รับทราบ พร้อมทั้งการจัดหาความมั่นคงทางพลังงานด้วยการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนจากพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้พลังงานจากของเสียที่ถูกปล่อยออก เช่น ใช้ลมเย็นจากเครื่องทำความร้อนปล่อยสู่โถงทางเดิน ทิวชิวภาพจากขยะอาหาร เป็นต้น ควบคู่ไปกับการลงทุนในเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ช่วยประหยัดพลังงานและมีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น เช่น ระบบ BMS (Building Management System) เพื่อช่วยติดตามตรวจสอบระบบความสว่างและระบบปรับอากาศ ทำให้สามารถควบคุมปริมาณการใช้ไฟฟ้าได้ รวมทั้งการอบรมและสื่อสารข้อมูล สร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนให้เกิดการตระหนักรู้ เพื่อให้สอดคล้องต่อเป้าหมายของบริษัท

The Sustainability Cycle: Hotel Energy Management & Efficiency Improvement



บริษัทมีการใช้พลังงานรวมของธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอาหาร 390,070,529.14 กิโลวัตต์ชั่วโมง โดยการใช้พลังงานส่วนใหญ่มาจากการซื้อไฟฟ้า คิดเป็นปริมาณ 256,086,199.15 กิโลวัตต์ชั่วโมง รองลงมาคือ การใช้เชื้อเพลิง และการซื้อน้ำเย็นมาใช้ในระบบปรับอากาศ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีสัดส่วนการใช้พลังงานทางเลือกจากการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ สามารถผลิตไฟฟ้าได้ 6,820,608.20 กิโลวัตต์ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด ซึ่งมีส่วนช่วยในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

ผลการดำเนินงานด้านการใช้พลังงาน



มีการใช้พลังงานเพิ่มขึ้น



ร้อยละ
4.75

ธุรกิจโรงแรม ปริมาณการใช้พลังงาน



282,301,456.17 kWh

ปัจจุบันติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์
ทั้งหมด



18 โรงแรม

ธุรกิจอาหาร ปริมาณการใช้พลังงาน



107,769,072.97 kWh

ปัจจุบันติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์
ทั้งหมด



22 สาขา

ธุรกิจโรงแรม

เป้าหมาย :

- ลดการใช้พลังงาน* ต่อห้องพักที่มีการใช้งานร้อยละ 40 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2562
- ปี 2568 การใช้พลังงาน* ต่อห้องพักที่มีการใช้งานลดลงร้อยละ 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา

หมายเหตุ : *การตั้งเป้าหมายกำหนดขอบเขตการใช้พลังงานเฉพาะตัวอาคารของโรงแรม (Facility only) เพื่อเทียบกับธุรกิจโรงแรมอื่นๆ ตามรายงาน Cornell Hotel Sustainability Benchmark (CHSB)

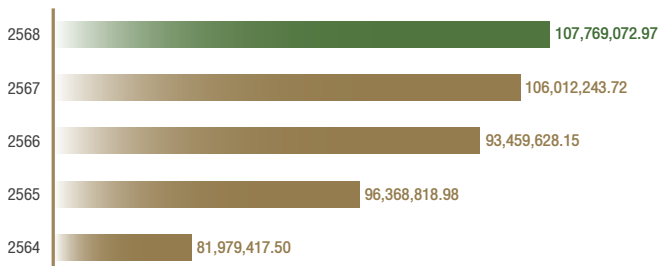
ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 ธุรกิจโรงแรมใช้พลังงาน(Facility only) เฉลี่ย 97.79 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อห้องพักที่มีการใช้งาน (kWh/Occupied room) เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 0.22 ซึ่งการใช้พลังงานส่วนใหญ่มาจากการซื้อไฟฟ้าคิดเป็นร้อยละ 55 โดยใช้ทั้งในระบบปรับอากาศ แสงสว่าง และกิจกรรมต่างๆ ภายในพื้นที่ทั้งหมดของโรงแรม รองลงมาเป็นการใช้น้ำมันดีเซลคิดเป็นร้อยละ 17 ใช้ในการทำงานของระบบเครื่องกำเนิดไฟฟ้า (Generator) เพื่อเป็นพลังงานไฟฟ้าสำหรับโรงแรมในประเทศมีดีเซลและสำรองในกรณีไฟดับสำหรับโรงแรมอื่นๆ รวมถึงการใช้สำหรับยานพาหนะที่โรงแรมเป็นเจ้าของ เป็นต้น

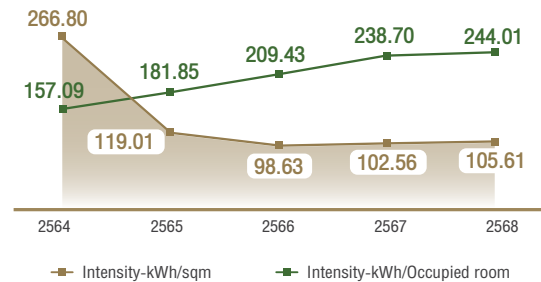
สำหรับการใช้พลังงานทางเลือกส่วนใหญ่มาจากการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเปลี่ยนเป็นกระแสไฟฟ้าซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปัจจุบันติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ไปแล้วทั้งสิ้น 18 โรงแรม และสามารถผลิตไฟฟ้าได้มากถึง 5,792,267.24 กิโลวัตต์ชั่วโมง

นอกจากการตั้งเป้าหมายเพื่อลดการใช้พลังงานในระดับองค์กรแล้ว แต่ละโรงแรมได้ถูกกำหนดเป้าหมายจากสำนักงานใหญ่เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อห้องพักที่มีการใช้งาน (kWh/Occupied room) เพื่อสร้างความร่วมมือและบรรลุเป้าหมายในการลดการใช้พลังงานของทั้งองค์กร

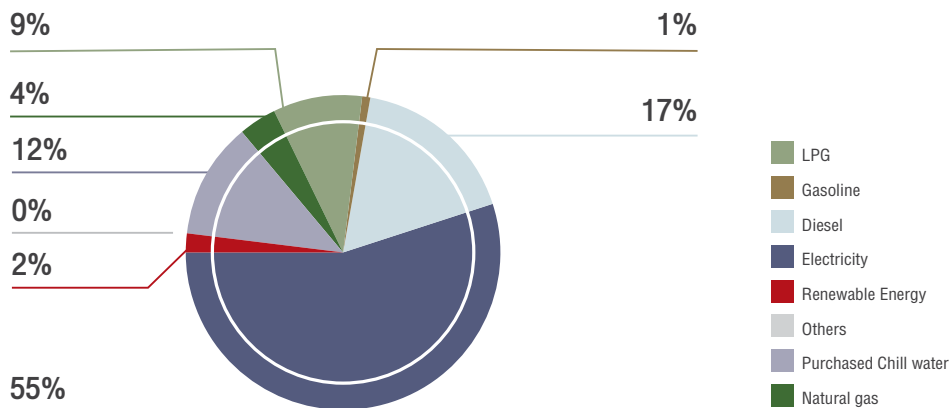
Total Energy Usage (kWh)



Energy (Facility, Vehicle, and Refrigerant) Intensity



Ratio of Energy Usage 2025



โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน (Energy Efficiency)

การนำพลังงานเหลือทิ้งกลับมาใช้ใหม่ (Waste Energy Recovery)

โรงแรมได้ติดตั้งอุปกรณ์ Economizer เพื่อนำไอความร้อนเหลือทิ้งจากกระบวนการต้มน้ำร้อนของหม้อไอน้ำ (Boiler) สำหรับใช้ในห้องซักผ้า และห้องครัว วนกลับมาใช้ (Reheater) สำหรับอุ่นน้ำก่อนที่จะส่งเข้าหม้อไอน้ำอีกครั้ง เพื่อลดผลต่างของอุณหภูมิระหว่างน้ำในหม้อต้มน้ำกับน้ำที่เติมเข้ามาใหม่ (Preheat) ทำให้หม้อต้มน้ำเดือดเร็วขึ้น ซึ่งเป็นการใช้เชื้อเพลิงน้อยลงแต่ได้น้ำที่เท่าเดิมและลดภาระของหม้อต้มน้ำที่ไม่ต้องเริ่มต้มน้ำจากน้ำเย็น เป็นทางหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้พลังงาน

นอกจากนี้โรงแรมได้มีใช้ระบบปั๊มความร้อน (Heat Pump) สำหรับการผลิตน้ำร้อนภายในโรงแรม เป็นการดึงความร้อนของบรรยากาศส่งผ่านไปยังแหล่งความร้อนของระบบ ในขณะที่ยวกับกระบวนการนี้จะปล่อยความเย็นออกมาที่สามารถใช้งานแทนระบบปรับอากาศได้ เพื่อเป็นการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ โรงแรมจึงตั้งลมเย็นมาใช้ในพื้นที่ส่วนกลาง หรือพื้นที่หลังบ้านของโรงแรม

การติดตั้งอุปกรณ์ปรับความเร็วรอบมอเตอร์ (Variable Speed Drivers: VSD)

เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราจึงได้ติดตั้งอุปกรณ์ปรับความเร็วรอบมอเตอร์ที่ระบบจ่ายน้ำของสระว่ายน้ำและห้องฟิตเนส เพื่อช่วยควบคุมความเร็วของมอเตอร์ไฟฟ้าให้เหมาะสมกับสภาวะโหลดตามการใช้งานที่เกิดขึ้นจริง ไม่ให้เกิดการสูญเสียพลังงานตลอดเวลาและเป็นการยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์



การเพิ่มประสิทธิภาพระบบทำความเย็นชนิดไร้น้ำมัน (Oil Free Magnetic-Bearing Chiller Compressors)

ระบบทำความเย็นเป็นระบบที่มีการใช้พลังงานมากที่สุดในอาคารของโรงแรม เพื่อยกระดับการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพ ธุรกิจโรงแรมจึงเลือกใช้เทคโนโลยี Oil-Free Magnetic-Bearing Chiller ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ใช้สนามแม่เหล็กแทนลูกปืนแบบเดิม ทำให้ไม่เกิดการสัมผัสหรือไม่มีแรงเสียดทานจากลูกปืน จึงลดการสูญเสียพลังงานจากการหมุน นอกจากนี้ยังช่วยจัดปัญหาการปนเปื้อนของน้ำมันในระบบทำความเย็นส่งผลให้การถ่ายเทความร้อนที่มีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้กว่า 30% และลดภาระการบำรุงรักษาในระยะยาว

ระบบทำน้ำเย็นส่วนกลางพร้อมตัวควบคุมอัจฉริยะ (District Cooling System with Chiller Optimizer)

ธุรกิจโรงแรมเลือกใช้ระบบทำน้ำเย็นโดยติดตั้งไว้ที่ส่วนกลางและทำงานร่วมกับระบบ Optimizer ซึ่งช่วยตรวจสอบทั้ง ภาวะโหลดความเย็นของอาคาร อุณหภูมิน้ำเย็น การทำงานของปั๊มน้ำและคลัสลิงทาวเวอร์ จากนั้นจะคำนวณและสั่งการให้เลือกจำนวน Chiller ที่เหมาะสม พร้อมทั้งปรับความเร็วของปั๊มและพัดลมควบคุมอุณหภูมิตามสภาวะการใช้งานจริง เพื่อไม่ให้เกิดการใช้พลังงานเกินความจำเป็น รวมทั้งช่วยยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์ลดภาระการซ่อมบำรุง

ระบบการจัดการภายในห้องพัก (Guest Room Management System: GRMS)

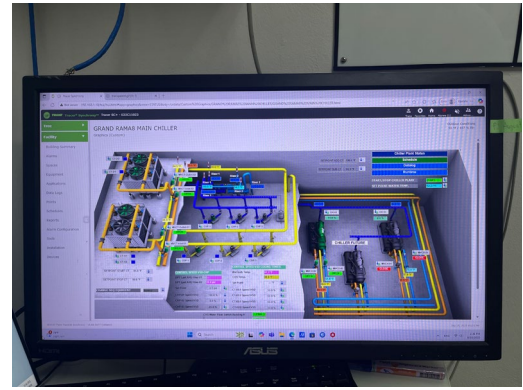
การติดตั้งกล่องควบคุมหลัก (Room Control Unit: RCU) ไว้ภายในห้องพักลูกค้า ทำหน้าที่ตรวจวัดความเคลื่อนไหว โดยข้อมูลนี้จะถูกส่งไปยังระบบส่วนกลางของแผนกวิศวกรรมและแผนกต้อนรับส่วนหน้า เพื่อควบคุมระบบปรับอากาศหรืออุณหภูมิภายในห้องพักให้เหมาะสมรวมทั้งระบบแสงสว่าง ในกรณีที่ภายในห้องพักไม่มีลูกค้า แต่มีการเสียบ Key card ทั้งไว้ ระบบจะเข้าสู่โหมดประหยัดพลังงาน

การเลือกใช้หลอดไฟ LED

โรงแรมเลือกติดตั้งหลอดไฟ LED ที่ผนวกกับการใช้เทคโนโลยีตรวจจับความเคลื่อนไหว (Motion Sensor) เพื่อช่วยเปิด-ปิดอัตโนมัติในระยะเวลาเคลื่อนไหวรัศมี 5 เมตร และหากไม่มีการเคลื่อนไหวความสว่างจะลงถึง 30% โดยมีการติดตั้งทั้งพื้นที่ส่วนกลางของโรงแรม โถงทางเดิน ห้องน้ำสาธารณะ และพื้นที่หลังบ้าน เพื่อควบคุมการใช้พลังงาน

การใช้ระบบ Building Management System (BMS)

เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของการบริหารจัดการพลังงานทั้งหมดภายในอาคาร โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราจึงติดตั้งระบบ BMS ร่วมกับระบบ HVAC (Heating, Ventilation, and Air Conditioning) เพื่อใช้ในการควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น และระบบการไหลเวียนของอากาศ อีกทั้งยังสามารถใช้ร่วมกับระบบแจ้งเหตุเพลิงไหม้ ไปจนถึงระบบรักษาความปลอดภัย เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์ฉุกเฉินได้ทันทีจากจุดควบคุมเพียงจุดเดียว



ธุรกิจอาหาร

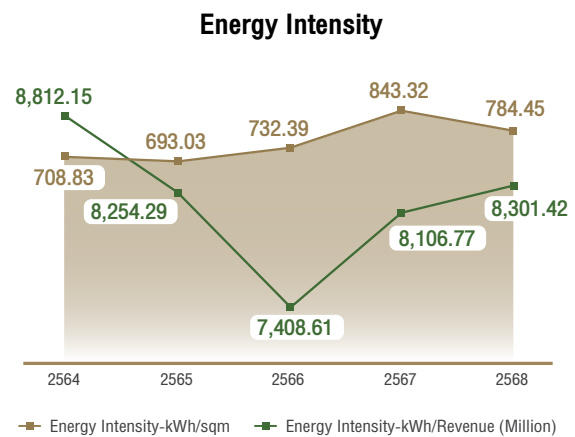
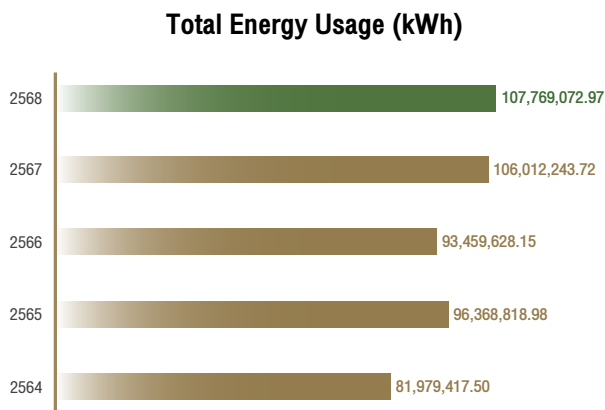
เป้าหมาย :

- ลดการใช้พลังงานทั้งหมดต่อรายได้ลงร้อยละ 20 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2567
- ปี 2568 การใช้พลังงานต่อรายได้ลดลงร้อยละ 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา
- ปี 2568 การใช้ไฟฟ้าลงร้อยละ 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา
- ปี 2568 การใช้ไฟฟ้าต่อรายได้ลงร้อยละ 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา

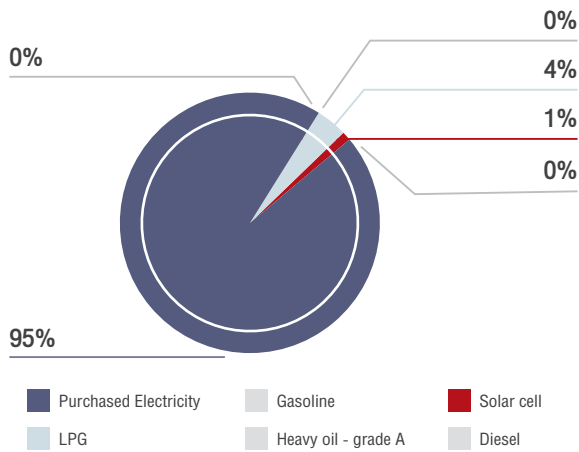
ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 ธุรกิจอาหารใช้พลังงาน 8,301.42 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) เพิ่มขึ้นจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ 2.40 โดยการใช้พลังงานทั้งหมดส่วนใหญ่มาจากการซื้อไฟฟ้าร้อยละ 95 มีอัตราความเข้มข้นของการใช้ไฟฟ้า 7,948.44 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อหน่วยรายได้(ล้านบาท) และเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.29 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

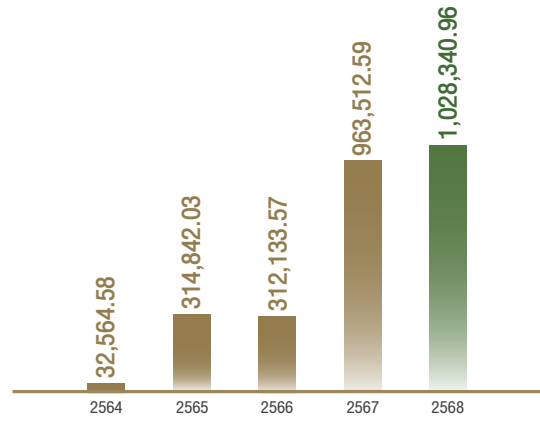
สำหรับการใช้พลังงานทางเลือกจากการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์จาก 21 สาขา 1 โรงงาน สามารถผลิตไฟฟ้าได้ทั้งสิ้น 1,028,340.96 กิโลวัตต์ชั่วโมง



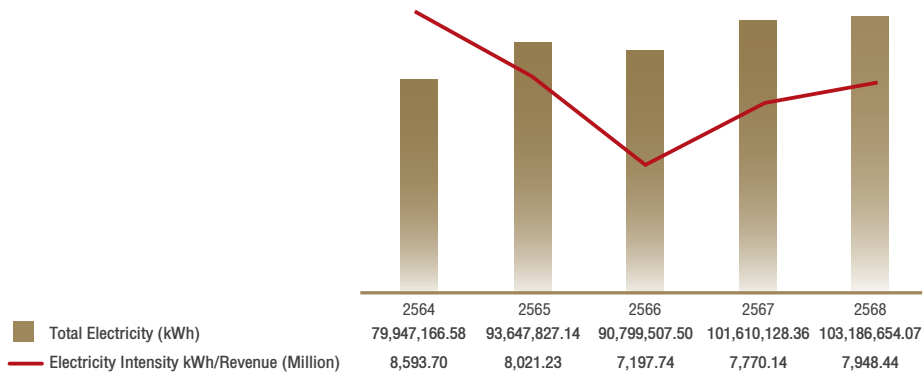
Ratio of Energy Usage 2025



Solar Cell Usage (kWh)



Electricity Usage



โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน (Energy Efficiency)

ระบบแสงสว่าง

- ติดตั้งระบบตรวจจับการเคลื่อนไหว ช่วยเปิด-ปิดไฟตามการใช้งานจริง ลดการใช้พลังงานในพื้นที่ที่ไม่มีคนอยู่
- ปรับระดับความสว่างให้เหมาะสมตามสภาพแวดล้อมและช่วงเวลาของวัน เพื่อลดการใช้พลังงานโดยไม่กระทบต่อประสิทธิภาพการทำงาน
- ควบคุมระบบแสงสว่างจากส่วนกลางผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อลดภาระการบริหารจัดการและเพิ่มความสะดวกสบายในการติดตามตรวจสอบ

ระบบปรับอากาศ

ติดตั้งระบบตรวจจับการใช้งานพื้นที่ (Occupancy Sensors) เพื่อให้สามารถปรับอุณหภูมิตามจำนวนผู้ใช้งานภายในพื้นที่ ลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น และสามารถควบคุมการทำงานของเครื่องปรับอากาศจากส่วนกลางผ่านแอปพลิเคชัน

การติดตั้งอุปกรณ์ปรับความเร็วรอบมอเตอร์ (Variable Speed Drive: VSD)

เพื่อลดพลังงานที่อาจเกิดใช้เกินความจำเป็น จึงมีการปรับความเร็วรอบมอเตอร์โดยประยุกต์ใช้กับระบบมอเตอร์ไฟฟ้าและเครื่องจักร ให้เป็นไปตามโหลดการใช้งาน (Adaptive Speed Control) สามารถควบคุมความเร็วรอบที่เหมาะสม ช่วยลดการสึกหรองของมอเตอร์และอุปกรณ์ ทำให้เครื่องจักรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยืดอายุการใช้งานเพื่อลดต้นทุนการบำรุงรักษา

การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน (Employee Training on Energy Efficiency)

ธุรกิจอาหารมีจัดการอบรมสร้างการตระหนักรู้ในเรื่องของการใช้พลังงานให้กับพนักงาน ตั้งแต่ระดับผู้บริหารจนถึงระดับพนักงานเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในการประหยัดพลังงานทั้งในส่วนของโรงงานและแบรนด์ร้านอาหารต่างๆ

การใช้น้ำ และการจัดการน้ำเสีย (Water Consumption and Wastewater Management)

ความท้าทาย

- บริษัทต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศแบบสุดขั้ว ทั้งปริมาณฝนที่มากขึ้นและมีความถี่บ่อยขึ้น จนทำให้เกิดน้ำท่วมฉับพลัน และเป็นเวลานานจนอาจทำให้บริษัทต้องหยุดกิจการชั่วคราว กระทบต่อความเสียหายทั้งด้านการเงิน สุขภาพอนามัย และทรัพยากรธรรมชาติ
- สำหรับพื้นที่ดำเนินธุรกิจริมชายฝั่งหรือบนเกาะต่างๆ จะได้รับผลกระทบจากระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น เกิดการกัดเซาะชายฝั่งรวมถึงการปนเปื้อนของน้ำเค็มในชั้นน้ำบาดาล ทำให้ธุรกิจอาจจะต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการฟื้นฟู และจัดหาแหล่งน้ำสำรอง ที่สำคัญคือน้ำกึ่งหากไม่มีการบำบัดหรือควบคุมมาตรฐานคุณภาพน้ำก็อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและกฎระเบียบข้อบังคับ
- ในพื้นที่ดำเนินธุรกิจที่อยู่ใกล้กับทะเลทราย อาจเกิดภัยแล้ง ขาดแคลนน้ำ หรือทำให้พายุทะเลทรายรุนแรงขึ้นและทะเลทรายจะขยายตัวทำให้พื้นที่เพาะปลูกลดลง เกิดต้นทุนของค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติไม่สามารถมองข้ามได้อีกต่อไป บริษัทจึงต้องติดตามประเมินสถานการณ์ และวางมาตรการป้องกันและฟื้นฟู ทั้งการจัดตั้งงบประมาณ เตรียมพร้อมทรัพยากรบุคคลที่ต้องรับมือและประเมินสถานการณ์แก้ไขปัญหา การใช้เทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่จะช่วยลดผลกระทบจากภาวะวิกฤตเหล่านี้ได้

โอกาส

- การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพที่ครอบคลุมทั้งการใช้น้ำ น้ำทิ้ง คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้ง เป็นเรื่องสำคัญที่บริษัทจะต้องใส่ใจและคอยติดตามตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดต้นทุนของการใช้น้ำ ป้องกันการเกิดมลพิษทางน้ำเข้าสู่ชุมชนและแหล่งน้ำสาธารณะ ไม่ให้มีข้อพิพาททางกฎหมายจนไปสู่การหยุดชะงักของธุรกิจ
- ฝัาระวังและเตรียมรับมือในช่วงหน้าแล้ง ทั้งการสำรองน้ำใช้ และการวางแผนล่วงหน้าจะช่วยลดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจและลดต้นทุนแฝงที่อาจเกิดขึ้น
- การเลือกใช้อุปกรณ์หรือผลิตภัณฑ์ที่ทำความสะอาดที่ไม่ใช้น้ำหรือใช้น้ำน้อย ยังช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของการใช้น้ำและลดความเสี่ยงน้ำทิ้งที่ปนเปื้อนสารเคมีได้อีกด้วย
- การก่อสร้างโครงการใหม่ๆ ต้องได้รับการประเมินความเสี่ยงในเรื่องของน้ำท่วม เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

แนวทางการบริหารจัดการ

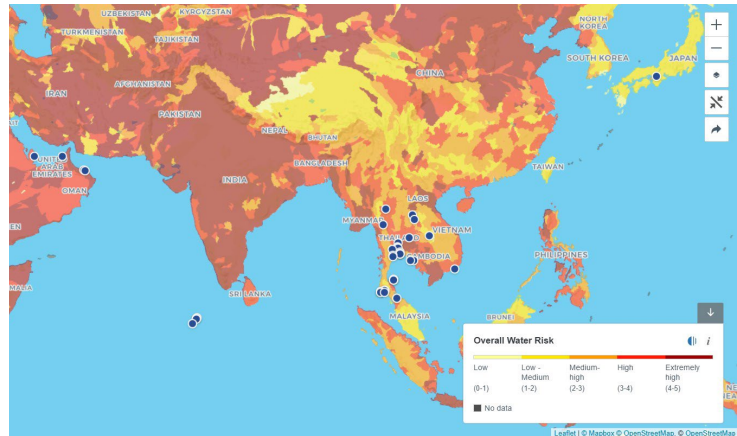
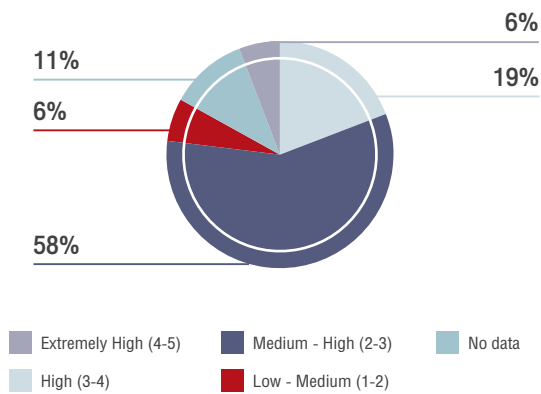
การขยายตัวของเศรษฐกิจส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำเพิ่มขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่บริษัทจะต้องตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า โดยเริ่มดำเนินการประเมินความเสี่ยงการใช้น้ำในแต่ละพื้นที่ดำเนินธุรกิจ การจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำเพื่อนำมาใช้ในการตั้งเป้าหมายการลดการใช้น้ำ การวางแผนจัดการแหล่งน้ำสำรอง ลงทุนในระบบที่ใช้น้ำปริมาณน้อยแต่ยังมีประสิทธิภาพต่อการดำเนินงานเท่าเดิม การใช้อุปกรณ์ที่ช่วยประหยัดน้ำ การบำบัดน้ำทิ้งให้ได้ตามมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้ง รวมทั้งยังส่งเสริมให้น้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วนำกลับมาใช้ในการรดน้ำต้นไม้ การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพในแต่ละพื้นที่ บริษัทต้องอาศัยการสนับสนุนทั้งข้อมูลความรู้และการสื่อสารจากหน่วยงานท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ ความร่วมมือของชุมชน เพื่อให้เกิดความมั่นคงด้านน้ำ (Water Security) ผ่านการบริหารจัดการให้น้ำมีปริมาณเพียงพอและมีคุณภาพที่ดีอย่างต่อเนื่อง โดยที่บริษัท ชุมชน และธรรมชาติ สามารถอยู่ร่วมกันได้แม้ในสภาวะความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ

การประเมินความเสี่ยงด้านความตึงเครียดของน้ำ (Water-Stressed Assessment)

การบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำในแต่ละพื้นที่เป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้บริษัทมีข้อมูลสำหรับการวางแผนในการบริหารจัดการน้ำในเชิงนโยบาย เตรียมแผนการจัดการด้านน้ำ และมาตรการบรรเทาผลกระทบ เพื่อให้มั่นใจว่ากิจกรรมต่างๆ ของบริษัท ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียและชุมชนรอบข้าง

สำหรับธุรกิจโรงแรมได้ประเมินความเสี่ยงด้านความตึงเครียดของน้ำ (Water Stress Assessment) ด้วยเครื่องมือ AQUEDUCT Water Risk Atlas ของสถาบัน World Resources Institute ภายใต้ตัวชี้วัด 3 ประเภท คือ ทางกายภาพเชิงปริมาณ ทางกายภาพเชิงคุณภาพ และการกำกับดูแลชื่อเสียง (Physical risks quantity, Physical risks quality and regulatory & reputational risk) โดยระบุสถานที่ตั้งของโรงแรมจำนวน 47 แห่ง ผลจากการประเมินความเสี่ยง โดยคะแนนรวมมีโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราจำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 3 ที่อยู่ในภาวะความเสี่ยงสูงมาก (Extremely High) และจำนวน 9 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 19 ที่อยู่ในภาวะความเสี่ยงสูง (High) โดยความต้องการใช้น้ำที่เพิ่มมากขึ้นและความไม่มั่นคงของน้ำ (Water Security) เป็นสาเหตุให้เกิดความตึงเครียดของน้ำ

Percentage of hotels in water stressed location

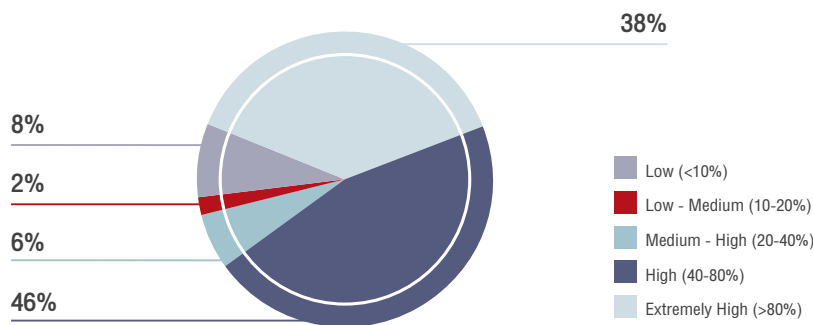


Hotel Name	Overall Water Risk	Physical Risks Quantity	Physical Risks Quality	Regulatory and Reputational Risk
Centara West Bay Hotel & Residences Doha	High (3-4)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress 		
Centara Muscat Hotel	Extremely High (4-5)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress Groundwater Table Decline Interannual Variability Riverine flood risk Stress 		
Al Hail Waves Hotel	Extremely High (4-5)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress Groundwater Table Decline Interannual Variability Riverine flood risk Stress 		
Centara Mirage Resort Mui Ne	High (3-4)	<ul style="list-style-type: none"> Riverine flood risk Stress Coastal flood risk 	<ul style="list-style-type: none"> Untreated Connected Water 	<ul style="list-style-type: none"> Regulatory and Reputational Risk Unimproved/no sanitation
Centara Korat	High (3-4)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress 	<ul style="list-style-type: none"> Untreated Connected Water 	<ul style="list-style-type: none"> Peak Rep Risk country ESG risk index
Centara Life Government Complex Hotel & Convention Centre Chaeng Watthana	Extremely High (4-5)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress Riverine flood risk Stress 	<ul style="list-style-type: none"> Untreated Connected Water 	<ul style="list-style-type: none"> Peak Rep Risk country ESG risk index
Centara Ayutthaya	High (3-4)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress Riverine flood risk Stress 	<ul style="list-style-type: none"> Untreated Connected Water 	<ul style="list-style-type: none"> Peak Rep Risk country ESG risk index
Centara Riverside Hotel Chiang Mai	High (3-4)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress Riverine flood risk Stress 	<ul style="list-style-type: none"> Untreated Connected Water 	<ul style="list-style-type: none"> Peak Rep Risk country ESG risk index
COSI Samui Chaweng Beach	High (3-4)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress Riverine flood risk Stress Coastal flood risk 	<ul style="list-style-type: none"> Untreated Connected Water 	<ul style="list-style-type: none"> Peak Rep Risk country ESG risk index
Centara Villas Samui	High (3-4)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress Riverine flood risk Stress Coastal flood risk 	<ul style="list-style-type: none"> Untreated Connected Water 	<ul style="list-style-type: none"> Peak Rep Risk country ESG risk index

Hotel Name	Overall Water Risk	Physical Risks Quantity	Physical Risks Quality	Regulatory and Reputational Risk
Centara Reserve Samui	High (3-4)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress Riverine flood risk Stress Coastal flood risk 	<ul style="list-style-type: none"> Untreated Connected Water 	<ul style="list-style-type: none"> Peak Rep Risk country ESG risk index
Centara Life Lamai Resort Samui	High (3-4)	<ul style="list-style-type: none"> Water Stress Riverine flood risk Stress Coastal flood risk 	<ul style="list-style-type: none"> Untreated Connected Water 	<ul style="list-style-type: none"> Peak Rep Risk country ESG risk index

สำหรับธุรกิจอาหาร ได้ประเมินความเสี่ยงด้านความตึงเครียดของน้ำ (Water Stress Assessment) ด้วยเครื่องมือ AQUEDUCT Water Risk Atlas เช่นเดียวกัน โดยพิจารณาสถานที่ตั้งของสาขาจำนวน 1,435 สาขา ในการประเมินความตึงเครียดน้ำโดยภาพรวม พบว่า 691 สาขา คิดเป็นร้อยละ 46 อยู่ในภาวะความเสี่ยงสูง (High) และจำนวน 572 สาขา คิดเป็นร้อยละ 38 อยู่ในภาวะความเสี่ยงสูงมาก (Extremely High) เนื่องจากธุรกิจอาหารดำเนินการบนพื้นที่เช่าเกือบทั้งหมด ในอนาคตจึงมีแผนพิจารณาการขยายสาขาโดยคำนึงถึงพื้นที่ตั้งของสาขาและความตึงเครียดของน้ำเพื่อลดความเสี่ยงและความไม่มั่นคงของน้ำในการดำเนินธุรกิจ

Percentage of branches in water stressed location



จากผลการประเมินความเสี่ยง บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางในการใช้น้ำเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เริ่มจากการเก็บข้อมูลการใช้น้ำและนำมากำหนดเป้าหมาย (KPI) ของแต่ละธุรกิจเพื่อให้เกิดการติดตามและควบคุมปริมาณการใช้น้ำ รวมทั้งการเลือกใช้อุปกรณ์หรือเทคโนโลยีที่ช่วยประหยัดน้ำ อาทิ การติดตั้งระบบท็อกน้ำอัตโนมัติบริเวณอ่างล้างหน้าและชักโครกบริเวณห้องน้ำส่วนกลางของโรงแรม การติดตั้งระบบชักโครกแบบสองปุ่ม (Dual Flush) การติดตั้งก๊อกน้ำแบบเติมอากาศและแบบไหลเอื่อย (Low-Flow) เพื่อลดปริมาณการไหลของน้ำให้น้อยลง สำหรับธุรกิจโรงแรมที่มีโรงบำบัดน้ำภายในโรงแรม ส่งเสริมให้มีการนำน้ำที่บำบัดให้มีคุณภาพที่เหมาะสมและนำกลับมาใช้รดน้ำต้นไม้ ในประเทศฝั่งตะวันออกกลางมีการติดตั้งน้ำสำรองและการกักเก็บน้ำฝนเพื่อช่วยบริหารจัดการน้ำในยามฉุกเฉิน

นอกจากนี้ธุรกิจโรงแรมได้จัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานกลุ่มแม่บ้านสำหรับวิธีการทำความสะอาดให้ใช้น้ำอย่างประหยัดและคุ้มค่า สำหรับในกลุ่มคนดูแลสวนให้เลือกช่วงเวลาในการรดน้ำต้นไม้ รวมทั้งการสังเกตความชื้นของดินก่อนรดน้ำต้นไม้ และการตัดปายประหยัดน้ำในบริเวณห้องน้ำพนักงานและลูกค้าเพื่อส่งเสริมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า รวมทั้งการจัดกิจกรรมวันน้ำโลก (World Water Day) ซึ่งในปีนี้ตรงกับหัวข้อการอนุรักษ์ธารน้ำแข็ง (Glacier Preservation) เพื่อสร้างการตระหนักรู้ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงของธารน้ำแข็ง มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่าเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการลดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศและรักษาความมั่นคงด้านน้ำให้กับคนรุ่นหลัง

เซ็นทารา และเรสซิเดนซ์ เวสต์เบย์ โดฮา จัดกิจกรรมวันน้ำโลก (World water day) เชิญชวนลูกค้าในกลุ่มเด็กเข้าร่วมเรียนรู้และเข้าใจความสำคัญของน้ำ ผลกระทบจากการละลายของธารน้ำแข็ง ผ่านการดูวิดีโอ เล่นเกมส์ เป็นต้น



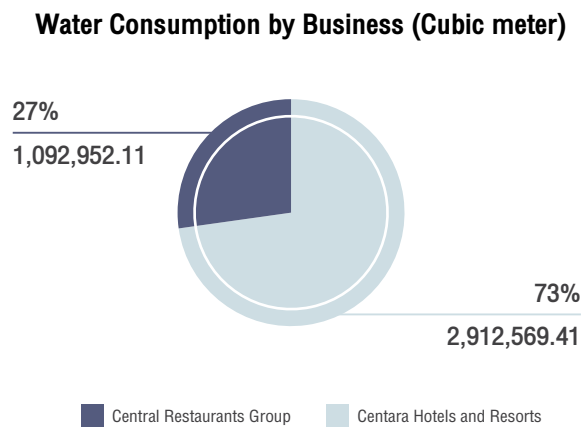
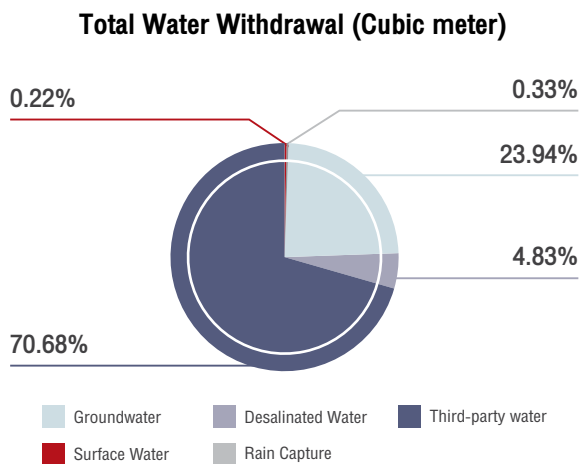
ความเสี่ยงจากเหตุอุทกภัย (Flood Hazard Risk)

จากสถานการณ์น้ำท่วมในปีนี้ได้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ 2 แห่ง คือ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดสงขลา ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงภัยธรรมชาติตามฤดูกาลเท่านั้น แต่มาจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และจากการขยายตัวของเมืองที่วางทางน้ำไหลตามธรรมชาติ บริษัทจึงต้องดำเนินการวิเคราะห์ผลกระทบทางการเงิน การปรับตัวเพื่ออยู่กับผลกระทบที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และวางแผนเพื่อป้องกันการเกิดเหตุในอนาคต

สำหรับผลกระทบต่อทางการเงิน บริษัทจำเป็นต้องประเมินค่าใช้จ่ายจากความเสียหายที่เกิดขึ้น ทั้งค่าซ่อมแซม การทำความสะอาด ประเมินการสูญเสียรายได้จากการหยุดดำเนินงาน รวมถึงคำนึงด้านการลงทุนในเทคโนโลยีที่ช่วยคาดการณ์การเกิดน้ำท่วม การปรับปรุงระบบอาคารหรือระบบที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้าและระบบบิมน้ำขึ้นสู่พื้นที่ปลอดภัยเหนือระดับน้ำท่วม อุปกรณ์ป้องกันภัยหรือใช้สัญญาณและยังชีพในขณะที่ต้องเผชิญสถานการณ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานได้รับการอบรมให้มีความรู้และจัดการวิกฤตน้ำท่วมโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการให้ความช่วยเหลือพนักงานและชุมชนในภาวะวิกฤตเพื่อลดความเสี่ยงด้านชื่อเสียง รวมทั้งเตรียมรับภาระของเบี้ยประกันภัยที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นในพื้นที่เสี่ยงภัย

ผลการดำเนินงานรวมเรื่องการใช้น้ำ (Water Consumption Performance)

จากการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารในปี บริษัทดื่มน้ำมาใช้ปริมาณรวมทั้งสิ้น 4,005,521.52 ลูกบาศก์เมตร หรือ 4,005.52 เมกะลิตร ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 5.43 โดยแบ่งเป็นการซื้อน้ำประปามาใช้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 70.68 รองลงมา คือ น้ำใต้ดิน น้ำทะเล น้ำฝน และน้ำผิวดิน ตามลำดับ



ธุรกิจโรงแรม

เป้าหมาย :

- ลดปริมาณการใช้น้ำต่อห้องพักที่มีการใช้งานร้อยละ 20 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2562
- ปี 2568 ลดอัตราความเข้มข้นของการใช้น้ำต่อห้องพักที่มีการใช้งานลงร้อยละ 2 เทียบกับปีที่ผ่านมา

ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่



ร้อยละ **17.90**

ลูกค้าเข้าร่วมโปรแกรมเพื่อการอนุรักษ์น้ำของโรงแรม



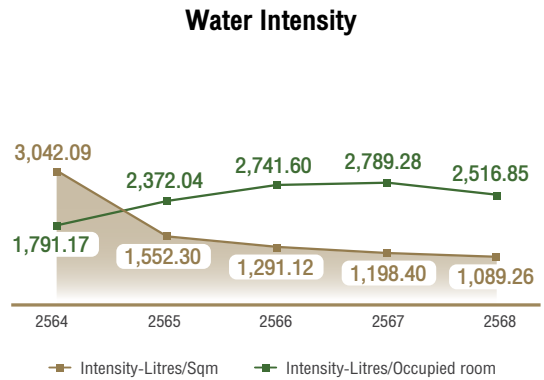
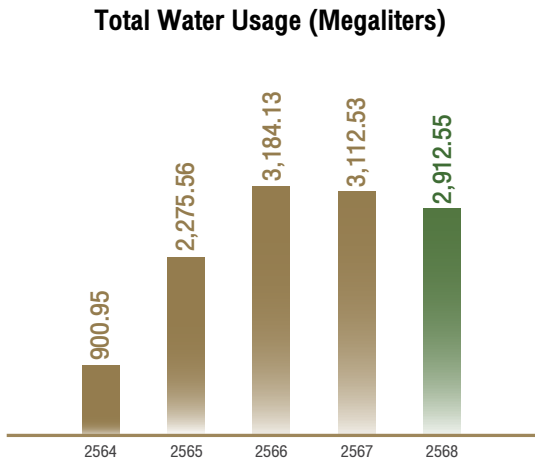
441,858 ห้อง

Going Greener, My Green Day and Reserve Water Drop

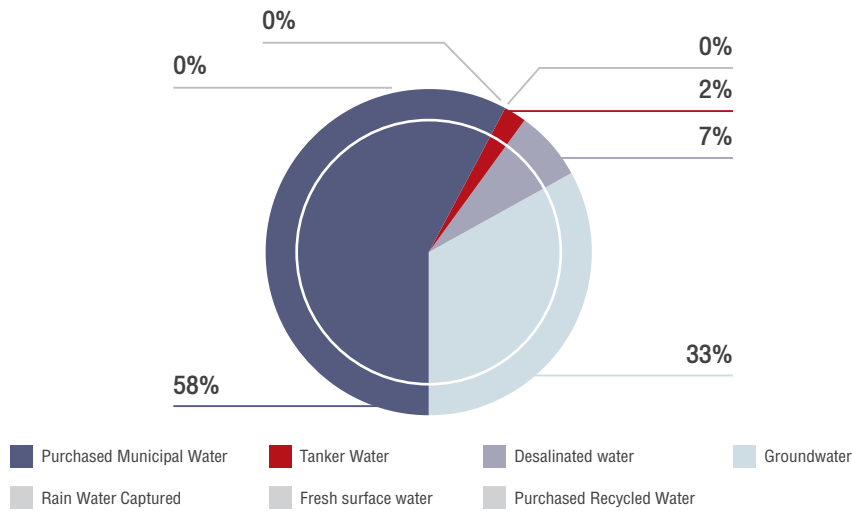


ประหยัดน้ำ **6,570** ลูกบาศก์เมตร

โรงแรมแต่ละแห่งมีการใช้น้ำจากแหล่งที่แตกต่างกัน อาทิ น้ำประปา น้ำบาดาล น้ำที่ซื้อจากรบรทุกน้ำ น้ำฝน การซื้อน้ำรีไซเคิลมาใช้รดน้ำต้นไม้ น้ำผิวดิน และการผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเล โดยมีปริมาณการดื่มน้ำมาใช้ทั้งหมด 2,912.55 เมกะลิตร ซึ่งมีอัตราความเข้มข้นของการใช้น้ำ 1,090.98 ลิตรต่อห้องพักที่มีการใช้งาน ลดลงจากปีฐานร้อยละ 33.20 และยังคงลดลงจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ในปีเดียวกันมากถึงร้อยละ 24.09



Type of Water Withdrawal

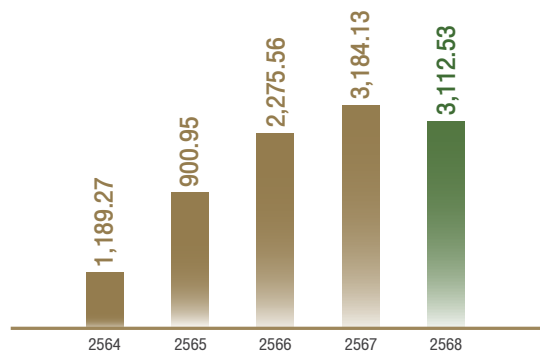


การบริหารจัดการน้ำเสีย (Wastewater Management)

บริษัทได้กำหนดแนวปฏิบัติเรื่องการบริหารจัดการน้ำเสีย โดยทุกโรงแรมที่มีโรงบำบัดน้ำเสียภายในโรงแรมต้องควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งหลังการบำบัดให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งของแต่ละประเทศ และต้องทำการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำทิ้งพร้อมทั้งจัดทำรายงานผลการตรวจสอบระบบบำบัดน้ำเสียเป็นประจำทุกเดือนโดยผู้ตรวจสอบภายนอกที่ได้รับการรับรอง สำหรับประเทศไทยโรงแรมที่มีการบำบัดน้ำภายในพื้นที่ดำเนินงานจะต้องส่งผลบันทึกการทำงานของระบบบำบัดน้ำเสีย (ทส. 1) และแบบรายงานสรุปผลการดำเนินงานของระบบบำบัดน้ำเสีย (ทส. 2) ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมควบคุมมลพิษ เพื่อให้มั่นใจว่าน้ำเสียจากธุรกิจโรงแรมจะไม่สร้างผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบ

ในปี 2568 มีปริมาณน้ำเสียที่ผ่านการบำบัด (Wastewater Treatment) ก่อนปล่อยออกสู่ลำรางสาธารณะ 1,256.32 เมกกะลิตร

Water Discharge (ML)



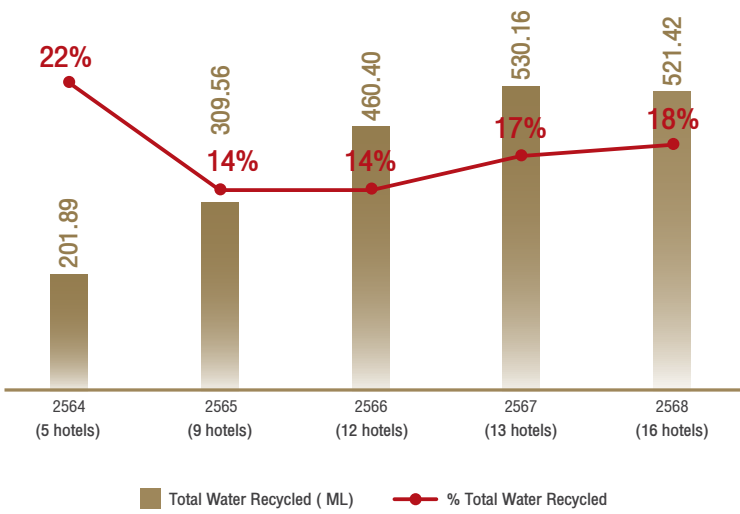
การใช้น้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Water Efficiency Management Programs)

การนำน้ำกลับมาใช้ (น้ำรีไซเคิล)

บริษัทส่งเสริมให้โรงแรมที่มีโรงบำบัดน้ำ นำน้ำที่ผ่านการบำบัดและมีคุณภาพที่เหมาะสมนำกลับมาใช้ในบริเวณพื้นที่สีเขียว และยังได้จัดทำแนวทางการรดน้ำต้นไม้สำหรับพื้นที่กลางแจ้ง เพื่อก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยมีโรงแรมที่นำน้ำกลับมาใช้ใหม่จำนวน 16 โรงแรม ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายจากการซื้อน้ำประปา และสามารถลดการใช้น้ำได้มากถึง 521.42 เมกะลิตร สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายประมาณ 14.6 ล้านบาท นอกจากนี้โรงแรมยังมีการนำน้ำที่เป็นส่วนเหลือจากระบบปรับอากาศหรือน้ำคอนเดนเสทมาใช้ในการล้างเท้า

บริษัทตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรสาธารณะ (Common goods) รวมถึงทรัพยากรน้ำอย่างมีความรับผิดชอบ จึงมีการกำกับดูแลกิจกรรมทางธุรกิจให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับในแต่ละท้องถิ่นที่เข้าไปดำเนินกิจการ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนรอบข้าง ตลอดจนความเชื่อมั่นของบริษัทในระยะยาว โดยในปี 2568 บริษัทไม่มีข้อพิพาทเกี่ยวกับประเด็นเรื่องน้ำกับชุมชนรอบข้าง

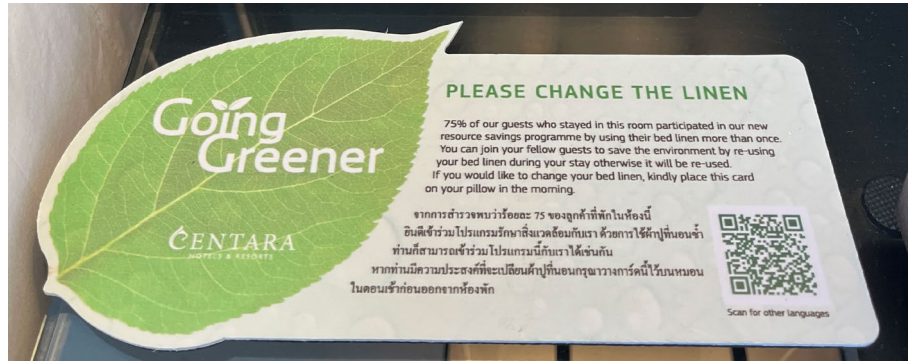
Water Recycled



โปรแกรมเพื่อการอนุรักษ์น้ำ (Water Conservation Programs)

เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าให้ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราจึงได้จัดทำโปรแกรม “Going Greener” และ “Reserve Water Drop” เชิญชวนให้ลูกค้าใช้ผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวซ้ำ เพื่อลดการใช้น้ำและสารเคมีในการทำความสะดวก และโปรแกรม “My Green Day” เลือกไม่รับบริการทำความสะอาดห้องพักสำหรับลูกค้าที่เข้าพักเกิน 1 คืน

จากความร่วมมือของลูกค้าในปี 2568 มีจำนวนห้องพักลูกค้า 441,858 ห้อง ที่เข้าร่วมโปรแกรม มีจำนวนผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวที่ใช้ซ้ำทั้งสิ้น 7,640,512.00 ชิ้น ซึ่งช่วยประหยัดน้ำได้ 6,570 ลูกบาศก์เมตร ประหยัดพลังงาน 13,752 เมกะวัตต์-ชั่วโมง และลดค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงาน น้ำและสารเคมีในการทำความสะดวก รวมถึงสิ้น 54 ล้านบาท



การเลือกใช้อุปกรณ์สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ (Use of Water-Saving Sanitary Fixtures)

บริษัทส่งเสริมให้ทุกโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา เลือกใช้อุปกรณ์ที่ประหยัดน้ำ โดยให้มีการติดตั้งทั้งบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง ห้องน้ำพนักงาน และภายในห้องพักลูกค้าที่จะไม่กระทบต่อประสบการณ์การเข้าพัก อนึ่งเพื่อให้เป็นไปตามตัวชี้วัดของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ได้กำหนดไว้ในเรื่องการอนุรักษ์น้ำ (Water Conservation) สำหรับการเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

- ใช้โถสุขภัณฑ์ที่มีระบบชำระล้างสองปุ่ม (Dual Flush) ซึ่งสามารถเลือกปริมาณน้ำให้เหมาะสมกับการใช้งาน ช่วยลดการใช้น้ำลงได้มากกว่า 20-30% เมื่อเทียบกับสุขภัณฑ์แบบดั้งเดิม
- การติดตั้งอุปกรณ์ตีลมอากาศ (Aerator) ที่ก๊อกน้ำ เพื่อช่วยเพิ่มแรงดันสัมผัสแต่ละอัตราการไหลของน้ำ (Flow Rate)
- บริเวณห้องน้ำในพื้นที่สาธารณะ พื้นที่หลังบ้าน และภายในห้องพักลูกค้ามีการติดตั้งระบบก๊อกน้ำและโถปัสสาวะระบบเซนเซอร์ (Sensor) เพื่อป้องกันการสูญเสียจากการปิดไม่สนิทหรือการใช้งานเกินความจำเป็น
- เลือกใช้อุปกรณ์ที่มีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ด้านการประหยัดน้ำ (Green Certification Standards)
 - โถสุขภัณฑ์ให้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์ มอก. 2065-2552 ซึ่งมีปริมาณน้ำชำระล้างเฉลี่ย ไม่เกิน 6 ลิตรต่อครั้ง ส่วนโถสุขภัณฑ์แบบ Dual Flush ปริมาณน้ำชำระล้างเฉลี่ยที่ 3-6 ลิตรต่อครั้ง
 - ฝักบัวอาบน้ำให้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์ มอก. 2066-2552 ซึ่งช่วยจำกัดอัตราการไหลของน้ำให้ไม่เกิน 9 ลิตรต่อนาที
 - ก๊อกอ่างล้างหน้า อ่างล้างมือ และอ่างล้างชามให้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์ มอก. 2067-2552 ซึ่งช่วยจำกัดอัตราการไหลของน้ำให้ไม่เกิน 6 ลิตรต่อนาที

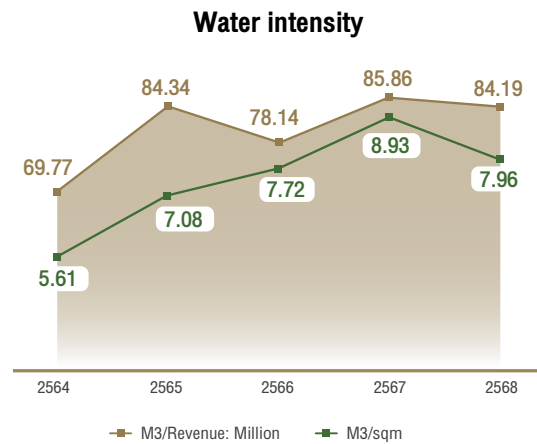
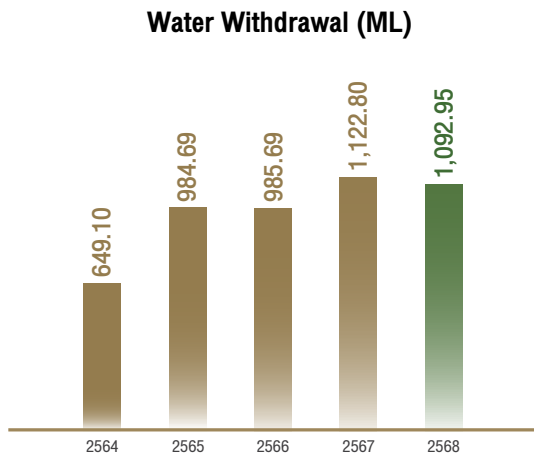


ธุรกิจอาหาร

เป้าหมาย :

- ลดปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้(ล้านบาท) ร้อยละ: 20 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2562
- ปี 2568 ตั้งเป้าหมายลดอัตราความเข้มข้นของการใช้น้ำลงต่อหน่วยรายได้(ล้านบาท) ร้อยละ: 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา

สำหรับธุรกิจอาหารมีการใช้น้ำจากแหล่งเดียวคือ การซื้อน้ำประปา โดยมีปริมาณการใช้น้ำ 1,092.95 เมกะลิตร หรือ มีอัตราความเข้มข้นการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) 84.19 ลูกบาศก์เมตร หรือลดลงร้อยละ: 1.95 เมื่อเทียบกับเป้าหมายปีที่ผ่านมา



การบริหารจัดการน้ำเสีย (Wastewater Management)

การบริหารจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องตามกฎหมายเป็นหนึ่งในขั้นตอนสำคัญที่ช่วยสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งยังสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่บริษัทมุ่งมั่นดำเนินการอย่างจริงจัง สำหรับธุรกิจอาหารโดยส่วนใหญ่ร้านอาหารในระดับสาขาจะตั้งอยู่ในพื้นที่เช่า จะต้องดำเนินการบำบัดน้ำเสียเบื้องต้น (Primary Treatment) ตามระบบที่ถูกกำหนดจากผู้ให้เช่าพื้นที่ (Landlord) ซึ่งต้องดำเนินการแยกของแข็งทิ้งเศษอาหาร เศษขยะ และตะกอนออกจากน้ำเสีย รวมทั้งมีการกรองและตกตะกอนด้วยการให้น้ำผ่านบ่อตกไขมันและทำให้ไขมันแยกออกจากน้ำเสีย

สำหรับโรงงานของบริษัท ซีอาร์จี แมนูแฟเจอริง จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่นวนคร ที่มีการบำบัดน้ำเสียอย่างเข้มงวดตามมาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยปริมาณน้ำเสียทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมภายในโรงงานจะได้รับการบำบัด 100% ด้วยระบบแบบแอกทิเวตเต็ดสลัดจ์ (Activated Sludge) เป็นวิธีบำบัดน้ำเสียด้วยแบคทีเรียที่ใช้ออกซิเจน (Aerobic Bacteria) เป็นตัวหลักในการย่อยสลายสารอินทรีย์ในน้ำเสีย ซึ่งน้ำทิ้งหลังการบำบัดจะต้องมีการตรวจวัดคุณภาพน้ำ โดยเฉพาะค่าความเป็นกรดต่าง (pH) ต้องได้ค่าระดับความเป็นเบสอ่อนถึงปานกลาง (pH = 9) ก่อนปล่อยออกสู่ลำรางสาธารณะ ซึ่งจะต้องส่งผลตรวจคุณภาพน้ำให้กับทางนวนคร และจะได้รับการสุ่มตรวจจากทางนวนครเป็นประจำทุกปี ก่อนเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียของนวนครอีกครั้ง เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดอย่างถูกต้องและปลอดภัย

น้ำทิ้งจากโรงงานที่ผ่านกระบวนการบำบัดจะไม่ถูกนำกลับมาใช้ใหม่ แต่จะเข้าสู่กระบวนการบำบัดเพิ่มเติมในระบบของนวนคร เพื่อรักษามาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยตามกฎหมายระเบียบทางด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ

การใช้น้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Water Efficiency Management)

- ติดตั้งมิเตอร์วัดปริมาณการใช้น้ำ เพื่อควบคุมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
- มีการตรวจเช็คการรั่วไหลตามท่อน้ำหรือจุดที่เป็นข้อต่ออย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถซ่อมแซมได้ทันทีที่รั่วไหลลดการสูญเสีย
- เลือกใช้ก๊อกน้ำอัตโนมัติ (Automatic Faucet) ที่เป็นระบบเซ็นเซอร์อัจฉริยะเพื่อช่วยควบคุมการเปิด-ปิดน้ำอัตโนมัติ
- เลือกก๊อกน้ำแบบใช้เท้า (Foot Pedal Faucet) ควบคุมการเปิด-ปิดน้ำด้วยเท้า เพื่อป้องกันการปล่อยน้ำทิ้งโดยไม่ตั้งใจและเพิ่มความสะดวกในการทำงาน

การบริหารจัดการของเสีย (Waste Management)

ความท้าทาย

- การจัดการของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งปัญหามลพิษทางอากาศ เกิดการปนเปื้อนของสารเคมีทั้งในน้ำและดิน แหล่งน้ำเสีย ไม้โครพลาสติกในทะเล นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสุขอนามัยของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และความสวยงามของภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการเก็บรวบรวมและกำจัดขยะที่เพิ่มขึ้นจากกฎระเบียบ ข้อบังคับของหน่วยงานภาครัฐ
- ข้อจำกัดในด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจห่างไกลจากเขตเมืองหรือสถานที่ตั้งอยู่บนเกาะ ทำให้เกิดต้นทุนของการขนส่งขยะที่สูง บางครั้งไม่สามารถหาผู้รับจ้างกำจัดขยะท้องถิ่นจึงจัดการจัดการของเสียอย่างต่อเนื่อง บางพื้นที่ไม่มีโรงงานคัดแยกขยะรีไซเคิลทำให้ปลายทางสุดท้ายของขยะอาจถูกนำไปสู่หลุมฝังกลบของแต่ละท้องถิ่น
- การเลือกใช้บริการรับจ้างกำจัดขยะที่ไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าผู้รับซื้อท้องถิ่นนำขยะทั้งหมดไปจัดการอย่างไร เนื่องจากไม่มีเอกสารที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ความรับผิดชอบก็จะย้อนกลับมาที่บริษัทเกิดความเสี่ยงในด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง
- ระบบการจัดซื้อสินค้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ ขาดการคำนวณต้นทุนทางวัตถุดิบและวัตถุดิบปริมาณของอาหารที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต นำไปสู่การสูญเสียอาหารและต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ท้ายที่สุดยังส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของขยะอาหาร

โอกาส

- ระบบการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพภายในบริษัท ไม่เพียงช่วยลดมลภาวะและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการเปิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่เอื้อให้บริษัทสามารถลดต้นทุน สร้างความร่วมมือกับองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการขยะ นำไปสู่การเปลี่ยนขยะเป็นผลิตภัณฑ์ Upcycling ที่สามารถจำหน่ายเป็นสินค้าเพื่อสร้างรายได้อีกทางหนึ่ง
- การบริหารจัดการต้นภูมิจุดดับ รวมทั้งการประเมินความหนาแน่นของลูกค้า ช่วยลดการสูญเสียอาหารและการสร้างขยะอาหาร ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงิน แต่ยังสามารถช่วยทำให้เกิดความสามารถในการบริการที่ดีอีกด้วย

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นในการบริหารจัดการของเสียตลอดห่วงโซ่ธุรกิจ โดยให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบาย มุ่งเน้นทั้งด้านการจัดการของเสีย การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร ตามลำดับขั้นการจัดการของเสีย (Waste management hierarchy) สนับสนุนการลดการใช้สิ่งที่ไม่จำเป็น (Reduce) และใช้ซ้ำ (Reuse) เพื่อไม่ให้เกิดของเสีย โดยตั้งเป้าการลดขยะไปสู่หลุมฝังกลบให้ได้มากที่สุด และมีการจัดทำเอกสารขั้นตอนการปฏิบัติงาน (SOP: Standard Operating Procedure) เพื่อเป็นแนวทางให้ทั้งบริษัทเกิดการบริหารจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

อ่านนโยบายการจัดการของเสีย การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร



สำหรับธุรกิจโรงแรม เพื่อให้เกิดความสามารถในการจัดการของเสียตามเป้าหมาย บริษัทจึงได้จัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedure) ในการบริหารจัดการขยะและของเสีย กำหนดให้ทุกโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราต้องมีการจัดการขยะตั้งแต่ต้นทาง ตามลำดับการจัดการของเสีย (Waste Management Hierarchy) นอกจากนี้ทีมพัฒนาด้านความยั่งยืนจะเข้าสู่มตรวจสอบการจัดการของเสียทั้งพื้นที่หน้าบ้านและหลังบ้าน (Waste audit) ของแต่ละโรงแรม ทั้งการคัดแยกขยะตามประเภท การติดตั้งป้ายบ่งชี้ประเภท สอบถามข้อมูลปลายทางของขยะ การตรวจสอบบันทึกการเก็บข้อมูลขยะตามประเภท และรายงานสรุปผลเพื่อให้เกิดการแก้ไขอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการดำเนินโครงการต่างๆ ที่ช่วยลดการเกิดของเสียไปสู่หลุมฝังกลบ อาทิ โครงการ NO Bin Day ไม่ตั้งถังขยะอาหารในโรงอาหาร เพื่อส่งเสริมให้นักงานตักอาหารทานแต่พอดี และควบคุมไม่ให้เกิดปริมาณขยะอาหาร นำกากกาแฟผสมกับเศษผักผลไม้ทำเป็นปุ๋ยหมักหรือนำไปตากแดดใส่บรรจุภัณฑ์แจกให้กับลูกค้าที่ต้องการนำไปใช้ประโยชน์อื่นๆ ส่งขยะทำพรีให้กับองค์กรที่นำไปเผาเป็นขยะพลังงาน รวมถึงขอความร่วมมือจากลูกค้าในการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ในการส่งวัตถุดิบประเภทผัก ผลไม้ และนมมิง เปลี่ยนใส่ภาชนะที่ใช้ซ้ำและนำกลับคืนได้ หรือใส่ในภาชนะที่ทางโรงแรมจัดเตรียมไว้เพื่อลดปริมาณขยะที่ไม่จำเป็น

สำหรับธุรกิจอาหาร การบริหารจัดการขยะอาหารเป็นส่วนสำคัญที่ธุรกิจอาหารให้ความสำคัญและใส่ใจ โดยมุ่งเน้นที่การปรับปรุงกระบวนการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ทั้งในส่วนของบริหารจัดการวัตถุดิบ การนำระบบ FIFO (First-In, First-Out) เข้ามาใช้ในการตรวจสอบวัตถุดิบที่เข้ามาก่อนเพื่อลดการนำเสียและลดการสูญเสียในระหว่างกระบวนการผลิต การออกแบบเมนูอาหาร (Food Design) ที่ช่วยให้สามารถใช้วัตถุดิบที่เหลือจากเมนูหนึ่งไปใช้ในเมนูอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ การคัดแยกขยะและการรีไซเคิล การแปรรูปขยะอาหารไปเป็นปุ๋ยหมักแล้วนำกลับมาใช้ภายในองค์กร รวมทั้งการบริจาคอาหารส่วนเกินเพื่อบรรเทาปัญหาความหิวให้กับผู้ที่ต้องการ

ปริมาณของเสียทั้งหมด



19,513.17 ตัน

ปริมาณของเสียทั้งหมดจากธุรกิจโรงแรม



9,038.74 ตัน

ปริมาณของเสียทั้งหมดจากธุรกิจอาหาร



10,474.43 ตัน

อัตราการรีไซเคิลรวม ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร



ร้อยละ 20

ปริมาณของเสียที่นำเข้ากระบวนการรีไซเคิล



3,862.53 ตัน

ปริมาณขยะอาหารที่ถูกนำไปทำเป็นปุ๋ยหมัก



1,726.94 ตัน

สำหรับภาพรวมของการบริหารจัดการของเสียทั้งธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารในปี 2568 มีปริมาณของเสียรวมทั้งสิ้น 19,513.17 ตัน เพิ่มจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 14 ในส่วนของขยะทั่วไปมีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 สำหรับขยะรีไซเคิลมีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 13

ธุรกิจโรงแรม

เป้าหมาย :

- ลดปริมาณขยะและของเสียที่ส่งไปหลุมฝังกลบต่อห้องพักที่มีการใช้งานร้อยละ 20 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2562
- ปี 2568 ลดอัตราความเข้มข้นของขยะและของเสียที่ส่งไปหลุมฝังกลบต่อห้องพักที่มีการใช้งานลงร้อยละ 2 เทียบกับปีที่ผ่านมา

อัตราขยะรีไซเคิลของธุรกิจโรงแรม



ร้อยละ **29.29**

ขยะพลาสติกจาก P-O-P Fish (Plastics Only, Please)



4,223.07
กิโลกรัม

ขายน้ำมันครีวี่ใช้แล้ว



66.70 ตัน

ผลิตเป็นพลังงานเชื้อเพลิงสำหรับยานพาหนะ

ร่วมกับ OCYCO ส่งขยะพลาสติกจำนวน



6,949.8
กิโลกรัม

เข้าสู่กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม

รังสรรค์ต้นคริสต์มาสจากวัสดุรีไซเคิล

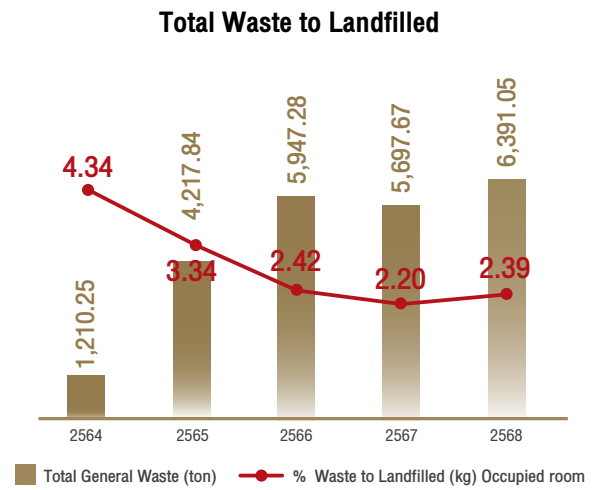
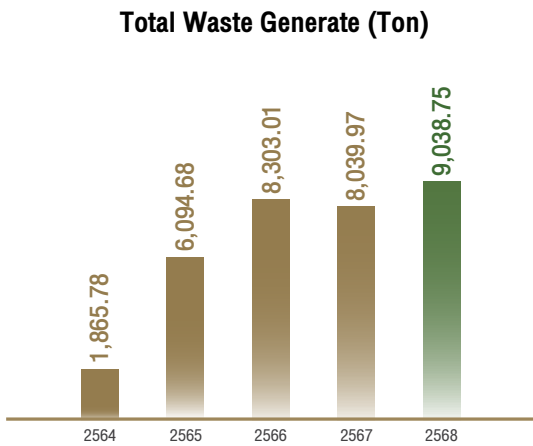


18,860 ชิ้น

บรรจุภัณฑ์เคมีใช้แล้วจำนวน **1,926.6 กิโลกรัม** ถูกส่งคืนภายใต้ความร่วมมือกับบริษัท Ecolab ซึ่งถูกนำไปผลิตเป็นพลาสติกมูมกันประเภทของถังเบ้าท์ (Intermediate Bulk Containers IBC)

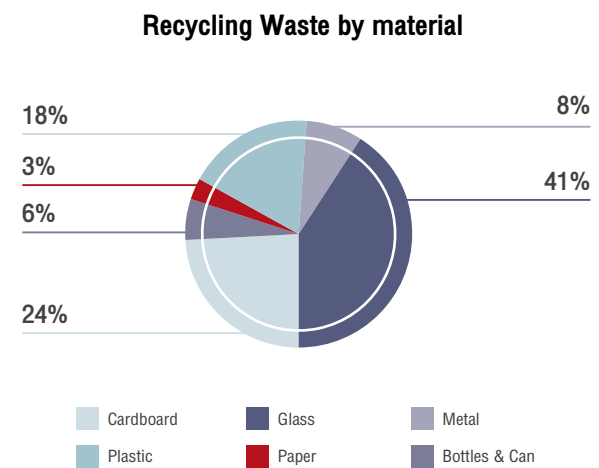
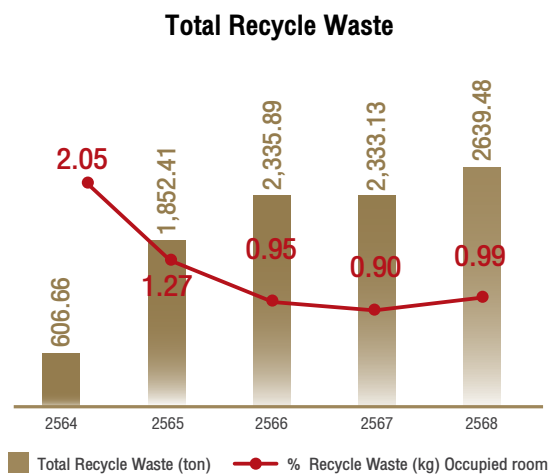
การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

สำหรับปี 2568 มีปริมาณของเสียรวมทั้งสิ้น 9,038.74 ตัน และถูกส่งไปยังหลุมฝังกลบ 6,391.05 ตัน ซึ่งมีอัตราความเข้มข้นของปริมาณขยะ 2.39 กิโลกรัมต่อห้องพักที่มีการใช้งาน โดยลดลงจากปีฐานร้อยละ 22.90 แต่เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมามีอัตราความเข้มข้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.64



ขยะรีไซเคิล (Recyclable Waste)

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทุกแห่ง ต้องปฏิบัติตามเอกสารขั้นตอนการปฏิบัติงานในการบริหารจัดการของเสีย โดยทุกโรงแรมจะต้องบันทึกปริมาณขยะและการจัดเก็บข้อมูลตามการคัดแยกขยะรีไซเคิลแต่ละประเภท ในปี 2568 มีปริมาณขยะรีไซเคิลทั้งหมด 2,639.48 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมามากถึงร้อยละ 13.13 และมีอัตราไซเคิลอยู่ที่ร้อยละ 29.29



ในปีนี้โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา ดำเนินการจัดการขยะรีไซเคิลด้วยวิธีการหลากหลายรูปแบบ ทั้งขยะรีไซเคิลได้และขยะที่นำไปยังหน่วยงานที่สามารถนำไปสร้างประโยชน์ต่อไป รวมถึงสร้างความร่วมมือในการลดการสร้างพลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งกับพนักงานและลูกค้า



เปลี่ยนผ่านยูนิฟอร์มพนักงาน สู่ลูกค้าสำหรับผู้บริหาร

เพื่อสนับสนุนกระบวนการอัพไซเคิล (Upcycle) ภายในองค์กร บริษัทจึงได้รวบรวมเครื่องแต่งกายพนักงานที่ใช้แล้วและผ้าลินินคุณภาพสูงจำนวน 1,372 กิโลกรัม ส่งให้กับทางบริษัท SC Grand เพื่อเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเป็นเส้นใยและทอเป็นผ้า จากนั้นนำมาตัดเย็บเป็นสูทสำหรับผู้บริหาร โดยเป็นการผสมผสานผ้ารีไซเคิล ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 66% และกึ่งผ้าใหม่ 34% โดยสุท 1 ตัวใช้ผ้ารีไซเคิลประมาณ 0.67 กิโลกรัม



Upcycling product ร่วมกับ OCYCO จังหวัดกระบี่

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราในจังหวัดกระบี่ทั้ง 4 โรงแรม ได้ร่วมมือกับทาง OCYCO นำส่งขยะพลาสติกเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการ Upcycling เปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่า ซึ่งในปี 2568 สามารถส่งขยะพลาสติกให้ OCYCO รวม 6.9 ตัน โดยปริมาณขยะพลาสติกที่รวบรวมจากโครงการนี้ ตั้งแต่ปี 2567-2568 คิดเป็นปริมาณ 8.6 ตัน โดยปีนี้ทางสำนักงานใหญ่ได้นำขยะพลาสติกเปลี่ยนเป็นกระเป๋าผ้าและหมวก จำนวนทั้งสิ้น 600 ชิ้น เพื่อใช้เป็นของที่ระลึกแจกในวันงานแถลงข่าวด้านความยั่งยืนประจำปีของบริษัท และใช้ในกิจกรรมของพนักงานและลูกค้าของบริษัทอีกด้วย



คริสต์มาสหมุนเวียน: การเดินทางของวิศุทธิ์โซเคิลสู่งานศิลป์

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราได้เปลี่ยนแนวคิดการตกแต่งเทศกาลคริสต์มาสจากการใช้ทรัพยากรใหม่ มาเป็นการใช้วัสดุไซเคิล ในปีนี้โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารากั้น 13 แห่ง ได้จัดสร้าง ต้นคริสต์มาสจากวิศุทธิ์โซเคิล 18,860 ชิ้น ทั้งจากขวดแก้ว ขวดพลาสติก แคลชูลากาแฟที่ใช้แล้ว และจุกคอร์กไม้ ต้นคริสต์มาสนี้ไม่ได้เป็นเพียงสัญลักษณ์ของเทศกาล แต่เป็นเครื่องยืนยันถึงความคิดสร้างสรรค์ของโรงแรมในการเปลี่ยนขยะให้กลายเป็นงานศิลปะที่สะท้อนถึงความยั่งยืน



ต้นคริสต์มาส ผลิตจาก

ขวดแก้ว



756 ชิ้น

ขวดพลาสติก



2,352 ชิ้น

แคลชูลากาแฟที่ใช้แล้ว



16,408 ชิ้น

จุกคอร์กไม้



100 ชิ้น

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารากั้น 13 แห่ง

- เซ็นทารา ริชีฟ สมุย
- เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ
- เซ็นทารา แกรนด์ มิวราจ บีช รีสอร์ท พัทยา
- เซ็นทารา แกรนด์ ลากูน มัลดีฟส์
- เซ็นทารา มิวราจ ลากูน มัลดีฟส์
- เซ็นทารา ราสฟูซี รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์
- มัชชาฟูซี ไอส์แลนด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา มัลดีฟส์
- เซ็นทารา วอเตอร์เกต พาววิลเลียน กรุงเทพฯ
- เซ็นทารา พัทยา
- เซ็นทารา อุบล
- เซ็นทารา เกาะช้าง ทropicana รีสอร์ท
- เซ็นทารา ไลฟ์ เซอัม บีช รีสอร์ท หัวหิน
- เซ็นทารา ไลฟ์ บางกอก พระนคร



Sparklo Machine: เปลี่ยนขยะเป็นรางวัล

เซ็นทารา และเรสซิเดนซ์ เวสต์เบย์ โดฮา ได้ดำเนินการติดตั้งเครื่อง Sparklo เมื่อเดือนมีนาคม 2568 ซึ่งเป็นนวัตกรรมเครื่องรับคืนขวดและ-กระป๋องอัตโนมัติที่ใช้เทคโนโลยี AI ในการคัดแยก เปลี่ยนพฤติกรรมภารกิจเป็นการสะสมแต้ม และสามารถแลกของรางวัลต่างๆ จากทางโรงแรมหรือสิทธิพิเศษอื่นๆ ปีนี้เป็นปีแรกที่โรงแรมได้ดำเนินการซึ่งสามารถนำขวดพลาสติกและ-กระป๋อง กลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ถึงสิ้น 27,892 ชิ้น เทียบเท่ากับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 4,185 กิโลกรัมคาร์บอนเทียบเท่า โดยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากทั้งลูกค้าและพนักงานมากกว่า 270 คน



ความร่วมมือกับองค์กร Goumbook

เซ็นทารา มีราจ มิช รีสอร์ท คูโบ ยังเข้าร่วมโครงการ “Save the Butts” กับองค์กร Goumbook ต่อเนื่องเป็นที่ 3 ในการส่งมอบตันบุหรี่ที่รวบรวมได้จากภายในโรงแรมและการเก็บขยะชายหาด จำนวนทั้งสิ้น 8,250 ชิ้น โคนตันบุหรี่ที่ถูกรวบรวมจะถูกนำไปแปรรูปเป็นไม้อัด (Plywood) เป็นทางเลือกที่ยั่งยืนที่สามารถช่วยลดความเสี่ยงการตัดไม้ทำลายป่าในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ ยังช่วยลดปัญหาขยะทะเลที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศชายหาดและทะเล

สร้างพื้นที่จากเศษแก้ว

เซ็นทารา ธิร์ซีฟ สมุย รวบรวมเศษแก้วที่แตกจากการใช้งานจำนวน 350 กิโลกรัม บริจาคให้กับชุมชนบ้านมะพร้าว หาดหน้าทอน เกาะสมุย เพื่อนำไปทำเป็นอิฐเพื่อปูรองพื้นถนน นอกจากนี้ทาง มัชชาฟู้ช โฮสแลนด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา บิลด์ฟัส ยังได้นำขวดแก้วจำนวน 500 ใบ และเศษกระเบื้องมากกว่า 200 กิโลกรัม ผสมกับคอนกรีตปูบริเวณพื้นที่ทำเรื่องส่งขนาด 30 ตารางเมตร

บริจาคห้วงอูมิเนียมเพื่อนำไปทำยาเทียม

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา 4 แห่ง ส่งมอบห้วงอูมิเนียมฝ้าน้ำดื่มจำนวน 44.75 กิโลกรัม เพื่อนำไปผลิตเป็นยาเทียมส่งมอบให้ผู้พิการได้แก่ เซ็นทารา อ่าวนาง มิช รีสอร์ทและสปา กระบี่ เซ็นทารา อินคาเทวี รีสอร์ท แอนด์ สปา กระบี่ เซ็นทารา ไคราช และเซ็นทารา อูยูรยา



เปลี่ยนขยะกำพร้าวให้ไม่ไร้ค่า

พลาสติกยืดและโฟม หนึ่งในขยะที่ยากต่อการนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือที่เรียกว่า ขยะกำพร้าว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายลดขยะไปสู่หลุมฝังกลบ เซ็นทารา แกรนด์ แอควีเซียม โฮเทล โอลิมปิก เซ็นทารา วอเตอร์เกต พาวเวอร์สเตชัน กรุงเทพฯ และเซ็นทารา ไลฟ์ ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ ได้คัดแยก โฟมและพลาสติกยืดปริมาณ 2,114.7 กิโลกรัม ส่งให้กับหน่วยงานที่สามารถนำไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ ทั้งการเผาเป็นพลังงานและผลิตคืนกลับมาเป็นน้ำมันไพโรไลซิส

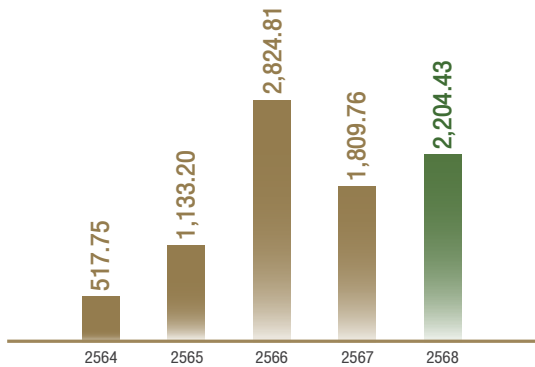
การลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร (Food Loss & Food Waste)

บริษัทตระหนักดีว่า “อาหาร” เป็นทรัพยากรที่มีค่าและมีต้นทุนทางธรรมชาติมหาศาลในการผลิต ในขณะที่โลกกำลังเผชิญกับวิกฤตความมั่นคงทางอาหารและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปล่อยให้เกิดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) และขยะอาหาร (Food Waste) จึงไม่เพียงแต่เป็นความสูญเสียทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นแหล่งกำเนิดสำคัญของก๊าซมีเทนซึ่งส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน เพื่อลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร จึงมีการวางแผนที่มีประสิทธิภาพตลอดกระบวนการจัดซื้อ การผลิต การควบคุมคุณภาพ การเก็บรักษาและการตรวจสอบ นอกจากนี้ในกรณีที่มีอาหารเหลือคุณภาพดีจากการบริการ เรามุ่งเน้นการส่งต่อผ่านโครงการบริจาคอาหารให้กับกลุ่มเปราะบางหรือหน่วยงานเพื่อสังคม เพื่อให้แน่ใจว่าอาหารจะถูกนำไปใช้ประโยชน์สูงสุด

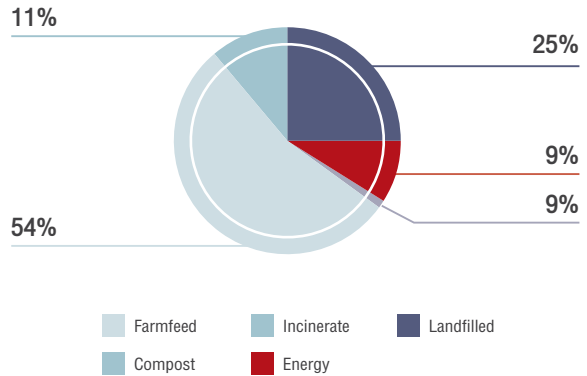
ในปี 2568 มีขยะอาหารจากการดำเนินงานของโรงแรมรวมทั้งสิ้น 2,204.43 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 จากปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามเมื่อดูจากสัดส่วนของขยะอาหารทั้งหมด พบว่าขยะอาหารส่วนใหญ่ถูกนำส่งให้กับฟาร์มสัตว์เพื่อนำไปเป็นอาหารต่อไป และยังมีมีการนำไปทำประโยชน์อื่น ๆ ทั้งการไปทำปุ๋ย ส่งไปเป็นพลังงาน ในปีนี้ยังได้ความร่วมมือจากพนักงานในการลดขยะอาหารในห้องอาหารอีกด้วย



Total Food Waste (Ton)



Food Waste Disposal Methods 2025



ลดการสูญเสียอาหารผ่านการบริจาคอาหารส่วนเกิน

เพื่อลดการเกิดขยะอาหาร บริษัทได้บริจาคอาหารส่วนเกินให้กับมูลนิธิ สโกลาร์ส ออฟ ชิสทีแวนซ์ (SOS) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 (เริ่มโครงการในปี 2560) โดยทางมูลนิธิจะดำเนินการส่งมอบอาหารส่วนเกินที่ยังรับประทานได้ให้กับชุมชน แม้ไม่ใช้ในปริมาณที่มากแต่สามารถช่วยกลุ่มนี้มีโอกาสได้รับประทานอาหารที่มีคุณภาพ โดยในปี 2568 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา บริจาคอาหารส่วนเกินเป็นจำนวน 27,626.16 กิโลกรัม เทียบเท่ากับอาหารจำนวน 116,030 มื้อ และสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้ 69,894.00 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โรงแรมที่เข้าร่วมโครงการ 8 แห่ง ได้แก่ เซ็นทารา แกรนด์ และบางกอกคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ เซ็นทารา วอเตอร์เกต พาววิลเลียน กรุงเทพฯ เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต เซ็นทารา กะตะ รีสอร์ท ภูเก็ต เซ็นทารา กะรน รีสอร์ท ภูเก็ต เซ็นทารา วิลลา ภูเก็ต และเซ็นทารา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่

ข้อมูลการบริจาคอาหารส่วนเกินรวมทั้งตั้งแต่ ปี2560 - 2568

อาหารส่วนเกิน (กิโลกรัม)



164,776.33

เปลี่ยนเป็นอาหาร (มื้อ)



654,722.00

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
(kgCO₂e)



372,142.00

เปลี่ยนขยะอาหารเป็นปุ๋ย

ในแต่ละวันโรงแรมต้องจัดการกับปริมาณขยะอาหารจำนวนมากที่เกิดขึ้นจากหลากหลายแหล่งทั้งไลน์อาหารเช้า วัตถุดิบเหลือใช้ในห้องครัว ขยะอาหารจากห้องอาหาร และโรงอาหารพนักงาน บริษัทจึงได้ริเริ่มการจัดการขยะอาหารด้วยการเปลี่ยนให้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ที่มีคุณภาพ เพื่อเปลี่ยนสถานะจาก “ของเสีย” ให้กลายเป็น “ทรัพยากรหมุนเวียน” ในปีนี้สามารถเปลี่ยนขยะอาหารเป็นปุ๋ยได้ทั้งสิ้น 231.91 ตัน รวมทั้งเศษขยะใบไม้บางส่วนก็สามารถนำไปทำปุ๋ยได้เช่นเดียวกัน และยังมีบางส่วนที่นำไปทำน้ำ EM เพื่อใช้ภายในพื้นที่สีเขียวของโรงแรม และนำไปแจกจ่ายให้กับทั้งลูกค้า พนักงาน และชุมชนรอบข้าง ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการลดปริมาณอาหารที่จะถูกส่งไปยังหลุมฝังกลบ ทั้งยังลดค่าใช้จ่ายในการจัดขยะ ลดการใช้สารเคมี และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการฝังกลบขยะอาหาร



การจัดการกากกาแฟ

ในแต่ละวันมีปริมาณกากกาแฟจากการให้บริการลูกค้าในโรงแรมที่เหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก ทางโรงแรมจึงได้คิดแยกและนำกากกาแฟไปตากแดดนำไปใส่บรรจุภัณฑ์วางแจกให้กับลูกค้าที่ต้องการบริเวณพื้นที่ต้อนรับของโรงแรม

การลดขยะอาหารภายในห้องอาหารของพนักงาน

จากการริเริ่มโครงการ “NO Bin Day” ด้วยการนำเอาถังใส่ขยะอาหารออกจากห้องอาหาร และให้ทางพ่อครัวเตรียมอาหารที่ไม่มีกระดูกหรือส่วนที่ทานไม่ได้ เพื่อให้พนักงานตักอาหารรับประทานตามความต้องการและต้องรับประทานให้หมดเพื่อไม่ให้มีขยะอาหารเหลือทิ้งในแต่ละวัน ตั้งแต่ปี 2566 จนถึงปัจจุบันมีโรงแรมและรีสอร์ทภายในเครือเซ็นทาราเข้าร่วมทั้งสิ้น 15 โรงแรม เป็นโครงการที่ได้การตอบรับเป็นอย่างดีและได้รับความร่วมมือจากพนักงานที่ช่วยกันลดขยะอาหารในส่วนที่สามารถทำได้เอง



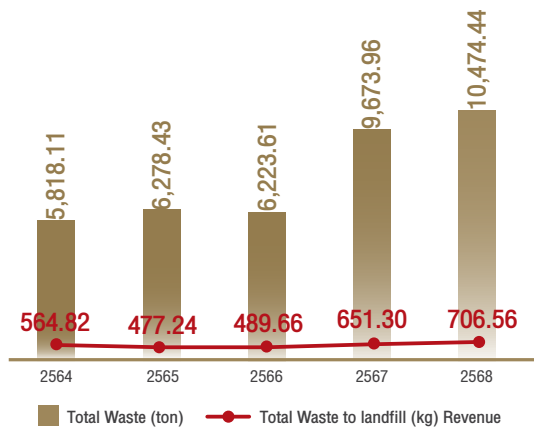
ธุรกิจอาหาร

เป้าหมาย :

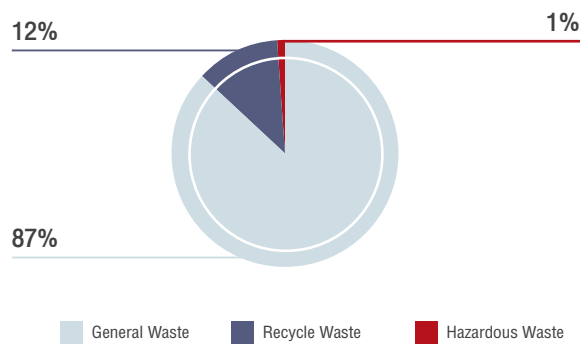
- ลดปริมาณขยะและของเสียไปสู่หลุมฝังกลบต่อรายได้ร้อยละ 20 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2567
- ปี 2568 ลดอัตราความเข้มข้นของขยะและของเสียที่ส่งไปหลุมฝังกลบต่อรายได้ลงร้อยละ 4 เทียบกับปีที่ผ่านมา

บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ และเตรียมแผนการกำหนดเป้าหมายในการลดปริมาณขยะไปสู่หลุมฝังกลบของร้านอาหารในเครือ ในปี 2568 ธุรกิจอาหารได้ปรับปรุงระบบการจัดเก็บข้อมูลปริมาณขยะ โดยให้แต่ละสาขาบันทึกปริมาณขยะที่เกิดขึ้นผ่านระบบการรายงานข้อมูลที่พัฒนาขึ้นใหม่ พบว่าในปี 2568 มีปริมาณขยะทั้งสิ้น 10,474.43 ตัน เป็นขยะทั่วไปจำนวน 9,172.61 ตัน ขยะรีไซเคิล 1,223.06 ตัน ขยะอันตราย 44.49 ตัน อัตราความเข้มข้นของขยะที่ส่งไปหลุมฝังกลบ 706.56 กิโลกรัมต่อรายได้ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 8.49

Total Waste Generated



Waste Generated by Type



โครงการ CRG Food Waste (โครงการไม่รวม x CPN)

ธุรกิจอาหาร ร่วมมือกับ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (CPN) ในการบริหารจัดการขยะ มุ่งเน้นในเรื่องของการคัดแยกขยะ เพื่อลดปริมาณขยะไปสู่หลุมฝังกลบ เริ่มต้นด้วยการคัดแยกขยะเศษอาหาร ขยะย่อยสลายได้หรือขยะอินทรีย์ ขยะที่เน่าเสียง่ายหรือความชื้นสูง เช่น เศษผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เศษอาหาร เป็นต้น โดยมีแบรนด์ต่างๆ เข้าร่วม อาทิ Pepper Lunch, Chabuton, Yoshinoya, Ootoya, Tenya, Katsuya, Somtamnua, Salad Factory และ Ramen Kagetsu Arashi รวมจำนวน 50 สาขา ภายใต้ศูนย์การค้าของ CPN 22 แห่งทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งสามารถลดปริมาณขยะเศษอาหารไปสู่หลุมฝังกลบได้ 141.23 ตัน เทียบเท่ากับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 357.32 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เปลี่ยนน้ำมันครีที่ใช้แล้วเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยาน

บริษัทดำเนินการจัดการน้ำมันที่ใช้แล้วจากการทำอาหารในทุกสาขาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยน้ำมันจะถูกเก็บในภาชนะที่เหมาะสม ก่อนส่งต่อให้กับลูกค้าที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดการที่มีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายในการรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้ว เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืนโดยในปี 2568 บริษัทดำเนินการคัดแยกน้ำมันครีใช้แล้วได้ปริมาณรวมทั้งสิ้น 1,081.82 ตัน และมีรายได้จากการขาย 33.10 ล้านบาท

การบริหารอาหารส่วนเกิน (Surplus food)

เพื่อลดการสูญเสียอาหารจากกระบวนการผลิต ธุรกิจอาหารได้ดำเนินการบริจาคอาหารส่วนเกินเพื่อลดขยะอาหารที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยบรรเทาปัญหาความหิวโหยให้ผู้ที่ต้องการ

โครงการ CRG Surplus Food (Mister Donut) x SOS

และ VV Share

แบรนด์ มิสเตอร์ โดนัท จำนวน 59 สาขา ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดดำเนินการส่งมอบอาหารส่วนเกินที่ยังคงคุณภาพจากการจำหน่ายผ่านมูลนิธิริสโกลาสส์ ออฟ ชิสทีนเนส (ประเทศไทย) หรือ เอสไอเอส ในโครงการริชอาหาร และมูลนิธิ วีวี แชน ไปยังผู้ด้อยโอกาสในสถานสงเคราะห์พื้นที่ต่างๆ และกลุ่มชุมชนที่ขาดแคลนอาหาร

ในปีนี้ได้ส่งมอบอาหารส่วนเกินจำนวน 796,549 ชิ้น (223,034 มื้อ) รวมเป็นมูลค่า 23,099,921 บาท ซึ่งสามารถลดปริมาณขยะอาหารไปสู่หลุมฝังกลบได้ทั้งสิ้น 53,103.21 กิโลกรัม หรือเทียบเท่ากับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 134,351.12 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



โครงการ KFC Harvest & Colonel's Kitchen

เคเอฟซีภายใต้การบริหารโดย บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (ซีอาร์จี) ดำเนินโครงการ “Harvest & Colonel's Kitchen” เพื่อส่งมอบอาหารส่วนเกินที่ยังรับประทานได้ให้กับองค์กรการกุศลที่ต้องการความช่วยเหลือ ในปีนี้มีเคเอฟซีจำนวน 59 สาขา บริจาคไก่ทอด จำนวน 80,000 ชิ้น รวมมูลค่า 3,600,000 บาท สามารถลดปริมาณขยะอาหารก่อนนำไปสู่หลุมฝังกลบได้ 10,000 กิโลกรัม หรือเทียบเท่ากับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ทั้งสิ้น 25,300 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

บรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Sustainable Packaging)

บริษัทตระหนักถึงบทบาทสำคัญของบรรจุภัณฑ์ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ รวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิม โดยเฉพาะความซับซ้อนในการกำจัดพลาสติกและวัสดุที่ไม่เหมาะสม ในปี 2568 บริษัทจึงได้จัดทำนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้หน่วยงานธุรกิจนำไปขับเคลื่อนการเพิ่มการใช้วัสดุที่ได้รับการรับรอง เช่น บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Reusable) รีไซเคิลได้ (Recyclable) หรือย่อยสลายได้ (Compostable/Biodegradable) นอกจากนี้ยังมุ่งสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อบรรลุเป้าหมายการลดการใช้พลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง และเพิ่มสัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้มากยิ่งขึ้น สำหรับธุรกิจโรงแรมมีการสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ชีวภาพ (Bio Packaging) ที่ผ่านการรับรอง เช่น บรรจุภัณฑ์จากชานอ้อยหรือวัสดุจากพืชที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Compostable Packaging) ขณะที่ธุรกิจอาหารได้ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกและปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษและเยื่อกระดาษ รวมถึงสนับสนุนการเลือกใช้ถุงหิ้วจากพลาสติกรีไซเคิล ถุงกระดาษ และกล่องบรรจุภัณฑ์อาหาร ชองกระดาษบรรจุอาหาร จากป่าปลูกที่ไม่ทำลายป่าธรรมชาติ และได้รับการรับรองมาตรฐานจาก Forest Stewardship Council (FSC) หรือโครงการเทียบเคียงอย่าง Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC) ทั้งนี้ ในปี 2568 ธุรกิจอาหารมีสัดส่วนการใช้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานดังกล่าวร้อยละ 100 คิดเป็นปริมาณรวม 1,728 ตัน



อ่านนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน เพิ่มเติม 

ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)

ความท้าทาย

จากรายงานความเสี่ยงระดับโลก (Global Risks Report) ปี 2568 ในอีก 10 ปีข้างหน้า จาก World Economic Forum (WEF) ระบุว่า การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพและการล่มสลายของระบบนิเวศ (Biodiversity Loss and Ecosystem Collapse) เป็นเรื่องที่น่ากังวลร้ายแรงเป็นอันดับ 2 เนื่องมาจากการทำลายต้นกุ่มทางธรรมชาติที่ขาดการฟื้นฟู การใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น การรุกล้ำพื้นที่ระบบนิเวศที่สำคัญ การผลิตและการบริโภคที่ไม่ตระหนักถึงการสูญเสีย สิ่งเหล่านี้ อาจก่อให้เกิดวิกฤตการณ์หลายอย่างที่ส่งผลกระทบต่อภาคการดำเนินงาน ทั้งการขาดแคลนวัตถุดิบส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารที่ทำให้ต้นทุนของราคาสูงขึ้น การสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวเมื่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศทางธรรมชาติไม่สามารถเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว การดำเนินธุรกิจในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูงแต่ขาดการอนุรักษ์และป้องกัน เหตุการณ์ต่างๆ เหล่านี้อาจนำไปทำให้โลกเข้าสู่จุดเปลี่ยนที่ไม่อาจย้อนกลับได้ (Point of No Return) หรือไม่สามารถแก้ไขได้ เป็นความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจที่ต้องเร่งปรับตัว ลงมือทำ และใส่ใจในคุณค่าของความหลากหลายทางชีวภาพ

โอกาส

ความหลากหลายทางชีวภาพเป็นต้นกุ่มทางเศรษฐกิจที่ไม่อาจมองข้ามได้อีกต่อไป บริษัทจึงจำเป็นต้องเรียนรู้และเข้าใจพื้นฐาน ความสำคัญ ผลกระทบ และประโยชน์ที่ได้รับจากทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสามารถพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการได้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมต่อการปรับตัวที่สอดคล้องกับความหลากหลายทางชีวภาพให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องพึ่งพา (Dependency) ประโยชน์จากธรรมชาติ ทั้งด้านการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร เกษตรกรรม เป็นต้น การตระหนักถึงและเร่งลงมือทำจะช่วยให้องค์กรได้กลุ่มลูกค้าที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งมีกำลังจ่ายสูง ลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ และสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนสีเขียวในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางชีวภาพ

ร้อยละ 92

ของธุรกิจโรงแรมที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพตามกรอบ WWF Risk filter



25 โรงแรม

มีแปลงผักสวนครัว

เก็บขยะ จากชายหาด ทะเล แม่น้ำ และทะเลทราย



4,808.2 กิโลกรัม

ปลูกต้นไม้จำนวน



2,886 ต้น

ปลูกปะการังจำนวน



1,400 กิ่ง

และมีลูกค้าเข้าร่วมโปรแกรม



257 คน

แม่เต่าตนุ



7 ตัว

วางไข่บนพื้นที่ชายหาดของโรงแรมในประเทศมัลดีฟส์

แนวทางการบริหารจัดการ

ความหลากหลายทางชีวภาพเป็นส่วนสำคัญให้บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ และตระหนักถึงความสำคัญในการปกป้องระบบนิเวศอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า (No Gross Deforestation) เพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถส่งต่อให้คนรุ่นใหม่ได้รับประโยชน์ และลดความเสี่ยงต่อการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity loss) ตามแนวทางรอบคอบหนึ่ง-มอนทรีออล ว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพของโลก (Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework) ภายใต้การติดตาม ประเมิน และเปิดเผยข้อมูลถึงความเสี่ยง และผลกระทบที่มีต่อความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งการจัดทำนโยบายความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานที่ไม่ก่อให้เกิดการสูญเสียคุณค่าด้านความหลากหลายทางชีวภาพสุทธิ (No Net Loss: NNL) และสร้างผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพสุทธิเป็นบวก (Net Positive Impact: NPI) ภายใต้ขอบเขตที่บริษัทสามารถจัดการได้ โดยกำหนดมาตรการงดการจำหน่ายชนิดพันธุ์หายาก ชนิดพันธุ์เฉพาะถิ่น หรือใกล้จะสูญพันธุ์ (rare, threatened, or endangered species) ทั้งในระดับผลิตภัณฑ์และบริการ หลีกเลี่ยงการนำเข้าพืชและสัตว์ที่เป็นชนิดพันธุ์ต่างถิ่น (Invasive species) และไม่สนับสนุนให้มีการล่า บริโภค นำออกแสดงขายหรือแลกเปลี่ยนสัตว์ป่าสายพันธุ์ใดๆ นอกจากนี้ยังสนับสนุนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพและมาจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน

อ่านนโยบายความหลากหลายทางชีวภาพและไม่สนับสนุนการตัดไม้ทำลายป่า



การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA)

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนสำคัญที่ธุรกิจโรงแรมดำเนินการตามแนวทางที่ถูกต้องของกฎหมายแต่ละประเทศ สำหรับประเทศไทย ธุรกิจโรงแรมจะต้องได้รับการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมก่อนการก่อสร้างหรือโครงการใหม่ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561 ภายใต้หลักเกณฑ์ที่กำหนดโดยสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม 4 ด้านตามข้อกำหนด คือ

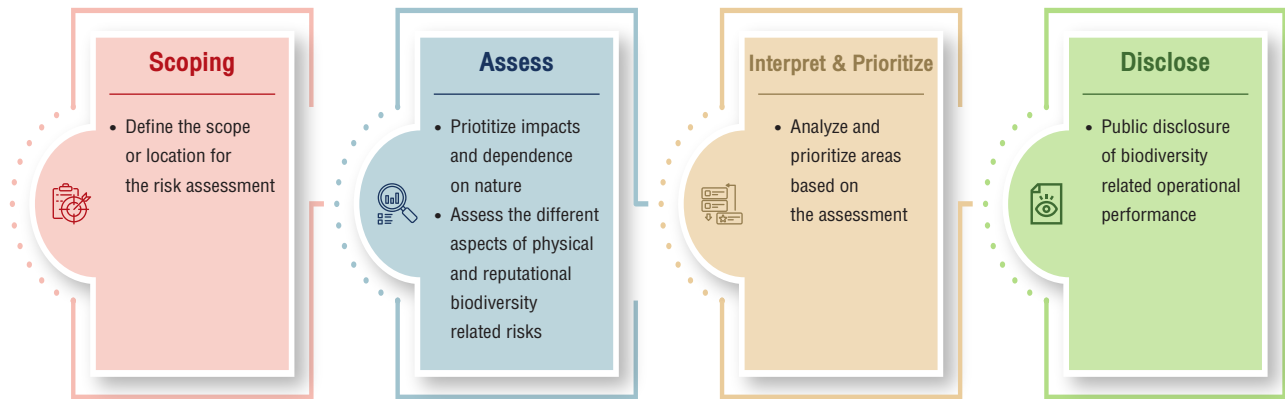
1. ทรัพยากรกายภาพ เป็นการศึกษาถึงผลกระทบ เช่น ดิน น้ำ อากาศ เสียง ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง
2. ทรัพยากรชีวภาพ การศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่มีต่อระบบนิเวศน์ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า สัตว์น้ำ ปะการัง เป็นต้น
3. คุณค่าการใช้ประโยชน์ของมนุษย์ เป็นการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทั้งทางกายภาพ และชีวภาพของมนุษย์ เช่น การใช้ประโยชน์ที่ดิน
4. คุณค่าต่อคุณภาพชีวิต เป็นการศึกษาถึงผลกระทบที่จะเกิดต่อมนุษย์ ชุมชน ระบบเศรษฐกิจ การประกอบอาชีพ วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม รวมถึงทัศนียภาพ คุณค่า ความสวยงาม

นอกจากนี้ในกระบวนการยังมีการรับฟังความคิดเห็นจากชุมชนรอบข้าง โดยจะรายงานผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น มาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อม และสังคม รวมถึงการติดตามการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อม และดำเนินการจัดทำรายงานโดยผู้ที่ได้รับอนุญาตในการจัดการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยหลังจากเปิดดำเนินธุรกิจจะต้องจัดทำรายงานและติดตามผลการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อม และมาตรการติดตามตรวจสอบผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA Monitoring Report) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือตามข้อความที่ระบุในรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม

ในปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีข้อพิพาทหรือการฟ้องร้องในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม และไม่มีการชดเชยความเสียหายในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน



การประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Risk Assessment)



กำหนดขอบเขตการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพเฉพาะในพื้นที่ดำเนินธุรกิจจำนวน 47 โรงแรม คิดเป็นพื้นที่ทั้งหมด 1,743,296.84 ตารางเมตร โดยพิจารณาการพึ่งพาและผลกระทบ (Dependencies & Impact) ระบุการพึ่งพา คือ ทรัพยากรธรรมชาติที่ธุรกิจต้องนำมาใช้ หากระบบนิเวศเสื่อมโทรมธุรกิจจะได้รับผลกระทบ และระบุผลกระทบที่ธุรกิจอาจสร้างความเสียหายต่อระบบนิเวศ โดยใช้เครื่องมือ WWF Biodiversity Risk Filter (WWF BRF) ของ World Wide Fund For Nature เพื่อประเมินระดับความสำคัญในแต่ละประเด็น และนำมาใช้ในการบริหารจัดการความเสี่ยง

- จากการประเมินธุรกิจโรงแรมซึ่งอยู่ภายใต้หมวดหมู่ธุรกิจการให้บริการ พบว่า ธุรกิจจะต้องพึ่งพาสถานที่ท่องเที่ยวที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว (4.1 Tourism Attractiveness) มากที่สุด เช่น ความสวยงามของทะเล ความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศเพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ รองลงมาคือ ความพร้อมใช้ของน้ำ (1.1 Water Availability) คุณภาพน้ำ (2.2 Water Condition) คุณภาพอากาศ (2.3 Air Condition) การป้องกันความร้อนสูง (3.5 Extreme Heat) และธุรกิจอาจส่งผลกระทบต่อสิทธิแรงงานและสิทธิมนุษยชน (7.3 Labor/Human Rights)

Indicator	Impact/dependency	Hospitality Services
Physical Risk		
Provisioning Services		
1.1 Water Availability	Dependency	4
1.2 Forest Productivity and Distance to Markets	Dependency	2
1.3 Limited Wild Flora & Fauna Availability	Dependency	2
1.4 Limited Marine Fish Availability	Dependency	2
Regulating & Supporting Services - Enabling		
2.1 Soil Condition	Dependency	3
2.2 Water Condition	Dependency	4
2.3 Air Condition	Dependency	4
2.4 Ecosystem Condition	Dependency	0
2.5 Pollination	Dependency	0
Regulating Services - Mitigating		
3.1 Landslides	Dependency	3
3.2 Wildfire Hazard	Dependency	3
3.3 Plant/Forest/Aquatic Pests and Diseases	Dependency	1
3.4 Herbicide Resistance	Dependency	1
3.5 Extreme Heat	Dependency	4
3.6 Tropical Cyclones	Dependency	3

Indicator	Impact/dependency	Hospitality Services
Cultural Services		
4.1	Tourism Attractiveness	Dependency 5
Pressures on Biodiversity		
5.1	Land, Freshwater and Sea Use Change	Impact 1
5.2	Forest Canopy Loss	Impact 3
5.3	Invasives	Impact 3
5.4	Pollution	Impact 3
Environmental Factors		
6.1	Protected/Conserved Areas	Impact 1
6.2	Key Biodiversity Areas	Impact 1
6.3	Other Important Delineated Areas	Impact 1
6.4	Ecosystem Condition	Impact 1
6.5	Range Rarity	Impact 2
Socioeconomic Factors		
7.1	Indigenous Peoples (IPs); Local Communities (LCs) Lands and Territories	Impact 1
7.2	Resource Scarcity: Food - Water - Air	Impact 3
7.3	Labor/Human Rights	Impact 4
7.4	Financial Inequality	Impact 2
Additional Reputational Factors		
8.1	Media Scrutiny	Dependency 3
8.2	Political Situation	Dependency 3
8.3	Sites of International Interest	Dependency 3
8.4	Risk Preparation	Dependency 2

- 1 – Very low dependency/impact
- 2 – Low dependency/impact
- 3 – Medium dependency/impact
- 4 – High dependency/impact
- 5 – Very high dependency/impact

Source 

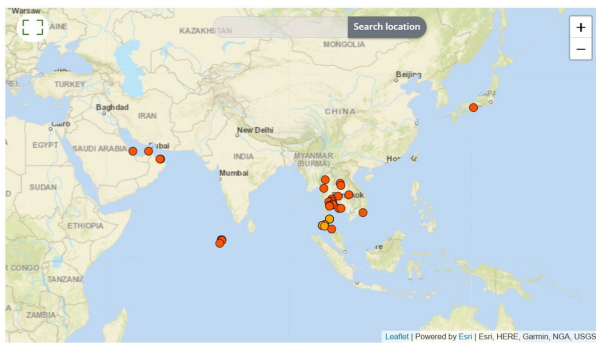
ประเมินผลกระทบด้านสถานที่ตั้งของพื้นที่ดำเนินธุรกิจ โดยใช้เครื่องมือ Risk assessment ในโปรแกรม Greenview Portal เป็นการใช้อนุกรมอ้างอิงจากพื้นที่คุ้มครองขององค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (IUCN) ซึ่งพิจารณาระยะห่างของสถานที่ตั้งของพื้นที่ดำเนินธุรกิจกับพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูงในรัศมี 5 เมตร

- จากการประเมินโดยคัดกรองพื้นที่ พบว่า ร้อยละ 49 ของสถานที่ตั้งของพื้นที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงหรือในะยะรัศมี 0-2 กิโลเมตร ซึ่งอยู่ทั้งในพื้นที่เขตอุทยานแห่งชาติ (Category II: National Park) พื้นที่จัดการถิ่นที่อยู่อาศัย/ชนิดพันธุ์ (Category IV: Habitat/Species Management Area) และพื้นที่คุ้มครองที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน (Category VI: Protected Area with Sustainable Use of Natural Resources)

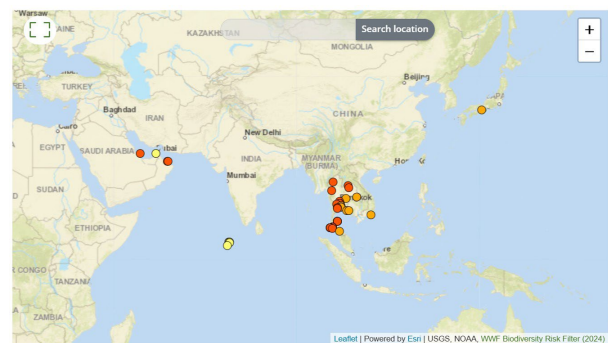
Risk Level	Distance from the sensitive biodiversity area	Number of Hotel Operation Sites	%	IUCN Category
High	0-2 km	23	49%	II IV VI
Medium	2-5 km	3	6%	VI
Low	> 5 km	9	19%	Ia Ib II III IV V VI
No data	N/A	12	26%	N/A
Total number of sites		47		

ระบุความเสี่ยงสถานที่ตั้งของพื้นที่ดำเนินธุรกิจ โดยใช้เครื่องมือคัดกรองความเสี่ยง WWF BRF ในการประเมินความเสี่ยงของสถานที่ตั้งในระดับประเทศในระดับประเภทของความเสี่ยงที่แบ่งออกเป็นทางกายภาพ (Physical Risk) และด้านชื่อเสียง (Reputational Risk) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางกายภาพและด้านชื่อเสียง และการวิเคราะห์ประเภทความเสี่ยงย่อยในแต่ละหมวดหมู่ ลงไปจนถึงระดับของตัวชี้วัด เพื่อนำมาจัดลำดับความสำคัญ คัดกรองพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และใช้เฝ้าติดตาม และจัดทำแผนงานเพื่อลดผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพในลำดับต่อไป

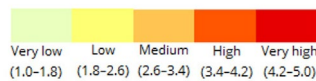
Scape Physical Risk



Scape Reputational Risk

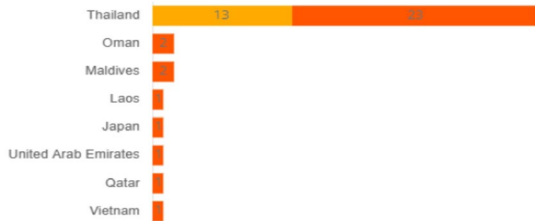


WWF Biodiversity Risk Filter levels

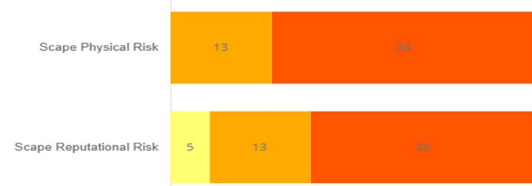


- จากการประเมินความเสี่ยงได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้
 - ทุกประเทศอยู่ในระดับความเสี่ยงสูงทั้งการประเมินทางกายภาพและด้านชื่อเสียง
 - จากการเปรียบเทียบตามประเภทของความเสี่ยง สถานที่ตั้งของพื้นที่ดำเนินธุรกิจมีคะแนนความเสี่ยงทางกายภาพสูงกว่าด้านชื่อเสียง
 - การวิเคราะห์สถานที่ตั้งตามความความสัมพันธพบบ 1 สถานที่ตั้งของพื้นที่ดำเนินธุรกิจ (เช่นการา และเรสซิเดนซ์ เวสต์เบย์ โดฮา) ที่ระดับความเสี่ยงต่อความหลากหลายทางชีวภาพสูงทั้งในด้านชื่อเสียงและทางกายภาพ
 - เมื่อวิเคราะห์ลงไปในระดับหมวดหมู่ คะแนนความเสี่ยงสูงที่สุดเป็นความเสี่ยงด้านกายภาพในด้านบริการทางวัฒนธรรม (4. Cultural services) ตรงกับการพิจารณาการพึ่งพาและผลกระทบ เนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามซึ่งเป็นบริการที่ให้คุณค่าทางจิตใจและวัฒนธรรม หากความสวยงามของธรรมชาติเสื่อมโทรมลง ก็อาจส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ทางธุรกิจ

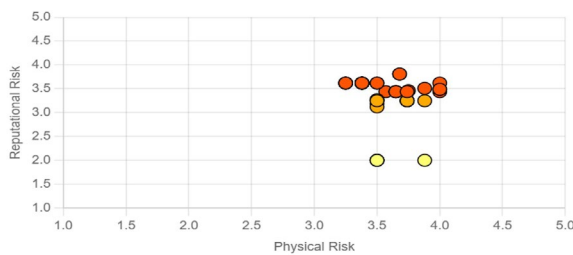
Number of Sites by Country



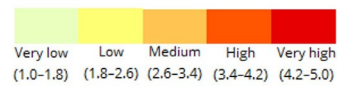
Number of Sites by Risk Type



Physical Risk vs. Reputational Risk

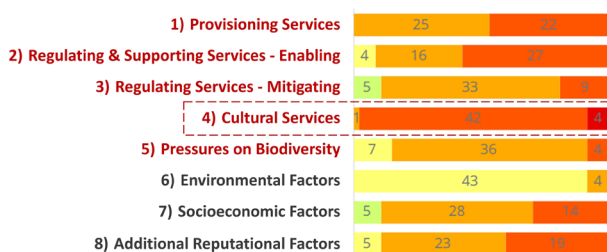


WWF Biodiversity Risk Filter levels

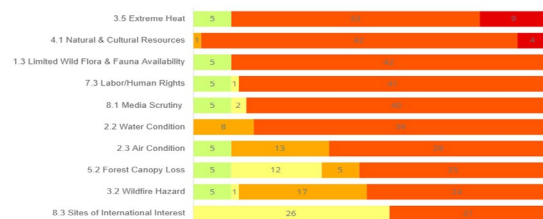


- ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงตามหมวดหมู่ลงไปจนถึงในระดับของตัวชี้วัด มีการจัดอันดับตัวชี้วัดสูงสุด 10 อันดับแรก พบว่า
 - ความเสี่ยงทางด้านกายภาพมี 7 ตัวชี้วัด โดยอยู่ในความเสี่ยงระดับสูงที่สุดในด้านการป้องกันความร้อนสูงจำนวน 9 สถานที่ตั้งของพื้นที่ดำเนินธุรกิจ และ 4 สถานที่ตั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - ความเสี่ยงทางด้านชื่อเสียงมี 3 ตัวชี้วัด โดยอยู่ในความเสี่ยงระดับสูงทั้งหมด ซึ่งในด้านสิทธิแรงงานและสิทธิมนุษยชนมีจำนวนสถานที่ตั้งของพื้นที่ดำเนินธุรกิจมากที่สุดถึง 41 สถานที่

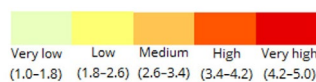
Number of Sites by Risk Category



Number of sites by top 10 risk indicators



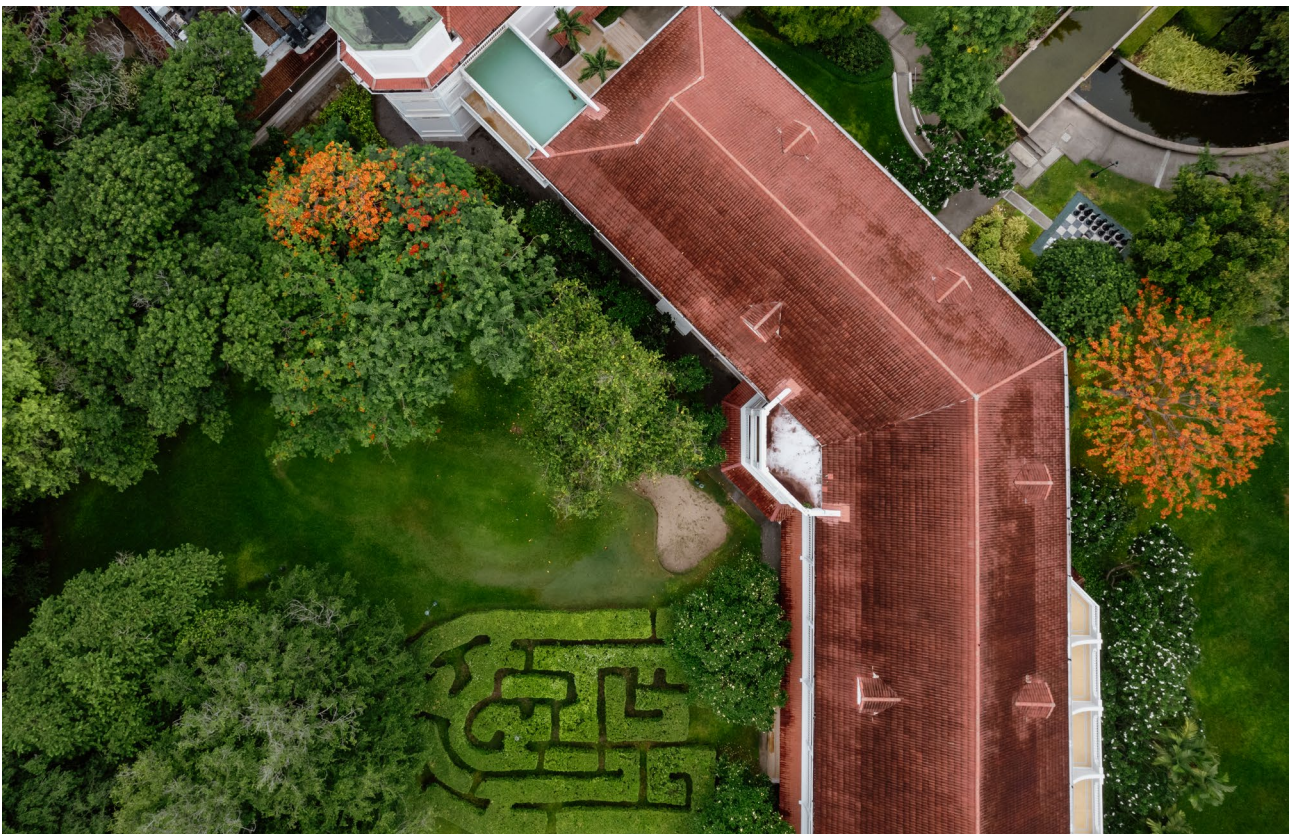
WWF Biodiversity Risk Filter levels



ลำดับแนวทางการบรรเทาผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Mitigation Hierarchy)

จากการประเมินความเสี่ยงที่มีผลต่อความหลากหลายทางชีวภาพข้างต้น พบสถานที่ตั้งของการดำเนินธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงทั้งในระดับสูงและสูงที่สุด จึงจำเป็นต้องจัดทำมาตรการบรรเทาผลกระทบดังนี้

1. หลีกเลี่ยง (Avoid) ผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินธุรกิจ
 - หลีกเลี่ยงการก่อสร้างหรือจัดทำโครงการในพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวทางนิเวศวิทยาหรือพื้นที่คุ้มครอง (Protected Areas)
 - ดำเนินงานตามนโยบายของบริษัท เช่น นโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน นโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม นโยบายความหลากหลายทางชีวภาพ และไม่สนับสนุนการทำลายป่า เป็นต้น
 - หลีกเลี่ยงกิจกรรมที่รบกวนวงจรชีวิตของสัตว์ป่า เช่น การจัดกิจกรรมบนชายหาดในช่วงฤดูวางไข่ของเต่าทะเล
2. ลด (Reduce) ผลกระทบที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้
 - ดำเนินการบริหารจัดการของเสียตามนโยบายและแผนปฏิบัติงาน อาทิ การคัดแยกขยะตามประเภทและจัดการขยะอาหารอย่างเป็นระบบ เพื่อไม่ให้ของเสียหลุดรอดไปทำลายระบบนิเวศ
 - ควบคุมการปล่อยมลพิษ อาทิ ใช้ระบบบำบัดน้ำเสียและตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียหลังบำบัดก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ
 - เปลี่ยนไปใช้สารเคมีหรือผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. ฟื้นฟู (Restore) ความหลากหลายทางชีวภาพในสถานที่ตั้งหรือพื้นที่ใกล้เคียงที่ได้รับผลกระทบ
 - การเพิ่มพื้นที่สีเขียวโดยเน้นเป็นการปลูกต้นไม้หรือพืชท้องถิ่น
 - ดำเนินโครงการฟื้นฟูปะการังหรือป่าชายเลนในบริเวณใกล้เคียงตามหลักการทางวิชาการร่วมกับหน่วยภาครัฐที่มีความเชี่ยวชาญในพื้นที่นั้น
4. ชดเชย (Offset) ผลกระทบในพื้นที่ที่ไม่ได้รับผลกระทบจากการดำเนิน
 - สนับสนุนโครงการอนุรักษ์นอกพื้นที่โรงแรมหรือการร่วมมือกับ NGO ในโครงการระดับประเทศ
 - การบริจาคเงินให้แก่กองทุนอนุรักษ์สัตว์ป่าที่ได้รับการจดทะเบียนอย่างถูกต้อง
 - ลงทุนในโครงการที่ช่วยเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์สุทธิที่เป็นบวก (Net Positive Impact) ต่อระบบนิเวศ



การดำเนินงานเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ

เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการสร้างผลกระทบเชิงบวก (Net Positive Impact) และลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ บริษัทได้ดำเนินการผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆ

ธุรกิจโรงแรม

การฟื้นฟูระบบนิเวศแนวปะการัง

เซ็นทารา แกรนด์ ลากูน มัลดีฟส์ เซ็นทารา มิสราจ ลากูน มัลดีฟส์ เซ็นทารา ราสฟูซิ รีสอร์ทกแอนด์สเปา มัลดีฟส์ และมิชชาฟูซิ โฮสแลนด์ รีสอร์ท และสเปา มัลดีฟส์ เดอะ เซ็นทารา คอลเลคชั่น ร่วมกับทีม Best Dives ดำเนินการฟื้นฟูระบบนิเวศแนวปะการังบริเวณรอบโรงแรมด้วยวิธีการย้ายปลูกปะการัง (Transplantation) โดยการนำปะการังเขากวาง (*Acropora* sp.) ปะการังดอกกะหล่ำ (*Pocillopora* sp.) ผูกติดกับโครงสร้างเหล็กเส้น และนำตัวโครงเหล็กวางลงใต้น้ำบนพื้นทราย โดยในปี 2568 ย้ายปลูกปะการังไปทั้งสิ้นจำนวน 1,400 กิ่ง และมีลูกค้าเข้าร่วม 257 คน

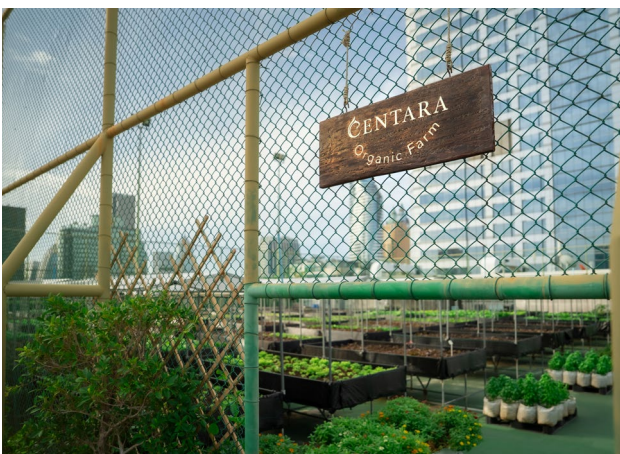
นอกจากนี้โรงแรมที่อยู่ริมทะเลหลายๆ แห่งยังสนับสนุนให้ลูกค้าเลือกใช้ครีมกันแดดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Reef-Safe Sunscreen) เพื่อลดผลกระทบต่อแนวปะการัง และลดผลกระทบของสารกันแดดบางตัวที่เป็นอันตรายต่อปะการัง ทำลายสมดุลของระบบนิเวศนำไปสู่ภาวะปะการังฟอกขาว (Coral Bleaching)



Farm to Fork

บริษัทส่งเสริมให้โรงแรมมีการปรับพื้นที่ใช้สอยที่ไม่ได้ใช้งานในบริเวณต่างๆ ด้วยการจัดสร้างแปลงปลูกผักสวนครัวและพืชสมุนไพร ทั้งพื้นที่บนอาคารและพื้นที่ดินว่างที่ไม่ได้มีการใช้งาน และนำผลผลิตที่ได้มาใช้ภายในห้องอาหารของโรงแรม สเปา และร้านอาหารของพนักงาน ไม่เพียงแต่ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบ แต่ยังเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ

- เซ็นทาราแกรนด์ แอควีเซียม เซ็นทรัลพลาซ่า ปรับพื้นที่สนามเทนนิสท่าบริเวณชั้น 26 ให้เป็นฟาร์มผักออร์แกนิก ในปีนี้มีผลผลิตจากผักต่างๆ 20 ชนิด รวม 4,798 กิโลกรัม ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายได้ 570,051 บาท และยังสามารถลดปริมาณขยะอาหารจากการนำมาแปรรูปเป็นปุ๋ยออร์แกนิกได้มากกว่า 12,044.45 กิโลกรัม ซึ่งเทียบเท่ากับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 3.385 tCO₂e
- เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ ปรับพื้นที่ชั้นลอยของโรงแรมเปลี่ยนเป็นสวนผักมากกว่า 20 แปลง



ส่งเสริมการเพิ่มประชากรสัตว์น้ำ

การเพิ่มประชากรสัตว์น้ำกลับสู่ธรรมชาติเป็นส่วนหนึ่งของการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ และยังช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารไปพร้อมกับการสนับสนุนอาชีพชาวประมงพื้นบ้าน ในปีนี้โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารากิ่ง 8 แห่ง ได้สนับสนุนการปล่อยปูม้าวัยอ่อน (Zoea) จำนวน 6 ล้านตัว ปูทะเล ปูม้า และปูเสฉววัยรวม 338 ตัว ร่วมกับลูกค้าและพนักงานจิตอาสาทั้งสิ้น 275 คน

- เซ็นทารา แกรนด์ มิวส มิซ รีสอร์ท พัทยา เซ็นทารา พัทยา โรงแรมเซ็นทารา โนวา พัทยา และ โคซี่ พัทยา วงศ์อมตย์ มิซ ร่วมปล่อยปูเสฉววัยรวม ณ สะพานรักษ์แสม พื้นที่ตำบลเนินชัย จังหวัดระยอง
- เซ็นทารา ริชาร์ฟ สมุย ร่วมปล่อยปูม้าวัยอ่อนกับธนาคารปูม้าบ้านใต้เกาะสมุย รวมทั้งบริจาคเงินสนับสนุนการทำงานของกลุ่มธนาคารปูม้า
- เซ็นทารา แกรนด์ มิซ รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน ร่วมปล่อยปูม้าวัยอ่อน ณ ธนาคารปูม้าเขาตะเกียบ
- เซ็นทารา ไลฟ์ ชะอำ มิซ รีสอร์ท หัวหิน ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานเพชรบุรี ปล่อยปูม้าตัวเต็มวัย ณ ธนาคารปูม้าบางไทรย่อยเทศบาลชะอำ
- เซ็นทารา ไลฟ์ บางกอก พระนคร และเซ็นทารา วอเตอร์เกต พาววิลเลียน กรุงเทพฯ ร่วมปล่อยปูทะเลตัวเต็มวัย ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) รวมถึงรับฟังบรรยายความสำคัญของระบบนิเวศป่าชายเลนจากเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญ



เพิ่มพื้นที่ดูดซับก๊าซเรือนกระจก

การเพิ่มพื้นที่สีเขียวไม่เพียงแต่เป็นการช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนสำคัญในการรักษาและช่วยฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพในระดับท้องถิ่นได้อีกด้วย ทั้งการปลูกป่าโกงกางพันธุ์ไม้ที่มีศักยภาพในการกักเก็บได้ดี การเลือกปลูกพันธุ์ไม้ท้องถิ่น (Native species) ให้ความหลากหลายของชนิดพันธุ์ เพื่อส่งผลต่อความสมดุลให้กับระบบนิเวศในระยะยาว นอกจากนี้มีการแจกกล้าไม้ให้กับลูกค้าและชุมชนรอบข้างนำไปปลูกเพื่อสร้างส่วนร่วมในการขยายพันธุ์ต้นไม้ต่อไป ในปี 2568 โรงแรมและรีสอร์ททั้งในประเทศและต่างประเทศได้ร่วมกันปลูกต้นไม้มากกว่า 2,826 ต้น ร่วมกับชุมชนรอบข้าง หน่วยภาครัฐ ภาคเอกชนโดยมีลูกค้าเข้าร่วมมากกว่า 300 คน และมีพนักงานจิตอาสาเข้าร่วมทั้งสิ้น 611 คน



สนับสนุนการดูแลสิ่งมีชีวิตภายในพื้นที่ดำเนินธุรกิจ และพื้นที่ใกล้เคียง

- โคซี่ กระบี่ อ่าวนางบิช นำพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมการจัดสร้างโพรงรังเทียมสำหรับนกเงือก (Artificial hornbill nest boxes) ณ เขาโต๊ะหลวง ตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ ร่วมกับทาง อบต. อ่าวนาง บริษัทเนเจอร์มายด์ เอ็ด จำกัด และหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนอื่นๆ ภายใต้โครงการฟื้นฟูป่าชุมชน ณ เขาโต๊ะหลวง (CoFor-Rest Project) เพื่ออนุรักษ์สถานที่อยู่อาศัยของนกเงือกและฟื้นฟูระบบนิเวศของผืนป่าอ่าวนางให้อุดมสมบูรณ์



- ในปี 2568 มีแม่เต่าตนุ (Green Sea Turtle) จำนวน 7 ตัว ขึ้นวางไข่บริเวณชายหาดเขินทารา ราสฟูซี รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ และมิชชาฟูซี โฮสแลนด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา มัลดีฟส์ โดยทางพนักงานโรงแรมได้ร่วมกันจัดทำคอกกั้นบริเวณที่เต่าวางไข่และจัดเวรยามคอยดูแล ทำให้ตลอดทั้งปีมีลูกเต่าที่สามารถฟักไข่และกลับคืนสู่ทะเลมากกว่า 400 ตัว นอกจากนี้ทางเขินทารา ราสฟูซี รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ ได้รับการอบรมในการช่วยเหลือเต่าทะเลที่บาดเจ็บและการดูแลแม่เต่าวางไข่จาก Olive Ridley Project ซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์เต่าทะเลในประเทศมัลดีฟส์

ดูแลรักษาความสะอาดพื้นที่รอบโรงแรม

ในปี 2568 พนักงานของโรงแรมทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้าร่วมกิจกรรมเก็บขยะและทำความสะอาดพื้นที่รอบโรงแรม ทั้งบริเวณพื้นที่ชายหาด พื้นที่ทะเลทราย พื้นที่ไต้หน้า รวมทั้งในแม่น้ำลำคลองและพื้นที่ใกล้เคียง สามารถเก็บขยะได้ทั้งสิ้น 4,880.2 กิโลกรัม นอกจากนี้ยังมีลูกค้าที่มีความสนใจเข้าร่วม 196 คน ซึ่งการดูแลรักษาความสะอาด ไม่ปล่อยให้ขยะไหลลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยดูแลทรัพยากรธรรมชาติและที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตใต้น้ำหรือพื้นที่ชายหาด และลดการเสียชีวิตของสัตว์ป่าหรือสัตว์น้ำที่เกิดจากการกินขยะในระบบนิเวศ



- เขินทารา อ่าวนาง บิช รีสอร์ทและสปา กระบี่ และเขินทารา อันดาควี รีสอร์ท แอนด์ สปา กระบี่ ได้ตั้งเป้าหมายในการเก็บขยะบริเวณหาดอ่าวนางให้ได้จำนวน 1,000 กิโลกรัม เพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศชายหาด ลดผลกระทบจากขยะทะเลที่มีต่อสิ่งมีชีวิต และสร้างจิตสำนึกร่วมกันระหว่างพนักงานชุมชนรอบข้าง และนักท่องเที่ยว ผลจากการทำโครงการตลอดทั้งปีสามารถเก็บขยะทั้งประเภทขวดพลาสติก ขวดแก้ว ก้นบุหรี่ และขยะพลาสติกชิ้นเล็กได้รวมทั้งสิ้น 1,061.14 กิโลกรัม

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

- เซ็นทารา บีจ รีสอร์ท ดูไบ ได้รับรางวัล Blue Flag จากสมาคมเพื่อการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม (Foundation for Environmental Education : FEE) เป็นรางวัลด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการดูแลระบบนิเวศชายหาดเป็นอย่างดี ทั้งการดูแลรักษาความสะอาดชายหาด ไม่ให้มีการสูบบุหรี่ในบริเวณพื้นที่โรงแรม การจัดส่งน้ำทะเลให้กับหน่วยงานภายนอกเพื่อตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำอย่างสม่ำเสมอ การให้ความรู้แก่ลูกค้าและพนักงานเกี่ยวกับความหลากหลายทางชีวภาพของชายหาด



ธุรกิจอาหาร

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (CRG) ร่วมกับ บริษัท กรีนฟู้ด แพลคอรี่ จำกัด (Salad Factory) สร้างการตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม “ปลูกป่า สร้างฝายหิน สอนทำน้ำสลัด” ณ จังหวัดนครบุรี ให้กับชุมชนตะนาวศรี และโรงเรียนกลุ่มนักเรียนหญิง 2 บ้านบ่อหวี เพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศ เสริมสร้างแหล่งน้ำธรรมชาติ และส่งเสริมสุขภาพผ่านการเรียนรู้ด้านโภชนาการให้กับนักเรียนในพื้นที่ โดยมีพนักงานอาสาเข้าร่วม 40 คน เป็นกิจกรรมที่สะท้อนถึงการดำเนินธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



โรงงานบริษัท ซีอาร์จี แมนูแฟเจอริง จำกัด จัดทำโครงการ ต้นกล้าแห่งอนาคต โดยมีพนักงานอาสาสมัครจำนวน 15 คน เข้าร่วมฟังการบรรยายระบบนิเวศป่าชายเลนจากผู้เชี่ยวชาญ และร่วมปลูกต้นไม้ทางจำนวน 60 ต้นในพื้นที่ป่าโกงกาง ตำบลคลองโคกลน จังหวัดสมุทรสงคราม



นอกจากนี้ทางบริษัท กรีนฟู้ด แพลคอรี่ จำกัด หรือภายใต้ชื่อแบรนด์ สลัดแพลคอรี่ ประกาศนโยบายสนับสนุนการใช้ไข่ไก่แบบไม่ขังกรง (cage-free eggs) สำหรับเมนูอาหารในทุกสาขาทั่วประเทศ รวมทั้งตั้งเป้าหมายจะใช้วัตถุดิบไข่ไก่แบบไม่ขังกรง 100% ภายในปี 2571 เพื่อร่วมยกระดับมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ในประเทศไทย

การมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อม (Environmental Stewardship)

บริษัทตระหนักดีว่าหัวใจที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน คือการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์จากความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงได้ดำเนินการสร้างความตระหนักรู้และการลงมือทำผ่านการอบรม การส่งเสริมทักษะให้กับพนักงาน การเข้าเยี่ยมชมสถานประกอบการของคู่ค้า สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกองค์กร การจอร์รับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล การมีส่วนร่วมผ่านวันสำคัญทางสิ่งแวดล้อมในระดับสากล เป็นต้น

แนวทางการบริหารจัดการ

การฝึกอบรม

การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเป็นการสร้างรากฐานความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มแข็งให้แก่บุคลากรผ่านในองค์กร บริษัทจึงจัดอบรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Awareness Workshop) และการเก็บข้อมูลการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ ในขอบเขตที่ 3 (Scope 3) โดยผู้เชี่ยวชาญจากบริษัท ERM Siam ซึ่งมีความชำนาญเรื่อง การให้คำปรึกษาด้านความยั่งยืน ทำให้พนักงานผู้เข้าร่วมอบรมเข้าใจปัจจัยที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงและโอกาสที่ธุรกิจต้องเตรียมตัวรับมือ การจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีนัยสำคัญ และในปียังจัดฝึกอบรมการบริหารจัดการขยะอย่างต่อเนื่อง ให้พนักงานทุกฝ่ายเข้าใจและร่วมกันคิดแยกขยะเพื่อลดปริมาณขยะไปสู่หลุมฝังกลบตามเป้าหมายขององค์กร



การจัดกิจกรรมเวิร์กช็อปส่งเสริมทักษะให้กับพนักงาน

ธุรกิจอาหารเดินหน้าสานต่อ “โครงการฟาร์มสามารถ” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เพื่อต่อยอดพันธกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน “โครงการฟาร์มสามารถ: คือฟาร์มแห่งการเรียนรู้ ฟาร์มแห่งการสร้างอาชีพ ฟาร์มแห่งรอยยิ้มและความสุข” ตั้งอยู่ที่ สมาคมคนพิการจังหวัดปทุมธานี ในปีนี้บริษัทได้ร่วมสนับสนุนงบประมาณตาม มาตรา 35 ของ พ.ร.บ. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 มูลค่ากว่า 800,000 บาท สำหรับการติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) เพื่อช่วยลดต้นทุนค่าไฟฟ้าในระยะยาว เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการฟาร์ม และยกระดับศักยภาพการดำเนินงานให้เติบโตอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังได้เปิดโอกาสให้พนักงานคนพิการ (ผู้พิการทางการได้ยิน) เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ นอกเหนือจากการทำงานประจำผ่านการเยี่ยมชมฟาร์มผักออร์แกนิก เรียนรู้กระบวนการเพาะปลูก และร่วมกิจกรรมเวิร์กช็อป “Mush Meets Green” ถ่ายทอดประสบการณ์การทำอาหารจากวัตถุดิบธรรมชาติ พร้อมสร้างแรงบันดาลใจในการต่อยอดทักษะอาชีพในอนาคต เพื่อเสริมสร้างศักยภาพ และเติมเต็มคุณค่าให้กับพนักงานคนพิการอย่างรอบด้าน



การเข้าเยี่ยมชมสถานประกอบการของคู่ค้า

บริษัทให้ความสำคัญในการเข้าเยี่ยมชมสถานประกอบการของคู่ค้าซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการทำตรวจสอบโดยผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Manager) หรือฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง (Purchasing team) ของบริษัทตามข้อกำหนดที่ระบุในเอกสาร (Supplier checklist) รวมถึงการให้คำแนะนำ ร่วมกันเสนอวิธีการแก้ไข เพื่อนำไปปรับปรุงให้เกิดเป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ทำให้เกิดการดำเนินงานร่วมกันในหลากหลายมิติทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งลดความเสี่ยงทางธุรกิจในระยะยาวและสร้างโอกาสการเติบโตให้กับทั้งบริษัทและคู่ค้าร่วมกัน



การสื่อสารและให้ข้อมูลกับลูกค้า

เพื่อสร้างประสบการณ์ด้านความยั่งยืนให้กับลูกค้า โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราจึงมุ่งเน้นการสื่อสารประชาสัมพันธ์และเชิญชวนให้ลูกค้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางความยั่งยืนส่วนต่างๆ ภายในโรงแรม ทั้งบริเวณพื้นที่ส่วนกลางและส่วนต้อนรับ โดยมีการให้ข้อมูลนโยบายด้านความยั่งยืน ผลดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับภายในห้องพักมีการวางป้ายเชิญชวนให้ลูกค้าใช้ผ้าขนหนูและผ้าปูที่นอนซ้ำ (Towel & Linen Reuse Program) หากมีการพักมากกว่า 1 คืน นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารผ่านทางแอปพลิเคชันในลักษณะของกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ เช่น การเก็บชายหาด การเก็บผักสวนครัว หรือเวิร์กช็อปงานคราฟต์จากวัสดุเหลือใช้ เป็นต้น



การสร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอกโดยการร่วมเป็นสมาชิกในองค์กรต่างๆ

การร่วมเป็นสมาชิกและภาคีเครือข่ายกับองค์กรทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล เพื่อให้เกิดการยกระดับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในระหว่างอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจอื่นๆ ช่วยเพิ่มการต่อรองหรือผลักดันให้เกิดการจับเคลื่อนนโยบายและการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน บริษัทเชื่อมั่นว่าการจับเคลื่อนด้านความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพต้องอาศัยความร่วมมือจากพันธมิตรทุกภาคส่วน เพื่อให้สอดคล้องตามเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

โรงแรม	หน่วยงานที่เข้าร่วม	วัตถุประสงค์
เซ็นทารา แกรนด์ โอซาก้า	Osaka Convention & Tourism Bureau (OCTB)	ร่วมส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและการจัดงานประชุมที่เกี่ยวข้องกับทางด้านวัฒนธรรม และอาหารท้องถิ่น
เซ็นทารา แกรนด์ บิซ รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน	Hua Hin Municipality, Prachuap Khiri Khan	เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน และโครงการ Hua Hin Green Destination
เซ็นทารา แกรนด์ บิซ รีสอร์ท ภูเก็ต และเซ็นทารา ภาณุ รีสอร์ท ภูเก็ต	Phuket Hotels Association (PHA)	ร่วมส่งเสริมและสนับสนุนความยั่งยืนของธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
เซ็นทารา ราสพูซี รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์	Olive Ridley project	ร่วมสนับสนุนการดำเนินงานการอนุรักษ์เต่าทะเล และการช่วยเหลือสัตว์น้ำในประเทศมัลดีฟส์
เซ็นทารา อ่าวนาง บิซ รีสอร์ทและสปา กระบี่ และเซ็นทารา อินคาทิวี รีสอร์ท แอนด์ สปา กระบี่	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	ร่วมประชาสัมพันธ์และสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น มรดกทางวัฒนธรรมในจังหวัดกระบี่
เซ็นทารา โฉม ชะอำ บิซ รีสอร์ท หัวหิน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเพชรบุรี (Tourism Authority of Thailand (TAT), Phetchaburi)	สนับสนุนการสร้างรายได้และอาชีพท้องถิ่น ผ่านการจัดทำตลาดนัดสวนสนลอย

การจัดการคุณภาพอากาศ (Air Quality Management)

ด้วยคุณภาพอากาศในปัจจุบันได้รับผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมในหลายๆ ประเภทของมนุษย์ และสะท้อนกลับมาสู่สุขภาพและคุณภาพชีวิต ทั้งกระบวนการผลิต การขนส่ง การบริการ ทำให้เกิดฝุ่นละอองจำนวนมากที่เป็นมลพิษทางอากาศ เพื่อลดความเสี่ยงทางด้านสุขภาพต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มให้มีความเป็นอยู่ที่ดี บริษัทจึงตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการคุณภาพอากาศให้อยู่ระดับที่เป็นไปตามข้อบังคับ กฎหมาย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพอากาศ

แนวทางการบริหารจัดการ

เพื่อควบคุมและรักษาคุณภาพอากาศในพื้นที่ดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน ทั้งธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารจึงมีแนวทางการบริหารจัดการ ตั้งแต่การควบคุมแหล่งกำเนิดมลพิษ ลดการก่อมลพิษ หมั่นสำรวจและตรวจสอบพื้นที่ที่อาจก่อให้เกิดมลพิษ จัดจ้างการตรวจวัดคุณภาพอากาศ โดยหน่วยงานภายนอก และจัดทำแผนเพื่อป้องกันและลดผลกระทบ สำหรับธุรกิจโรงแรม มีการควบคุมแหล่งกำเนิดมลพิษจากส่วนต่างๆ ทั้งภายในอาคารและนอกอาคาร ซึ่งมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

- การกำหนดเขตปลอดบุหรี่ในอาคาร 100% และจัดพื้นที่สูบบุหรี่ภายนอกให้ห่างจากประตูทางเข้าหรือช่องรับอากาศของตึกตามกฎหมายอาคาร
- บริเวณลานจอดรถและจุดส่งสินค้าของโรงแรมติดป้ายรณรงค์ขอความร่วมมือทั้งลูกค้าและคู่ค้าให้ดับเครื่องยนต์ทุกครั้งที่จะจอดรถ เพื่อช่วยลดมลพิษทางอากาศที่เกิดจาก PM2.5 และก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ (CO)
- ติดตั้งระบบดูดควัน (Kitchen Ventilation Cooker Hood System) พร้อมชุดกรองดักจับไขมัน (Grease Filter) บริเวณพื้นที่ประกอบอาหารภายในห้องครัว เพื่อทำหน้าที่ดักจับละอองน้ำมัน ควัน และกลิ่น ก่อนปล่อยออกสู่ปล่องระบายอากาศ และกำหนดให้พนักงานครัวล้างทำความสะอาดทุกวันหลังจบการทำงาน เพื่อป้องกันการอุดตันและลดการทำงานหนักของระบบ ซึ่งทำให้สภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานครัวมีอากาศถ่ายเทสะดวกและสะอาดอยู่เสมอ
- การเลือกใช้สีทาอาคารที่ปล่อยสารระเหยต่ำ (Low VOCs) เพื่อลดกลิ่นและสารพิษสะสมในอากาศ
- ในสถานการณ์ที่ค่าฝุ่น PM 2.5 เกินค่ามาตรฐาน ทางฝ่ายวิศวกรรมของโรงแรม จะดำเนินการตรวจวัดคุณภาพอากาศภายในเป็นประจำวันละ 3 ครั้ง ดำเนินการปิดช่องทางที่นำอากาศจากภายนอกเข้ามาสู่ระบบ (Air intake) จากนั้นจะเปิดการทำงานของ Cooling Tower ทุกเครื่อง และพ่นสเปรย์หมอกน้ำเพื่อช่วยลดปริมาณฝุ่น PM 2.5
- มีการสื่อสารและแจ้งสถานการณ์ฝุ่น PM 2.5 ให้กับลูกค้าและพนักงานทราบ โดยแนะนำให้หลีกเลี่ยงกิจกรรมกลางแจ้งและสวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งที่อยู่ภายนอกอาคาร

เช็การา เวสต์ เบย์ เรสซิเดนซ์แอนด์สวีทส์ โคเฮา สร้างการตระหนักให้กับพนักงานเรื่องมลพิษทางอากาศเนื่องในวันสากลอากาศสะอาดเพื่อท้องฟ้าสดใส (International Day of Clean Air for Blue Skies) เพื่อสนับสนุนให้พนักงานทุกคนช่วยกันลดการปล่อยมลพิษทางอากาศจากยานพาหนะที่ใช้อยู่ปัจจุบัน โดยเปลี่ยนมาใช้พาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งการปั่นจักรยาน รถจักรยานไฟฟ้า การใช้บริการขนส่งสาธารณะ เป็นต้น

ในส่วนของธุรกิจอาหาร บริษัท ซีอาร์จี แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด ดำเนินควบคุมคุณภาพอากาศภายในโรงงานด้วยระบบการจัดการตามมาตรฐานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยภายในอาคารผลิตติดตั้งระบบระบายอากาศและควบคุมอุณหภูมิไว้ที่ 25 องศา มีแผนการทำความสะอาดอุปกรณ์กรองอากาศทุก 2 เดือน ทั้งในส่วนห้องสำนักงานและส่วนของอาคารผลิตซึ่งดูแลโดยฝ่ายวิศวกรรม นอกจากนี้ยังมีการตรวจเช็คในอากาศเป็นประจำทุกเดือน และตรวจวัดคุณภาพอากาศในพื้นที่การทำงานประจำปี ในสถานการณ์ที่มีค่าฝุ่น PM 2.5 เกินมาตรฐาน จะมีการติดตามข้อมูลในแต่ละวัน เพื่อให้ข้อมูลความรู้แก่พนักงานรวมทั้งนำให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัยในพื้นที่เสี่ยง พร้อมทั้งเฝ้าระวังอาการผิดปกติของพนักงานทุกช่วงของแต่ละวัน

การรับรองมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล (Sustainability Certifications and Standards)

บริษัทตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้านความยั่งยืนเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการปฏิบัติงาน ไม่เพียงแต่เป็นการจัดระเบียบการดำเนินงานในทุกมิติ แต่ยังสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่าธุรกิจไม่เพียงแต่ใส่ใจผลประโยชน์ประกอบการทางการเงิน แต่ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ที่มาจากการบริหารจัดการที่เป็นระบบอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตรวจสอบได้ ในปีนี้ทั้งส่วนของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่สะท้อนถึงความสำเร็จในการบูรณาการความยั่งยืน ดังนี้

ธุรกิจโรงแรม

ปี 2568 ถือเป็นก้าวอย่างสำคัญของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา โดยโรงแรมในเครือทั้ง 42 แห่ง ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประเภทโรงแรม จากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council: GSTC) ครบร้อยละ 100 ได้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่งผลให้เซ็นทาราก้าวขึ้นเป็นกลุ่มธุรกิจโรงแรมแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับระดับสากล

นอกจากนี้ เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ และเซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน ได้รับ “รางวัลแห่งความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวไทย” (Thailand Tourism Sustainability Awards) หรือ รางวัลกินรีสีเขียว ซึ่งเป็นปีแรกที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพิจารณามอบรางวัลให้กับธุรกิจที่ผ่านเกณฑ์การประเมินด้านความยั่งยืนมากกว่าร้อยละ 90 ในด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และการจัดการคาร์บอนต่ำ ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจเข้าด้วยกันอย่างสมดุล

การรับรอง/มาตรฐาน	หน่วยงานที่มอบ	จำนวน/รายชื่อโรงแรมที่ได้รับการรับรองปี 2568
GSTC Standards	Vireo Bureau Veritas	โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา จำนวน 42 แห่ง ตรวจสอบรายชื่อได้ที่ : https://www.gstc.org/certified-hotels-directory/
Green Key	Green Key	เซ็นทารา และเรสซิเดนซ์ เวสต์เบย์ โดฮา
ISO 14001:2015 (Environmental Management systems)	Aligned Global Assurance	เซ็นทารา มีراج บีช รีสอร์ท คูโบ
ISO 20121:2024 (Event sustainability management systems)	MACSI	เซ็นทาราแกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์
ISO 22483:2020 (Tourism and related services – Hotels)	MASCI	เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต เซ็นทาราแกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์
Green Hotel Plus	กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม	เซ็นทารา แกรนด์ มีراج บีช รีสอร์ท พัทยา เซ็นทารา ไลฟ์ ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ
Green Hotel	กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม	ระดับทอง: เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ เซ็นทารา วอเตอร์เกต พาวเวอร์ลี้น กรุงเทพฯ เซ็นทารา อ่าวนาง บีช รีสอร์ทและสปา กระบี่ เซ็นทารา ไลฟ์ ชะอำ บีช รีสอร์ท หัวหิน เซ็นทารา ไลฟ์ บางกอก พระนคร ระดับเงิน: เซ็นทารา พัทยา เซ็นทารา โนวา และสปา พัทยา
Thailand Tourism Sustainability Awards (Kinnaree-Sustainability)	Tourism Authority of Thailand	เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน
EIA Monitoring Award	สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	เซ็นทาราแกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทารา โคราช
TSEM (Thailand Sustainability Event Management)	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (Thailand Convention and Exhibition Bureau: TCEB)	เซ็นทาราแกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต เซ็นทารา โคราช
TMVS (Thailand Mice Venue Standard)	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (Thailand Convention and Exhibition Bureau: TCEB)	เซ็นทารา โคราช
GREEN Health Hotel	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข	เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต เซ็นทารา อุบล เซ็นทารา อัญญา เซ็นทารา วิลลา สมุย เซ็นทารา ไลฟ์ ชะอำ บีช รีสอร์ท หัวหิน โคซี่ สมุย เวง บีช
Clean hotel 3C	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข	เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน เซ็นทารา อัญญา เซ็นทารา อันตาเทวี รีสอร์ท แอนด์ สปา กระบี่ เซ็นทารา อ่าวนาง บีช รีสอร์ทและสปา กระบี่ เซ็นทารา ไลฟ์ บางกอก พระนคร โคซี่ พัทยา วงศ์มัตย์ บีช

ธุรกิจอาหาร

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคถึงความสะอาดและความปลอดภัยทางด้านอาหาร แบนด์ต่างๆ ภายใต้บริษัท เช่นกริล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด จึงได้ดำเนินการขอรับรองมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารยุคใหม่ของ กรมอนามัย หรือ SAN (Sanitation Accountability Network) ตามเกณฑ์ด้านความสะอาดและการจัดการขยะ รวมทั้งการยกระดับคุณภาพมุ่งเน้นในด้าน “Food Safety & Health” ตามมาตรฐาน SAN Plus

สำหรับเคเอฟซี ได้ดำเนินการตรวจสอบกระบวนการปฏิบัติงานในร้านเคเอฟซีทุกสาขาทั่วประเทศ ตามมาตรฐาน ROCC (Restaurant Operations Compliance Checks) เพื่อรักษาประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของร้านทุกสาขา รวมถึงความปลอดภัยและคุณภาพของอาหารเช่นกัน

การรับรอง/มาตรฐาน	หน่วยงานที่มอบ	จำนวน/รายชื่อสาขาที่ได้รับการรับรองปี 2568
SAN Standard (Sanitation Accountability Network)	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข	KFC: Central Pattaya Beach Mister Donut: Central Pattaya Beach Pepper Lunch: Central Pattaya Beach Auntie Anne's: Central Pattaya Beach Cold Stone Creamery: Central Pattaya Beach
SAN Plus Standard	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข	KFC: Central World, Central Pattaya, Central Festival Chiang Mai, Central Festival Phuket, Central Floresta Phuket Katsuya: Central World, Central Festival Chiang Mai, Central Festival Phuket Ootoya: Central World, Central Festival Chiang Mai, Central Festival Phuket Auntie Anne's: Central World, Central Pattaya, Central Festival Chiang Mai, Central Airport Chiang Mai, Central Festival Phuket Kagetsu: Central World Yoshinoya: Central World, Central Festival Chiang Mai Mister Donut: Central Festival Chiang Mai, Central Festival Phuket Chabuton: Central Festival Chiang Mai Pepper Lunch: Central Festival Chiang Mai, Central Festival Phuket Cold Stone Creamery: Central Festival Chiang Mai, Central Festival Phuket
ROCC (Restaurant Operations Compliance Checks)	Bureau Veritas	KFC ทุกสาขา จำนวน 349 สาขา
FSSC 22000 (Food Safety System Certification)	Bureau Veritas	คลังสินค้า
GMP 420 (Good Manufacturing Practice; GMP)	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	Central Kitchen

การมีส่วนร่วมผ่านวันสำคัญทางสิ่งแวดล้อมในระดับสากล

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา ตระหนักถึงความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม โดยใช้โอกาสในวันสำคัญต่างๆ เป็นตัวขับเคลื่อนและสร้างความตระหนักรู้ผ่านการจัดกิจกรรมเชิงรุกที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านสู่การลงมือทำจริง (Awareness to Action) ร่วมกับพนักงาน ลูกค้า และพันธมิตร เพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

วันสิ่งแวดล้อมโลก (World Environment Day)

ในปี 2568 ทางองค์การสหประชาชาติได้กำหนดประเด็นหลักของวันสิ่งแวดล้อมโลก มุ่งเน้นในเรื่องของ “ยุติมลพิษจากพลาสติก” (Beat Plastic Pollution) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าว โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา 43 แห่ง ร่วมส่งเสริมทั้งในส่วนของกิจกรรมสร้างการตระหนักรู้ให้กับพนักงานและลูกค้า เชิญชวนให้ลูกค้าหย่อนขวดพลาสติกลงในปลา P-O-P (Plastic Only, Please) ซึ่งถูกจัดวางในพื้นที่ส่วนกลางหรือบริเวณชายหาดของโรงแรม เพื่อสะท้อนปัญหาขยะพลาสติกที่กระทบต่อสัตว์น้ำ โดยในปีนี้สามารถรวบรวมขยะพลาสติกจากปลา P-O-P ทั้งหมด 4,223.07 กิโลกรัม



เซ็นทารา วอเตอร์เกต พาววิลเลียน กรุงเทพฯ จัดกิจกรรมเวิร์กช็อป เปลี่ยนฝาขวดน้ำพลาสติกมากกว่า 100 ฝาให้กลายเป็นพวงกุญแจ ได้รับการตอบรับที่ดีจากทั้งพนักงานและลูกค้าเข้าร่วมมากกว่า 20 คน



Earth Day

ภายใต้แนวคิด “พลังของเรา เพื่อโลกของเรา” (Our Power, Our Planet) ของวันคุ้มครองโลก (Earth Day) ปี 2568 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา ได้ร่วมกันขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมการเก็บขยะริมชายหาด และการปลูกต้นไม้



เซ็นทารา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่ ส่งมอบขยะพลาสติกกำพร้าจำนวน 16 กิโลกรัม ให้กับโครงการ “Green Road Project” เพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งโต๊ะ เก้าอี้ บล็อกปูพื้น ส่งมอบให้กับทั้งโรงเรียน วัด และพื้นที่สาธารณะประโยชน์ต่างๆ อีกทั้งพนักงานยังได้รับฟังความรู้ด้านการจัดการขยะและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากผู้เชี่ยวชาญด้วย



60+ Earth Hour

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทั้งในไทยและต่างประเทศ จำนวน 49 โรงแรม ได้เข้าร่วมโครงการ “ปิดไฟ 1 ชั่วโมง เพื่อลดโลกร้อน” (Earth Hour) ในวันที่ 22 มีนาคม 2568 โดยปิดไฟดวงที่ไม่ใช้งาน และไม่จำเป็น เพื่อเป็นการแสดงเชิงสัญลักษณ์ร่วมประหยัดพลังงาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยกิจกรรมครั้งนี้สามารถประหยัดไฟฟ้าได้ถึง 10,243.77 kWh ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 5.11 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งมีลูกค้าภายในโรงแรมเข้าร่วมกิจกรรม 1,703 คน พร้อมกับพนักงาน จำนวน 1,388 คน



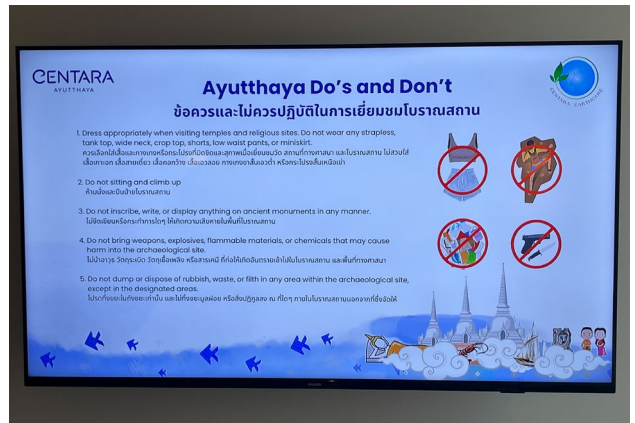
มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)

มรดกทางวัฒนธรรมคือรากฐานสำคัญของความหลากหลายและเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ การปกป้องและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นจะก่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง ส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่น และสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจและการรักษาอัตลักษณ์ของสังคม

บริษัทจึงให้ความสำคัญในการจัดทำแนวปฏิบัติตามมาตรฐานและข้อกำหนดจากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ทั้งจัดทำแนวทางปฏิบัติในการเข้าสู่พื้นที่ของชุมชนท้องถิ่น และสถานที่ทางประวัติศาสตร์หรือมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อลดผลกระทบที่จะสร้างความเสียหายต่อชุมชนให้มากที่สุด มีส่วนร่วมในการปกป้องและรักษาแหล่งวัฒนธรรม การนำอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมมาประยุกต์ให้เกิดเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัย ทั้งในด้านการออกแบบ เลือกใช้วัสดุตกแต่งอาคารทั้งภายนอกและภายใน การเลือกใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการประกอบอาหาร ที่สำคัญมีการเน้นย้ำไม่ให้มีการนำโบราณวัตถุ หรือวัตถุอันมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ใดๆ ออกจำหน่าย แลกเปลี่ยนหรือจัดแสดง เว้นแต่จะได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่บังคับใช้ในท้องถิ่นและกฎหมายระหว่างประเทศ



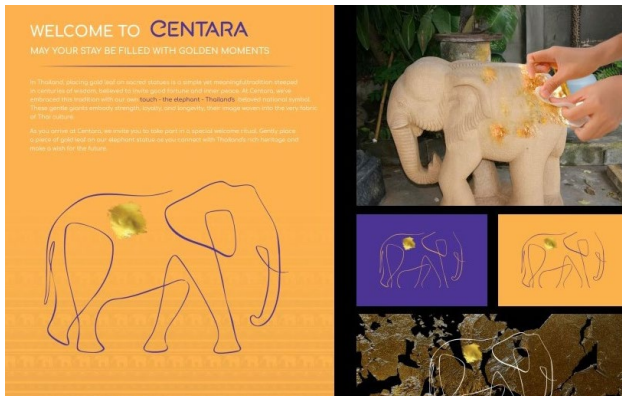
นอกจากนี้ยังได้สื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้าและผู้มาใช้บริการ ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ อาทิ การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่น จัดกิจกรรมประเพณีท้องถิ่น การแต่งกายด้วยชุดพื้นเมือง ให้คำแนะนำเรื่องภาษาท้องถิ่นกับลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารเบื้องต้น รวมถึงการจัดทำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำเพื่อใช้สื่อสารกับลูกค้าให้เข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและเรียนรู้ความหลากหลายของวิถีชีวิตในท้องถิ่น ผ่านช่องทางต่างๆ ที่ใช้สื่อสารกับลูกค้า อาทิ เว็บไซต์ ช่องทางโซเชียลมีเดีย รวมถึงช่องทางดิจิทัลภายในโรงแรม



หนึ่งในเอกลักษณ์ของแบรนด์ “เซ็นทารา รีซอร์ฟ” (Centara Reserve) พร้อมส่งมอบประสบการณ์อันอบอุ่นให้กับลูกค้า ผ่านการสัมผัสกลิ่นอายท้องถิ่นตั้งแต่การต้อนรับลูกค้าด้วยการลอยดอกดาวเรืองในบ่อน้ำบริเวณล็อบบี้ ซึ่งเป็นการสื่อถึงความสุข ความเมตตาใจ และความโชคดี (Welcome Ritual)

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ภายใต้แบรนด์เซ็นทารา ได้นำวัฒนธรรมการปิดทองมาส่วนหนึ่งในการต้อนรับลูกค้า (Welcome wish) เพื่อมอบประสบการณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Brand signature experience) โดยจะมีรูปปั้นช้างตั้งบริเวณพื้นที่ต้อนรับสื่อถึงสัตว์ประจำชาติไทย หลังจากที่ลูกค้าเช็คอินแล้วจะได้รับแผ่นทองคำเปลว เพื่อติดลงบนรูปปั้นช้างสื่อถึงความเป็นสิริมงคล ซึ่งเป็นประเพณีที่มีความหมายและสืบทอดกันมาอย่างยาวนานเชื่อกันว่าการปิดทองจะนำมาซึ่งโชคลาภและความสงบสุขในจิตใจ



เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ ทั้งในด้านศิลปหัตถกรรม อาหาร การแสดง ทางแบรนด์เซ็นทารา จึงได้นำเสนอ ภายใต้หัวข้อ “Local Hero” ส่งมอบประสบการณ์และความหลากหลายของวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นให้ลูกค้าได้สัมผัสและเรียนรู้ผ่านกิจกรรมหรือเวิร์คชอปของแต่ละโรงแรมที่แตกต่างกัน













เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน ออกแบบต้นคริสต์มาส โดยใช้เอกลักษณ์ของเรือประมงท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจในการเล่าเรื่องวิถีชีวิตดั้งเดิมท้องถิ่นของชาวหัวหิน ช่วยสร้างบรรยากาศการเฉลิมฉลองและเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างความเชื่อทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันให้อยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน

เซ็นทารา อ่าวนาง บีช รีสอร์ทและสปา กระบี่ เซ็นทารา อันดามันท์ รีสอร์ท แอนด์ สปา กระบี่ และโคซี่ กระบี่ อ่าวนางบีช เข้าร่วมพิธี “ผูกผ้าเรือหัวโงง ประจำปี 2568” ณ ลานประติมากรรมปลาใบ ตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ การผูกผ้าเรือหัวโงงสะท้อนถึงความศรัทธาและอนุรักษ์วัฒนธรรมของชาวเรือในพื้นที่ ถือเป็นสัญลักษณ์แห่งความเป็นสิริมงคล ความร่วมแรงร่วมใจและความภาคภูมิใจของชุมชนท้องถิ่น



มิติสังคม (Social Pillar)

ผลการดำเนินงาน ในปี 2568

ผลการดำเนินงานด้านสังคม	เป้าหมายการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	
	ชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรม 60 ชั่วโมง /คน/ปีธุรกิจอาหาร 7 ชั่วโมง /คน/ปี	<ul style="list-style-type: none">60 ชั่วโมง /คน/ปี7 ชั่วโมง /คน/ปี	
	การสนับสนุนงบประมาณด้านการพัฒนาบุคลากร <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรมธุรกิจอาหาร	<ul style="list-style-type: none">เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.46เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.56	
	สัดส่วนพนักงานภายในที่เติมเต็มเพื่อทดแทนตำแหน่งที่ว่าง <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรม	<ul style="list-style-type: none">ร้อยละ 73.80	
	ผลการประเมินการองค์กรที่ได้รับการยอมรับด้านการดูแลพนักงานจากหน่วยงานภายนอก <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรมธุรกิจอาหาร	<ul style="list-style-type: none">รางวัลองค์กรสุขภาพเพื่อการสร้างชาติ (Wellness Corporate National Building Award)รางวัล Leader of Leader จาก Future Trends Awards 2025รางวัล Most Inspiring Leader จาก Employee Experience Awards Thailand 2025รางวัล HR Professional Awards 2025	
 เป้าประสงค์ที่ 5.1 / ตัวชี้วัด 5.1.1	ความพึงพอใจของพนักงาน <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรม ร้อยละ 94ธุรกิจอาหาร	<ul style="list-style-type: none">ร้อยละ 92ร้อยละ 84	
 เป้าประสงค์ที่ 8.8.1	อัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร 0 ราย	<ul style="list-style-type: none">0 ราย	
 เป้าประสงค์ 12.2 / ตัวชี้วัด 12.2.2	จำนวนอุบัติเหตุจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงานลดลง <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร	<ul style="list-style-type: none">ลดลงร้อยละ 32.58 (เทียบจากปีที่ผ่านมา)	
	สัดส่วนผู้บริหารหญิงระดับผู้จัดการขึ้นไป <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารมากกว่า ร้อยละ 50	<ul style="list-style-type: none">ร้อยละ 52.5	
	การจ้างงานผู้พิการตามที่กฎหมายกำหนด <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรมร้อยละ 100ธุรกิจอาหารร้อยละ 100	<ul style="list-style-type: none">ร้อยละ 100ร้อยละ 100รางวัลองค์กรส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ ประจำปี 2568 ของธุรกิจโรงแรมและอาหาร	
	การส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรมธุรกิจอาหาร	<ul style="list-style-type: none">รางวัลองค์กรส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุ ประจำปี 2568 ของธุรกิจโรงแรมและอาหาร	
	จำนวนชั่วโมงจิตอาสาของพนักงานทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none">ธุรกิจโรงแรม 3,500 ชั่วโมงต่อปีธุรกิจอาหาร 4,500 ชั่วโมงต่อปี	<ul style="list-style-type: none">3,521 ชั่วโมงต่อปี9,597 ชั่วโมงต่อปี	

สิทธิมนุษยชน (Human Rights)

ผลดำเนินงานที่สำคัญ

พนักงานระดับปฏิบัติการ
ถึงระดับผู้บริหารระดับสูง
อบรมด้านสิทธิมนุษยชนร้อยละ



100

สัดส่วนระหว่างพนักงานประจำชายและหญิงร้อยละ



42



58

ธุรกิจโรงแรมมีการประเมินลูกค้า

ร้อยละ

26

และอบรมเรื่องสิทธิมนุษยชน

ร้อยละ

69



ธุรกิจอาหารมีการประเมินลูกค้า

ร้อยละ

55

และอบรมเรื่องสิทธิมนุษยชน

ร้อยละ

28



ความท้าทาย

- กิจกรรมทางธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมมีความอ่อนไหวต่อประเด็นสิทธิมนุษยชน เนื่องจากผู้มีส่วนได้เสีย สิทธิผู้ทรงสิทธิ และความคาดหวังที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่บริษัทจะมีส่วนก่อให้เกิดผลกระทบ (Contribute) หรือมีความเชื่อมโยง (Linkage) กับการละเมิดสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การขาดแคลนแรงงาน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ในภาคธุรกิจ อาจนำไปสู่ความเหลื่อมล้ำ และผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และกลุ่มเปราะบาง หากขาดการบริหารความเสี่ยงและการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น ชื่อเสียง การปฏิบัติตามกฎหมาย และความสามารถในการสร้างรายได้ของบริษัทในระยะยาว

โอกาส

- การส่งเสริมและปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่ให้คุณค่าต่อหลักสิทธิมนุษยชนและการไม่เลือกปฏิบัติ เป็นกลไกสำคัญในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลในระยะยาว รวมถึงเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาความรู้และการตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชน ควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่คำนึงถึงผลกระทบต่อด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อยกระดับการให้บริการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่มีความหลากหลาย ซึ่งช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งในด้านความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนส่งผลเชิงบวกต่อการสรรหา การจูงใจ และการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ เสริมสร้างความมั่นคงของแรงงานและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยเคารพและไม่เกี่ยวข้องกับละเมิดสิทธิมนุษยชน ในทุกรูปแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน ของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเสาหลัก ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน (Respect) และการเยียวยา (Remedy) ผลกระทบ ด้านสิทธิมนุษยชนตามบทบาทของภาคธุรกิจ

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) โดยบูรณาการการทำความเข้าใจและประเมินผลกระทบรวมถึง ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนไว้ในกระบวนการกำหนดประเด็นสาระสำคัญ แบบสองมิติ (Double Materiality) เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินกระบวนการ ตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และการกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็น ระบบและต่อเนื่อง อันนำไปสู่การปกป้อง เคารพ และการเยียวยาสิทธิมนุษยชน อย่างยั่งยืน นอกจากนี้บริษัทได้อ้างอิงถึงกรอบสิทธิมนุษยชนในระดับสากลที่ สำคัญ อาทิ ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบสำหรับ วิชาหกิจข้ามชาติขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) ปฏิญญาว่าด้วยหลักการ และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) รวมถึงกฎหมายแรงงานของประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ โดยยึดหลักการ ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะด้วยเหตุแห่งเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ สุนิยมทางเพศ อายุ สีดวง ภาษ ภาษา เผ่าพันธุ์ ความพิการ หรือสถานะอื่นใด

เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ในปี 2568 บริษัทได้ทบทวนและปรับปรุงนโยบายที่เกี่ยวข้อง อาทิ นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติและการต่อต้านการล่วงละเมิด นโยบายจรรยาบรรณ คู่ค้า เป็นต้น พร้อมทั้งพัฒนาและสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องให้แก่ พนักงานทุกระดับ รวมถึงสื่อสารเจตนาารมณไปยังคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ การไม่ใช้แรงงานบังคับและแรงงานเด็ก การคุ้มครอง แรงงานหญิงและแรงงานข้ามชาติ ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

ชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสม การไม่เลือกปฏิบัติ การป้องกันการคุกคาม ทางเพศและการค้ามนุษย์ เสรีภาพในการสมาคมและการร่วมเจรจาต่อรอง ตลอดจนการส่งเสริมค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอต่อการดำรงชีวิต อย่างเหมาะสม ประกอบกับการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่มีความตระหนักรู้ ในหลักสิทธิมนุษยชนสากลและข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้าง (Collective Agreement) โดยมีการกำหนดในนโยบายและแนวทางปฏิบัติในคู่มือพนักงาน มีการจัดอบรมสำหรับพนักงานใหม่ตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน และสำหรับพนักงาน ปัจจุบันมีการจัดอบรมและทดสอบเพื่อความเข้าใจเป็นระยะ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงาน ทุกคนมีความรู้และทักษะที่สอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนด ในส่วนของคู่ค้า และพันธมิตร มีการสื่อความความคาดหวังและแนวปฏิบัติผ่านการรับทราบ จรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติของคู่ค้าและการสุ่มตรวจประเมินเป็นคู่ค้าประจำปี เพื่อร่วมกันป้องกันและหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชน

นอกจากนี้ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิเด็กในฐานะ กลุ่มเปราะบางของสังคม และเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของธุรกิจ ไม่ว่าจะในฐานะ ลูกค้า สมาชิกครอบครัวของพนักงาน หรือสมาชิกของชุมชนท้องถิ่นที่บริษัท ดำเนินธุรกิจอยู่ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการคุ้มครอง ส่งเสริมความปลอดภัย และยกระดับคุณภาพชีวิตของเด็ก ตามหลักการสิทธิเด็กและธุรกิจ (Children's Rights and Business Principles) ควบคู่กับการอ้างอิงจรรยาบรรณ เพื่อการคุ้มครองเด็กจากการแสวงหาประโยชน์ทางเพศในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว (The Code) โดยตระหนักถึงความเสียหายของอุตสาหกรรม บริษัทได้จัดทำนโยบายคุ้มครองเด็ก (Child Protection Policy) เพื่อกำหนด แนวทางในการดูแลและคุ้มครองความปลอดภัยของลูกค้าที่เป็นเด็กอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่นและกฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง กับสิทธิเด็กและแรงงานเด็ก ในด้านการส่งเสริมสิทธิเด็กในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ และบริการ บริษัทจัดให้มีพื้นที่และบริการที่เหมาะสมสำหรับเด็ก เช่น Kids Check-in, Kids Club และ Kids Spa ภายใต้การดูแลของพนักงานที่มีประสบการณ์ พร้อมทั้งจัดทำเมนูอาหารสำหรับเด็ก (Kids Menu) ตามหลักโภชนาการที่เหมาะสม ตามช่วงวัย เพื่อสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีและพัฒนาการที่เหมาะสม รวมถึงการให้ ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการอีกด้วย



การตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence)

บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนผ่านกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) เป็นประจำทุก 3 ปี โดยมีกำหนดทบทวนและประเมินผลครั้งถัดไปในปี 2569 ครอบคลุมกิจกรรมทางธุรกิจของกลุ่มโรงแรมและอาหารร้อยละ 100 นอกจากนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายระดับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนของคู่ค้าหลัก (Critical Tier 1) ให้ครอบคลุมร้อยละ 100 ภายในปี 2573 ทั้งนี้ บริษัทมีการติดตาม ฝ้าระวัง และตอบสนองต่อประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง ตามหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) ซึ่งครอบคลุมการกำหนดนโยบาย การระบุและประเมินความเสี่ยงและผลกระทบ การบูรณาการและดำเนินการจัดการความเสี่ยง การติดตามผลการดำเนินงาน การเปิดเผยข้อมูล และการจัดให้มีกลไกการร้องทุกข์และกระบวนการเยียวยาที่เหมาะสม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้บริษัทได้กำหนดให้มีการทบทวนนโยบายสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานขององค์กรสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงและครอบคลุมประเด็นสิทธิมนุษยชนในทุกมิติ

นอกจากการกำกับดูแลภายในองค์กรแล้ว บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน มีบทบาทในการกำกับติดตามอย่างใกล้ชิด และกำหนดให้นำประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพิจารณา ก่อนการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่าความร่วมมือดังกล่าวเป็นไปตามแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนที่องค์กรยึดถือ



กระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment Process)

บริษัทกำหนดให้ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นหนึ่งในประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ และต้องได้รับการประเมินอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถระบุ ป้องกัน กำหนดมาตรการตอบสนอง และบรรเทาผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทานได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการจัดลำดับความรุนแรงและความเป็นไปได้ของผลกระทบ และบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ บริษัทจึงนำกรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กรมาใช้บูรณาการในการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และสอดคล้องกับหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UNGPs) ครอบคลุม 5 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. การระบุประเด็นและประเมินผลกระทบ (Human Rights Risk Topic Identification and Assessment) บริษัทดำเนินการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร แนวทางการปฏิบัติงานของบุคลากรและกระบวนการทำงานของแต่ละหน่วยงานที่อาจเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน โดยอาศัยข้อมูลเชิงลึกจากการดำเนินงานที่แต่ละฝ่ายรับผิดชอบ เพื่อระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้จัดทำแผนที่ห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain Mapping) เพื่อระบุกระบวนการดำเนินงานหลัก และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่อาจได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน พร้อมนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ร่วมกับบริบทของอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยการประเมินความเสี่ยงพิจารณาจาก ความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น (Likelihood) แบ่งเป็นระดับสูง กลาง และต่ำ และความรุนแรงของผลกระทบ (Severity) ที่พิจารณาจากขนาดขอบเขต และความยากต่อการเยียวยา ผลการประเมินดังกล่าวจะถูกนำมาเทียบเคียงกับแผนภูมิความเสี่ยง (Risk Heat Map) ซึ่งใช้คะแนนตั้งแต่ 1-5 เพื่อจัดลำดับความสำคัญและจำแนกระดับความเสี่ยงในแต่ละประเด็น ในปี 2568 ผลการติดตามประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในอุตสาหกรรมบริการที่มีแนวโน้มที่ได้รับความสนใจครอบคลุมประเด็นสิทธิด้านแรงงานและสภาพการทำงาน สิทธิด้านความเท่าเทียมและการไม่เลือกปฏิบัติ สิทธิของเด็กและการป้องกันการแสวงหาประโยชน์ สิทธิด้านความเป็นส่วนตัวและข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในการเข้าถึงกระบวนการร้องเรียนและการเยียวยา เป็นต้น

ในส่วนของบริษัทประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนยังมีนัยสำคัญเช่นเดิม ตามรายละเอียด ดังนี้

ขอบเขตการดำเนินงานของบริษัท (CENTEL'S Operation)	ขอบเขตการดำเนินงานของคู่ค้า (CENTEL's Supply Chain)
<ul style="list-style-type: none"> สิทธิในการเข้าถึงการชดเชยเยียวยาที่มีประสิทธิภาพ (Right to access to effective remedies) สิทธิในเสรีภาพในการรวมกันเป็นสมาคมและข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้าง (Right to freedom of association and collective bargaining) สิทธิในการได้รับสภาพเงื่อนไข การทำงานที่เป็นธรรมและน่าพอใจ (Right to enjoy just and favorable conditions of work with no discrimination and equal remuneration) สิทธิที่จะไม่ตกเป็นทาสและแรงงานบังคับ / สิทธิที่บุคคลไม่ควรถูกปฏิบัติเยี่ยงทาส รวมถึงการบังคับใช้แรงงาน (Right not to be subjected to slavery, servitude or forced labor) 	<ul style="list-style-type: none"> สิทธิในการเข้าถึงการชดเชยเยียวยาที่มีประสิทธิภาพ (Right to access to effective remedies) สิทธิที่จะไม่ตกเป็นทาสและแรงงานบังคับ / สิทธิที่บุคคลไม่ควรถูกปฏิบัติเยี่ยงทาส รวมถึงการบังคับใช้แรงงาน (Right not to be subjected to slavery, servitude or forced labor) สิทธิในความเป็นส่วนตัว (Right to privacy)

ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่มีนัยสำคัญ (Salient Human Rights Issues)

ขอบเขตการดำเนินงานของบริษัท (CENTEL'S Operation)	แนวทางการบรรเทาและควบคุมความเสี่ยง
<ul style="list-style-type: none"> สิทธิในการเข้าถึงการชดเชยเยียวยาที่มีประสิทธิภาพ (Right to Access to Effective Remedy) ความเสี่ยงจากการที่องค์กรไม่สามารถคุ้มครองและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้แจ้งเบาะแสด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชนได้อย่างเพียงพอ รวมถึงการมีกลไกรับเรื่องร้องเรียนที่ยังขาดประสิทธิภาพ เนื่องจากมาตรการคุ้มครองและกระบวนการดำเนินงานยังไม่ชัดเจน สิทธิในความเป็นส่วนตัว (Right to Privacy) ความเสี่ยงจากการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล และการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากที่ได้รับคามยินยอมจากเจ้าของข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีช่องทาง การแจ้งเบาะแสที่เข้าถึงได้ สะดวก และเป็นธรรม ผ่านเว็บไซต์ อีเมล และโซเชียลมีเดีย พร้อมกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสเพื่อป้องกันการกลั่นแกล้ง ฆ่มู่ ลงโทษ หรือการตอบโต้ในทุกรูปแบบ รวมถึงจัดตั้งคณะกรรมการรับเรื่องร้องเรียน (ประกอบด้วยฝ่ายตรวจสอบภายใน และฝ่ายบริหารความเสี่ยง) เพื่อกำหนดที่ตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างรอบคอบ และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน รวมถึงคณะกรรมการบริษัท สื่อสารช่องทางการแจ้งเบาะแสและส่งเสริมวัฒนธรรมการแจ้งเบาะแสมือประกอบการกระทำที่ไม่ชอบธรรมในกลุ่มพนักงาน ผ่านโครงการ Speak Up Program สื่อสารช่องทางการแจ้งเบาะแแก่คู่ค้า และติดตามให้มีการรับทราบและปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า ครบถ้วน 100% ทบทวนและปรับปรุงนโยบายที่เกี่ยวข้อง พร้อมยกระดับระบบการรับแจ้งเบาะแสและกระบวนการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของกลไกการร้องเรียน จัดทำแผนงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว รายงานประเด็นด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวรายไตรมาส จัดอบรมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและนโยบายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) สื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้า ให้แก่คู่ค้าทุกราย และกำหนดให้มีการรับทราบยอมรับ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

2. การบูรณาการและดำเนินการตามข้อค้นพบ (Integration and Action) บริษัทนำผลการประเมินความเสี่ยงมาบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ โดยจัดทำแผนระบุหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขช่องว่างและปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Process Improvement) รวมถึงการจัดทำและดำเนินแผนบรรเทาผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยพิจารณาการดำเนินงานตามลักษณะของความเกี่ยวข้องของบริษัท ได้แก่ กรณีที่บริษัทเป็นสาเหตุโดยตรง (Cause) กรณีที่บริษัทมีส่วนร่วม (Contribute) กรณีที่บริษัทมีความเกี่ยวข้องผ่านความสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Link to)
3. การติดตามและตรวจสอบประสิทธิภาพ (Tracking) บริษัทกำหนดผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจนในการติดตามและตรวจสอบประสิทธิภาพของแผนกิจกรรมควบคุม (Control Activities) เพื่อยกระดับการดำเนินงานที่คำนึงถึงการเคารพสิทธิมนุษยชน ซึ่งประเด็นสิทธิมนุษยชนถูกบูรณาการไว้ในระบบและเครื่องมือการติดตามผลการดำเนินงานขององค์กร เช่น การตรวจสอบภายใน แบบสำรวจ และกลไกการร้องทุกข์ พร้อมกำหนดตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง อาทิ ร้อยละของพนักงานและคู่ค้าที่ได้รับการอบรมด้านสิทธิมนุษยชน สัดส่วนการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน จำนวนข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสิทธิมนุษยชน เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างรอบด้าน
4. การสื่อสารการดำเนินงาน (Communication) บริษัทมีการรายงานผลการดำเนินงานและแนวทางการจัดการผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืนเป็นประจำทุกไตรมาสเพื่อนำเสนอข้อมูลให้กับคณะกรรมการบริหารทราบทุกไตรมาสเช่นกัน ให้มั่นใจว่ามาตรการที่ดำเนินการมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ผ่านช่องทางสื่อสารของบริษัท เช่น เว็บไซต์ รายงานประจำปี และสื่อสาธารณะอื่น ๆ เพื่อสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่นในการดำเนินงานตามนโยบายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

5. การจัดการกลไกการร้องทุกข์และมาตรการเยียวยา (Remedies)

บริษัทดำเนินการวิเคราะห์และระบุความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทั้งภายในและภายนอกองค์กร พร้อมจัดทำแผนบรรเทาผลกระทบและมาตรการเยียวยาครอบคลุมร้อยละ 100 นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing Policy) เพื่อสนับสนุนการรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยกำหนดกระบวนการ ระยะเวลาในการตรวจสอบข้อเท็จจริง และหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน รวมถึงมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส เพื่อป้องกันการกลั่นแกล้ง ฆ่มู่ ลงโทษ หรือการตอบโต้ในทุกรูปแบบ (Non-Retaliation)

ในส่วนของมาตรการเยียวยา บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ได้รับผลกระทบมีส่วนร่วมในกระบวนการพูดคุย เจรจา และกำหนดแนวทางการเยียวยา เพื่อให้เกิดความชอบธรรม โปร่งใส และเข้าถึงได้ โดยพิจารณาตามระดับความรุนแรงของผลกระทบ ทั้งในรูปแบบตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน รวมถึงการสนับสนุนการเข้าถึงกลไกการเยียวยาและมาตรการแก้ไขอื่นที่เกี่ยวข้อง

ในปี 2568 ธุรกิจโรงแรมไม่มีประเด็นการร้องเรียนด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน ในส่วนธุรกิจอาหารมีการรายงานข้อร้องเรียนด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมทั้งสิ้น 2 เรื่อง ข้อร้องเรียนดังกล่าวได้รับการตรวจสอบแก้ไขและเยียวยาตามมาตรการที่วางไว้แล้ว ร้อยละ 100



การบริหารงานทรัพยากรบุคคล (Human Resources Development)

ผลดำเนินงานที่สำคัญ

ชั่วโมงการฝึกอบรมศึกษา
พนักงานธุรกิจโรงแรม



60

ชั่วโมง/คน/ปี

(เป้าหมาย 60 ชั่วโมง/คน/ปี)

ชั่วโมงการฝึกอบรมศึกษาพนักงานธุรกิจอาหาร



7 ชั่วโมง/คน/ปี (เป้าหมาย 7 ชั่วโมง/คน/ปี)

สัดส่วนพนักงานภายในที่เพิ่มเติม
เพื่อทดแทนตำแหน่งที่ว่างธุรกิจโรงแรม
ร้อยละ

73.80



รายได้ต่อพนักงานของธุรกิจโรงแรม
เพิ่มขึ้นร้อยละ



9

เทียบกับปีที่ผ่านมา

ความท้าทาย

- การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ส่งผลให้การขาดแคลนแรงงานกลายเป็นความท้าทายและความเสี่ยงที่สำคัญต่อการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะในธุรกิจภาคบริการที่ต้องพึ่งพาบุคลากรเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน ขณะเดียวกัน ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี ข้อมูล และนวัตกรรม รวมถึงความคาดหวังของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อาจทำให้เกิดทักษะและสมรรถนะของพนักงานไม่สอดคล้องกับบริบทการดำเนินธุรกิจในอนาคต นอกจากนี้ ประเด็นการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมได้รับความสนใจจากผู้มีส่วนได้เสียมากยิ่งขึ้น ซึ่งครอบคลุมถึงการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดี สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การจัดสรรเวลาการทำงานที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว รวมถึงการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ ความท้าทายดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและพัฒนาแผนกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสม เนื่องจากมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของพนักงาน การพัฒนาศึกษาบุคลากร อัตราการรักษาพนักงาน ความสามารถในการดึงดูดบุคลากร รวมถึงการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง เป็นต้น ซึ่งหากไม่ได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจ ต้นทุนการสรรหา และประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในระยะยาว

โอกาส

- ทรัพยากรบุคคลถือเป็นสินทรัพย์ด้านทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อบริษัท เนื่องจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เหมาะสม เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนองค์กร สร้างนวัตกรรมด้านการบริการ นำไปสู่การสร้างมูลค่าและโอกาสทางธุรกิจในระยะยาว บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการยกระดับระบบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่ครอบคลุม การดูแลแรงงาน การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ความผูกพัน และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในองค์กร ขณะเดียวกัน บริษัทได้วิเคราะห์ข้อมูลบุคลากรเพื่อใช้ในการสนับสนุนการวางแผนกำลังคนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Workforce Planning) ให้สอดคล้องกับทิศทางและเป้าหมายขององค์กร เพื่อลดผลกระทบของความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน และเสริมสร้างศักยภาพในการก้าวสู่การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมการให้บริการอย่างยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทตระหนักถึงบทบาทและคุณค่าของพนักงานทุกกลุ่ม ซึ่งล้วนมีศักยภาพเฉพาะตัวที่สามารถสอดรับและสนับสนุนกลยุทธ์การเติบโตของธุรกิจได้ บริษัทจึงมุ่งมั่นสร้างองค์กรที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนสามารถเติบโตได้อย่างเท่าเทียม ส่งเสริมความหลากหลายและการยอมรับในทุกมิติ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีความแข็งแกร่ง เป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความยืดหยุ่นขององค์กร แนวทางดังกล่าวช่วยให้องค์กรสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงด้านแรงงานได้อย่างเป็นระบบ อาทิ ความขาดแคลนแรงงานจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและสังคมและวัฒนธรรมการทำงาน ความเสี่ยงจากการลาออกของพนักงานที่มีศักยภาพ ช่องว่างทักษะของบุคลากรจากการพัฒนาของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และการเปลี่ยนผ่านทักษะภายในอุตสาหกรรมบริการหรือการค้าเป็นธุรกิจภายใต้ความผันผวนของสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนความต่อเนื่องของตำแหน่งงานสำคัญ ซึ่งล้วนส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการให้บริการ ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความต่อเนื่องทางธุรกิจ ในระยะยาว

บริษัทจึงให้ความสำคัญในการพัฒนาทักษะใหม่ (Upskill) แก่พนักงาน และนำแนวคิดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Intelligence) สำหรับงานบริหารทรัพยากรบุคคลมาใช้ในการทำความเข้าใจภูมิทัศน์การแข่งขันของอุตสาหกรรมโรงแรมและอาหาร เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารทุนมนุษย์ให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจอย่างเหมาะสม โดยตั้งในสองธุรกิจหลักของบริษัทมีความมุ่งมั่นในการยกระดับบทบาทของฝ่ายทรัพยากรบุคคลจากหน่วยงานสนับสนุน ไปสู่การเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนธุรกิจและสร้างมูลค่าเพิ่ม (HR Business-Driven and Value Creation) และสร้างคุณค่าเพิ่มจากการสร้างแบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) และสถานที่ทำงานที่ดีสำหรับทุกคน (The Place To Be Best Workplace and Happy Workplace)

กลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลธุรกิจโรงแรม (Human Resource Management Strategy in Hotel Business)

1. การดึงดูด พัฒนา และรักษาบุคลากรคุณภาพ (Attract, Grow & Retain Talent)

บริษัทให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ เสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะสำคัญในอนาคต (Future Skill) ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรและเส้นทางการเติบโตในสายอาชีพของพนักงานแต่ละบุคคล โดยมีการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล และแผนการอบรมประจำปี ซึ่งพัฒนามาบนพื้นฐานของการวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรม ที่สะท้อนถึงการออกแบบแผนการพัฒนายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมและตอบโจทย์พนักงานอย่างแท้จริง

2. การพัฒนากระบวนการ ระบบ และนวัตกรรมด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Expand Processes Infrastructure, and Innovation)

บริษัทมุ่งมั่นในการเปลี่ยนผ่านระบบการจัดการสู่ดิจิทัล มีการจัดการฐานข้อมูลพนักงานในรูปแบบฐานข้อมูลกลาง (Centralized Database) และการวิเคราะห์ข้อมูลพนักงานและการอบรม ผ่าน Power BI นอกจากนี้ได้พัฒนา CenApp, HR Chatbot, HR SharePoint ที่สนับสนุนการบริหารงานอย่างครบวงจรและสามารถเชื่อมโยงผลการประเมินไปสู่การพัฒนาบุคลากรและการบริการลูกค้าได้อย่างโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังรวมงานบริการด้าน HR ที่เกี่ยวข้องกับระบบการร้องขอและอนุมัติสิทธิประโยชน์และสวัสดิการของพนักงานไว้ที่เดียว

3. การพัฒนาผู้นำและผู้นำรุ่นใหม่ (Develop Future-ready Leaders)

ต่อจากจากการกลยุทธ์ดึงดูด พัฒนา และรักษาบุคลากรคุณภาพ บริษัทสามารถสร้างแหล่งผู้นำที่มีความพร้อมในอนาคต โดยมีการให้แนวทางและคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชา และวางแผนในการสืบทอดตำแหน่งเพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินงานทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การบริหารต้นทุน ค่าตอบแทน และธรรมาภิบาล (Cost Efficiency, Reward and Governance)

บริษัทส่งเสริมการย้ายตำแหน่งงานภายในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนด้านการสรรหาบุคลากร และรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการผลักดันอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ผ่านการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อลดความซับซ้อนของกระบวนการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ทั้งนี้ บริษัทคำนึงถึงการกำหนดค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและสามารถแข่งขันได้ ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการเคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชน

5. การเสริมสร้างภาพลักษณ์นายจ้างและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน (Uplift Employer Brand and Well-being)

บริษัทมุ่งพัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรในฐานะนายจ้างที่มีธรรมาภิบาล และได้รับการยอมรับจากพนักงาน โดยให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน การพัฒนาคุณภาพ และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน บริษัทมีการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของพนักงาน (CHR Voice) อย่างสม่ำเสมอ ควบคู่กับการจัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริหารและพนักงาน อาทิ กิจกรรม Townhall, Outing, ทิวาสี และกิจกรรมสร้างสรรค์ประจำปี นอกจากนี้ บริษัทพัฒนาและปรับปรุงนโยบายให้เหมาะสมกับพนักงานหลากหลายกลุ่ม พร้อมสนับสนุนรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานอย่างรอบด้าน ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และความมั่นคงทางการเงิน

กลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลธุรกิจอาหาร (Human Resource Management Strategy in Food Business)

1. การยกระดับบทบาทจาก “ผู้สนับสนุน” สู่ “พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ” (From Support Function to Strategic HR Partnership)

บริษัทสร้างมูลค่าและรายได้จากศักยภาพด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ผ่านการยกระดับความเชี่ยวชาญ (Expertise) ขององค์กร และการเชื่อมโยงการบริหารงานด้านคนเข้ากับผลลัพธ์ทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม สะท้อนให้เห็นว่าการตัดสินใจด้านบุคลากรสามารถสร้างคุณค่า เพิ่มประสิทธิภาพ และเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่องค์กรได้อย่างแท้จริง

โดยมีโครงการที่สำคัญคือ “CAP-Xpert” ศูนย์การเรียนรู้และให้คำปรึกษาเพื่อยกระดับมาตรฐานธุรกิจร้านอาหารไทย มีแผนการพัฒนาคอร์สรวม 1. E-Learning & Training หลักสูตรสาขาวิชาอาหาร การบริหารร้าน การบริการ การบริหารงานบุคคล และภาวะผู้นำ 2. Consulting บริการให้คำปรึกษาด้านการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารอย่างมืออาชีพ 3. Software Solution โปรแกรมสนับสนุนการบริหารร้าน เช่น ระบบจัดการงานในร้าน (Operations) และการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า

2. การบูรณาการเทคโนโลยี AI เข้าสู่กระบวนการทำงานหลัก (AI-Enabled People & Work Processes)

บริษัทประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และผลิตภัณฑ์การใช้งานอย่างเป็นระบบทั่วทั้งองค์กร เพื่อลดภาระงานเชิงธุรการ (CRG HR System) และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของงานหลักได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ AI ยังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจที่มีความแม่นยำยิ่งขึ้น ทั้งด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลและกระบวนการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ ควบคู่กับการเตรียมความพร้อมด้านทักษะผ่านโครงการฝึกอบรม AI Lab และการเสริมสร้างแนวคิด (Mindset) เพื่อให้บุคลากรสามารถทำงานร่วมกับเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบ

3. การพัฒนาทักษะบุคลากรและผู้นำให้พร้อมสำหรับอนาคต (Future-Ready Workforce & Leadership)

องค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในทุกระดับ เพื่อให้สามารถปรับตัวและเติบโตไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ สร้างระบบการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องและนำไปใช้ได้จริง พร้อมยกระดับผู้นำให้มีความสามารถด้านธุรกิจ ความเข้าใจคน และทักษะแห่งอนาคต เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการนำองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยบริษัทมีการพัฒนา In-House Development สำหรับระบบ SMART Training ระบบประเมินผลงานของพนักงานที่ใช้ในองค์กร

4. การสนับสนุนโซลูชันด้านกำลังคนที่มีประสิทธิภาพ ท่ามกลางความซับซ้อนของธุรกิจ (Agile and Effective Workforce Solution)

บริษัทเน้นการทำงานเชิงรุกและบูรณาการร่วมกับผู้นำสายงานในการวางแผนกำลังคน การจัดสรรทรัพยากร และการตอบสนองต่อความต้องการทางธุรกิจได้อย่างทันก่วงที โดยมีการเตรียมความพร้อมด้านกำลังคนจากหลากหลายแหล่ง ตั้งแต่การสร้างความร่วมมือผ่านโครงการทวิภาคี สหกิจศึกษาและฝึกงาน เพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพ ระยะเวลาในการพัฒนาพนักงานใหม่ และการหมุนเวียนงานภายในองค์กร นอกจากนี้ บริษัทมีระบบคำขออัตรากำลัง (Staff Requisition System) ที่ช่วยสนับสนุนกระบวนการบริหารจัดการและการอนุมัติที่มีความสะดวก รวดเร็ว

5. การมอบข้อเสนอที่มีคุณค่าขององค์กรให้แก่พนักงาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะนายจ้างแห่งอนาคต (Future-Focused Employee Value Proposition)

บริษัทมุ่งพัฒนาและสื่อสารคุณค่าของการเป็นพนักงานในองค์กร (Employee Value Proposition: EVP) ในฐานะกลไกสำคัญในการเสริมสร้างแบรนด์นายจ้างให้มีความโดดเด่นและสอดคล้องกับทิศทางอนาคตขององค์กร โดยสะท้อนความมุ่งมั่นในการดูแลพนักงานอย่างรอบด้าน ครอบคลุมโอกาสในการเติบโต การพัฒนาศักยภาพ และประสบการณ์การทำงานที่มีความหมาย เพื่อดึงดูด รักษา และเสริมสร้างความผูกพันกับบุคลากรรุ่นใหม่และบุคลากรที่มีศักยภาพในระยะยาว

การสรรหาพนักงาน (Employee Recruitment) ผลดำเนินงานที่สำคัญ

สัดส่วนพนักงานภายในที่เต็มเต็มเพื่อทดแทนตำแหน่ง
ที่ว่างในธุรกิจโรงแรมร้อยละ



73.80

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนากระบวนการสรรหาบุคลากรอย่างรอบด้าน โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการส่งเสริมการเติบโตภายในองค์กร (Internal Career Mobility) เพื่อรักษาและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรภายใน เพิ่มโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ ควบคู่กับการคัดเลือกบุคลากรจากภายนอก ที่มีศักยภาพอันจำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจ การขยายการดำเนินงาน และการยกระดับขีดความสามารถขององค์กร ทั้งนี้ กระบวนการสรรหาบุคลากรของบริษัทในธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอาหาร ยึดมั่นในหลักการ ความเป็นธรรม ความโปร่งใส และความเท่าเทียม โดยมุ่งบริหารจัดการความหลากหลาย และป้องกันการเลือกปฏิบัติในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นด้านเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ อายุ ภูมิภาคหลังวัฒนธรรม หรือสถานะอื่นใด บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพิจารณาผู้สมัครบนพื้นฐานของศักยภาพ ความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน คุณสมบัติน ความชำนาญ ประสบการณ์ และผลงาน (Expertise and Performance-Based Approach) เพื่อให้มั่นใจว่าการคัดเลือกบุคลากรทั้งภายใน และภายนอกสะท้อนถึงความสามารถที่แท้จริงและมีค่านิยมสอดคล้องกับภาพลักษณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่บริษัทยึดถือ โดยในปี 2568 บริษัทมีต้นทุนค่าสรรหาพนักงาน 3,627,265 บาท

ธุรกิจโรงแรม มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการสรรหา โดยการวางแผนอัตรากำลังคนอย่างเหมาะสม (Workforce Planning) รวมทั้งส่งเสริมการโยกย้าย และพัฒนาบุคลากรภายในองค์กร เพื่อบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพควบคู่กับการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ นอกจากนี้มีการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและเครือข่ายในอุตสาหกรรม และพัฒนาช่องทางการสรรหาที่หลากหลายที่เน้นการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายผู้สมัครที่บริษัทต้องการ เช่น Centara Career Website, E-Newsletter, JobsDB, LinkedIn, Facebook, ไปจนถึงการประกาศตามสื่อต่างๆ ในท้องถิ่น

ในขณะที่**ธุรกิจอาหาร** ได้กำหนดกลยุทธ์ในการสรรหาและขั้นตอนการคัดเลือกที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้สมัครครอบคลุม 1) พนักงานประจำสำนักงาน 2) พนักงานที่บริหารหน้าร้าน 3) พนักงานระดับปฏิบัติการ 4) นักศึกษาโครงการทวิภาคีหรือสหกิจ 5) พนักงานคนพิการ 6) พนักงานผู้สูงอายุ และ 7) พนักงานต่างด้าว ทั้งนี้ บริษัทมีช่องทางทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ที่สำคัญ ดังนี้

ออฟไลน์



- โครงการเพื่อนแนะนำเพื่อนและการเปิดรับสมัครภายในของบริษัท
- โครงการ Recruitment Champion สำหรับผู้สมัครระดับอุดมศึกษา เพื่อฝึกประสบการณ์การเสมือนทำงานจริง
- การประชาสัมพันธ์กับสถาบันการศึกษา (Road Show)
- การร่วมออกบูธ Job Fair เพื่อสรรหาผู้สมัครในพื้นที่ที่อยู่ใกล้เคียงกับสาขาที่ต้องการพนักงาน
- การทำความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น กระทรวงแรงงาน บริษัทนำเข้าแรงงาน

ออนไลน์



- แพลตฟอร์ม @NooYimCRG AI Chat-Bot
- เว็บไซต์หางาน (Website-Job board) ตามกลุ่มเป้าหมายผู้สมัคร
- สื่อออนไลน์ขององค์กร เช่น CRG Jobs Facebook Fanpage

การดูแลพนักงาน (Employee Stewardship)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

อัตราส่วนค่าตอบแทนรวม
ของพนักงานหญิงและชาย
ระดับทุกระดับ



0.89 : 1

อัตราส่วนเฉพาะเงินเดือน
ของพนักงานหญิงและชาย
ระดับทุกระดับ



0.86 : 1

เฉลี่ยสัดส่วนผู้บริหารหญิง
ตั้งแต่ระดับผู้จัดการขึ้นไป



52.5%

ความท้าทาย

- การดูแลและบริหารจัดการบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงโดยตรงกับความมั่นคงและความยั่งยืนของธุรกิจภาคบริการทั้งในด้านประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ความสามารถในการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจโรงแรมและอาหาร ซึ่งยังคงต้องพึ่งพาแรงงานเป็นหัวใจหลักของการดำเนินงาน ในขณะเดียวกัน ความคาดหวังของพนักงานต่อคุณภาพชีวิตทั้งทางร่างกายและจิตใจ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเอื้อต่อการทำงาน ตลอดจนสวัสดิการที่ครอบคลุมและปราศจากการเลือกปฏิบัติ ได้ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจในการเคลื่อนย้ายของแรงงาน องค์กรจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงด้านแรงงานอย่างรอบด้าน และปรับกลยุทธ์ให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรและความคาดหวังของพนักงานที่เปลี่ยนแปลงไป การระดมประเด็นดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนคุณภาพของการให้บริการโดยรวมขององค์กรในระยะยาว

โอกาส

- บริษัทเล็งเห็นโอกาสในการพัฒนาและเสริมสร้างแบรนด์นายจ้างเพื่อดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถให้เข้ามาร่วมขับเคลื่อนและพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการยกระดับมาตรฐานการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการออกแบบแผนการบริหารและดูแลพนักงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรและทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยบริษัทมุ่งเน้นการดูแลพนักงานอย่างรอบด้าน ปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม สร้างสถานที่ทำงานที่ปลอดภัยทั้งร่างกายและจิตใจ ให้ความสำคัญกับคุณค่าที่มอบให้แก่พนักงาน (Employee Value Proposition) ส่งเสริมความเท่าเทียม ความหลากหลาย และการมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร แนวทางดังกล่าวยังช่วยกระตุ้นการเกิดความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และผลลัพธ์ที่สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม อันเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ การบริหารจัดการที่คำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ยังช่วยเสริมสร้างศักยภาพการปรับตัว (Adaptive Capability) ของพนักงาน ส่งผลให้องค์กรมีความคล่องตัว และมีความพร้อมในการเติบโตไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (Labor Practices)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม โดยยึดมั่นตามมาตรฐานสากล กำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และหลักการด้านสิทธิมนุษยชนในการกำกับดูแลกิจการ บริษัทส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างสม่ำเสมอผ่านกลไกผู้แทนพนักงาน ภายใต้การสนับสนุนของคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการและคณะกรรมการลูกจ้าง เพื่อร่วมกันออกแบบแนวปฏิบัติและสวัสดิการที่ตอบสนองความต้องการและเป็นประโยชน์ต่อพนักงานทุกระดับ รวมถึงการพัฒนาและผลักดันข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้าง (Collective Bargaining Agreement) ที่เป็นธรรม ซึ่งในปี 2568 พนักงานธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการสวัสดิการร้อยละ 100

นอกจากนี้ บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) เพื่อกำกับดูแลด้านความปลอดภัย และสวัสดิภาพของแรงงานอย่างเป็นระบบ มุ่งลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงาน และควบคุมชั่วโมงการทำงานให้เหมาะสม โดยกำหนดชั่วโมงการทำงานสูงสุดไม่เกิน 48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ บริษัทมีการใช้ระบบบันทึกเวลาเข้า-ออกงาน เพื่อใช้ในการตรวจสอบติดตาม และอนุมัติชั่วโมงการทำงานล่วงหน้าอย่างเหมาะสม

บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างความเสมอภาคและความเท่าเทียมในที่ทำงาน ครอบคลุมแรงงานต่างชาติ พนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ พนักงานผู้สูงอายุ และผู้พิการ พร้อมทั้งติดตามและบริหารค่าตอบแทนระหว่างพนักงานหญิงและชาย บทบาทผู้หญิงในตำแหน่งผู้นำ เพื่อให้เกิดความสมดุลและสะท้อนถึงผลการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง โดยในปี 2568 บริษัทได้จัดทำนโยบายการไม่เลือกปฏิบัติและการต่อต้านการล่วงละเมิด เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ และการป้องกันการเลือกปฏิบัติและการคุกคามทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางเพศ (Discrimination and Harassment: Sexual and Non-Sexual Issues) และส่งเสริมการใช้ช่องทางการร้องทุกข์ ข้อเสนอแนะผ่าน Whistleblowing Channel และ โครงการ Speak Up ซึ่งได้รับการออกแบบให้เข้าถึงได้ง่าย ควบคู่กับการจัดฝึกอบรมและทดสอบความรู้ด้านสิทธิมนุษยชน และการป้องกันการคุกคาม โดยกำหนดให้พนักงานทุกคนต้องเข้ารับการอบรม และผ่านเกณฑ์การทดสอบ โดยในปี 2568 พนักงานผ่านการอบรมครบถ้วน ร้อยละ 100

การส่งเสริมความหลากหลาย ความเสมอภาค การมีส่วนร่วม และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในองค์กร (Diversity, Equity, Inclusion & Belonging)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ธุรกิจโรงแรมและอาหารมีผู้บริหารหญิงตั้งแต่ระดับผู้จัดการขึ้นไปเฉลี่ยร้อยละ



52.5

พัฒนาสวัสดิการที่ส่งเสริมความหลากหลายและเท่าเทียม



Life Equity 2025

โปรแกรมสนับสนุนพนักงานผู้พิการ

CRG Deaf Community,
Carely & NooYim
CRG Chatbot

การขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรด้านการเคารพคุณค่าความแตกต่างและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Alliance) เป็นหนึ่งในห้าแก่นค่านิยมองค์กรของธุรกิจเครือเซ็นทรัล (I-CARE) โดยมีผู้บริหารทำหน้าที่เป็นผู้นำในการสร้าง “Center of Excellence” เป็นแบบอย่างในการปลูกฝังค่านิยมดังกล่าวให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร เพื่อสร้างอัตลักษณ์องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อหลักสิทธิมนุษยชน ความแตกต่างหลากหลาย และการมีส่วนร่วม พร้อมทั้งสื่อสารค่านิยมที่ตั้งขององค์กรเพื่อสร้างการรับรู้จากภายในสู่ภายนอก บริษัทจึงได้ดำเนินการสื่อสารและจัดอบรมอย่างต่อเนื่องให้กับพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่การให้ความรู้แก่พนักงานใหม่ในกระบวนการปฐมนิเทศ ไปจนถึงการยกย่องและเสริมสร้างความเข้าใจของพนักงานปัจจุบันผ่านแคมเปญและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น I-CARE Board Game ระบบอบรมออนไลน์ SMART Training และ HR Portal สะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ให้คุณค่าแก่ความหลากหลายและเปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนในระยะยาว



I-CARE



I-INNOVATION สร้างสรรค์คิดสิ่งใหม่

เปิดกว้างสำหรับทุกโอกาส
และความท้าทายเพื่อการ
ทำงานที่มีคุณภาพและมี
ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



C-CUSTOMER ใส่ใจในลูกค้า

ส่งมอบคุณค่า
ด้วยบริการที่เป็นเลิศ



A-ALLIANCE ก้าวหน้าถึงกลุ่มธุรกิจ

เคารพคุณค่าความแตกต่าง
และทำงานร่วมกันเป็นทีม
เพื่อความก้าวหน้า
ถึงกลุ่มธุรกิจ



R-RELATIONSHIP จิตผูกพันพึ่งพา

สร้างกระบวนการมีส่วนร่วม
ความผูกพันพึ่งพาระหว่าง
ผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจ
เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน



E-ETHIC มุ่งรักษารายธรรม

มุ่งมั่นรักษารายธรรม
ในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทได้ปลูกฝังค่านิยมดังกล่าวผ่านการกำหนดนโยบายและแนวทางที่ชัดเจน ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการสรรหา การประเมินผล การพิจารณาตอบแทน และการพัฒนาในสายอาชีพ ควบคู่กับการดำเนินโครงการที่สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชน โดยยึดมั่นในคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์อย่างเท่าเทียม รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม ปลอดภัย เป็นธรรม และเอื้อต่อการทำงาน เพื่อสนับสนุนการเติบโตของพนักงานทุกกลุ่ม และขับเคลื่อนการก้าวไปสู่สถานที่ทำงานที่ดีที่สุดสำหรับทุกคน (Best Workplace) และองค์กรที่มีความโดดเด่นด้านการสร้างแบรนด์นายจ้าง (Employer Branding)

ในธุรกิจโรงแรม จัดให้มีช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนที่ปลอดภัยและเป็นธรรม เพื่อสร้างรากฐานของสถานที่ทำงานที่เคารพความหลากหลาย และเอื้อต่อทุกคนอย่างแท้จริง นอกจากนี้บริษัทมีการสื่อสารแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นแบบอย่างและขยายผลลัพธ์เชิงบวก ไปยังโรงแรมในเครือ ผ่านโครงการส่งเสริมความสัมพันธ์ภายใน (Engagement activities) เช่น วันสตรีสากล (International Women's Day) เดือนแห่งความภาคภูมิใจ (Pride Month) การเฉลิมฉลองทางวัฒนธรรมของพนักงาน (Cultural Celebrations) เป็นต้น นอกจากนี้มีสอตแตรกแนวคิดด้านการเคารพความแตกต่างหลากหลาย ผ่านกิจกรรมประจำปี เช่น Outing, General Meeting และ Town Hall รวมถึงอบรมพนักงานเพื่อพัฒนาทักษะบริการและออกแบบผลิตภัณฑ์การให้บริการที่คำนึงถึงความหลากหลายของลูกค้า (Inclusive Service Excellence)



ธุรกิจอาหาร มีความมุ่งมั่นในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความสุข (Happy Workplace) สำหรับทุกคน โดยส่งเสริมการทำงานที่คำนึงถึงศักยภาพเป็นสำคัญ เพื่อสร้างโอกาสทางอาชีพและรายได้อย่างเท่าเทียม พร้อมจัดสรรสวัสดิการและพื้นที่ที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของพนักงานที่หลากหลาย เช่น “CRG Deaf Community พื้นที่สร้างสุข เพื่อคนไร้เสียง” สำหรับผู้พิการ รวมถึงการออกแบบระบบสรรหาและกระบวนการให้บริการที่เหมาะสม ผ่านการพัฒนา AI Chatbot ได้แก่ “น้อง Carely” สำหรับใช้ภายในองค์กร และ “นุ้ยยิ้ม CRG (NooYim CRG)” สำหรับภายนอกองค์กร นอกจากนี้ ยังส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพความหลากหลายทางเพศและวิถีชีวิต ผ่านกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกกลุ่มได้แสดงตัวตนและมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Sense of Belonging) และถ่ายทอดอุดมการณ์ดังกล่าวสู่การรับรู้ของสังคมในวงกว้าง



อาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Health, Safety, and Work Environment)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

พนักงานได้รับการอบรม
เรื่องความปลอดภัยและอาชีวอนามัย



100%

อัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน
ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารเป็น



0

จำนวนอุบัติเหตุจากการทำงาน
ถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)
ธุรกิจโรงแรมลดลง



45.40%

ธุรกิจอาหารลดลง



3.45%

เทียบจากปีที่ผ่านมา

ความท้าทาย

- การบริหารจัดการอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ภายใต้บริบทของการดำเนินธุรกิจที่มีความหลากหลาย ทั้งลักษณะงาน สถานที่ปฏิบัติงาน และข้อกำหนดด้านกฎหมายในแต่ละประเทศ ยังคงเป็นความท้าทายสำคัญขององค์กร การรักษามาตรฐานด้านความปลอดภัยให้มีความสอดคล้องและมีประสิทธิภาพอย่างทั่วถึง จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนากระบวนการและกระบวนการทำงาน ตลอดจนการเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยแก่พนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง หากการดำเนินการไม่เพียงพอ อาจนำไปสู่การเกิดอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ การเจ็บป่วยจากการทำงาน หรือแม้กระทั่งการสูญเสียชีวิต ซึ่งเป็นความเสียหายที่ไม่อาจเยียวยาได้ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงาน ต้นทุนแรงงาน ความต่อเนื่องทางธุรกิจ ตลอดจนก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน ค่าปรับ และการถูกพินท้อจกคิดขึ้นในอนาคต ซึ่งกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องเสริมสร้างกลไกการป้องกันอุบัติเหตุ การติดตามประเมินผล และการบริหารความเสี่ยงเชิงรุก เพื่อคุ้มครองสวัสดิภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

โอกาส

- บริษัทให้ความสำคัญกับการยกระดับการบริหารจัดการอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สอดคล้องกับทิศทาง การบริหารจัดการ OHS ในระยะยาว โดยบูรณาการการดำเนินงาน ตั้งแต่การป้องกันอันตราย (Hazard Prevention) การระบุและประเมินความเสี่ยง (Risk Identification and Assessment) การควบคุมและลดความเสี่ยง (Risk Mitigation) ตลอดจนการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความปลอดภัย และสวัสดิภาพของพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง บริษัทจึงดำเนินการตามระบบการจัดการ OHS ที่ครอบคลุมการมีส่วนร่วมของพนักงาน การจัดทำและทบทวนมาตรฐานขั้นตอนการทำงานอย่างสม่ำเสมอ การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายให้พนักงานได้รับการอบรมด้าน OHS ครบถ้วน 100% รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดที่เพื่อลดอุบัติเหตุจากการทำงาน การบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน และอัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน โดยตั้งเป้าหมายมุ่งสู่อัตราการเสียชีวิตเป็นศูนย์ (Zero Fatality) เพื่อคุ้มครองสิทธิ ด้านความปลอดภัยในการทำงาน ลดการสูญเสียทั้งในมิติทางสังคม และเศรษฐกิจ

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) ตาม พ.ร.บ. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554 โดยคณะกรรมการได้รับคัดเลือกจากตัวแทนลูกจ้าง และตัวแทนนายจ้างตามสัดส่วนที่กำหนด มีการกำหนดให้จัดการประชุมเป็นประจำทุกเดือน เพื่อนำประเด็นที่พบเจอจากการตรวจสอบของคณะกรรมการ คปอ. มาปรับปรุงแก้ไข และนำเสนอต่อผู้บริหารระดับสูง ทุกไตรมาส นอกจากนี้ ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการ ทบทวนและปรับปรุงนโยบายด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อใช้เป็นหลักการในการดำเนินงาน ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการเฝ้าระวังและประเมินความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง พร้อมยกระดับระบบอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นการพัฒนาแผนการป้องกันเพื่อลดอุบัติเหตุและการสูญเสียทุกรูปแบบ ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัท รวมถึงพนักงานประจำ พนักงานชั่วคราว และบุคคลภายนอกที่เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ขององค์กร ซึ่งบริษัทได้สื่อสารนโยบายดังกล่าวให้ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่รับผิดชอบของบริษัทรับทราบอย่างทั่วถึง เช่น การจัดโซนพื้นที่ที่อยู่ระหว่างการปรับปรุงหรือซ่อมแซมให้มีขอบเขตชัดเจน ควบคุมการจัดการมลพิษและของเสีย เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและการปฏิบัติตามมาตรฐานของบริษัท ให้บรรลุเป้าหมายอัตราการเสียชีวิตและอุบัติเหตุรุนแรงเป็นศูนย์ และลดอุบัติเหตุจากการทำงาน รวมถึงการเจ็บป่วยจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงานให้น้อยที่สุด

ธุรกิจโรงแรม มีการกำหนดนโยบายให้โรงแรมดำเนินการประเมินความเสี่ยงในขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ โดยใช้รายการตรวจสอบด้านคุณภาพและมาตรฐานแบรนด์ (Quality & Brand Standards Audit) เกณฑ์การปฏิบัติตามข้อกำหนด (Compliance Criteria) และกรอบการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Development) เป็นเครื่องมือหลักในการประเมิน ซึ่งดำเนินการร่วมกันระหว่างสำนักงานใหญ่และผู้จัดการคุณภาพของโรงแรม ทั้งนี้ มีการจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อกำหนดแนวทางการแก้ไข ปรับปรุงตามประเด็นที่พบ และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจอาหาร บริษัทมีการทบทวนและบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและความเสี่ยงจากภัยพิบัติ โดยพิจารณาตามบริษัทและความเสี่ยงเฉพาะของแต่ละพื้นที่ ผ่านความร่วมมือกับศูนย์การค้าเจ้าของพื้นที่และหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยของ

แบรนด์อาหารต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด บริษัทดำเนินโครงการ Safety & Security Restaurants เพื่อกำกับดูแลและตรวจประเมินด้านความปลอดภัยอาหารและการปฏิบัติตามมาตรฐานแบรนด์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายด้านความปลอดภัยที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทมีการระบุและประเมินความเสี่ยง เพื่อกำหนดแนวทางปรับปรุงแก้ไข และมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินมาตรการควบคุมและกำกับดูแลอย่างเหมาะสม โดยมีการรายงานผลต่อคณะทำงานที่เกี่ยวข้องและผู้บริหารระดับสูงเพื่อรับทราบและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

ในด้านการสนับสนุนความปลอดภัยในการปฏิบัติงานและการบรรลุเป้าหมายด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน ได้ดำเนินการชี้แจงอันตรายและประเมินความเสี่ยง (Hazards Identification and Risk Assessment) พร้อมจัดหาอุปกรณ์เสริมตามผลการประเมินดังกล่าว เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยและเอื้อต่อการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้จัดทำระเบียบการปฏิบัติงานสำหรับงานที่มีความเสี่ยง เช่น การทำงานที่เกี่ยวข้องกับสารเคมี รวมถึงการจัดการขยะอันตรายอย่างเหมาะสมตามหลักความปลอดภัยและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังได้จัดเตรียม ห้องพยาบาลพร้อมแพทย์และพยาบาลวิชาชีพ เพื่อให้การดูแลรักษาและการปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่พนักงานอย่างทั่วถึง

สำหรับ**ธุรกิจโรงแรม** บริษัทได้ส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยในองค์กรผ่าน Safety Morning Brief เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงการปฏิบัติงานบนพื้นฐานความปลอดภัยอยู่เสมอ และดำเนินโครงการอบรมด้านความปลอดภัยในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันและเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินและภัยพิบัติต่าง ๆ ในปี 2568 จากสถานการณ์แผ่นดินไหว อุทกภัย มลพิษทางอากาศ PM 2.5 และข้อพิพาทด้านภูมิรัฐศาสตร์ บริษัทคำนึงถึงความปลอดภัยสูงสุดของบุคลากรเป็นที่ตั้ง จึงได้สื่อสารให้เกิดความตระหนักรู้และได้บรรจุประเด็นการรับมือภัยพิบัติไว้ในกรอบกรมเพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน พร้อมดำเนินการมาตรการช่วยเหลือพนักงาน โดยจัดให้มีการอพยพและหยุดการปฏิบัติงานชั่วคราวในพื้นที่ที่มีความเสี่ยง นอกจากนี้ บริษัทได้สื่อสารมาตรการช่วยเหลือทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อสนับสนุนให้พนักงานสามารถฟื้นฟুชีวิตและกลับมาดำเนินชีวิตได้อย่างมั่นคงอีกครั้ง

หลักสูตรการอบรม	วัตถุประสงค์	จำนวนพนักงานเข้าอบรม (คน) หรือ (รุ่น)	จำนวนชั่วโมงรวม (ชั่วโมง)
อบรมการหนีไฟ - เบื้องต้น (Basic Fire Drill)	เพื่อสร้างความรู้และทักษะในการปฏิบัติตัวในสถานการณ์ฉุกเฉิน	1,525 คน (48 รุ่น)	6,427
อบรมการดับเพลิงขั้นสูง (Advanced Fire Fighting)	เพื่อพัฒนาทักษะและฝึกใช้อุปกรณ์ในการจัดการไฟไหม้ รวมถึงประเมินความเสี่ยงและการวางแผนการดับเพลิง	49 คน (5 รุ่น)	250
ความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety)	เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการปนเปื้อนและการติดเชื้อในอาหาร	1,152 คน (131 รุ่น)	2,954
การปฐมพยาบาลเบื้องต้น (First Aid)	เพื่อสร้างทักษะและความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการปฐมพยาบาล การช่วยชีวิตเบื้องต้น	1,426 คน (109 รุ่น)	5,185

หลักสูตรการอบรม	วัตถุประสงค์	จำนวนพนักงานเข้าอบรม (คน) หรือ (รุ่น)	จำนวนชั่วโมงรวม (ชั่วโมง)
การป้องกันภัยคุกคามจากรระเบิด (Bomb Threat Protection)	เพื่อสร้างความพร้อมในการป้องกันและอพยพและความสามารถในการตอบสนองในกรณีฉุกเฉิน	167 คน (9 รุ่น)	1,122
การรักษาความปลอดภัยในกิจกรรมทางน้ำ (Water Safety)	เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความปลอดภัยทางน้ำ การฝึกทักษะการใช้อุปกรณ์ช่วยชีวิตและปฐมพยาบาลเบื้องต้น	21 คน (2 รุ่น)	28.5
ซ้อมอพยพเมื่อเกิดเหตุแผ่นดินไหว (Earthquake Drill)	เพื่อสร้างความรู้และทักษะในการปฏิบัติตัว การอพยพในสถานการณ์แผ่นดินไหว	493 คน (25 รุ่น)	584
ซ้อมอพยพเมื่อเกิดเหตุสึนามิ (Tsunami Drill)	เพื่อเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติตัวเมื่อเกิดสึนามิและฝึกซ้อมการอพยพอย่างปลอดภัย	96 คน (5 รุ่น)	92



ในส่วน**ธุรกิจอาหาร** บริษัทจัดให้มีการอบรมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สอดคล้องกับลักษณะ-ของธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการควบคุมและบริหารจัดการความปลอดภัยอาหารอย่างเป็นระบบ เพื่อลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนและยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยตลอดกระบวนการดำเนินงาน ให้นักงานทุกตำแหน่งเข้าใจข้อกำหนด บทบาท และความรับผิดชอบของตนเองอย่างชัดเจน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานที่กำหนด นอกจากนี้ บริษัทดำเนินการจัดอบรมหลักสูตรพื้นฐานด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง อาทิ หลักสูตรการอพยพหนีไฟ เพื่อเสริมสร้างความรู้และความพร้อมในการรับมือเหตุฉุกเฉิน และได้เพิ่มเติมหลักสูตรการรับมือเหตุกราดยิง (Active Shooter) เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานสามารถแจ้งเหตุ สื่อสาร และให้ความช่วยเหลือภายหลังเหตุการณ์ได้อย่างเหมาะสม ท่ามกลางบริบทของสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนและความเสี่ยงด้านความปลอดภัยที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน

หลักสูตรการอบรม	วัตถุประสงค์	จำนวนพนักงานเข้าอบรม (คน) หรือ (รุ่น)	จำนวนชั่วโมงรวม (ชั่วโมง)
อบรมการหนีไฟ (Fire Drill)	เพื่อให้พนักงานรู้ขั้นตอนการอพยพเมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้ การใช้เส้นทางหนีไฟ จุดรวมพล บทบาทผู้ช่วยอพยพ และการสื่อสารเหตุฉุกเฉิน	21	42
การรับรองระบบความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety System Certification)	เพื่อให้เข้าใจข้อกำหนดและหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง เพื่อปฏิบัติตามมาตรฐาน และยกระดับความปลอดภัยอาหาร	12	72
การจัดการสารก่อภูมิแพ้ในอาหาร การลดขยะอาหาร และการสูญเสียอาหาร (Food Allergen, Food Waste & Food Loss)	เพื่อป้องกันการปนเปื้อนสารก่อภูมิแพ้ ลดความเสี่ยงผู้บริโภค และลดของเสีย หรือการสูญเสียเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้วัตถุดิบ	55	27.5
มาตรฐานสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหารและระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (GHP, HACCP)	เพื่อควบคุมความปลอดภัยอาหารอย่างเป็นระบบ ลดความเสี่ยงอาหารไม่ปลอดภัย และให้สอดคล้องตามมาตรฐานหรือกฎหมาย	54	108

หลักสูตรการอบรม	วัตถุประสงค์	จำนวนพนักงานเข้าอบรม (คน) หรือ (รุ่น)	จำนวนชั่วโมงรวม (ชั่วโมง)
การประเมินการป้องกัน การปลอมแปลงอาหารและ จุดอ่อนที่เกิตต่อผลิตภัณฑ์ (Food Product Defense & Fraud and Vulnerability Assessment)	เพื่อประเมินจุดเสี่ยงและกำหนดมาตรการป้องกันทางรังไข่ปนเปื้อน หรือปลอมปนในการผลิตอาหาร	54	378
เหตุการณ์ยิง (Active Shooter)	เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือเหตุรุนแรง โดยยึดหลักหนี-ซ่อน-สู้ การแจ้งเหตุ การสื่อสาร และการช่วยเหลือหลังเหตุการณ์	3	6

การยกระดับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Health and Wellbeing)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ประกอบที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน มีการจัดกิจกรรมปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในที่ทำงานให้สะอาด ปลอดภัย ช่วยส่งเสริมสุขภาพตามกรอบ “5 ส.” (สะสาง, สะดวก, สะอาด, สุขลักษณะ-, สร้างนิสัย) ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตของครอบครัวพนักงาน เพื่อช่วยลดความกังวลที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพกาย สุขภาพจิต และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน บริษัทจึงได้จัดสรรสวัสดิการเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด โดยออกแบบให้อี้อัตการสร้างความสุขภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน รวมถึงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านความมั่นคงทางการเงินและการออมในระยะยาวแก่พนักงาน ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำแผนกิจกรรมด้านสุขภาพ (Wellbeing Program) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยลดความเครียดจากการทำงาน (Occupational Stress) และส่งเสริมความสมดุลระหว่างการงานและชีวิตส่วนตัวของพนักงาน

โครงการส่งเสริมสุขภาพกาย

- จัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีสำหรับพนักงานทุกคน รวมถึงโปรแกรมตรวจสุขภาพเฉพาะกลุ่มสำหรับพนักงานที่ต้องสัมผัสอาหารอย่างใกล้ชิด เพื่อยกระดับความปลอดภัยด้านสุขอนามัยทั้งต่อพนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ
- จัดกิจกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน และส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการ 90 Days Challenge ในธุรกิจโรงแรม ในส่วนธุรกิจอาหาร ดำเนินโครงการ Burn Boost Balance Season 2
- จัดให้มีการจัดสรรเมนูอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ พร้อมแสดงข้อมูลพลังงานต่อมื้อ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานสามารถเลือกบริโภคอาหารได้อย่างเหมาะสมกับสุขภาพของแต่ละบุคคล
- สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านสุขภาพเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่พนักงาน เช่น โครงการ Wellness Day ร่วมกับองค์การเภสัชกรรม (GPO) การแจกชุดตรวจหาเชื้อ HPV สำหรับพนักงานผู้หญิง การฉีดวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่สำหรับพนักงานและครอบครัว การประชาสัมพันธ์ บริการตรวจสุขภาพเคลื่อนที่
- ปรับปรุงสวัสดิการด้านประกันกลุ่ม โดยเพิ่มวงเงินความคุ้มครอง และขยายขอบเขตการดูแลด้านสุขภาพให้สอดคล้องกับคำรักษาพยาบาลในปัจจุบัน พร้อมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์ม GenApp, HR Workplace, HR Chatbot ในการเบิกคำรักษาพยาบาลผ่านระบบดิจิทัล และเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในงานเอกสารด้าน HR
- จัดสรรพื้นที่ (Relax Zone) และทำอินโดไฟฟ้ายเพื่อบรรเทาปัญหาสุขภาพจากการทำงานจากภาวะออฟฟิศซินโดรม ห้องพยาบาลพร้อมแพทย์และพยาบาล เพื่อให้คำปรึกษาและดูแลอาการเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุเบื้องต้นแก่พนักงาน

โครงการส่งเสริมสุขภาพจิต

- จัดกิจกรรมเวิร์กชอปเพื่อช่วยผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ภายใต้แผน Well-being & Training ในธุรกิจโรงแรม และโครงการ Preventive Healthcare ในธุรกิจอาหาร เช่น อบรมหัวข้อ Emotional Intelligence กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ
- จัดหาสัมมนาออนไลน์เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะในการดูแลสุขภาพจิตของพนักงาน เช่น หลักสูตร Psychological First Aid เพื่อรับมือกับสถานการณ์วิกฤต อาทิ เหตุการณ์แผ่นดินไหว
- จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ประจำปี จัดกิจกรรมนอกสถานที่ (Outing)

โครงการส่งเสริมความมั่นคงทางการเงิน

- ปรับปรุงข้อบังคับของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยเพิ่มอัตราเงินสมทบตามอายุงานของพนักงาน เพื่อส่งเสริมความมั่นคงทางการเงินและการออมในระยะยาว
- จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการเงินผ่านเวิร์กชอป เช่น หลักสูตร Finance for Non-Finance, บริหารการเงินให้สนุก มีความสุข ทั้งก่อนและหลังเกษียณ รวมถึงการจัดสัมมนาออนไลน์ด้านการบริหารการเงินและการวางแผนทรัพย์สิน (หมอนี่ ชี้ช่อง) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการทางการเงินของพนักงานและสร้างความพร้อมการเปลี่ยนผ่าน
- สร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอก (iBank) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินสำหรับพนักงาน ส่งเสริมสุขภาพและความรู้ทางการเงิน พร้อมเพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงินในอัตราพิเศษ
- ดำเนินโครงการช่วยเหลือด้านการเงินและสิ่งของสำหรับพนักงานที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น ภัยพิบัติ หรือข้อพิพาททางภูมิรัฐศาสตร์

ผลการดำเนินโครงการ Employee Support Program ที่สำคัญ

ธุรกิจโรงแรม ได้ดำเนินโครงการ 90 Days Challenge โดยกำหนดแผนการออกกำลังกายร่วมกับเป็นรายสัปดาห์ เพื่อส่งเสริมสุขภาพกายและการจัดการความเครียดของพนักงานในสถานที่ทำงาน (Workplace Stress Management) กิจกรรมภายในโครงการประกอบด้วยคลาสออกกำลังกายที่ครอบคลุมทั้งด้านการเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย และการผ่อนคลายด้านจิตใจ ออกแบบให้สอดคล้องกับความสนใจหลากหลายช่วงอายุ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง มีผู้บริหารระดับสูงและพนักงานเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 256 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 3 เท่า

ผลการดำเนินโครงการพบว่า พนักงานมีอัตราความพึงพอใจต่อกิจกรรมคิดเป็นร้อยละ 91.2 อัตราลาป่วยลดลงร้อยละ 12 และต้นทุนจากการสูญเสียวันทำงานของพนักงานลดลงร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการส่งเสริมสุขภาพที่ดีของพนักงาน ที่มีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างผลลัพธ์เชิงบวก

ธุรกิจอาหาร ได้ดำเนินโครงการ Burn Boost Balance Season 2 อย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา เพื่อดูแลสุขภาพอย่างครอบคลุมทั้งด้านร่างกายและจิตใจ (Comprehensive Wellbeing) โดยในปีนี้ได้ขยายระยะเวลากิจกรรมจากเดิม 90 วัน เป็น 120 วัน เพื่อสนับสนุนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านสุขภาพ และสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนในระยะยาว โครงการได้รับความสนใจจากพนักงานเข้าร่วมจำนวนทั้งสิ้น 350 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 53 โดยมีการนำแพลตฟอร์ม Virtual Application มาใช้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงพนักงานและติดตามผลได้ง่าย

ผลการดำเนินโครงการพบว่า พนักงานสามารถสะสมจำนวนก้าวรวมกันได้มากกว่า 63 ล้านก้าว และมีปริมาณแคลอรีที่ถูกเผาผลาญรวมทั้งสิ้น 1.1 ล้านกิโลแคลอรี ซึ่งสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องของพนักงาน และช่วยส่งเสริมให้พนักงานหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเอง เพื่อการมีสุขภาพที่ดีในระยะยาว



การดูแลสวัสดิการและค่าตอบแทนพนักงาน (Employee Compensation and Benefits) ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ระดับปฏิบัติการ: อัตราส่วน
เงินเดือนระหว่างหญิงและชาย
เท่ากับ



0.94 : 1

ระดับผู้บริหาร: อัตราส่วน
เงินเดือนระหว่างหญิงและชาย
เท่ากับ



0.93 : 1

ระดับผู้บริหารระดับสูง: อัตราส่วน
เงินเดือนระหว่างหญิงและชาย
เท่ากับ



0.72 : 1

แนวทางการบริหารจัดการ

ในการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน บริษัทมีคณะทำงานด้านสวัสดิการ คณะกรรมการลูกจ้างร่วมกับฝ่ายทรัพยากรบุคคล ทำหน้าที่พิจารณาและดูแลการจัดสวัสดิการให้สอดคล้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานในการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานและครอบครัว พร้อมทั้งดำเนินการให้เป็นไปตามข้อบังคับและกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทมีการติดตามและกบถวนดัชนีค่าครองชีพ (Living Wage Benchmarks) ของแต่ละประเทศเป็นประจำทุกปี เพื่อนำมาประกอบการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างค่าตอบแทนให้สามารถเทียบเคียงและแข่งขันได้กับตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมเดียวกัน

เพื่อบรรลุความเท่าเทียมด้านค่าตอบแทนและการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานทุกกลุ่ม ในปี 2568 บริษัทได้ทำการศึกษาและเปรียบเทียบค่ามาตรฐานอ้างอิงค่าจ้างเพื่อการครองชีพ (Living Wage Reference Value) ในประเทศหลักที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ ซึ่งในภาพรวมผลการดำเนินงานด้านแรงงานและค่าตอบแทนของบริษัทประจำปี 2568 แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีแนวทางและการบริหารจัดการค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับค่าครองชีพในแต่ละภูมิภาคอย่างเหมาะสม นอกจากนี้บริษัทได้บริหารจัดการอัตราค่าตอบแทนในส่วนของเงินเดือนและค่าตอบแทนพื้นฐาน ระหว่างพนักงานหญิงและชายในทุกระดับตำแหน่งให้มีความสมดุลและเป็นธรรม โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานเป็นสำคัญ

สำหรับธุรกิจโรงแรม บริษัทมีการติดตามและเปรียบเทียบโครงสร้างค่าจ้าง และสวัสดิการให้สอดคล้องหรือสูงกว่าข้อกำหนดทางกฎหมาย พร้อมทั้งพิจารณาปรับค่าตอบแทน โบนัส และสวัสดิการให้สอดคล้องกับค่าครองชีพที่เหมาะสมในแต่ละท้องถิ่นหรือประเทศที่มีการดำเนินธุรกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดแรงงาน และดึงดูดรวมถึงรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ บริษัทจัดให้มีสวัสดิการด้านการเงินและลดภาระค่าครองชีพเพื่อสนับสนุนความมั่นคงและการวางแผนทางการเงินในระยะยาวของพนักงาน เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เงินช่วยเหลือในกรณีต่าง ๆ สหกรณ์ออมทรัพย์ เงินช่วยเหลือบุตรพนักงานในรูปแบบทุนการศึกษา เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัว จัดให้มีห้องพัก รถรับส่ง สวัสดิการเครื่องแบบ อาหารทั้งในรูปแบบห้องอาหารสำหรับพนักงาน อาหารมื้อพิเศษ และการให้บริการห้องอาหารของโรงแรม รวมถึงส่วนลดพิเศษสำหรับพนักงานในการใช้บริการห้องพักของโรงแรม พร้อมทั้งพัฒนาพื้นที่การทำงานให้รองรับความหลากหลายของพนักงาน เช่น ห้องพักผ่อน พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคุณแม่ในการปั๊มนมและให้นมบุตร ห้องพยาบาล รวมถึงการปรับปรุงสวัสดิการด้านการประกันสุขภาพและกันตกรรมที่มีความคุ้มครองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับค่ารักษาพยาบาลในปัจจุบัน

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลระหว่างชีวิตการทำงาน ชีวิตส่วนตัวและครอบครัว โดยจัดให้มีรูปแบบการทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) สิทธิลาเพื่อช่วยเหลือคู่สมรสในกรณีคลอดบุตร รวมถึงสิทธิลาถึงส่วนตัวเพิ่มเติมจาก วันหยุดนักขัตฤกษ์ สิทธิวันลาพักผ่อนประจำปี และส่งเสริมให้พนักงานใช้สิทธิวันลาพักผ่อนประจำปีอย่างเต็มที่ ผ่านการขยายขอบเขตและเพิ่มความยืดหยุ่นในการใช้วันลา



ในส่วนธุรกิจอาหาร คณะกรรมการสวัสดิการได้สานต่อโครงการและผลักดันสวัสดิการอย่างต่อเนื่อง เช่น ทุนการศึกษาสำหรับพนักงานและบุตร ภายใต้โครงการ “เพาะต้นกล้า เพื่อนาคต” จัดหาหอพักพันธมิตรในราคาพิเศษสำหรับพนักงานประจำสาขา ให้อำนาจสวัสดิการค่าตัดแว่นสายตาและคอนแทคเลนส์เป็นจำนวน 1,500 บาทต่อปี สวัสดิการด้านค่ารักษาพยาบาล พร้อมจัดให้มีเครือข่ายสถานพยาบาลคู่สัญญาที่พนักงานสามารถเข้ารับบริการโดยไม่ต้องสำรองจ่าย รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับสถานพยาบาลเพื่อมอบส่วนลดค่ายาและค่าห้องพักสูงสุคร้อยละ 10 โดยมีสถานพยาบาลในเครือข่ายรวมทั้งสิ้น 114 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ที่บริษัทดำเนินธุรกิจและพื้นที่อยู่อาศัยของพนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดให้มีรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น เช่น การจ้างงานแบบพาร์ทไทม์ (Part-time) และขยายสวัสดิการเพื่อส่งเสริมความหลากหลายและเท่าเทียม “Life Equity 2025” ให้พนักงานทุกกลุ่มได้รับสิทธิประโยชน์อย่างเท่าเทียม บริษัทจัดให้มีสิทธิการลาสมรสและเงินช่วยเหลือกรณีสมรสสำหรับทุกเพศ รวมถึงสิทธิการลาเพื่อจัดพิธีศพ พร้อมทั้งขยายสวัสดิการเงินช่วยเหลือครอบครัวในกรณีมรณกรรม และกำหนดสิทธิการลาเพื่อจัดพิธีศพจำนวน 5 วัน นอกจากนี้ บริษัทสนับสนุนอาหารว่างสำหรับการจัดงานและจัดของเยี่ยมพนักงานเพื่อแสดงความห่วงใยและกำลังใจ สำหรับพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) บริษัทให้การสนับสนุนค่าผ่าตัดแปลงเพศ รวมถึงสิทธิการลาเพื่อการผ่าตัดและพักฟื้น

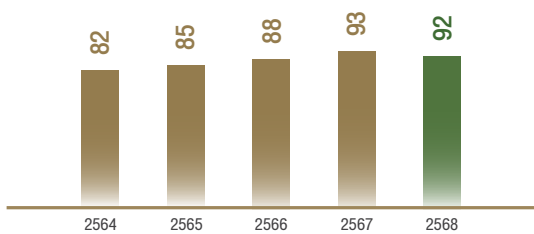
บริษัทมุ่งเน้นในการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมและเอื้อต่อการปฏิบัติงานของพนักงานผู้พิการ เพื่อให้พนักงานผู้พิการสามารถมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างเท่าเทียม จัดสรรพื้นที่ “CRG Deaf Community พื้นที่สร้างสุข เพื่อคนไร้เสียง” อย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญกับการออกแบบระบบสรรหา คัดเลือก และกระบวนการให้บริการที่เอื้อต่อพนักงานผู้พิการ โดยพัฒนา AI Chatbot ภายใต้ชื่อ “น้อง Carely” สำหรับการดูแลและสนับสนุนภายในองค์กร และ “หนูยิ้ม CRG (NooYim CRG)” สำหรับการสนับสนุนภายนอก เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงโอกาสอย่างเท่าเทียม และการมีส่วนร่วมของพนักงานผู้พิการตลอดกระบวนการทำงาน



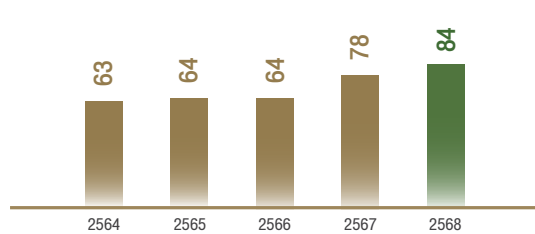
การประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (Employee Engagement Evaluation)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรที่เอื้อต่อทุกคน โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านการเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงาน ครอบคลุม ประเด็นความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรโดยรวม ซึ่งสะท้อนถึงระดับความพึงพอใจในการทำงานจากประสบการณ์และความคาดหวัง (Job Experience and Expectation) การรับรู้คุณค่าและจุดมุ่งหมายในการทำงาน (Attainment Value and Purpose) ตลอดจนสุขภาพจิต (Well-being) ทั้งในมิติของความสุขในการทำงาน (Happiness) และความเครียด (Stress) เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาในประเด็นต่างๆ รวมถึงการออกแบบนโยบายที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน พร้อมทั้งยกระดับสภาพแวดล้อมการทำงานและคุณภาพชีวิตของพนักงานในทุกมิติ ทั้งนี้ บริษัทใช้เครื่องมือการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่พัฒนาโดย Qualtrics แพลตฟอร์มการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลที่เพิ่มความโปร่งใสในการจัดการผลประเมินประจำปี

ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน
ธุรกิจโรงแรม



ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน
ธุรกิจอาหาร



ผลสำรวจความผูกพันพนักงานต่อองค์กรประจำปี 2568 ของ **ธุรกิจโรงแรม** อยู่ที่ร้อยละ 92 เทียบกับผลประเมินปีที่แล้ว ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 2 แต่ยังคงสูงกว่าค่าเฉลี่ยของบริษัทในประเทศไทยร้อยละ 13 และค่าเฉลี่ยทั่วโลกร้อยละ 19

การประเมินความผูกพันต่อองค์กร	รวมทั้งหมด	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานตอบแบบประเมินความพึงพอใจ	3,527	1,967	1,560
คิดเป็นร้อยละ	99	99	99
ร้อยละของ High engagement	92	93	92

จากผลการประเมินปี 2568 พบว่า ประเด็นที่พนักงานชื่นชอบ ได้แก่ 1) พนักงานได้ใช้ทักษะและความสามารถของตนตามงานที่ได้รับหมาย 2) พนักงานสามารถเข้าใจความคาดหวังจากองค์กรอย่างชัดเจน 3) บริษัทนี้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจและการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม

ในส่วนประเด็นที่พนักงานต้องการให้มีการปรับปรุง คือ 1) ความพร้อมในการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการทำงานจากผู้บังคับบัญชา 2) พนักงานมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการทำงานร่วมกับผู้บังคับบัญชา 3) ค่าตอบแทนมีความเป็นธรรมและสอดคล้องกับระดับความรับผิดชอบ จากการประเมินผลข้อมูลเชิงลึก บริษัทได้ตอบสนองความคาดหวังของพนักงาน โดยการเพิ่มการสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจเป้าหมายที่ชัดเจน ผ่านกลไกการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้มีความคล่องตัวมากขึ้น รวมถึงสำรวจโครงสร้างเงินเดือนและสวัสดิการต่างๆ ในตลาดแรงงาน เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน กฏระเบียบให้ทันสมัยและใช้ประโยชน์ได้จริง

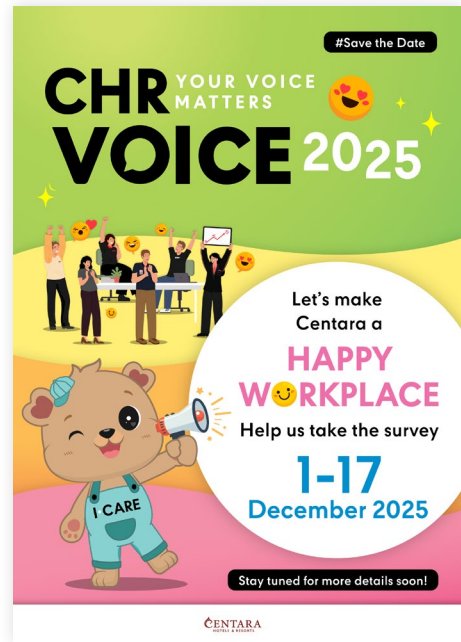
ธุรกิจอาหาร มีผลประเมินความพึงพอใจของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 84 ผลการประเมินเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 6 โดยคะแนนการมีส่วนร่วมขององค์กรสูงกว่าค่าเฉลี่ยองค์กรในประเทศไทยและอุตสาหกรรมค้าปลีกระดับโลก (Global Retail) ในทุกตัวชี้วัด บริษัทมีความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้ระดับเทียบเท่าในกลุ่ม Top Quartile เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการพัฒนาไปสู่ Top Employer ในอนาคต

การประเมินความผูกพันต่อองค์กร	รวมทั้งหมด	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานตอบแบบประเมินความพึงพอใจ	4,332	1,213	3,119
คิดเป็นร้อยละ	100	28	72
ร้อยละของ High engagement	84	87	83

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

จากผลการประเมินปี 2568 พบว่า ประเด็นที่พนักงานพึงพอใจ ได้แก่ 1) ความเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ (Role fit) 2) อำนาจในการตัดสินใจและการให้อำนาจแก่พนักงาน (Authority & Empowerment) 3) การมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง (Inclusion)

ในส่วนความคาดหวังที่ต้องการให้บริษัทพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ 1) ความเชื่อมั่นต่อผู้นำ (Trust in Leadership) 2) การสื่อสาร (Communication) 3) ค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Pay & Benefit) ทั้งนี้ ฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้จัดทำแผนปฏิบัติการที่สำคัญ (Action Plan) เพื่อยกระดับประสบการณ์และความผูกพันของพนักงาน โดยประกอบด้วยการพัฒนาหลักสูตรอบรมสำหรับพนักงานระดับหัวหน้างานในด้านความเป็นผู้นำเชิงการบริหารคน (People Manager) การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและประชาสัมพันธ์แนวทางการดูแลพนักงานตามแนวคิด SHIP Model (Support-Humanize-Inspire-Partner) การเสริมสร้างการสื่อสารข้อความจากผู้บริหารสู่พนักงานทุกระดับ รวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมองค์กร นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลสวัสดิการของบริษัทอย่างเป็นระบบ เพื่อสื่อสารผ่านช่องทางที่พนักงานแต่ละกลุ่มสามารถเข้าถึงและทำความเข้าใจได้สะดวก



กิจกรรมสร้างความผูกพันต่อองค์กร (Employee Engagement Activities)

บริษัทมุ่งมั่นในการออกแบบและดำเนินกิจกรรม รวมถึงพัฒนาโครงการที่ส่งเสริมความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลจัดการประชุมประจำปี เพื่อร่วมกันกำหนดแผนการเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรในแต่ละปีให้สอดคล้องกับปัจจัยที่เอื้อต่อการสร้างความผูกพันของพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน (Well-being) รวมถึงโครงการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน (Transition Assistance Program) ซึ่งมีส่วนช่วยเสริมสร้างหลักประกันและรากฐานของความรู้สึกปลอดภัยทางจิตใจ (Inclusion Safety) ให้องค์กรสามารถจับเคลื่อนการสร้างความผูกพันของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ธุรกิจโรงแรม ออกแบบกิจกรรมสร้างความผูกพัน (Engagement Activities) โดยคำนึงถึงบริบทและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของพนักงานหลากหลายกลุ่ม เช่น กิจกรรม Staff Party, Staff Birthday, Sport Competition, Townhall, Well-being Program ตลอดจนกิจกรรม CSR ที่เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม สร้างความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในระยะยาว กิจกรรมเหล่านี้มุ่งเน้นการสร้าง Team Moment เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือในการทำงาน อีกทั้งยังช่วยเสริมความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Sense of Belonging) นอกจากนี้ องค์กรยังจัดให้มีโครงการการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพ (Training and Development) อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านการทำงานและเส้นทางอาชีพ โดยสอดแทรกองค์ความรู้ใหม่ และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานและรองรับการเปลี่ยนแปลงของทักษะและบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป



ธุรกิจอาหาร ให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันของพนักงานในทุกระดับ ครอบคลุมทั้งระดับองค์กร ระดับฝ่าย และระดับบุคคล เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึงในระดับองค์กร มีการจัด CRG Townhall เพื่อสื่อสารทิศทางเป้าหมายร่วมตลอดจนแนวทางการดูแลและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ มีการจัด Functional Townhall ปีละ 2 ครั้ง เพื่อเปิดพื้นที่ให้แต่ละสายงานร่วมกันออกแบบกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างความผูกพันภายในฝ่าย ในระดับฝ่าย มีการจัดโครงการ "1 คน 1 ชั่วโมง 1 ความดี" อย่างต่อเนื่อง โดยเปิดโอกาสให้แต่ละแบรนด์สามารถออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับบริบทของตนเอง สร้างทีมสัมพันธ์ ควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม อีกทั้งบริษัทยังมุ่งส่งเสริมการเปลี่ยนผ่าน โดยเน้นด้านนวัตกรรม (Innovation) ผ่านโครงการฝึกอบรม AI Lab เพื่อพัฒนาทักษะใหม่ ๆ และกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานสำหรับพนักงานทุกวัย โดยมีการเปิดอบรมหลักสูตรทั้งหมด 3 ระดับ ในระดับบุคคล บริษัทให้ความสำคัญกับการยกย่องและสร้างแรงจูงใจผ่านกิจกรรม RGM Meeting สำหรับผู้จัดการร้านทั่วประเทศ ซึ่งมีกรมบรางวัล People Manager Award ให้แก่ผู้จัดการร้านที่มีความโดดเด่นด้านการบริหารจัดการบุคลากร และดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายองค์กร นอกจากนี้ ยังได้จัดทำคลิปวิดีโอชุด "Meet the Maker" จำนวน 7 Episodes ถ่ายทอดเรื่องราวของพนักงานตัวแทนจากหลากหลายแบรนด์ ที่มีผลงานโดดเด่นด้านการบริการลูกค้า ซึ่งไม่เพียงช่วยยกย่องพนักงานต้นแบบ แต่ยังเป็นแรงบันดาลใจให้เพื่อนร่วมงานและสร้างการรับรู้เป็นวงกว้าง



การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน (Employee Training and Development) ผลดำเนินงานที่สำคัญ

ดัชนีชี้วัดผลตอบแทนจากการลงทุน
ในทรัพยากรมนุษย์ (HC ROI)
ของ CENTEL



3.79

รายได้ต่อพนักงาน (Revenue per Employee)



ธุรกิจโรงแรม
2.8 ล้านบาท
หรือ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากปีที่แล้ว)



ธุรกิจอาหาร
1.1 ล้านบาท
หรือ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากปีที่แล้ว)

จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ย
ของพนักงานธุรกิจโรงแรม

60 ชั่วโมงต่อปี

ธุรกิจอาหาร
7 ชั่วโมงต่อปี



จัดสรรทรัพยากรเพื่อการพัฒนา
ศักยภาพในธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้นร้อยละ

20.56

ธุรกิจอาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ

13.56 เทียบกับปีที่ผ่านมา



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกกลุ่ม (พนักงานประจำ พนักงานสัญญาจ้าง และพนักงานพาร์ทไทม์) โดยพิจารณาตามความจำเป็นในการฝึกอบรม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน จึงได้จัดสรรหลักสูตรการอบรมอย่างเหมาะสมเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างคุณค่าร่วมให้แก่องค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้ง บริษัทได้พัฒนาโครงการเพื่อเติมเต็มช่องว่างของทักษะเพื่อรองรับการทำงานในปัจจุบันและเตรียมความพร้อมสำหรับทักษะในอนาคต สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบทธุรกิจและความต้องการด้านความเชี่ยวชาญที่เพิ่มขึ้น และเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นทั้งด้าน Soft Skills, Hard Skills และ Reskilling โดยมีโครงการอบรมที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพผู้นำในทุกระดับ การนำเสนอกิจกรรมด้านภาษา วัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างมุมมองที่หลากหลายและการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ การอบรมเพื่อสนับสนุนการปรับตัวและเตรียมความพร้อมในช่วงเปลี่ยนผ่านของพนักงาน และการอบรมเพื่อยกระดับทักษะด้านดิจิทัลและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทั้งนี้ การฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรมีบทบาทสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายทั้งในระดับพนักงานและองค์กร โดยเสริมสร้างโอกาสทางอาชีพ เพิ่มความผูกพันและความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานของพนักงาน ตลอดจนช่วยลดอัตราการลาออกและลดต้นทุนการสรรหาบุคลากรจากภายนอก

แผนการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานธุรกิจโรงแรม (Employee Training and Development in Hotel Business)

บริษัทดำเนินการอบรมและพัฒนาศักยภาพพนักงานในรูปแบบผสมผสาน (Blended Learning) ควบคู่กับการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้มีประสบการณ์ โดยวางแผนการฝึกอบรมตามกรอบ Centara Academy Roadmap ที่พัฒนาจากการประเมินแผนพัฒนารายบุคคล (ICDP) พร้อมจัดกลุ่มหลักสูตรและวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรม (TNA) เพื่อระบุความต้องการพัฒนาและกำหนดช่วงเวลาการอบรมที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาบุคลากรและเป้าหมายขององค์กร ในปี 2568 ธุรกิจโรงแรมยังคงตั้งเป้าหมายชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย 60 ชั่วโมงต่อคนต่อปี โดยผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด หรือเทียบเท่า 2.5 วันต่อคนต่อปี อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนพบว่าค่าเฉลี่ยชั่วโมงการอบรมลดลง เนื่องจากมีการปรับกลยุทธ์การพัฒนาไปสู่แนวทาง Competency-Based มากกว่าการเน้นปริมาณชั่วโมงการอบรม สำหรับภาพรวมรูปแบบการเรียนรู้ แบ่งเป็นการอบรมออนไลน์ร้อยละ 20 และออฟไลน์ร้อยละ 80 โดยหลักสูตรที่จัดสรรครอบคลุมทั้งการพัฒนาทักษะ Soft Skills ได้แก่ การสื่อสาร ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม ความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภาษา และการสร้างกรอบความคิด (Mindset) เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านทางอาชีพและการเปลี่ยนผ่านขององค์กรสู่ยุคดิจิทัล ตลอดจนทักษะ Hard Skills ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะใหม่ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานและบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

หัวข้อการอบรม	ประเภทการอบรม	จำนวนการอบรม (ครั้ง)	จำนวนผู้เข้าอบรม	จำนวนชั่วโมงการอบรมทั้งหมด
On-the-Job		14,502	4,083	261,922
Coaching		1	1,057	8,448
Mentorship and Leadership		46	1,121	9,399
Compliance (Risk Management and PDPA)	Compulsory	1	4,083	4,083
Cultural diversity		31	297	267
Climate Change related topics	Compulsory	1	4,083	4,083
IT Cyber Security	Compulsory	1	4,083	4,083
OHS and related Safety topics	Compulsory	36	5,980	19,787
Others, including onboarding programmes, language training and service excellence training		2	4,083	44,913

การประเมินผลโครงการฝึกอบรมที่สำคัญต่อพนักงานและองค์กรในธุรกิจโรงแรม (Evaluation of Key Training Programs in the Hotel Business)

1) Leader as Coach เป็นหลักสูตรที่มุ่งพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำของพนักงาน รวมถึงการให้คำแนะนำเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการเติบโตของทีมงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังช่วยเสริมศักยภาพของผู้นำในการตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ส่งผลให้ระดับการดำเนินงานของทีมปรับตัวดีขึ้น โดยสามารถบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานทั้งระดับบุคคลและแผนกได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้นยังสนับสนุนผลการดำเนินงานด้านรายได้ต่อพนักงาน (Revenue per Employee) ให้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

2) Individual Career Development Plan (ICDP) สนับสนุนให้พนักงานสามารถวางเป้าหมายและพัฒนาสมรรถนะที่ครอบคลุมทั้งการเสริมสร้างทักษะหลัก (Core Competencies) และการพัฒนาทักษะเพื่อปิดช่องว่าง (Skill Gaps) โดยในปี 2568 มีอัตราการจัดทำ ICDP แล้วเสร็จ อยู่ที่ร้อยละ 96 ทั้งนี้ หลักสูตรดังกล่าวถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ และมีศักยภาพในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร ให้สามารถเติบโตไปพร้อมกับองค์กรในระยะยาว และมีส่วนช่วยลดอัตราการลาออกของพนักงาน นอกจากนี้ องค์กรยังมีการติดตามความก้าวหน้าของการพัฒนา เพื่อเสริมสร้างความพร้อมของบุคลากรในอนาคต (Future-Ready Talent Pipeline)

แผนการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานธุรกิจอาหาร (Employee Training and Development in Hotel Business)

ธุรกิจอาหาร มีการประเมินความจำเป็นในการฝึกอบรมควบคู่กันทั้งในรูปแบบ Top-Down และ Bottom-Up เพื่อให้ทิศทางการพัฒนาบุคลากรสอดคล้องกับกลยุทธ์ของธุรกิจและความต้องการของพนักงานอย่างแท้จริง โดยทีม People Development ทำหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความต้องการและจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม เพื่อจัดทำแผนการฝึกอบรมประจำปี พร้อมกำหนดเป้าหมายให้พนักงานได้รับการอบรมเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 7 ชั่วโมงต่อคนต่อปี ซึ่งผลการดำเนินงานในปี 2568 เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทได้พัฒนาระบบการเรียนรู้แบบ E-Learning เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและความยืดหยุ่นในการเรียนรู้ โดยพนักงานสามารถเข้ารับการอบรมในหลักสูตรแบบออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 42 และแบบออฟไลน์คิดเป็นร้อยละ 58

ในปี 2568 ธุรกิจได้กำหนดหมวดการพัฒนาออกเป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่ การเสริมศักยภาพด้านโซลูชันทางธุรกิจ การพัฒนาภาวะผู้นำ การยกระดับศักยภาพบุคลากรให้มีคุณภาพ และการเตรียมความพร้อมสู่อนาคต เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมต่อ 3 มิติสำคัญ (1) ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (2) ความพร้อมของบุคลากรต่อการเปลี่ยนแปลงรอบด้าน ทั้งด้านทักษะ เทคโนโลยี และรูปแบบการทำงาน และ (3) การพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้แบบ Triple X Learning Platform ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่หลากหลาย ครอบคลุม และเชื่อมโยงกับการทำงานจริง (Work-Integrated Learning)

หัวข้อการอบรม	ประเภทการอบรม	จำนวนการอบรม (ครั้ง)	จำนวนผู้เข้าอบรม	จำนวนชั่วโมงการอบรมทั้งหมด
On-the-Job		-	-	-
Coaching		3	5	40
Mentorship		1 (Mentor for Young Executive)	3	6
Leadership		13	750	7,368
Compliance (Risk Management and PDPA)	Compulsory	10	10,012	52,073
Cultural diversity		-	-	-
Climate Change related courses		3	3	39
IT Cyber Security	Compulsory	18	2,480	4,374
OHS and related Safety topics		-	-	-
Others, including onboarding programmes, language training and service excellence training		1 (onboarding)	20	20

การประเมินผลโครงการฝึกอบรมที่สำคัญต่อพนักงานและองค์กรในธุรกิจอาหาร (Evaluation of Key Training Programs in the Food Business)

1) Area Manager Development Program (AMDP) เป็นโครงการพัฒนาศักยภาพสำหรับพนักงานที่มีศักยภาพสูง เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ตำแหน่งผู้จัดการเขต โดยมุ่งเสริมสร้างสมรรถนะด้านภาวะผู้นำ การบริหารจัดการร้านอาหารหลายสาขา และการกำกับมาตรฐานการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด หลักสูตรดังกล่าวถือเป็นเงื่อนไขสำคัญสำหรับการเตรียมความพร้อมก่อนการเลื่อนตำแหน่งสู่ระดับผู้จัดการเขต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นทั้งในมิติของประสิทธิภาพทางธุรกิจและการพัฒนาบุคลากร

2) Food Hygiene & Food Fraud เป็นหลักสูตรที่มุ่งพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะด้านการบริหารจัดการความปลอดภัยอาหารและการป้องกันความเสี่ยงด้านการปลอมอาหาร เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยทางอาหาร (Food Safety System Certification: FSSC) และข้อกำหนดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในปี 2568 มีพนักงานเข้ารับการอบรมครบถ้วนคิดเป็นร้อยละ 100 และสามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานในทุกขั้นตอน สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการถ่ายทอดองค์ความรู้และการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง

การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

พนักงานที่มีศักยภาพในการสืบทอดตำแหน่ง
(Successor) ธุรกิจโรงแรม คิดเป็น



66 คน

คิดเป็น

71%

ของตำแหน่งที่สำคัญ

พนักงานที่มีศักยภาพในการสืบทอดตำแหน่ง
(Successor) ธุรกิจอาหาร คิดเป็น



45 คน

คิดเป็น

71%

ของตำแหน่งที่สำคัญ

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทได้วางแผนพัฒนาศักยภาพพนักงานและเสริมสร้างภาวะผู้นำในกลุ่มพนักงานที่มีศักยภาพสูง เพื่อวางรากฐานระบบการบริหารทรัพยากรบุคคล และการสรรหาบุคลากรอย่างเป็นระบบ รองรับการเปลี่ยนผ่านของพนักงานในตำแหน่งสำคัญ ซึ่งมีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนองค์กรและเสริมสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจัดทำและทบทวนแผนสืบทอดตำแหน่งของเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกปี โดยยึดหลักเกณฑ์ด้านคุณสมบัติที่ชัดเจน โปร่งใส และปราศจากการเลือกปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร มีการประเมินความเสี่ยงของตำแหน่งงานสำคัญทั้งที่เป็น Critical และ Key Position จึงมีการประเมินศักยภาพและผลปฏิบัติงานตามเกณฑ์ 9-box Grid เพื่อให้สามารถระบุและคัดเลือกพนักงานศักยภาพสูง (High Performance and High Potential) ที่สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจในระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้บริษัทได้ออกแบบโครงการพัฒนาเฉพาะ โดยพิจารณาจากความต้องการในการพัฒนาควบคู่ไปกับทิศทางของธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความพร้อมรอบด้าน ทั้งด้านภาวะผู้นำ ทักษะเชิงกลยุทธ์ และความสามารถในการบริหารจัดการ ในธุรกิจโรงแรม มีการมอบหมายโครงการพิเศษ ภายใต้การให้คำแนะนำจากผู้บังคับบัญชา เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงศักยภาพและเรียนรู้จากโจทย์ทางธุรกิจจริง สำหรับธุรกิจอาหาร มีโครงการอบรมพนักงานระดับผู้จัดการขึ้นไป (Executive Development Program) และโครงการ Talent Program สำหรับกลุ่มพนักงานศักยภาพสูง เพื่อเตรียมความพร้อมสู่บทบาทผู้นำในอนาคต

การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal)

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ยึดผลการบรรลุวัตถุประสงค์เป็นหลัก (Management by Objectives) โดยเชื่อมโยงเป้าหมายในระดับรายบุคคล ระดับหัวหน้างาน และระดับหน่วยงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อบูรณาการแนวทางการทำงานทั้งในระดับบุคคลและระดับทีม และเพิ่มโอกาสในการบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยตัวชี้วัดความสำเร็จที่กำหนดสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม ครอบคลุมขอบเขตของความสำเร็จระยะเวลาดำเนินการ และความเป็นไปได้ของเป้าหมาย นอกจากนี้ บริษัทมีการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบหลายมิติ (Multidimensional Performance Appraisal) เพื่อสะท้อนถึงผลสัมฤทธิ์ของงานและพฤติกรรมในการทำงานอย่างรอบด้าน โดยครอบคลุมการปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร (Compliance) หลักจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) ประเด็นด้านความยั่งยืน (Sustainability) รวมถึงสมรรถนะหลักและสมรรถนะด้านภาวะผู้นำ (Core and Leadership Competencies) ที่จำเป็นต่อการสร้างคุณค่าให้กับหน่วยงานและองค์กร สนับสนุนการขับเคลื่อนกลยุทธ์การเติบโต และร่วมสร้างความเป็นเลิศขององค์กรในระยะยาว

ในด้านการติดตามผลการดำเนินงานและการประเมินผลการปฏิบัติงาน บริษัทส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและคล่องตัว ระหว่างพนักงานและหัวหน้างาน ทั้งจาก Top - Down และ Bottom - Up เพื่อให้สามารถระบุและแก้ไขอุปสรรคในการทำงานได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้ บริษัทกำหนดกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานออกเป็น 2 ระยะหลัก ได้แก่ 1) การรายงานและทบทวนความก้าวหน้าช่วงกลางปี ในรูปแบบ 1 on 1 review เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างพนักงานและผู้บังคับบัญชา เพื่อทบทวนผลการดำเนินงาน กระบวนการทำงาน และแนวทางการปรับปรุงวิธีการทำงานอย่างสร้างสรรค์ อันช่วยส่งเสริมการทำงานเป็นทีม 2) การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี ในช่วงปลายปี โดยมีการหารือและเปรียบเทียบผลการประเมินในระดับทีมผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาของแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้กระบวนการประเมินผลเป็นไปอย่างยุติธรรม โปร่งใส และมีมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร

จากผลการประเมินการปฏิบัติงานซึ่งสะท้อนผลการดำเนินงานอย่างแท้จริง บริษัทนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง การกำหนดค่าตอบแทน และการจ่ายโบนัสอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม บนพื้นฐานของคุณค่างานและหลักความเท่าเทียม เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการเลือกปฏิบัติ โดยยึดหลักการบริหารอัตราส่วนเงินเดือนและค่าตอบแทนระหว่างพนักงานชายและหญิงให้มีความสมดุล สอดคล้องกับระดับตลาดแรงงานและคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ บริษัทได้นำผลการประเมินการปฏิบัติงานมาใช้ในการวิเคราะห์และกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพพนักงาน (Development Action) ให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจ และรวบรวมเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทต่อไป

ธุรกิจโรงแรม ให้ความสำคัญกับการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยพิจารณาข้อมูลรอบด้าน ครอบคลุมถึงผลสัมฤทธิ์ของงาน (Performance Results) พฤติกรรม และสมรรถนะในการทำงาน (Competency & Behavior) โดยพิจารณาข้อมูลจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ทีมงานที่เกี่ยวข้อง และผลการประเมินตนเอง ทั้งนี้ ผลการประเมินดังกล่าวจะถูกนำไปเชื่อมโยงกับการบริหารทรัพยากรบุคคล เช่น การพัฒนาบุคลากร แผนความก้าวหน้าในอาชีพ และการกำหนดผลตอบแทนตามผลงานอย่างเหมาะสม

ธุรกิจอาหาร ได้บูรณาการเทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงข้อมูล งาน และการทำงานร่วมกันของทีมอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถวัดผลการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม และประเมินผลบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงตัวเอง (Data-Driven Alignment) โดยกรอบการประเมินผลประกอบด้วย 3 แกนหลัก ได้แก่ การวัดประสิทธิภาพและความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด (Key Performance Indicators: KPI) การวัดผลสัมฤทธิ์ที่สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร (Objective-Driven Indicators: ODI) และ การประเมินพฤติกรรมและสมรรถนะการทำงาน (Competency) ที่สอดคล้องกับจรรยาบรรณ ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วม ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร ทั้งนี้ องค์กรส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความภาคภูมิใจ (Recognition) ผ่านโครงการ Meet the Maker โดยนำผลการประเมินแบบรอบด้านมาเปรียบเทียบกับระบบ Force Ranking ภายในกลุ่มพนักงานเดียวกัน ให้ค่าตอบแทนสะท้อนผลการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง และนำผลลัพธ์ไปจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล เพื่อยกระดับศักยภาพ และการเติบโตของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

โครงการเพื่อสังคม (Social Contribution)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ชั่วโมงจิตอาสาของธุรกิจโรงแรม

และอาหาร



13,118 ชั่วโมง

ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ธุรกิจโรงแรมร่วมมือกับสถาบันการศึกษา



66 แห่ง

ผู้รับผลประโยชน์

3,192 คน

ธุรกิจอาหารร่วมมือกับสถาบันศึกษามากกว่า



330 แห่ง

ผู้รับผลประโยชน์

1,165 คน

การสร้างโอกาสทางอาชีพให้กลุ่มเปราะบาง ผ่านการจ้างงานคนพิการ และผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง



172 คน



80 คน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทตระหนักดีถึงความท้าทายสำคัญในการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจ คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์ รวมถึงการบริหารจัดการความคาดหวังที่หลากหลายของชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ บริษัทได้กำหนดให้มีการตรวจประเมินผลกระทบตามหลักการของการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) เพื่อระบุถึงความเสี่ยง ผลกระทบ และโอกาสที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบด้าน นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนให้หน่วยธุรกิจดำเนินการสำรวจผลกระทบต่อชุมชน (Community Impact Assessment) ผ่านการพบปะและการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับฟังความคิดเห็น ระบุประเด็นข้อกังวล ตลอดจนจัดให้มีระบบติดตามและจัดการข้อร้องเรียน เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาโครงการเพื่อชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของพื้นที่ อันเป็นรากฐานในการสร้างความยอมรับจากสังคม (Social License to Operate) และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาแนวทางการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของธุรกิจผ่าน 3 ช่องทางหลัก ได้แก่ การสร้างความร่วมมือเพื่อการสนับสนุนและพัฒนาสังคม (Community Investment), การพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation) และ การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม แนวทางดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการพัฒนาโครงการด้านสังคมและชุมชนที่เชื่อมโยงกับกลยุทธ์และทิศทาง การดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างคุณค่าและประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทจึงมุ่งมั่นในการริเริ่มและต่อยอดโครงการสนับสนุนในหลากหลายรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน การสนับสนุนสินค้าชุมชน การสร้างโอกาสทางอาชีพ การส่งเสริมด้านการศึกษา การสนับสนุนความเท่าเทียมในสังคม ตลอดจนการอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อสร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืนระหว่างธุรกิจและสังคม นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสาธารณะและมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง ในปี 2568 พนักงานในธุรกิจโรงแรมและอาหารได้ร่วมกิจกรรมจิตอาสารวมทั้งสิ้น 13,118 ชั่วโมง คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยประมาณ 1.4 ล้านบาท อีกทั้งบริษัทยังให้การสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ในรูปแบบสินค้าและบริการ องค์กรความรู้และความเชี่ยวชาญ ตลอดจนเงินสนับสนุนตามความเหมาะสมของลักษณะโครงการ รวมมูลค่าการสนับสนุนทั้งสิ้น 32,431,784.09 บาท ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินโครงการสำคัญภายใต้แนวทางดังกล่าว ดังนี้

1. การสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมบริการ

บริษัทมุ่งสนับสนุนองค์ความรู้ ทักษะอาชีพ และงบประมาณด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการประกอบอาชีพ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ผู้ได้รับประโยชน์สามารถพึ่งพาตนเองได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนและผู้ด้อยโอกาสอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบ พันธมิตร มูลนิธิ และองค์กรที่มีเป้าหมายสอดคล้องกัน เพื่อขยายผลกระทบเชิงบวกในการมีส่วนร่วมแก้ไขประเด็นทางสังคม

ธุรกิจโรงแรม มีการทำความร่วมมือในการรับนักศึกษาฝึกงานจากหลายมหาวิทยาลัยและองค์กร เพิ่มขึ้นจาก 56 เป็น 66 สถานศึกษา มีนักศึกษาที่ได้รับผลประโยชน์ 3,192 คน นอกจากนี้โรงแรมในเครือ 26 แห่ง ได้เปิดพื้นที่เพื่อการศึกษาทำงานสำหรับมูลนิธิและองค์กรภายนอก อาทิ Save the Children การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ Hotel Operations for your Career workshop และ Hospitality professionals' knowledge and table manner เป็นต้น รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรขององค์กรมีบทบาทในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเพื่อสังคม โดยร่วมเป็นวิทยากรและที่ปรึกษาให้กับสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมพัฒนาหลักสูตรและเสริมสร้างทักษะด้านงานบริการโรงแรม มีผู้ได้รับประโยชน์รวมทั้งสิ้น 4,273 คน ซึ่งรวมถึงกลุ่มเปราะบางโดยเช็การา ไลฟ์ ศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ จังหวัดนระ ได้ดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องร่วมกับศูนย์พัฒนาและฝึกอบรมคนพิการแห่งเอเชียและแปซิฟิก (APCD) เป็นรุ่นที่ 6 มีผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 6 คน ขณะเดียวกัน เช็การา มิวรา มิช คูโบ ได้ร่วมมือกับ Rashid Center ในการสนับสนุนการฝึกวิชาชีพด้านทรัพยากรบุคคลและแผนกแม่บ้านสำหรับผู้พิการ จำนวน 4 คน

ธุรกิจอาหาร เดินหน้าพัฒนาบุคลากรภายนอกองค์กรผ่านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ จากผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญขององค์กร โดยดำเนินการในรูปแบบการบรรยาย การเสวนา การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการศึกษาดูงาน ในหัวข้อการบริหารทรัพยากรบุคคล การส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียม (DEI) การจ้างงานคนพิการและผู้สูงอายุ การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ มีการดำเนินโครงการเพื่อพัฒนาบุคลากรเข้าสู่ตลาดแรงงานและเพิ่มโอกาสในการพัฒนาทักษะทางอาชีพ ผ่าน 4 โครงการหลัก คือ

- โครงการทวิภาคี สหกิจศึกษาและฝึกงาน บริษัทได้ร่วมมือกับสถานประกอบการและสถาบันการศึกษา กว่า 330 แห่งทั่วประเทศ ต่อเนื่องมากกว่า 20 ปี ผ่านความร่วมมือกับกระทรวงศึกษา และกระทรวงแรงงาน ในการบูรณาการการเรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีจากสถานศึกษาและการฝึกทักษะปฏิบัติจริง เป็นการพัฒนาศักยภาพและวางรากฐานเส้นทางอาชีพนักศึกษา ทั้งนี้ นักศึกษายังได้รับวุฒิการศึกษาที่สามารถเทียบโอนในสายอาชีพต่อเนื่องกับบริษัท ในปี 2568 มีนักศึกษาใหม่เข้าร่วมโครงการจำนวน 1,140 คน ได้รับการสนับสนุนทุนการศึกษาตลอดหลักสูตร ทั้งสิ้น 209 ทุน รวมมูลค่า 949,500 บาท
- โครงการทวิภาคีกลุ่มทักษะเฉพาะ มุ่งเน้นการพัฒนาเด็กที่มีทักษะเฉพาะทางให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยร่วมพัฒนาหลักสูตรและแผนการฝึกงาน และเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าฝึกงาน พร้อมได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจากบุคลากรของบริษัท ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินความร่วมมือกับวิทยาลัยเทคโนโลยีหลวงปู่สรอง วัดโพธิ์พัฒนา ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 มีนักศึกษาเข้าฝึกงานฝ่ายก่อสร้างจำนวน 5 คน นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายความร่วมมือกับวิทยาลัยเทคโนโลยีเอเชียอาคเนย์ในสาขาคณิตศาสตร์ จำนวน 2 คน และร่วมมือกับวิทยาลัยเทคโนโลยีพุทธเกษมซึ่งมุ่งเน้นทักษะเฉพาะทางด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน
- โครงการทวิภาคีผู้พิการ มีการดำเนินงานต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยในปี 2568 ได้ขยายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อให้ผู้พิการเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพในร้านอาหารในเครือเพิ่มขึ้นจากเดิม 4 คน เป็น 11 คน พร้อมทั้งขยายโอกาสสู่พื้นที่หลายจังหวัดมากขึ้น ได้แก่ จังหวัดลำปาง นครสวรรค์ กำแพงเพชร ลำพูน กาญจนบุรี และมีความพยายามขยายโครงการให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
- โครงการ Recruitment Champion ร่วมมือกับคณะรัฐประศาสนศาสตร์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จัดทำโครงการ Recruitment Champion ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 สำหรับการพัฒนานักศึกษาสู่การเป็น Recruiter ผ่านการปฏิบัติงานและวัดผลจริงจากบริษัท นอกจากนี้องค์กรยังสามารถเรียนรู้ความคาดหวังจากมุมมองคนรุ่นใหม่ เสริมสร้างฐานผู้มีศักยภาพรองรับงานสรรหาในอนาคต โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 11 คน

2. การสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนผ่านห่วงโซ่อุปทานท้องถิ่น

ธุรกิจโรงแรม ได้สร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยบูรณาการผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่เข้ากับการดำเนินงานของโรงแรม เช่น เช็การา แกรนด์ มิวรา มิช รีสอร์ท พัทยา นำบรรจุภัณฑ์จากใบลานมาใช้ในการให้บริการ เช็การา ออยุธยา จัดจ้างศิลปินท้องถิ่นในการออกแบบและสร้างสรรค์ P.O.P Fish รวมถึงการจัดหาชุดท้องถิ่นสำหรับพนักงานเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากนี้ โรงแรมยังส่งเสริมการนำเสนอเมนูอาหารท้องถิ่น (Local Hero) ในไลน์อาหาร ควบคู่กับการสนับสนุนของที่ระลึกจากท้องถิ่น โดยนำมาจัดจำหน่ายผ่านสินค้า Merchandise ของโรงแรม โดยในปี 2568 มี 22 โรงแรมในเครือสนับสนุนโครงการดังกล่าว คิดเป็นมูลค่าประมาณ 5,569,918 บาท

ธุรกิจอาหาร ต่อยอดการพัฒนาอาชีพและโครงสร้างพื้นฐาน ณ สมาคมคนพิการจังหวัดภูเก็ต ภายใต้โครงการ “ฟาร์มสามารถ” เป็นปีที่ 2 โดยติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์มูลค่า 800,000 บาท เป็นการวางรากฐานให้ศูนย์สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว พร้อมเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการฟาร์มให้เติบโตอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังต่อยอดบทบาทของศูนย์ให้เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้และพัฒนาทักษะอาชีพ โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มเปราะบางในชุมชนได้ฝึกทักษะด้านการปลูกผักปลอดสารพิษ การทำเบเกอรี่ และการชงเครื่องดื่ม อันนำไปสู่การสร้างรายได้ การพึ่งพาตนเอง และการยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

3. ผลการดำเนินงานด้านสังคมอื่นๆ

ธุรกิจโรงแรม

โรงแรมในเครือเช็การาทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวน 18 แห่ง ได้ต่อยอดแนวคิดการแบ่งปันพื้นที่เพื่อสาธารณประโยชน์ โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ร่วมกันในหลากหลายรูปแบบ เช่น การจัด Flea Market การจำหน่ายอาหาร Thai Street Food และการจัดกิจกรรม Workshop ที่เชื่อมโยงกับการนำเสนอและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างพื้นที่แห่งการเรียนรู้ระหว่างองค์กร ชุมชนและแพคเกจที่พัก ทั้งนี้ องค์กรได้จัดสรรพื้นที่รวมจำนวน 2368.5 ตารางเมตร รองรับร้านค้าและหน่วยงานรวม 215 ร้าน/องค์กร ก่อให้เกิดการใช้จ่ายหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจชุมชนที่คำนวณได้คิดเป็นมูลค่าประมาณ 341,000 บาท

โรงแรมในเครือเช็การาทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวน 29 แห่ง มีส่วนร่วมในการบริจาคเงินสนับสนุน สิ่งของ อาหาร เพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนใกล้เคียงผ่านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเฉลิมฉลองความหลากหลาย เช่น กิจกรรมสำหรับเด็ก การทำนุบำรุงศาสนาและสถานที่สำคัญของชุมชน รวมถึงการสนับสนุนประเพณีพื้นเมืองในแต่ละท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังให้ความช่วยเหลือด้านสิ่งของเพื่อการฟื้นฟูชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติและสถานการณ์ความไม่สงบทางภูมิรัฐศาสตร์ โดยมีผู้ได้รับผลประโยชน์ 123 ชุมชน/หน่วยงาน

โรงแรมในเครือเช็การา 8 โรงแรม ร่วมกับมูลนิธิ สโกลาร์ส ออฟ ซีเอสทีแอนด์

(SOS) ประเทศไทย เป็นปีที่ 8 ในการสนับสนุนอาหารที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อส่งต่อให้แก่กลุ่มเปราะบางในสังคม โดยมุ่งเน้นการเข้าถึงอย่างทั่วถึง และเหมาะสมกับความต้องการของผู้รับ รวมเป็นมูลค่า 116,030 บาท

เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า กรุงเทพ บริจาคเงินให้กับมูลนิธิชัยพัฒนา จำนวน 100,000 บาท เพื่อสนับสนุนโครงการ Splash Hotel Soft Power Showcase 2025

เซ็นทารา แกรนด์ รีสอร์ท แอนด์ วิลลา หัวหิน และ เซ็นทารา ไพล่ แม่สอด สนับสนุนกิจกรรมงานวันเด็กแห่งชาติ ปี 2568 จำนวน 14,000 บาท

ธุรกิจอาหาร

โครงการรักษาอาหาร (CRG Surplus Food) เป็นกลไกที่เชื่อมโยงความต้องการของสังคมเข้ากับเป้าหมายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เพื่อสร้างคุณค่าร่วมอย่างเป็นรูปธรรม โดยได้ดำเนินความร่วมมือกับมูลนิธิโกลาส์ ออฟ ชีสทีแอนด์ ประเทศไทย (SOS) และ มูลนิธิ วีวี แชน (VV Share) ในการส่งมอบอาหารคุณภาพดีจากแบรนด์ มีสเตอร์ โดนัก จำนวน 59 สาขา ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมทั้งสิ้น 223,034 มื้อ คิดเป็นมูลค่ารวม 23,099,921 บาท นอกจากนี้ ภายใต้แบรนด์ เคเอฟซี 59 สาขา ได้ดำเนินโครงการ “Harvest & Colonel’s Kitchen” มีการบริจาคไก่ทอด จำนวน 80,000 ชิ้น คิดเป็นมูลค่า 3,600,000 บาท เพื่อส่งต่อเป็นมื้ออาหารให้แก่กลุ่มเปราะบางและองค์กรการกุศลในประเทศไทย

โครงการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบ เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่องค์กรใช้ศักยภาพและทรัพยากรของธุรกิจในการขับเคลื่อนการช่วยเหลือสังคม เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน โดยเฉพาะในสถานการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติ และข้อพิพาทตามแนวชายแดน ในปี 2568 บริษัทได้ให้การสนับสนุนทั้งในรูปแบบเงินและอาหารจากแบรนด์ในเครือ ได้แก่ เคเอฟซี มีสเตอร์ โดนัก และ อานตี้แอนน์ รวมมูลค่าการช่วยเหลือทั้งสิ้น 705,680 บาท

โครงการแบ่งปันเพื่อสังคม บริษัทได้ร่วมมือกับแบรนด์ในเครือจัดกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อคืนประโยชน์สู่สังคมอย่างต่อเนื่อง อาทิ กิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ โดยสนับสนุนกิจกรรมวันเด็กสำหรับชุมชนเปราะบางใน 4 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ ประจวบคีรีขันธ์ เชียงใหม่ และภูเก็ต รวมมูลค่าการสนับสนุน 145,000 บาท นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินโครงการ “Auntie Anne’s Pretzel Charity - อีพวันดี ๆ ให้คนเก่ง” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เพื่อสนับสนุนกิจกรรม workshop สำหรับน้องๆ ออกัสติก รวมมูลค่า 5,758 บาท พร้อมทั้งยังได้จัดกิจกรรม “Pretzel Day” ในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก รวมมูลค่า 47,400 บาท รวมถึงโครงการ “Pepper Gives Back” ซึ่งจัดกิจกรรมเลี้ยงอาหารกลางวันและบริจาคขวดดื่บให้แก่สถานสงเคราะห์เด็ก ครอบคลุมผู้ได้รับประโยชน์จาก 8 หน่วยงาน คิดเป็นมูลค่า 320,132 บาท อีกทั้งยังมีกิจกรรม Pretzel Charity & Happy New Year มอบขนมให้บุคลากรทางการแพทย์ จาก 11 โรงพยาบาล รวมมูลค่า 138,600 บาท เพื่อร่วมส่งต่อกำลังใจและสนับสนุนสังคมในหลากหลายมิติ

นอกจากนี้ได้ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัลดำเนินโครงการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและสังคมในโครงการดังนี้

1. บริจาคโลหิตให้กับสภาอากาศไทย โดยในปี 2568 โรงแรมและรีสอร์ท ในเครือเซ็นทารามียอดบริจาคโลหิตทั้งสิ้น 10,800 ซีซี
2. ธุรกิจโรงแรมได้ร่วมเป็นพันธมิตรในงาน Bangkok Climate Action Week 2025 ที่จัดขึ้นครั้งแรกในไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยให้การสนับสนุนพื้นที่สำหรับการประกาศ World Food Forum Thailand Youth Chapter ของกลุ่มเยาวชนไทยในการขับเคลื่อนระบบอาหารที่ยั่งยืนทั่วโลก มูลค่า 82,909.09 บาท
3. สนับสนุนมูลนิธิคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ สำหรับงานประชุมวิชาการคณะแพทย 4 สถาบัน ศิริราช-รามามา-จุฬา-ธรรมศาสตร์ มูลค่า 1,000,000 บาท
4. สนับสนุนมูลนิธิอานันท์มหิดล คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย / sw.จุฬาลงกรณ์ สภาอากาศไทย มูลค่า 1,000,000 บาท
5. สนับสนุนมูลนิธิศรีสว่างควัฒนในพระอุปถัมภ์ฯ มูลค่า 1,000,000 บาท
6. 12 แบรินค้ออาหารในเครือซีอาร์จี เข้าร่วมโครงการ Central Group Women Cancer ครั้งที่ 20 ช่วยผู้ป่วยมะเร็งสตรี ด้วยการเชิญชวนลูกค้า ประชาชน บริษัทในเครือและคู่ค้า ระดมทุนเพื่อจัดซื้อเครื่องมือทางการแพทย์ สำหรับดูแลผู้ป่วยมะเร็งสตรี เพื่อมอบให้แก่โรงพยาบาลมาราชนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยเริ่มโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2568 ถึง 15 ตุลาคม 2568 มียอดสมทบทุนเงินบริจาครวมทั้งสิ้น 234,084 บาท
7. โครงการมิลเลียนกิฟต์ มิลเลียนสมายล์ ปีที่ 16 - ของขวัญจากใจเพื่อรอยยิ้มของทุกคน (16th Million Gifts Million Smiles) FROM THE HEARTS TO THE SMILES มอบของขวัญจากใจเพื่อรอยยิ้มของเด็กและเยาวชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ และจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย สำหรับกิจกรรมวันเด็ก โดยซีอาร์จีสนับสนุนของบริจาคจากแบรนด์มีสเตอร์ โดนัก รวมเป็นมูลค่า 109,000 บาท

รางวัลและความภาคภูมิใจในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (HR Awards and Recognition) ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ธุรกิจโรงแรม



รางวัล Leader of Leader

เป็นรับรางวัลที่สะท้อนถึงผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนองค์กร
สู่ความยั่งยืนและความเป็นเลิศในธุรกิจโรงแรม



รางวัลองค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ

ประจำปี 2568 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 ในระดับเกียรติยศ ดีเด่น และดี
เป็นรางวัลที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการส่งเสริม
การจ้างงานคนพิการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อร่วมสร้างโอกาส
ที่เท่าเทียม เปิดพื้นที่ให้คนพิการได้พัฒนากทักษะ
สร้างอาชีพ และยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น



รางวัลองค์กรส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุ

ประจำปี 2568 ในระดับดีเยี่ยมและระดับดี เป็นรางวัลที่ยกย่ององค์กร
ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสในการจ้างงานสำหรับผู้สูงอายุ
อย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง โดยพิจารณาจากการจ้างงานอย่างยั่งยืน
การพัฒนาศักยภาพ และการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ
ให้สามารถมีรายได้และดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณค่าในสังคม



รางวัลองค์กรสุขภาพเพื่อการสร้างชาติ (Wellness Corporate National Building Award)

สะท้อนถึงองค์กรที่มีการพัฒนาด้านสุขภาพระดับชาติ
ใน 9 มิติ อาทิ นโยบายและการสื่อสาร การพัฒนาศักยภาพบุคลากร
สิ่งแวดล้อมการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความยั่งยืน รางวัลนี้
ยังรวมถึงรางวัลพิเศษด้าน Wellness of Learning Development
Award และ Wellness Corporation Innovation Award
ที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการสร้างสรรคนวัตกรรมและพัฒนาบุคลากร
อย่างรอบด้านเท่าเทียม เปิดพื้นที่ให้คนพิการได้พัฒนากทักษะ
สร้างอาชีพ และยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราในแต่ละแห่ง ยังได้รับการรับรองที่เกี่ยวข้องในด้านการบริหารจัดการชุมชนและสังคมอย่างมีความรับผิดชอบ
ได้รับรางวัลรับรองด้านการจัดการชุมชนและสังคมที่เกี่ยวข้อง อาทิ การบริหารจัดการแรงงานที่ดี มีความปลอดภัย และเป็นมิตรกับเด็กในธุรกิจท่องเที่ยว
(เซ็นทารา ออยุธยา) Friendly Design Awards 2025 (เซ็นทารา แกรนด์ มิวราจ บีช รีสอร์ท พัทยา) มาตรฐานด้านการออกแบบเพื่อความเท่าเทียมในสถานที่
จัดงาน (เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ) รางวัลโครงการอาสาสมัครทางการแพทย์ (เซ็นทารา เกาะช้าง ทropicana รีสอร์ท) เป็นต้น

ธุรกิจอาหาร



รางวัล Employee Experience Awards Thailand 2025
เป็นรางวัลเชิดชูความเป็นเลิศในด้านดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพพนักงาน การพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับกรเรียนรู้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีศักยภาพ ผู้นำที่สร้างแรงบันดาลใจและนวัตกรรม การบริหารทรัพยากรบุคคล



รางวัล HR Professional Awards
เป็นรางวัลเชิดชูเกียรติผู้บริหารทรัพยากรบุคคลที่มีบทบาทโดดเด่นในการยกระดับมาตรฐานการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กร สังคม ในระดับชาติ



รางวัลองค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ
ประจำปี 2568 “ระดับเกียรติยศ” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 เป็นรางวัลที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการขับเคลื่อนความเท่าเทียม และการมีส่วนร่วมทางสังคม ผ่านการสนับสนุนการจ้างงานและการพัฒนาศักยภาพของพนักงานพิการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี และได้รับโอกาสอย่างเท่าเทียมในสังคม








รางวัลองค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานและการมีรายได้สำหรับผู้สูงอายุ
ประจำปี 2568 “ระดับดีเด่น” เป็นรางวัลที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการสร้างโอกาสทางอาชีพอย่างต่อเนื่องสำหรับทุกช่วงวัย โดยเฉพาะผู้สูงอายุ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจ และให้คุณค่ากับศักยภาพของผู้สูงอายุในสังคมอย่างยั่งยืน





รางวัลผู้ปฏิบัติการสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับสถานประกอบการ
ดีเด่นระดับชาติ ประจำปี 2568

มิติเศรษฐกิจและธรรมาภิบาล (Economic and Governance Pillar)

ผลการดำเนินงาน ในปี 2568

ผลการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล	เป้าหมายการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
การดำเนินงาน ด้านการกำกับดูแลกิจการ  เป้าประสงค์ที่ 16.5 / ตัวชี้วัดที่ 16.5.1	การประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ (Excellent)”	 
	คะแนนประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น 100 คะแนน	100 คะแนน
	เป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านการทุจริตอย่างต่อเนื่อง	 
	ได้รับรางวัล CAC Change Agent อย่างต่อเนื่อง	 
การบริหาร ห่วงโซ่อุปทาน	ร้อยละ 100 ของพนักงานได้รับการอบรมเรื่องการต่อต้านทุจริต และจรรยาบรรณองค์กร	ร้อยละ 100 
	ร้อยละ 100 ของลูกค้าที่รับทราบจรรยาบรรณลูกค้าที่ครอบคลุม ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน	ธุรกิจโรงแรมร้อยละ 69 ธุรกิจอาหารร้อยละ 28 
	การตรวจประเมินลูกค้าประจำปี	ธุรกิจโรงแรมร้อยละ 26 ธุรกิจอาหารร้อยละ 55 
ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	ร้อยละ 100 ของพนักงานโรงแรมที่มีความเสี่ยงในการรับข้อมูล ในช่องทางดิจิทัลได้รับการอบรมเรื่อง Cyber Security, PDPA	ร้อยละ 100 

 ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย

 มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย

ความท้าทาย

- ระบบการตรวจสอบและถ่วงดุล รวมถึงแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ขาดประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้การควบคุมการดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามระเบียบปฏิบัติที่กำหนด ครอบคลุมตั้งแต่การบริหารจัดการความเสี่ยง การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ไปจนถึงการกำกับดูแลตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลต่อความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ขององค์กรในระยะยาว อีกทั้งอาจทำให้บริษัทเสียเปรียบในการแข่งขันและสูญเสียโอกาสในการลงทุนใหม่ อันเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ นอกจากนี้ การบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสด้าน ESG ยังถือเป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญที่องค์กรจำเป็นต้องได้รับการกำกับดูแลอย่างรอบด้าน เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะนักลงทุนในระยะยาว

โอกาส

- บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถควบคุม ติดตาม และกำกับการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักจริยธรรม ความเป็นธรรม และความโปร่งใส อันเป็นรากฐานสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างรอบด้าน เพื่อคุ้มครองและสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ การมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่แข็งแกร่ง ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นอันเกิดจากความบกพร่องในการกำกับดูแล รวมถึงลดต้นทุนจากการใช้ทรัพยากรที่ไม่เหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นในการเสริมสร้างรากฐานการบริหารจัดการที่เข้มแข็งควบคู่กับการส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมและปฏิบัติตามนโยบายขององค์กรอย่างเคร่งครัด ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี เกิดความโปร่งใสและความรับผิดชอบร่วมกัน อันนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการ การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance)

การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจรรยาบรรณ จำเป็นต้องอาศัยโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ โดยมีคณะกรรมการบริษัทที่ประกอบด้วยผู้มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถกำหนดทิศทางองค์กรได้อย่างรอบด้าน ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โครงสร้างการกำกับดูแลของบริษัทยุติการทบทวนและปรับปรุงให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและหลักเกณฑ์การประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ เช่น หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 ตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งบริษัทใช้เป็นกรอบสำคัญในการบริหารองค์กร และ เกณฑ์การประเมินโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ทั้งนี้ บริษัทมีสัดส่วนกรรมการหญิงในคณะกรรมการบริษัทตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30) เพื่อส่งเสริมความหลากหลายทางความคิดและมุมมอง เอื้อต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์องค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ และบรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้ และกำกับดูแลให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติตามหน้าที่ตามบทบาทความรับผิดชอบของตนอย่างเคร่งครัด ยึดมั่นในหลักความสุจริต โปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามบรรทัดฐานที่ดีและหลักธรรมาภิบาล

และเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการกำกับดูแล บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อยจำนวน 3 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน ทำหน้าที่พิจารณา กลั่นกรอง และให้ข้อเสนอแนะในประเด็นสำคัญก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท หนึ่งเดียวกัน ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารได้ขับเคลื่อนการดำเนินงานร่วมกับคณะทำงานในระดับหน่วยงาน เพื่อควบคุม ติดตาม และจัดการประเด็นด้านความยั่งยืน พร้อมทั้งจัดให้มีกลไกการตรวจสอบภายในและการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ เพื่อยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับหลักสากล และเพิ่มคุณค่าให้แก่องค์กร

ในปี 2568 บริษัทได้ทบทวนและปรับปรุงกฎบัตรสำคัญจำนวน 4 ฉบับ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสนับสนุนการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท กฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน กฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงระดับหน่วยธุรกิจ และกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ ควบคู่กับการอนุมัตินโยบายและระเบียบปฏิบัติใหม่จำนวน 7 นโยบาย ปรับปรุงเนื้อหานโยบายเดิม 12 นโยบาย และทบทวนนโยบายโดยคงสาระสำคัญเดิม 10 นโยบาย รวมทั้งสิ้น 29 นโยบาย

รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ ใน รายงานประจำปี 56-1 One Report 2568 และอ่านหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพิ่มเติม



หลักจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct)

แนวทางด้านจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจถือเป็นกลไกสำคัญที่เกื้อหนุนและเสริมสร้างระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทั้งนี้ บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า จำกัด (มหาชน) ในฐานะบริษัทในเครือกลุ่มเซ็นทรัลที่ได้รับรองนามในการปฏิบัติตามหลักการ 10 ประการของ United Nations Global Compact จึงได้นำหลักการดังกล่าวมาบูรณาการเป็นกรอบมาตรฐานเชิงจรรยาบรรณ เพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล นอกจากนี้บริษัทได้กำหนดกระบวนการควบคุมภายในที่ชัดเจน เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานและการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิทธิอันพึงมีของผู้มีส่วนได้เสีย

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดหลักการและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับยึดถือปฏิบัติอย่างทั่วถึง พร้อมทั้งทบทวนและปรับปรุงจรรยาบรรณอย่างสม่ำเสมอให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ความเสี่ยง และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ในด้านการเสริมสร้างความตระหนักรู้ บริษัทได้กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องเข้าทบทวนความรู้และทำแบบทดสอบภายใต้หลักสูตรฝึกอบรมภาคบังคับ ซึ่งหัวข้อจรรยาบรรณธุรกิจ ได้ดำเนินการผ่านระบบ E-Learning และสื่อสารนโยบายต่าง ๆ ผ่านระบบ Intranet ขององค์กร ทั้งนี้ พนักงานในธุรกิจโรงแรมจำนวน 4,184 คน และธุรกิจอาหารจำนวน 4,852 คน ได้ผ่านการอบรมและทดสอบความรู้ครบถ้วนตามเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 100 นอกจากนี้ พนักงานใหม่ทุกคนต้องลงนามรับทราบและยอมรับปฏิบัติตามจรรยาบรรณของบริษัท เพื่อยืนยันความมุ่งมั่นในการดำเนินงานอย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ ในกรณีพบการกระทำที่ไม่เป็นไปตามจรรยาบรรณ บริษัทได้กำหนดแนวปฏิบัติในการพิจารณาและดำเนินการตามระดับความรุนแรงของการฝ่าฝืน โดยในขั้นต้นจะมีการแจ้งเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงข้อบกพร่องและป้องกันไม่ให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมซ้ำอีก อันสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการรักษามาตรฐานจรรยาบรรณและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ

พนักงานผู้เข้ารับการอบรมจรรยาบรรณองค์กร และการต่อต้านคอร์รัปชัน	จำนวนผู้ที่ผ่านการอบรม		ร้อยละของผู้ที่ได้รับการอบรม	
	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจอาหาร	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจโรงแรม
กรรมการบริษัท	12			
ผู้บริหารระดับสูง	66	50		
ผู้บริหารระดับกลาง	99	41	100	
ผู้บริหารระดับต้น	652	291		
ระดับปฏิบัติการ	3,367	4,470		

"หลักธรรมาบรรณของพวกเราทุกคน"
CODE OF CONDUCT
ขอเชิญพนักงานกลุ่มเซ็นทรัลฯ ระดับ
เข้าสอบจรรยาบรรณองค์กร
บริษัทกลุ่มเซ็นทรัล ประจำปี 2568
มาร่วมกันส่งเสริมจรรยาบรรณองค์กรที่ดี
เพื่อพัฒนาองค์กรให้เติบโตและยั่งยืนไปด้วยกัน

1-30
กันยายนนี้

From September 1 - 30, 2025,
it's time for Central Group's Code of Conduct Speedy Quiz 2025

CORPORATE GOVERNANCE DAY 2025 **CENTRAL GROUP**

NO! **NO!**

Conflict of Interest ที่ไม่ตั้งใจ
รู้เท่ากันก่อนจะกลายเป็นเรื่องใหญ่!!

- ▶ Conflict of Interest (ผลประโยชน์ทับซ้อน) คืออะไร?
- ▶ Conflict of Interest สร้างความเสี่ยงต่อตนเองและองค์กรอย่างไร?
- ▶ ไขข้อข้องใจ ทำอย่างไร? ไม่ให้เกิด Conflict of Interest

โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ

<p>คุณกาญจนา จุลสิงห์ Head of HR Strategy and Organization Development CENTRAL RETAIL</p>	<p>คุณนิพัทธ์ นมพวงก้นม Head of Company Secretary CENTRAL PATTANA</p>	<p>คุณพลอยสลิษฐ์ ทวีวัฒนาทาว Corporate Risk and Data Protection Manager CENTARA HOTELS & RESORTS</p>	<p>คุณศักดิ์คุณ วิษณุเมธี Head of Employee Experience & Communication CENTRAL GROUP</p>	<p>คุณโจษย์ วัฒนธ Corporate Employee Relations Manager CENTARA HOTELS & RESORTS</p>
--	--	---	--	--

LIVE YOUTUBE: CENTRAL GROUP PEOPLE
23 | ก.ค.
เวลา 14:00 - 16:00 น.

สแกน QR CODE เพื่อลงทะเบียน >>>

CENTRALRETAIL **CENTRALPATTANA** **CENTARA HOTELS & RESORTS**

อ่านจรรยาบรรณและนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพิ่มเติม



การตรวจสอบและการควบคุมภายใน (Internal Audit and Control)

บริษัทให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบภายใน ในฐานะกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือและความยั่งยืนในกระบวนการดำเนินงาน อันเป็นหลักการพื้นฐานของระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) จึงได้กำหนดโครงสร้างของสำนักงานตรวจสอบภายใน ให้มีความเป็นอิสระ เพื่อสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม และมีบทบาทหน้าที่สำคัญในการตรวจสอบ ประเมินความรัดกุมและประสิทธิภาพของระบบการควบคุมภายใน การบริหารจัดการความเสี่ยง รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัด โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมองค์กรให้สามารถบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งมีแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อสร้างคุณค่าในระยะยาวให้กับองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทได้กำหนดให้การดำเนินงานของสำนักตรวจสอบภายในขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อความมีอิสระในการดำเนินงาน สามารถปฏิบัติงานได้อย่างโปร่งใสและเที่ยงธรรม และรายงานผลการดำเนินงานของสำนักตรวจสอบภายในต่อคณะกรรมการตรวจสอบภายในเป็นประจำทุกไตรมาส ตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในสากล ในกระบวนการตรวจสอบจะมีการนำเสนอผลการตรวจสอบรวมถึงข้อเสนอแนะไปยังหน่วยงานผู้รับผิดชอบและติดตามผลเพื่อให้มั่นใจว่ามีการปรับปรุงแก้ไขอย่างถูกต้องและเหมาะสม ในกรณีที่ตรวจพบประเด็นที่มีความสำคัญจะมีการรายงานไปยังคณะกรรมการตรวจสอบ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและ/หรือผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้ผู้บริหารสามารถรับทราบข้อมูลที่เป็นและนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และเพื่อส่งเสริมให้มีการปรับปรุงพัฒนาระบบการตรวจสอบภายในให้ทันสมัยอยู่เสมอ

บริษัทตระหนักถึงความโปร่งใสของการดำเนินงาน ในปี 2568 ได้กำหนดให้มีโครงการประเมินคุณภาพและปรับปรุงงานตรวจสอบภายในด้วยตัวแทนของหน่วยตรวจสอบภายในของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารที่ได้รับการรับรองวิชาชีพด้านการตรวจสอบภายใน (CIA หรือ CPIAT) โดยใช้แนวทางการประเมินระหว่างหน่วยตรวจสอบธุรกิจโรงแรมและหน่วยตรวจสอบธุรกิจอาหาร (Peer-to-Peer Assessment) ทุกสิ้นปี ในส่วนของแผนการสอบทานระบบการควบคุมภายในโดยหน่วยงานภายนอก หลังจากศึกษารายละเอียดและเปรียบเทียบผลของการดำเนินงาน และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบภายในแล้ว ผลการพิจารณาให้ดำเนินการโดยหน่วยงานภายในก่อน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนจะให้หน่วยงานภายนอกเข้ามาสอบทานภายในปี 2573

นอกจากนี้ บริษัทได้ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและความตระหนักถึงความสำคัญของระบบการควบคุมภายในแก่พนักงาน โดยจัดกิจกรรมอบรมและสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ให้พนักงานภายใต้การดูแลสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดีในการควบคุมภายใน โดยในปี 2568 ได้ทำการอบรมและสื่อสารข้อมูลครอบคลุมระดับหัวหน้าแผนกและหัวหน้าสาขาของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารคิดเป็นร้อยละ 100 ตามเป้าหมายที่วางไว้

โดยบริษัทได้มอบหมายให้ นายคุณากร สุขกุล ตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการแผนกตรวจสอบภายใน เป็นผู้ดูแลสำนักตรวจสอบภายใน และรับผิดชอบงานด้านตรวจสอบภายในขององค์กร และการติดตามกระบวนการบริหารความเสี่ยง และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรง เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท

การป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption)

บริษัทตระหนักว่าการทุจริตคอร์รัปชันเป็นการกระทำที่บ่อนทำลายความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย และขัดต่อหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีกรอบและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอทุกปี พร้อมรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน เพื่อพิจารณาให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน และการให้หรือรับสินบน รวมถึงการตรวจสอบกิจกรรมทางธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงหรืออาจส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัท พร้อมทั้งสนับสนุนการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการป้องกัน และการปรับปรุงกระบวนการ (Process Improvement) เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

พร้อมกันนี้ ได้เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร โดยการจัดทำสื่อความรู้ผ่านช่องทาง Risk & Legal Lab จัดอบรมและการทบทวนจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับผู้บริหารและพนักงานทุกคน ตั้งแต่กระบวนการปฐมฤกษ์พนักงานใหม่และมีการทบทวนประจำปี โดยมีเป้าหมายให้ครอบคลุมร้อยละ 100 เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่บังคับใช้ พร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงผลกระทบทางกฎหมายและบทลงโทษทางวินัยที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำที่ไม่เหมาะสม สำหรับคู่ค้า บริษัทออกจดหมายแจ้งคู่ค้าเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างสุจริตและโปร่งใสภายใต้มาตรการที่วางไว้และเชิญชวนให้คู่ค้าเข้าร่วมแสดงเจตนาสมัครเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย และสื่อความนโยบายคริบของขวัญ (No Gift Policy) ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทเป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงเจตนาสมัครในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และกำหนดให้มีช่องทางการร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวก และปลอดภัย เพื่อส่งเสริมให้กระบวนการตรวจสอบให้ไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมสร้างความมั่นใจว่าข้อมูลที่ได้รับจะได้รับการพิจารณา ดำเนินการอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสอย่างเหมาะสม



อ่านนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและสินบน เพิ่มเติม 

อ่านแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและสินบน เพิ่มเติม 

การเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Membership of Thai Private Sector Collective Action Against Corruption)

บริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมและองค์กรต่างๆ ที่มีวัตถุประสงค์สอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัทและร่วมรณรงค์เรื่องการต่อต้านการคอร์รัปชัน (Zero Corruption) อาทิ สาขาดูแลสุขภาพแห่งประเทศไทย สมาคมธนาคารไทย สาขารัฐกิจตลาดทุนไทย หอการค้าไทย หอการค้าร่วมต่างประเทศในประเทศไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย นอกจากนี้ ผู้ช่วยรองประธานฝ่ายบริหารความเสี่ยง กฎหมายและความยั่งยืนของบริษัทได้เป็นตัวแทนเข้าร่วมแลกเปลี่ยนความรู้ในงานเสวนา “ก้าวสำคัญสู่ธุรกิจโปร่งใสและยั่งยืน” สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล และขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนในภาคธุรกิจของประเทศ

ในปี 2568 บริษัทได้ต่ออายุสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 3 ซึ่งเป็นโครงการภายใต้สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านความโปร่งใสและจรรยาบรรณทางธุรกิจ และในปีเดียวกันนี้ บริษัทได้รับรางวัลโครงการพิเศษ CAC Change Agent ระดับสูงสุด 3 ดาว ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากการมีบทบาทสำคัญในการขยายขอบเขตการเชิญชวนลูกค้าให้เข้าร่วมเครือข่าย CAC ผ่าน โครงการรับรอง SME เพื่อส่งเสริมความโปร่งใสในห่วงโซ่คุณค่าขององค์กรให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น



การรับแจ้งข้อมูล ข้อร้องเรียนและการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียน (Whistleblowing and Complaint Investigation Process)

บริษัทส่งเสริมให้มีการตรวจสอบกระบวนการดำเนินงานที่อาจเข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือจรรยาบรรณของบริษัท รวมถึงการทุจริตต่อหน้าที่ ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อภารกิจหลักของธุรกิจ บริษัทได้พัฒนาและปรับปรุงระบบการรับแจ้งข้อมูลและเบาะแสตามนโยบายการรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing Policy) เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และชุมชน สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและมั่นใจในกระบวนการที่โปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ โดยกำหนดช่องทางการร้องเรียน 3 ช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ อีเมล และไปรษณีย์ พร้อมทั้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องแนะนำวิธีการใช้งาน เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถใช้ระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย นอกจากนี้ บริษัทยังสื่อสารนโยบายอย่างสม่ำเสมอผ่านโครงการ Speak Up การสื่อสารผ่าน CHR Newsletter การประชุมลูกค้าประจำปี การลงพื้นที่ประเมินคู่ค้า ตลอดจนการลงพื้นที่ชุมชนรอบข้าง เพื่อส่งเสริมความตระหนักรู้และความเข้าใจในกลไกการแจ้งเบาะแส

ในกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริง บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อประมวลผลและกลับกรองข้อมูลที่ได้รับ โดยพิจารณาผลกระทบและกำหนดแนวทางการจัดการในแต่ละกรณีอย่างรอบคอบ เพื่อให้ผู้ได้รับผลกระทบได้รับการเยียวยาอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม พร้อมทั้งกำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิและความปลอดภัยของผู้แจ้งเบาะแส เปิดโอกาสให้สามารถรายงานแบบไม่เปิดเผยตัวตน และยึดหลักนโยบายไม่ตอบโต้หรือดำเนินการใดๆ ต่อผู้แจ้งข้อมูลหรือผู้ร้องเรียน (Non-retaliation) อย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ เพื่อให้กระบวนการกำกับติดตามเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้มอบหมายให้ฝ่ายตรวจสอบภายในและฝ่ายบริหารความเสี่ยงรายงานผลการดำเนินงานต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อพิจารณาให้ความเห็นและแนวทางเชิงป้องกันและมาตรการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดข้อร้องเรียนในประเด็นเดิมซ้ำอีกในอนาคต ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน รวมถึงคณะกรรมการบริษัทต่อไป



ช่องทางการรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing and Complaint Channels)

บริษัทได้กำหนดช่องทางสำหรับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร สามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนมายังบริษัทได้ตามช่องทาง ดังต่อไปนี้

- เว็บไซต์: <https://investor.centarahotelsresorts.com/en/sustainability/whistleblowing>
- อีเมล: whistleblower_centel@chr.co.th
- ไปรษณีย์: ฝ่ายตรวจสอบภายในและฝ่ายบริหารความเสี่ยง
บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า จำกัด (มหาชน)
999/99 ชั้น 25 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

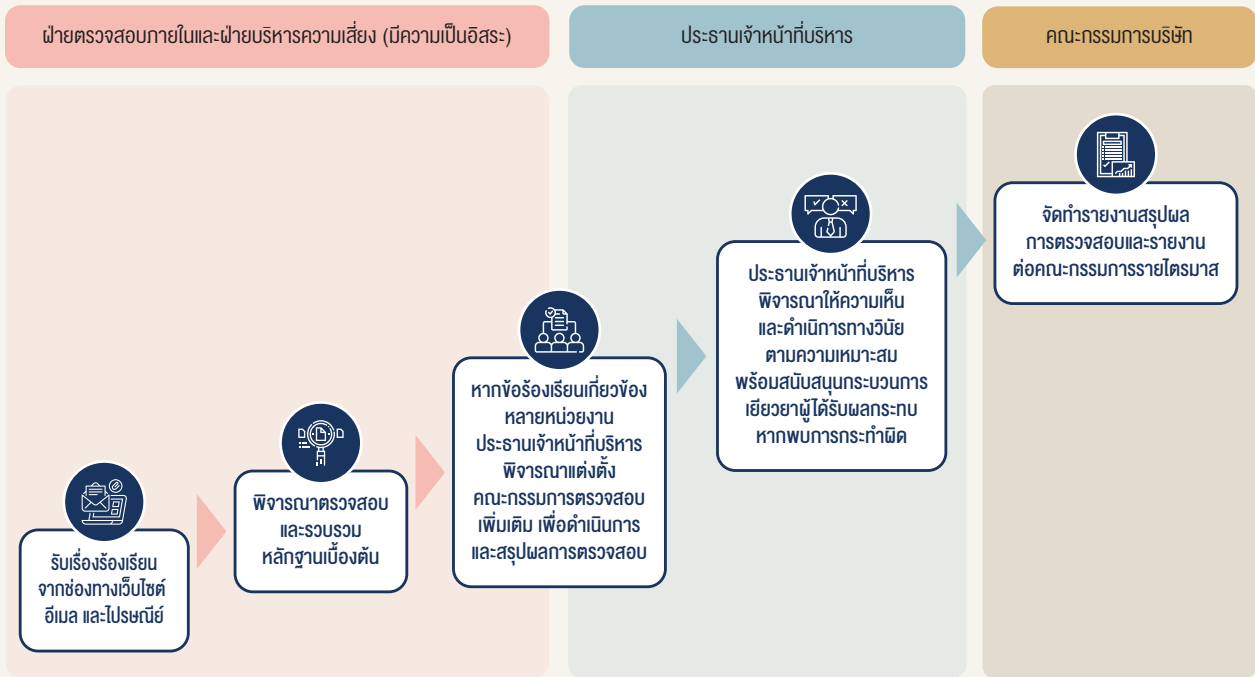
จำนวนข้อร้องเรียนใน ปี 2568

หัวข้อการร้องเรียน	จำนวนเรื่องร้องเรียน		จำนวนเรื่องที่ได้รับการแก้ไข		จำนวนเรื่องที่อยู่ระหว่างการตรวจสอบ	
	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจอาหาร	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจอาหาร	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจอาหาร
การทุจริตและการรับสินบน (Corruption or Bribery)	0	2	0	2	0	0
การฟอกเงิน หรือการนำข้อมูลภายในมาใช้หาประโยชน์ ในการซื้อขาย (Money Laundering or Insider trading)	0	0	0	0	0	0
ผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of Interest)	1	0	1	0	0	0
การให้บริการลูกค้า (Customer Services)	0	0	0	0	0	0
ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า (Customer Privacy Data)	0	0	0	0	0	0
ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการใช้บริการ (Occupational Safety and Health)	0	0	0	0	0	0
การจ้างงาน (Employment Terms)	0	2	0	2	0	0
การละเมิดสิทธิมนุษยชน (Human Rights Violation)	0	2	0	2	0	0
การคุกคามทางเพศ (Sexual Harassment)	0	0	0	0	0	0
การเลือกปฏิบัติ (Discrimination)	0	0	0	0	0	0
การดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน (Environmental Issue)	0	0	0	0	0	0
อื่นๆ						
• กระบวนการทำงาน (Working Process)	4	1	4	1	0	0
• ศีลธรรมและจรรยาบรรณ (Ethics & Code of Conduct)	1	0	1	0	0	0
รวมทั้งสิ้น	6	7	6	7	0	0

ในปี 2568 ที่ผ่านมามีการแข่งขันและข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือละเมิดนโยบายการกำกับดูแลกิจการบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อความเสียหายต่อบริษัท ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินอย่างมีนัยสำคัญ

ตัวอย่างกระบวนการตรวจสอบข้อร้องเรียนปี 2568

พนักงานต่างชาติในคูโบแจ้งร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียน ในประเด็นการจ่ายค่าจ้างงวดสุดท้ายอย่างไม่เป็นธรรมจากการลาออกโดยสมัครใจ ฝ่ายตรวจสอบภายในและฝ่ายบริหารความเสี่ยงได้รับเรื่องร้องเรียน และนำประเด็นร้องเรียนดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการสอบสวน โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวนข้อเท็จจริงประกอบด้วย ฝ่ายตรวจสอบภายใน ฝ่ายบริหารความเสี่ยง และฝ่ายทรัพยากรบุคคล โดยพิจารณาจากข้อกฎหมายและระเบียบปฏิบัติของบริษัท และหลักฐานต่างๆ จากทั้งฝ่ายจัดการและจากพนักงานคนดังกล่าว หลังการสอบสวนข้อเท็จจริง พบว่า ฝ่ายจัดการได้ดำเนินการจ่ายเงินค่าจ้างงวดสุดท้ายอย่างถูกต้อง เป็นไปตามกฎหมายของประเทศแล้ว และได้ดำเนินการชี้แจงขั้นตอนและกฎระเบียบตามกฎหมายให้กับพนักงานต่างชาติเข้าใจ ดังนั้นข้อร้องเรียนดังกล่าวจึงสามารถหาข้อยุติได้ตามกระบวนการที่กำหนดไว้เป็นที่เรียบร้อย บริษัทได้กำหนดแนวทางการจัดการเพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวซ้ำ โดยจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน



การบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management)

ความท้าทาย	โอกาส
<ul style="list-style-type: none"> การบริหารความเสี่ยงขององค์กรในปัจจุบันเผชิญกับความท้าทายจากปัจจัยแวดล้อมที่มีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี กฎระเบียบ และสภาพภูมิอากาศ ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการบรรลุเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้ ความเสี่ยงมีลักษณะเชื่อมโยงกันมากขึ้น (Interconnected Risks) ทำให้การประเมินและติดตามความเสี่ยงต้องอาศัยข้อมูลที่ครบถ้วนและทันเวลา ตลอดจนความร่วมมือจากหลายหน่วยงานภายในองค์กร นอกจากนี้ การพัฒนาองค์ความรู้และทักษะของบุคลากรให้สามารถระบุ วิเคราะห์ และตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมยังเป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพื่อรักษาสมดุลระหว่างการควบคุมความเสี่ยงและการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารความเสี่ยงเชิงป้องกันและเชิงรุก ควบคู่กับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความเสี่ยงอย่างทั่วถึง จะช่วยยกระดับประสิทธิภาพของระบบบริหารความเสี่ยงและลดผลกระทบเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นจากเหตุการณ์ที่อาจป้องกันได้ สนับสนุนให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนดและเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทกำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงตามกรอบมาตรฐานสากล COSO ERM 2017 โดยจัดให้มีโครงสร้างการกำกับดูแลความเสี่ยงที่มีกลไกควบคุมติดตาม และตรวจสอบอย่างเป็นระบบ ซึ่งครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงในทุกมิติ ESG และเฝ้าระวังความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นตามบริบทเฉพาะของธุรกิจ อ้างอิงกับรายงานความเสี่ยงระดับโลก (Global Risks Report) ทั้งนี้ บริษัทได้บูรณาการการบริหารความเสี่ยงเข้ากับแผนกลยุทธ์และการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถระบุเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ประเมิน บรรเทา และรายงานความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญได้อย่างทันกึ่ง โดยมุ่งบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ผ่านแนวทางการบริหารความเสี่ยงแบบองค์รวม เช่น การลด ถ่ายโอน หลีกเลี่ยง หรือควบคุมความเสี่ยงอย่างเหมาะสม พร้อมกำหนดตัวชี้วัดที่สามารถวัดผลได้ และเชื่อมโยงกับการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการพลังงาน น้ำ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการจัดการของเสีย ด้านสังคม เช่น ความปลอดภัย สุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน และด้านธรรมาภิบาล เช่น การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

ในด้านบทบาทความรับผิดชอบ คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้กำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยงและทิศทางกลยุทธ์ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ขณะที่คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน กำหนดหน้าที่กำหนดแนวทางและติดตามผลการดำเนินงาน และประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้วางรากฐานระบบบริหารความเสี่ยงให้มีความเพียงพอและมีประสิทธิภาพ พร้อมถ่ายทอดสู่ระดับหน่วยงานและระดับบุคคลให้สอดคล้องกับโครงสร้างการป้องกันความเสี่ยง 3 ระดับ (Three Lines of Defense) ได้แก่ ระดับที่ 1 หน่วยงานผู้ปฏิบัติงาน ระดับที่ 2 หน่วยงานบริหารความเสี่ยง และระดับที่ 3 หน่วยงานตรวจสอบอิสระ (หน่วยงานตรวจสอบภายใน) ซึ่งมีหน้าที่ตรวจสอบกระบวนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Process Audit) ทุก 2 ปี เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและความเชื่อมั่นในการกำกับดูแลความเสี่ยงขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

บริษัทได้มอบหมายให้ นายทัศนชัย พัฒนโกศัย ตำแหน่งผู้ช่วยรองประธานฝ่ายบริหารความเสี่ยง กฎหมายและความยั่งยืน (Assistant Vice President – Corporate Risk, Legal & Sustainability) เป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบงานด้านการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร การทบทวนสอบ และการติดตามกระบวนการบริหารความเสี่ยง และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลและความยั่งยืนของบริษัทเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัททุกไตรมาส

*อ่านเพิ่มเติม ในหัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยง” ในรายงานประจำปี 56-1 One Report 2568
อ่านนโยบายการบริหารความเสี่ยงเพิ่มเติม



การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management)

ในปี 2568 บริษัทได้จัดทำ CHR Crisis Escalation Flow ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกกระตุ้นในการยกระดับการจัดการสถานการณ์วิกฤตอย่างเป็นลำดับขั้น พร้อมทั้งบริษัทได้นำระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจมาประยุกต์ใช้ภายใต้กรอบมาตรฐานสากล ISO22301: 2019 เพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์วิกฤตและสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน โดยกำหนดโครงสร้างการบริหารที่ครอบคลุมทั้งนโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ แผนรับมือเหตุฉุกเฉิน และแผนฟื้นฟูธุรกิจหลังเกิดภัยพิบัติ

กระบวนการดำเนินงานเริ่มจากการจัดทำวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ (Business Impact Analysis: BIA) ควบคู่กับการประเมินความเสี่ยงจากเหตุการณ์วิกฤตหรือภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น (Risk Assessment) เพื่อนำไปกำหนดมาตรการป้องกัน แนวทางตอบสนอง และระดับการยอมรับความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้บริษัทได้กำหนดให้มีการทดสอบแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจในสถานการณ์จำลองและกรณีวิกฤต เพื่อสร้างความพร้อมของหน่วยงานในการรับมือกับเหตุการณ์ให้สามารถดำเนินธุรกิจและให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนฟื้นฟูการดำเนินงานกลับสู่ภาวะปกติภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้มีการทบทวนนโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ บริบทความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไป

อ่านนโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพิ่มเติม



อ่านแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพิ่มเติม



อ่าน CHR Crisis Escalation Flow เพิ่มเติม



วัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร (Risk Culture)

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงแบบองค์รวม ครอบคลุมการเฝ้าระวังเชิงรุก การลดความเสี่ยง และการตอบสนองต่อเหตุการณ์ความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ จึงจัดให้มีการส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้กับพนักงานทุกระดับ โดยกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานเข้ารับการอบรมและทดสอบความเข้าใจด้านการบริหารความเสี่ยงร้อยละ 100 ซึ่งผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงมาบรรยายพิเศษสำหรับคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้ แผนบริหารความเสี่ยงได้จัดทำสื่อเผยแพร่ความรู้ ผ่านช่องทาง Risk & Legal Lab เพื่อวางรากฐานให้เกิดการตระหนักรู้และสำนึกถึงความเสี่ยงในการดำเนินงาน ทั้งจากเหตุการณ์ภายในองค์กรและกรณีศึกษาจากองค์กรภายนอกอย่างต่อเนื่อง อันช่วยให้หน่วยงานสามารถป้องกันและลดผลกระทบเชิงลบได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปี 2568 บริษัทได้จัดทำสื่อการเรียนรู้จำนวน 22 รายการตลอดทั้งปี พร้อมทั้งรวบรวมรายงานเหตุการณ์ความเสี่ยง และจัดทำภาพรวมความเสี่ยงขององค์กร (Corporate Risk Profile) โดยมีการรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลและความยั่งยืนเป็นรายไตรมาส เพื่อกำหนดแนวทางควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและองค์กรยอมรับได้

นอกจากนี้ในปี 2568 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราได้ร่วมทำทะเบียนข้อมูลความเสี่ยง (Risk Register) ที่สะท้อนบริบทความเสี่ยงที่แตกต่างกันในแต่ละหน่วยธุรกิจได้อย่างรอบด้าน การดำเนินการดังกล่าวเปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นความเสี่ยง ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและเสี่ยงที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคต อีกทั้งบริษัทได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ทันสมัยมาใช้นับสนับสนุนกระบวนการบริหารความเสี่ยง เพื่อเป็นเครื่องมือในการระบุ ประเมิน ติดตาม และจัดการความเสี่ยงได้อย่างเป็นระบบ พร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งปลูกฝังให้พนักงานตระหนักถึงบทบาท “เจ้าของความเสี่ยง” (Risk Ownership) ในขอบเขตหน้าที่ของตนเอง ตามหลักการป้องกันความเสี่ยง สามระดับ (Three Lines of Defense) ควบคู่กับการสร้างบรรทัดฐานในการประเมินและติดตามความเสี่ยงใหม่ (Emerging Risks) อย่างสม่ำเสมอ ใน**ธุรกิจโรงแรม** ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ ถูกบูรณาการเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจด้านการลงทุน การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ เพื่อรักษาศักยภาพการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว สำหรับ**ธุรกิจอาหาร** กำหนดให้การออกสินค้าใหม่ต้องได้รับการทบทวนเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความปลอดภัยของอาหาร ตั้งแต่ในขั้นตอนวัตถุดิบจากผู้ค้า ไปจนถึงกระบวนการผลิตและการส่งมอบบริการถึงมือลูกค้า

การอบรม เรื่องการบริหารความเสี่ยง และ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ประจำปี 2568

1

- การบริหารความเสี่ยงคืออะไร
- หลักการบริหารความเสี่ยง
- ตัวอย่างเหตุการณ์ในธุรกิจโรงแรม

2

- ทำไมเราถึงต้อง PDPA
- 8 เรื่องจำเป็นที่ต้องรู้เกี่ยวกับ PDPA สำหรับธุรกิจโรงแรม
- ตัวอย่างเหตุการณ์ในธุรกิจโรงแรม

หัวข้อการเรียนรู้ทั้งหมด 2 วิชา วิชาละ 30 นาที

ทำแบบทดสอบหลังเรียนจำนวน 40 ข้อ สำหรับการอบรม 2 หัวข้อ

หลักสูตรนี้เป็นหลักสูตรภาคบังคับ* พนักงานและผู้บริหารทุกคนต้องเข้าอบรมและผ่านการทดสอบ 40 ข้อ จึงจะผ่าน

การส่งเสริมการสร้างสรรคนวัตกรรมในองค์กร (Promotion of Innovation Creation in Organization)

บริษัทให้ความสำคัญในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตามค่านิยมหลักองค์กร I-CARE ซึ่งมีบทบาทในการสร้างการทำงานที่มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ จึงส่งเสริมการเรียนรู้ของพนักงานให้สามารถประยุกต์ใช้ทั้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการทำงาน

ธุรกิจโรงแรม ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น IT Knowledge Sharing, IT Newsletter และ IT Talk ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความรู้และส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI ในการทำงานและชีวิตประจำวัน ภายใต้หัวข้อสำคัญ เช่น Technology Assistant Tools 2025 และ Microsoft Copilot: AI in Daily Operations พร้อมทั้ง บริษัทได้นำ Internal Support Chatbot (Ask Gen) มาใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนภายในองค์กร เพื่อให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามด้าน IT และ HR อย่างรวดเร็ว ช่วยลดระยะเวลาการรอคอย และสร้างมาตรฐานเดียวกันในการสื่อสารภายในองค์กร

นอกจากนี้ ยังได้จัดตั้ง AI Community Hub เพื่อเป็นพื้นที่ในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้าน AI ระหว่างพนักงาน ส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกัน และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ โดยมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความโดดเด่นในการนำ AI มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน (AI Champion) พร้อมมอบประกาศนียบัตรรับรองจากบริษัท เพื่อยกย่องเป็นต้นแบบในการใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

ธุรกิจอาหาร ได้ต่อยอดการจัดการประกวดนวัตกรรมประจำปีอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2566 ในปีนี้มีการจัดกิจกรรม ภายใต้ชื่อ “The Sustainable Innovation” เป็นการรวมตัวของนวัตกรรมเพื่อสร้างองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับแนวโน้มความยั่งยืนขององค์กร เช่น นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้ารวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงาน นวัตกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด ลดการใช้พลังงาน ลดขยะ ลดมลพิษ และลดการสูญเสียอย่างองกริพยากรโดยยังคงสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและลูกค้า นวัตกรรมที่จะสร้างการเติบโตไปพร้อมกับผู้มีส่วนได้เสียไม่ว่าจะเป็นการเติบโตทางธุรกิจ การเพิ่มผลิตภาพในการทำงาน นอกจากนี้มีการจัดให้มีการเรียนการสอน AI ขึ้นพื้นฐาน ให้กับพนักงานทั้งองค์กรและจัดประกวดการใช้นวัตกรรม AI ระดับองค์กรในการแต่งภาพ เพื่อให้กระตุ้นให้พนักงานเรียนรู้ และมีส่วนรวมในการใช้ AI แบบพื้นฐาน

Be part of the movement **AI community Hub**

Celebrate Our Champions

CEO's Message (Khun Thirayuth Chirathivat) 3 December 2025

AI Carriers Hotels & Resorts. Innovation is at the heart of everything we do. AI is not just a tool it's a partner that empowers us to deliver exceptional guest experiences and work smarter. I encourage each of you to explore and embrace the approved AI tools such as Microsoft Copilot. Carve in daily work to unlock new potential in yourself. A big thank you to everyone who joined our AI Community Hub competition—your creativity and enthusiasm inspire us all. Congratulations to our winners for leading the way in shaping the future of company with AI!

Together, we're building an AI-driven culture that empowers everyone to work smarter and deliver exceptional experiences moving toward a future of innovation.

As the program concludes, we are excited to celebrate and announce our AI Champions—individuals who have demonstrated exceptional innovation, leadership, and commitment to driving AI adoption across the organization.

AI Champion Award winners

- Prasanna Lakshminarasimhan (CRM)
- Suphisa Thirathivat (CRM)
- Worana Thirathivat (CRM)

Consolation Prize Recipients

- Parvati Anandaraman (CRM)
- Jonas Spittel (CRM)
- Chitra Thea (CRM)
- Anus Kuntanahit (CRM)

Join the AI Community Hub to explore ideas, share knowledge, and grow together. For any inquiries, please don't hesitate to contact us via Support@chr.co.th

CRG อยากชวนทุกคนมาสนุกกับ AI

GEN ภาพโปรไฟล์สุดวิาว! ด้วย Gemini

ลุ้นรับรางวัลจาก CRG PEOPLE

เพียงแค่ Generate ภาพตัวคุณเองให้ออกมาในสไตล์ไหนก็ได้ตามใจชอบ แต่ขอแค่มี Product ของ CRG แบนด์ไหนก็ได้ที่อยู่ในภาพ

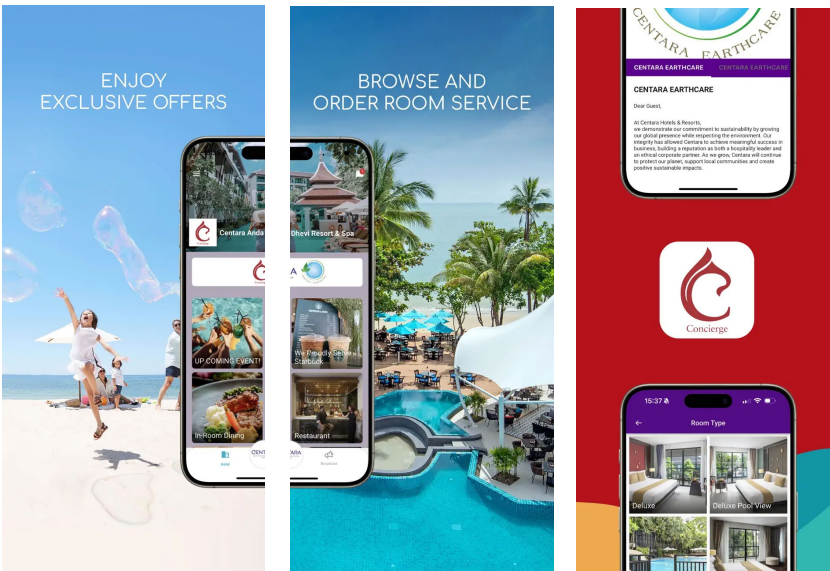
*ไฟล์ภาพที่โพสต์คือ! พร้อมใส่ชื่อ-นามสกุล แบนด์ และแฮชแท็ก #crgpeople #crggenภาพวิาวใจ! แร่วนส่งรูปพร้อมคำอธิบายไฟล์ชื่อ AI ไปคือเจิ้น

CRG PEOPLE ร่วมนุกได้ตั้งแต่วันที่ - 30 กันยายน 2568 HR - People Experience

นวัตกรรมในการให้บริการและการดำเนินงาน (Service and Operational Innovation)

บริษัทมุ่งผลักดันการพัฒนานวัตกรรมด้านการให้บริการและการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและลดการใช้ทรัพยากรและต้นทุนอย่างเป็นรูปธรรม โดยวางบทบาทของเทคโนโลยีเสมือนเป็น “สมอง” (Brain) ให้กับแต่ละแผนก ทั้งในด้านการขาย การให้บริการ การปฏิบัติงานภายใน ทั้งนี้ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ศึกษาเทคโนโลยีใหม่ (Emerging Technology) เข้ามาทดสอบ นำร่อง และประยุกต์อย่างต่อเนื่อง เพื่อคัดเลือกและพัฒนาโซลูชันที่เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะของแต่ละหน่วยงาน

ในธุรกิจโรงแรม บริษัทได้จัดทำแผนการรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างเป็นระบบ (Digital Channel and Technology Roadmap) เพื่อกำหนดทิศทางการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างเป็นขั้นตอน โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงการดำเนินงานระหว่างโลกดิจิทัลกับการให้บริการลูกค้าอย่างไร้รอยต่อ ซึ่งช่วยยกระดับประสบการณ์ลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ การนำระบบงานอัตโนมัติด้านการขาย (Pre-arrival Upselling Platform) มาใช้เพื่อเสนอสินค้าและบริการเสริมแก่ลูกค้าหลังการจอง และในระหว่างการเข้าพัก ในปี 2568 โรงแรมได้ขยาย Centara Concierge Application ไปยังโรงแรมในเครือเพิ่มเติมอีก 5 แห่ง รวมเป็นทั้งสิ้น 23 แห่ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการสื่อสารระหว่างลูกค้าและพนักงานผ่านช่องทางดิจิทัลแบบครบวงจร ซึ่งช่วยลดสัดส่วนข้อร้องเรียนร้อยละ 6 จากปี 2567 ที่มีการใช้งาน นอกจากนี้ บริษัทยังคงเดินหน้าดำเนินโครงการด้านดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบรายงานแบบไร้กระดาษ (Paperless Reporting) เพื่อใช้ติดตามผลการดำเนินงานภายในองค์กร ระบบการจัดส่งเอกสารให้ลูกค้าผ่านอีเมล (Digital Folio) รวมถึงการพัฒนาระบบ Digital Coupon & Voucher ต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ซึ่งทำให้ได้รับรางวัล Asian Management Excellence Awards 2025 จากโครงการดังกล่าว โดยได้ต่อยอดสู่การใช้ Digital Keycard ที่บรรจุมูลค่าคูปองอาหารหรือบริการอื่นๆ ภายในบัตรเข้าห้องพัก ซึ่งช่วยลดการใช้กระดาษ เพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้า และเปิดโอกาสในการสร้างรายได้ผ่านระบบดังกล่าวกว่า 46.21 ล้านบาท พร้อมทั้งลดการใช้กระดาษจากการพิมพ์คูปอง บัตรกำนัล และสื่อส่งเสริมการขาย



ในปี 2568 ฝ่ายการตลาดและฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ยังได้ร่วมกันพัฒนา Centara Application ภายใต้แนวคิด All-in-One Travel Companion เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำด้านการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและนวัตกรรมที่ยืดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และตอบสนองพฤติกรรมลูกค้ากว่าร้อยละ 70 ที่ทำการจองห้องพักผ่านอุปกรณ์มือถือ ทั้งนี้ คาดว่าจะสามารถเพิ่มจำนวนสมาชิก CentaraThe1 ได้ประมาณ 150,000 รายต่อปี และช่วยผลักดันการจองห้องพักโดยตรง (Direct Booking) ให้เติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5 ต่อปี อีกทั้งยังช่วยลดการพึ่งพาช่องทางการจองผ่านแพลตฟอร์มตัวกลาง ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อการเพิ่มรายได้และความสามารถในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว



ธุรกิจอาหาร ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานและยกระดับมาตรฐานให้เป็นแบบอย่างในอุตสาหกรรมร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง โดยได้นำระบบการจัดการคลังสินค้า (Transfer Warehouse) มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและเคลื่อนย้ายสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ช่วยรักษาคุณภาพวัตถุดิบ ลดการสูญเสีย และประหยัดต้นทุนในการดำเนินงาน ในด้านการให้บริการหน้าร้าน บริษัทได้ปรับใช้ระบบสั่งอาหารผ่านช่องทางดิจิทัล (Digital Ordering System) เช่น Tablet, QR Code และ Kiosk ซึ่งช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำ Chatbot มาใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น LINE Official Account และ KFC Chatbot ซึ่งช่วยลดภาระงานของพนักงาน ลดต้นทุนด้านบุคลากร และขยายการให้บริการให้ครอบคลุมลูกค้าหลากหลายกลุ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถสื่อสารได้อย่างสะดวก ลดข้อจำกัดด้านภาษา และเข้าถึงบริการได้ง่ายขึ้น

ควบคู่กันนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมด้านอาหารผ่านศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหาร “Delicious Lab” ภายใต้แนวคิด “Where Innovation Meets Taste - ผสานนวัตกรรม สู่รสชาติที่เหนือกว่า” โดยมุ่งเน้น 3 เป้าหมายหลัก ได้แก่ (1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อกระตุ้นยอดขาย (2) การสร้างความแตกต่างด้านรสชาติและความคิดสร้างสรรค์ และ (3) การคิดสรรวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดของเสีย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคอย่างสมดุล อีกทั้ง บริษัทยังดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้า รักษามาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหาร ซึ่งช่วยสนับสนุนการขยายฐานลูกค้าใหม่ ควบคู่กับการรักษาฐานลูกค้าเดิม และสร้างโอกาสทางการตลาดที่หลากหลาย



คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

บริษัทยกระดับมาตรฐานในการให้บริการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุด และการสร้างมูลค่าตลอดความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Lifetime Value) ในระยะยาว ควบคู่กับการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการอย่างต่อเนื่อง บริษัทมุ่งเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจในบริการและผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน ถูกต้องตามหลักจริยธรรม และสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า (Inclusive Service Excellence) และครอบคลุมไปยังกลุ่มเปราะบางด้วย

ธุรกิจโรงแรม บริษัทมีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของลูกค้าย่างเท่าเทียมทุกกลุ่ม สำหรับกลุ่มครอบครัวและเด็ก ได้จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก และมีบาร์ที่คิดสรรเฉพาะสำหรับการเข้าพักแบบครอบครัว รวมถึงการพัฒนาประสบการณ์เฉพาะภายใต้แบรนด์ Centara Mirage อาทิ Candy Spa, Kid Check-in และ Kid Club ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญดูแลอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มั่นใจในความปลอดภัยและความเหมาะสมตามช่วงวัยของกลุ่มลูกค้าที่เป็นเด็ก สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการ บริษัทได้จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับความต้องการเฉพาะด้าน และออกแบบพื้นที่ให้อัปเดตการเข้าถึง (Accessibility) พร้อมคำนึงถึงความปลอดภัยในการเข้าพัก ขณะเดียวกัน สำหรับลูกค้าที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยง บริษัทได้พัฒนาโรงแรมภายใต้แนวคิด Pet-Friendly Hotels ซึ่งปัจจุบันมีให้บริการแล้ว 9 แห่งทั่วประเทศไทย

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลคุณภาพอย่างเป็นระบบ ใน**ธุรกิจโรงแรม** มีการทบทวนเกณฑ์การตรวจประเมินคุณภาพภายในและมาตรฐานแบรนด์เป็นประจำทุกปี (Internal Quality and Brand Standards Audit) เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนมาตรฐานการดำเนินงาน พร้อมสนับสนุนให้โรงแรมในเครือได้รับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐานด้านความยั่งยืน Global Sustainable Tourism Council (GSTC) มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) และ Good Hygiene Practices (GHP) มาตรฐานด้านระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร (ISO 22000) มาตรฐานสากลระบบการจัดการความยั่งยืนสำหรับการจัดงาน (ISO 20121) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ในส่วน**ธุรกิจอาหาร** มีเป้าหมายในการลดข้อร้องเรียนด้านความปลอดภัยอาหารในทุกช่องทาง โดยกำหนดให้ผลการดำเนินงานด้านมาตรฐานไม่ต่ำกว่าร้อยละ 81 ซึ่งในปี 2568 มีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 81 นอกจากนี้มีการดำเนินการควบคุมคุณภาพ (Quality Audit) โดยการสุ่มตรวจสาขาแบบไม่แจ้งล่วงหน้า อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อประเมินการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ พร้อมปฏิบัติตามมาตรฐานแบรนด์อย่างเคร่งครัด เช่น แบรินต์เคอพีซี มีการตรวจประเมิน ROCC (Restaurant Operations Compliance Checks) ครบร้อยละ 100 และมี 5 สาขาได้รับการรับรองมาตรฐาน SAN และ 26 สาขา สำหรับมาตรฐาน SAN Plus จากกรมอนามัย สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพโภชนาการ ความปลอดภัยของอาหาร และมาตรฐานการบริการในทุกมิติ

การพัฒนาคุณค่าทางโภชนาการสำหรับลูกค้า (Health and Nutrition)

ธุรกิจโรงแรม ให้ความสำคัญด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพผ่านการดูแลด้านสุขภาพรอบด้าน ภายใต้โครงการ Staying Well Program ทั้งด้านโภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดี โดยมีการจัดเตรียมตัวเลือกเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ (Nutritional Food) คิดเป็นร้อยละ 40 ของเมนูทั้งหมด เช่น อาหารปราศจากกลูเตน, อาหารโซเดียมต่ำ, อาหารพลังงาน, รวมถึงเมนูมังสวิรัต นอกจากนี้ โรงแรมในเครือได้ดำเนินโครงการปลูกพืชผักสวนครัวและสมุนไพรภายในพื้นที่โรงแรม ตามแนวคิด Farm to Fork และ Food as Medicine เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่สด สะอาด ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันมีโรงแรมในเครือจำนวน 25 แห่งที่จัดทำแปลงผักและสมุนไพรในพื้นที่ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 14

ผลการดำเนินโครงการที่สำคัญ

โครงการ “ฟาร์มผักออร์แกนิกลอยฟ้า”

เซ็นทารา แกรนด์ และบางกอกคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ 1,300 ตารางเมตรบนอาคารอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ในปี 2568 มีการวางแผนปลูกพืชผักรวม 20 ชนิด รวมถึงดอกไม้ที่สามารถรับประทานได้ เพื่อใช้ห้องอาหารตลอดทั้งปี ควบคุมการนำขยะอาหารและเศษผักผลไม้ที่เกิดจากการดำเนินงานภายในโรงแรม 12,044 กิโลกรัม มาผลิตเป็นปุ๋ยหมักสำหรับใช้ในฟาร์ม และสามารถเก็บเกี่ยวผักออร์แกนิกได้ 4,798 กิโลกรัม ส่งผลให้สามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายได้ประมาณ 570,000 บาท ทั้งยังช่วยส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของลูกค้าและสอดคล้องกับแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนและเป้าหมายความยั่งยืนขององค์กร



โครงการ “อาหารเป็นยา”

เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ ได้ต่อยอดแนวคิด “กินสมุนไพรอยู่ดี” จากปีที่ผ่านมา โดยยกระดับสู่แนวคิด “อาหารเป็นยา (Food as Medicine)” ผ่านการสร้างความร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อนำสมุนไพรไทยสดจาก อุทยานธรรมชาติวิทยาสิรินธรฯ รวมถึงสมุนไพรที่ปลูกภายในโรงแรม มาประยุกต์ใช้ในการปรุงอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสคุณค่าประโยชน์ของสมุนไพรไทยในทุกมื้ออาหาร โดยเน้นการปรุงอาหารที่ไม่เติมน้ำตาล พร้อมทั้งส่งเสริมการออกแบบเมนูที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ ส่งเสริมให้สังคมตระหนักถึงการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน



ธุรกิจอาหาร มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาเมนูเพื่อสุขภาพให้มีความสอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของแต่ละแบรนด์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีทีม Food Innovation และ Delicious Lab เป็นหน่วยงานหลักในการวิจัยและคิดค้นสูตรอาหารที่ลดน้ำตาล ลดโซเดียม และลดไขมันทรานส์ พร้อมทั้งประยุกต์แนวคิดการนำแนวคิดอาหารจากพืช (Plant-Based) อาหารสด (Raw Food) และอาหารที่ไม่ผ่านการแปรรูป (Unprocessed Food) มาใช้ในการพัฒนาเมนูให้มากยิ่งขึ้น บริษัทตั้งเป้าหมายให้ทุกแบรนด์มีเมนูทางเลือกเพื่อสุขภาพอย่างน้อย 1 เมนู ปัจจุบันสัดส่วนเมนูอาหารเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 3 ของเมนูทั้งหมด ตัวอย่างเช่น เมนูสลัดปลาดีโคเชนของ โอโตโยะ และเมนูแกงส้มไก่เจียวผ่างอง ไทยเกอร์ส นอกจากนี้ แนวทางการดำเนินงานยังมุ่งเน้นการเพิ่มปริมาณโปรตีนใน 1 มื้ออาหารให้เหมาะสมตามหลักโภชนาการ และในส่วนของการส่งเสริมได้มีการใช้แนวทางเลือก เช่น นมไอศ และนมถั่วเหลือง ภายใต้แบรนด์อาริกาโตะ การดำเนินงานดังกล่าวยังสอดคล้องกับหลักการและแนวทางของภาครัฐในการร่วมรณรงค์สร้างความตระหนักเกี่ยวกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ในสังคม ตอกย้ำบทบาทของธุรกิจอาหารในการสนับสนุนสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaint Management)

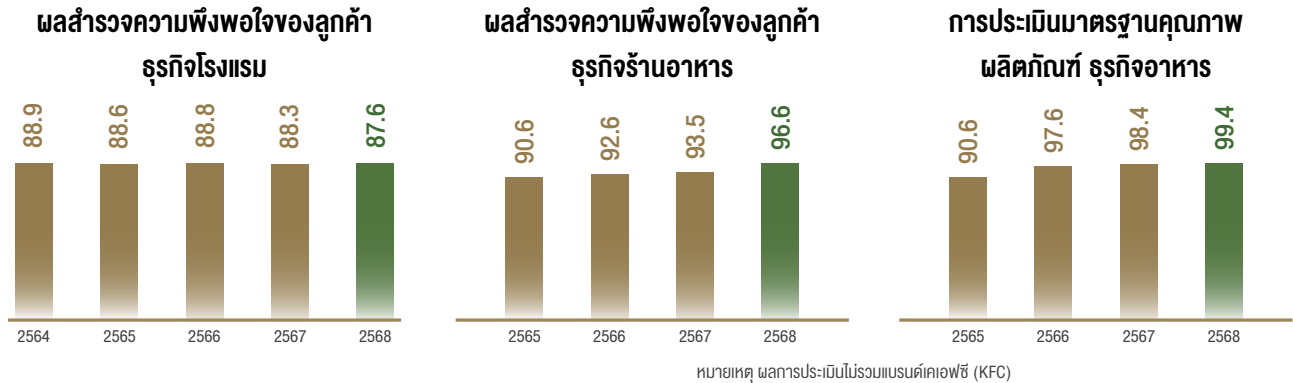
ธุรกิจโรงแรม ตั้งเป้าหมายแก้ไขข้อร้องเรียนของลูกค้าให้ได้รับร้อยละ 100 ระหว่างการเข้าพัก ซึ่งกำหนดให้จัดการภายใน 3 ชั่วโมงหลังจากได้รับเรื่องร้องเรียนพร้อมติดตามและจัดการข้อร้องเรียนหลังการเข้าพักอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยสะท้อนผ่านคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (GSS)

ธุรกิจอาหาร มุ่งแก้ไขข้อร้องเรียนผ่านคอลเซ็นเตอร์และช่องทางแบบฟอร์มออนไลน์ โดยกำหนดให้ตอบสนองและดำเนินการแก้ไขภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการและประสบการณ์ลูกค้า

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Evaluation)

ธุรกิจโรงแรม ประยุกต์ใช้ระบบ Review Pro ซึ่งเป็นระบบบริหารจัดการชื่อเสียงออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ โดยระบบจะทำการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้าผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่

- การรีวิวผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Reviews): ระบบจะดึงข้อมูลการรีวิวและคะแนนความพึงพอใจจากเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายห้องพักออนไลน์ (OTAs) และเว็บไซต์ท่องเที่ยวชั้นนำต่างๆ ที่ลูกค้าได้เข้าไปแสดงความเห็นไว้
- แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า (Guest Surveys): การจัดส่งแบบสอบถามความพึงพอใจ (Guest Satisfaction Survey) ไปยังลูกค้าโดยตรงผ่านทางอีเมลหลังจากที่ลูกค้าได้เข้าพักและเช็คเอาท์เรียบร้อยแล้ว



ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจโรงแรม คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมทุกแบรนด์ (Guest Satisfaction Survey Score : GSS) ปี 2568 ร้อยละ: 87.6 (เป้าหมายร้อยละ 88) คะแนนความสามารถในการแข่งขันเชิงคุณภาพการให้บริการ (Quality Competitive Index: QCI) ร้อยละ: 101.6 เทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 102 ดัชนีวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Guest Review Index :GRI) คือร้อยละ 89.2 (เป้าหมายร้อยละ 90) สำหรับดัชนีความภักดีของลูกค้า (Net Promoter Score: NPS) สามารถทำได้ 51.2 คะแนน เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา 1.2 คะแนน โดยมีเป้าที่ 50 คะแนน

บริษัทดำเนินการสรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกเดือนเพื่อรายงานผลต่อฝ่ายบริหาร พร้อมจัดทำแผนดำเนินการรองรับเพื่อยกระดับการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องจากนั้นนำเสนอผลการสำรวจต่อคณะกรรมการความเสี่ยง การกำกับดูแลและความยั่งยืน รวมถึงคณะกรรมการบริษัทเป็นรายไตรมาส จากข้อร้องเรียนผ่านช่องทางออนไลน์และแบบสอบถามที่รวบรวมมา บริษัทได้นำประเด็นสำคัญมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการผ่าน 3 แนวทางหลัก ได้แก่ 1) การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที เพื่อลดข้อร้องเรียนตั้งแต่ต้นเหตุ (Centara Concierge Application) 2) การพัฒนาความหลากหลายของเมนูอาหารในโรงแรมให้ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า โดยยังคงให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัยของวัตถุดิบ เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานของอาหาร 3) บริษัทยังมีแผนปรับปรุงและพัฒนาสถานที่อย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางให้มีความเหมาะสมและใช้งานได้ง่าย ควบคู่กับการดูแลระบบซ่อมบำรุง เพื่อป้องกันปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ธุรกิจอาหาร บริษัทได้นำแบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้าออนไลน์ (Online Customer Satisfaction Survey) มาใช้ควบคู่กับระบบตรวจสอบคุณภาพบริการจากมุมมองของลูกค้า (Mystery Shopper) เพื่อให้สามารถประเมินและวิเคราะห์ประสบการณ์ของลูกค้าได้อย่างแท้จริง และนำผลการประเมินมาประมวลผล วิเคราะห์และสรุปรายงานเป็นรายเดือน นอกจากนี้ บริษัทได้รวบรวมและติดตามข้อมูลผ่านระบบ CRG Food Tracker ซึ่งช่วยรวบรวมผลความพึงพอใจของลูกค้าและระบุประเด็นที่ต้องปรับปรุงได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการเป็นไปอย่างรอบด้าน

ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจอาหาร ผลการประเมินจากระบบ CRG Food Tracker พบว่าความพึงพอใจในด้านรสชาติและคุณภาพของอาหารที่เป็นไปตามมาตรฐาน โดยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ร้อยละ 96.6 และการประเมินมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่ที่ร้อยละ 99.4 นอกจากนี้ บริษัทได้ติดตามข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนจากทุกช่องทาง ทั้งหน้าร้านและแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ (Aggregator Delivery Apps) เป็นประจำทุกเดือน โดยในปี 2568 ได้มีการติดตามแผนการดำเนินงานจากฝ่ายปฏิบัติการและวิเคราะห์สาเหตุของข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ บริษัทจึงตอบสนองต่อข้อร้องเรียนด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสั่งอาหาร เช่น Digital Menu และ Digital Kiosk เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและความสะดวกในกระบวนการสั่งซื้อสินค้า ควบคู่กับการทบทวนการวางแผนการผลิตสินค้าและการจัดสรรกำลังคนให้เหมาะสม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการ จากการปรับปรุงดังกล่าว ส่งผลให้ผลการดำเนินงานด้านยอดขายสาขาเดิม (Same Store Sales Growth) ปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะแบรนด์ Katsuya เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และมีจำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าลดลง

การคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Data Privacy Protection)

บริษัทบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล โดยกำหนดเป็นประเด็นภายใต้ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance Risk) ที่องค์กรให้ความสำคัญ พร้อมจัดทำนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อสื่อสารให้ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ รวมถึงดำเนินการขอความยินยอมในการเก็บรวบรวม ประมวลผล และแบ่งปันข้อมูลภายใต้ระบบนิเวศข้อมูล (Data Ecosystem) ของกลุ่มเซ็นทรัล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงสถิติและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

บริษัทปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 อย่างเคร่งครัด และยึดหลักการไม่ยอมรับการกระทำที่ฝ่าฝืนโดยเด็ดขาด (Zero Tolerance) โดยผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่กำหนด พร้อมเสริมสร้างความรู้และความตระหนักรู้แก่บุคลากรทุกระดับผ่านการอบรมหัวข้อ “การบริหารความเสี่ยงและ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” เป็นประจำทุกปี ซึ่งพนักงานเข้ารับการอบรมและผ่านการทดสอบครบถ้วนร้อยละ 100

ในด้านโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทได้พัฒนาระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล โดยมีหน่วยงานบริหารโครงสร้างพื้นฐานและการปฏิบัติการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Secured Infrastructure & Operation Management) ดูแลโครงสร้างพื้นฐานและระบบสำคัญ เช่น ระบบป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล (Data Loss Prevention) ควบคู่กับการบริหารจัดการข้อมูลตามระดับชั้นความสำคัญ (Data Classification) การควบคุมสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล (Access Control) และการเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) เพื่อป้องกันการเข้าถึงหรือการใช้ข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต หนะเดียวกัน หน่วยงานกำกับดูแล บริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Governance, Risk and Compliance Management) รับผิดชอบการกำหนดนโยบาย มาตรฐาน และแนวปฏิบัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมทั้งกำกับดูแลให้ทุกหน่วยงานปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด รวมทั้งมีการทบทวนกระบวนการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดหลักการเก็บข้อมูลเท่าที่จำเป็น (Data Minimization) และใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด นอกจากนี้ บริษัทมีการตรวจสอบภายใน ที่ได้รับการประเมินจากหน่วยงานภายนอก และการกำกับติดตามโดยเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer) ของกลุ่มเซ็นทรัล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

อ่านนโยบายความเป็นส่วนตัว เพิ่มเติม 

การบริหารความเสี่ยงด้านข้อมูลสารสนเทศ ดิจิทัล และไซเบอร์ (Information Security, Digital and Cybersecurity Risk Management)

การบริหารความเสี่ยงด้านข้อมูลสารสนเทศ ดิจิทัล และไซเบอร์ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยี โดยมุ่งพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทมีการทบทวนนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศเป็นประจำทุกปี โดยนโยบายนี้ครอบคลุมเรื่องความปลอดภัยสารสนเทศ บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยสารสนเทศสำหรับองค์กร ความปลอดภัยด้านทรัพยากร การบริหารจัดการทรัพย์สิน การควบคุมการเข้าถึง การใช้งานการเข้ารหัสข้อมูล การสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางการภาพและสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยสำหรับข้อมูลชีวมิติ ความมั่นคงปลอดภัยสำหรับการดำเนินงาน ความมั่นคงปลอดภัยสำหรับการสื่อสารข้อมูล การจัดหา-การพัฒนาและการบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ การบริหารความสัมพันธ์ผู้ให้บริการภายนอก ความปลอดภัยทางไซเบอร์สำหรับปัญญาประดิษฐ์ การบริหารจัดการเหตุการณ์ความปลอดภัยสารสนเทศ การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ การปฏิบัติตามข้อกำหนดความปลอดภัยด้านสารสนเทศ การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงด้านสารสนเทศ พร้อมดำเนินการทดสอบระบบความปลอดภัยอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง และรายงานสถานะเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงทั้งจากปัจจัยภายในและแนวโน้มภัยคุกคามจากภายนอกต่อผู้บริหาร และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และความยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างการรับรู้และสนับสนุนการวางแผนป้องกันได้อย่างทันถ่วงที

ในเชิงปฏิบัติ บริษัทได้นำเทคโนโลยีด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่ได้มาตรฐานมาใช้ เช่น ระบบตรวจจับและตอบสนองภัยคุกคามในอุปกรณ์ปลายทาง (Endpoint Detection and Response) ระบบป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล (Data Loss Prevention) การประเมินช่องโหว่ด้านความปลอดภัยของระบบ (Vulnerability Assessment) และระบบเฝ้าระวังเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยของสารสนเทศ (Security Information and Event Monitoring: SIEM) พร้อมเฝ้าระวังตลอด 24 ชั่วโมงโดยผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินงานดังกล่าวขับเคลื่อนผ่าน 2 หน่วยงานหลัก ได้แก่ หน่วยงานบริหารโครงสร้างพื้นฐานและการปฏิบัติการด้านความมั่นคงปลอดภัย และหน่วยงานกำกับดูแล บริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

นอกจากนี้ บริษัทยังเสริมสร้างความเชื่อมั่นด้านการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยมีการทบทวนและพัฒนาระบบให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO/IEC27001: 2022 ด้านระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Management System: ISMS) อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ควบคู่กับการส่งเสริมความรู้และความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์แก่บุคลากร โดยพนักงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้รับการอบรมจากผู้เชี่ยวชาญภายนอกเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ดีด้านความปลอดภัยไซเบอร์ (Best Practice of Cybersecurity) หนะที่พนักงานทั่วไปเข้ารับการอบรมด้านความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยสารสนเทศ เช่น 2025 KnowBe4 Security Awareness Training, Security Culture and You และ Phishing: Don't Get Reeled In ครบถ้วนร้อยละ 100 ตามเป้าหมายที่กำหนด



การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence Risk Management)

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์การกำกับดูแลการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ภายใต้นโยบายการรักษาความปลอดภัยสารสนเทศ โดยการนำระบบ AI มาใช้งานต้องผ่านกระบวนการพิจารณาและกำกับดูแลในระดับเดียวกับการจัดหาซอฟต์แวร์ขององค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าการใช้งานสอดคล้องกับนโยบายความปลอดภัยของข้อมูล และไม่ขัดต่อนโยบายการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมการเข้าถึงและการใช้งานความสามารถของระบบ AI ที่มีความอ่อนไหว พร้อมดำเนินการประเมินและบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) และความถูกต้องของข้อมูลขององค์กร ทั้งนี้ การใช้งาน AI ยังคงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของบุคลากร เพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างมีความรับผิดชอบ นอกจากนี้ บริษัทได้จัดตั้ง AI Community Hub เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ พร้อมทั้งสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการใช้ AI อย่างมีจริยธรรม โดยมีทีมเทคโนโลยีสารสนเทศให้คำแนะนำและสนับสนุนการใช้งานอย่างเหมาะสม

กระบวนการตรวจสอบระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศและการยกระดับเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Information Security System Audit Process and Cybersecurity Incident Escalation)

บริษัทกำหนดมาตรการและขั้นตอนการตรวจสอบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมการประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของคู่ค้าก่อนเริ่มให้บริการ (IT Third-Party Risk Assessment) เพื่อป้องกันและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านไซเบอร์อย่างรอบด้าน ภายในองค์กรมีการทดสอบ Phishing Test อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ครอบคลุมคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ นอกจากนี้ บริษัทดำเนินการทดสอบการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Test) ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญภายนอกเป็นประจำทุกปี เพื่อประเมินช่องโหว่ของระบบ (Vulnerability) ระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ขององค์กร พร้อมทั้งเข้าร่วมการทดสอบวัดระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์สำหรับบริษัทจดทะเบียนร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดกระบวนการรับมือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cybersecurity Incident Management Procedure) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น โดยเมื่อพบความผิดปกติ ผู้ตรวจพบหรือผู้ให้บริการระบบเฝ้าระวังความปลอดภัย (SIEM Service Provider) จะรายงานเหตุการณ์ตามระดับความรุนแรงไปยังผู้จัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (IT Security Manager) เพื่อวิเคราะห์และกำหนดแนวทางแก้ไข พร้อมยกระดับการดำเนินการไปยังผู้อำนวยการฝ่ายโครงสร้างพื้นฐานและปฏิบัติการด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ (Director of IT Secured Infrastructure & Operation Management) และรายงานต่อประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยีตามลำดับ ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดแผนการยกระดับการจัดการเหตุการณ์ฉุกเฉิน (CHR Crisis Escalation Flow) เพื่อรองรับเหตุการณ์ที่รุนแรงเพื่อสนับสนุนความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

การใช้สิทธิเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล (Request for Exercising Personal Data Rights)

ในปี 2568 “ไม่พบ” ข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ละเมิดหรือความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล และ “ไม่มี” กรณีการนำข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลไปใช้เกินกว่าวัตถุประสงค์หลักในการเก็บรวบรวม (Secondary Purposes) อย่างไรก็ตาม บริษัทได้รับคำร้องขอใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลจำนวน 11 รายการ และได้ดำเนินการพิจารณาและตอบสนองตามกระบวนการที่กำหนดไว้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย

การกำกับดูแลและการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Governance and Management)

ความท้าทาย

- การดำเนินธุรกิจด้านอาหารและการบริการมีการพึ่งพาห่วงโซ่อุปทานของสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นอย่างมาก ซึ่งมีความอ่อนไหวและได้รับผลกระทบโดยตรงจากปัจจัยภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ และสถานการณ์โรคระบาดที่อาจส่งผลให้การผลิตและการส่งมอบวัตถุดิบเกิดความล่าช้าหรือหยุดชะงัก นอกจากนี้ บริษัทต้องดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าหลากหลายระดับ ตั้งแต่ผู้ประกอบการรายย่อยในระดับชุมชนไปจนถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งมีศักยภาพและความสามารถในการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนแตกต่างกัน ความไม่สม่ำเสมอดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานในหลายมิติ อาทิ ความมั่นคงของการจัดหาวัตถุดิบ ความพร้อมของสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงประเด็นด้านแรงงานและการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ดังนั้น หากไม่มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเหมาะสมและเป็นระบบ อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน ประสิทธิภาพทางธุรกิจ ชื่อเสียงขององค์กร ตลอดจนเป้าหมายด้าน ESG ของบริษัท

โอกาส

- บริษัทเล็งเห็นโอกาสในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ระดับผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนไปจนถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ ผ่านความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ตลอดจนการร่วมกันพัฒนานวัตกรรมและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงความสามารถในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดต้นทุนในการดำเนินงาน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีความแตกต่างและสามารถตอบโจทย์เฉพาะกลุ่มลูกค้าของบริษัทได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างผลการดำเนินงานทางการเงินในระยะยาว (Long-Term Financial Performance) นอกจากนี้ การกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมมิติด้าน ESG ยังช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงป้องกัน และกำหนดทิศทางการทำงานระหว่างบริษัทและคู่ค้าให้สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าร่วม และประโยชน์โดยรวมแก่หุ้นส่วนทางธุรกิจในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานภายใต้นโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน โดยมีการสื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้าให้ครอบคลุมถึงคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และหุ้นส่วนทางธุรกิจ ทั้งรายเดิมและรายใหม่ (Existing and New Business Partners and Suppliers) เพื่อให้รับทราบถึงความคาดหวังขององค์กรและสามารถดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบอยู่เสมอ ในธุรกิจโรงแรมได้นำระบบ E-Procurement และการจัดซื้อรวมศูนย์ เพื่อความโปร่งใสและลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน ในส่วนธุรกิจอาหารได้จัดกิจกรรม “Grow Glow Purchasing 2025” เสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะของพนักงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างตามหลักความยั่งยืน ให้เป็นไปตามตัวชี้วัดสำหรับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ควบคู่กับการตระหนักถึงการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกรูปแบบ การส่งเสริมการจ้างงานอย่างเป็นธรรม ตลอดจนการดูแลด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสุขอนามัยของแรงงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน ขณะเดียวกัน บริษัทยังจัดให้มีช่องทางการรับร้องเรียนและข้อเสนอแนะผ่านกลไกการแจ้งเบาะแส เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถสะท้อนข้อกังวลหรือแจ้งเหตุที่อาจไม่สอดคล้องกับจรรยาบรรณและแนวปฏิบัติของบริษัท ช่วยให้นักบริหารสามารถป้องกัน ตรวจสอบ และจัดการประเด็นความเสี่ยงได้อย่างทันก่วงที่

บริษัทยังมีบทบาทในการสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ผ่านโครงการ CAC Change Agent 2025 อย่างต่อเนื่อง เป็นปีที่ 2 เพื่อยกระดับธรรมาภิบาลในห่วงโซ่อุปทานและขับเคลื่อนความยั่งยืนร่วมกัน ขณะเดียวกัน บริษัทมีการสุ่มประเมินคู่ค้าที่มีความสำคัญเป็นประจำทุกปี ทั้งในรูปแบบการลงพื้นที่ตรวจประเมิน การประเมินผ่านแบบสอบถาม และการประเมินผ่านระบบออนไลน์ โดยเฉพาะคู่ค้าใหม่ต้องได้รับการประเมินประเมินประเมินสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้นร้อยละ 100 ทั้งนี้บริษัทนำผลการประเมินมาจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพคู่ค้าที่เกี่ยวข้องกับบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม และรายงานต่อฝ่ายบริหารและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแนวปฏิบัติให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทสถานการณ์ปัจจุบันอยู่เสมอ



อ่านนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน



จรรยาบรรณคู่ค้า



ผลการดำเนินงาน

การจัดกลุ่มความสำคัญของคู่ค้า (Supplier Segmentation)

บริษัทได้วิเคราะห์ข้อมูลจากปริมาณการซื้อขายต่อปีระหว่างบริษัทและคู่ค้า เพื่อหาแนวทางในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ลดการพึ่งพาคู่ค้ารายเดียว และจัดทำบัญชีคู่ค้าสำรองสำหรับสินค้าที่จำเป็น (Critical items) โดยมีการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามความสำคัญต่อธุรกิจ คู่ค้าที่สำคัญมาก (Critical Tier 1) มีเพียงรายเดียวที่ไม่สามารถหาคู่ค้ามาทดแทนได้ กลุ่มคู่ค้าหลัก (Tier 1) ที่มีความสำคัญตามเกณฑ์ที่บริษัทได้กำหนดไว้ หากต้องเปลี่ยนหรือหาคู่ค้าอื่นมาทดแทนจะมีผลกระทบต่อภาระดำเนินงานในระดับสูง และกลุ่มคู่ค้ารอง (Non-Critical Tier 1) ที่มีปริมาณการซื้อขายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และมีความสำคัญต่อบริษัท ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อบริษัทหากต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือหาคู่ค้ามาทดแทน ทั้งนี้บริษัทได้ทำข้อตกลงระหว่างคู่ค้าถึงแนวทางการชำระเงินอย่างชัดเจน แบ่งเป็นระยะ 7 วัน 15 วัน และ 30 วัน และปฏิบัติตามเงื่อนไขอย่างเคร่งครัด โดยในปี 2568 ไม่มีการชำระเงินให้คู่ค้าเกินเวลาที่กำหนด และระยะเวลาเฉลี่ยของการชำระเงินคู่ค้าคือ 22 วัน

คู่ค้า	จำนวน (ราย)		ร้อยละของยอดสั่งซื้อทั้งหมด		จำนวนคู่ค้าที่ผ่านการตรวจประเมินปี 2568		จำนวนคู่ค้าที่ไม่ผ่านการประเมินปี 2568	
	ธุรกิจ โรงแรม	ธุรกิจ อาหาร	ธุรกิจ โรงแรม	ธุรกิจ อาหาร	ธุรกิจ โรงแรม	ธุรกิจ อาหาร	ธุรกิจ โรงแรม	ธุรกิจ อาหาร
จำนวนคู่ค้าทั้งหมด	2,841	1,262	100%	100%	749	689	0	0
คู่ค้าสำคัญ ที่ไม่สามารถหาคู่ค้าอื่นทดแทนได้ (Critical Tier 1)	0	10	0	4%	0	N/A	0	0
คู่ค้าหลัก ที่มียอดการสั่งซื้อมากกว่า 5 ล้าน (Tier 1)	91	155	47.54%	87%	12	N/A	0	0
คู่ค้ารอง ที่มียอดการสั่งซื้อต่ำกว่า 5 ล้าน (Non-Critical Tier 1)	2,750	1,097	52.46%	13%	661	N/A	0	0
คู่ค้ารายใหม่	76	51	5.40%	0.3%	76	N/A	0	0
คู่ค้าที่รับทราบจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า	1,989	357	70%	71%				
คู่ค้าที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน / SME	145	7	N/A	0.3%				
คู่ค้าที่อยู่ภายในรัศมีไม่เกิน 50 กิโลเมตร / อยู่ภายในจังหวัดเดียวกับสถานประกอบการ	2,215	238	74%	73%				
สัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าภายในประเทศ / ต่างประเทศ (%)			89 / 11	94 / 6				

การประเมินคู่ค้า (Supply Chain Assessment and Evaluation)

เนื่องจากกระบวนการคิดกรองคู่ค้า บริษัทให้ความสำคัญกับการติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้าแต่ละรายอย่างสม่ำเสมอ โดยทีมจัดซื้อของบริษัทมีการประเมินคู่ค้าเป็นประจำทุกปี ผ่านทั้งการประเมินเอกสาร (Desk Assessments) และการประเมิน ณ สถานประกอบการ (On-Site Assessments) ควบคู่กับการพิจารณาผลการตรวจประเมินจากหน่วยงานภายนอก เช่น มาตรฐาน ISO และ HACCP ซึ่งเป็นการรับรองด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของคู่ค้า กระบวนการดังกล่าวช่วยเพิ่มความโปร่งใสในการติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้า ทำให้สามารถระบุและประเมินความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจับเคลื่อนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรและความคาดหวังของลูกค้า

ธุรกิจโรงแรม บริษัทได้บูรณาการหลักการตรวจประเมินคู่ค้าให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ซึ่งครอบคลุมทั้งคู่ค้าท้องถิ่น (Local Suppliers) และผู้ผลิต (Manufactured Suppliers) โดยผสานเข้ากับหลักการจัดซื้อจัดจ้างขององค์กรใน 5 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) ศักยภาพด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ ที่มีการรับรองมาตรฐานคุณภาพ การส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลาและครบถ้วน ระบบการขนส่งนำเชื่อถือ 2) ศักยภาพด้านราคาและความสามารถในการผลิต 3) ศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรม และนำเสนอสินค้าใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการและเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท 4) การดูแลพนักงานของบริษัท การช่วยเหลือสังคม และดูแลสิ่งแวดล้อม 5) ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี ในปี 2568 ธุรกิจโรงแรมได้ดำเนินการตรวจประเมินคู่ค้าจำนวน 749 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.36 ของจำนวนคู่ค้าทั้งหมด

ธุรกิจอาหาร มีการกำกับดูแลและตรวจประเมินคู่ค้า โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์อุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry Level) ควบคู่กับแบบสำรวจด้านความยั่งยืนของคู่ค้า (Sustainability Survey) เพื่อประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลของคู่ค้าอย่างรอบด้าน ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวดำเนินการสอดคล้องกับจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติสำหรับคู่ค้า รวมถึงเป้าหมายด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่มุ่งสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินงาน (Operational Excellence) ครอบคลุมด้านประสิทธิภาพเชิงต้นทุนและเวลา ความยืดหยุ่นและความสามารถในการตอบสนอง (Resilience & Agility) ความโปร่งใสและตรวจสอบได้ (Transparency) ตลอดจนความยั่งยืนตามกรอบ ESG ในปี 2568 ธุรกิจอาหารได้ดำเนินการตรวจประเมินคู่ค้าจำนวน 689 ราย คิดเป็นร้อยละ 55 ของจำนวนคู่ค้าทั้งหมด

การสร้าง ความผูกพันกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน (Building Business Partner Engagement in the Supply Chain)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีแนวคิดและเป้าหมายร่วมกันในการขับเคลื่อนความยั่งยืน เพื่อลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน และเสริมสร้างความต่อเนื่องในการดำเนินงานอย่างราบรื่น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการยกระดับความสัมพันธ์กับคู่ค้าผ่านการจัดการประชุมและกิจกรรมร่วมกับคู่ค้าที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อสื่อสารแนวปฏิบัติและกลยุทธ์การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมประเด็นด้าน ESG การปรับตัวขององค์กรสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ตลอดจนแนวทางการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 เพื่อสร้างความร่วมมือเชิงรุกในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน พร้อมถ่ายทอดแนวปฏิบัติที่ดี รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการประเมินและพัฒนาคู่ค้าของบริษัท

ธุรกิจโรงแรม ได้จัดการประชุมร่วมกับคู่ค้าจำนวนทั้งสิ้น 108 ราย ภายใต้แนวคิด “Let’s Grow Together เติบโตไปด้วยกัน” โดยภายในงานได้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในองค์กร นักวิชาการด้านสิ่งแวดล้อมและสาธารณสุข เพื่อพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าในด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย มาตรฐานสุขอนามัย และแนวทางการจัดการของเสียที่สอดคล้องกับมาตรฐานของโรงแรม ตลอดจนสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการประเมินคู่ค้าบนพื้นฐานการประเมินความเสี่ยงของวัตถุดิบ อันเป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นให้คู่ค้ามีการพัฒนาและยกระดับการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง



ธุรกิจอาหาร ได้จัดการประชุมและกิจกรรมเสริมสร้างองค์ความรู้ทั้งในรูปแบบออนไลน์จำนวน 83 ครั้ง และออฟไลน์จำนวน 102 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมรวมกว่า 1,100 ราย โดยครอบคลุมหัวข้อสำคัญ อาทิ ความรู้ด้านระบบสุขอนามัย การอบรมและรายงานผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน การใช้เทคโนโลยีพื้นฐาน เช่น โปรแกรม ChatGPT และ Canva รวมถึงการแนะนำข้อกำหนดมาตรฐานด้านคุณภาพ (ISO 9001:2015) ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001:2015) และระบบการบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ISO 45001:2018) ตลอดจนการเข้าร่วมกิจกรรม SAP Spend Connect Innovation Day: Reimagine the Future of Procurement นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างคู่ค้าและฝ่ายปฏิบัติการของแต่ละแบรนด์ เพื่อร่วมสรุปและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมจัดเวิร์กชอปร่วมกันในการนำเสนอแนวทางปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยนำประเด็นสำคัญจากการหารือมาพัฒนาความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อเป้าหมายขององค์กร โดยมีโครงการที่เป็นรูปธรรม เช่น โครงการลดการใช้พลาสติกในการทำอาหารเพื่อลดพื้นที่ด้วยการใช้น้ำยาล้างพื้นชนิดไม่ต้องล้างน้ำออก ซึ่งสามารถลดการใช้น้ำได้ถึง 757,832 ลิตรต่อปี รวมถึงการใช้ถุงพลาสติกที่ผสมเม็ดพลาสติกรีไซเคิล 50% จากคู่ค้า 2 ราย เพื่อช่วยลดการใช้พลาสติกใหม่และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างหมุนเวียน (Circular Economy)

การใช้ผลิตภัณฑ์และหรือวัสดุที่ยั่งยืน (Sustainable Raw Materials)

บริษัทดำเนินนโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงสวัสดิภาพสัตว์ตามมาตรฐานสากล เพื่อส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ พร้อมทั้งบริหารจัดการความเสี่ยงด้าน ESG ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การเคารพสิทธิมนุษยชน การดูแลสวัสดิภาพสัตว์ และการคำนึงถึงความปลอดภัยในทุกขั้นตอน โดยสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนจากหน่วยงานภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อลดความเสี่ยงตั้งแต่กระบวนการผลิต วัตถุดิบ และบรรเทาความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ชื่อเสียง และข้อกำหนดด้านกฎระเบียบของธุรกิจในระยะยาว

ธุรกิจโรงแรม สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในโรงแรมในกลุ่มชาและกาแฟ บริษัทพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองด้านการค้าที่เป็นธรรม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น Fairtrade International, Rainforest Alliance และ UTZ Certified สำหรับกลุ่มบรรจุภัณฑ์และกระดาษ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากแหล่งป่าที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน Forest Stewardship Council (FSC) รวมถึงวัสดุที่ย่อยสลายได้และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น ISO 14001, TÜV, Biodegradable Products Institute (BPI) และมาตรฐาน European EN 13432 เพื่อให้ครอบคลุมจนถึงการจัดการของเสียหลังการใช้งาน ในส่วนของวัสดุประเภทสีและวัสดุก่อสร้าง บริษัทเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีการปล่อยสารระเหยอินทรีย์ต่ำ (Low VOC) และได้รับการรับรอง GREENGUARD เพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพและคุณภาพอากาศภายในอาคาร ขณะที่สินค้าอุปโภคบริโภคยังคงให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีการรับรองด้านความยั่งยืน เช่น มาตรฐาน Bonsucro รวมถึงฉลากโลกร้อน ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ และฉลากเขียว นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืนและคำนึงถึงสวัสดิภาพสัตว์โดยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เช่น MSC, ASC และ Dolphin-Safe รวมถึงมีโรงแรมในเครือ 7 แห่งที่ใช้ไข่ไก่จากการเลี้ยงแบบไม่ขังกรง (Cage-Free Eggs) จำนวน 119,359 ฟอง โดยในปี 2568 บริษัทมีสัดส่วนการจัดซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอย่างยั่งยืน (Sustainability Standards and Eco-labels) ประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่าการจัดซื้อทั้งหมด



ธุรกิจอาหาร ตระหนักถึงการพึ่งพิงสินค้าเกษตร (Agricultural Commodities) ที่ใช้ในกระบวนการผลิตและการให้บริการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การลดลงของความหลากหลายทางชีวภาพและประชากรสัตว์ สวัสดิภาพสัตว์ ตลอดจนความเสื่อมโทรมของการใช้ประโยชน์ที่ดิน บริษัทจึงมุ่งมั่นเป็นส่วนหนึ่งในการจับเคลื่อนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบ ในปี 2568 บริษัทได้ส่งเสริมการจัดซื้อวัตถุดิบที่มีมาตรฐานการผลิตอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการให้ความสำคัญด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหารในกลุ่มสินค้า ข้าว น้ำตาล กาแฟ และชา โดยมีสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าวเฉลี่ย ร้อยละ 35 ของปริมาณการจัดซื้อทั้งหมด ในด้านผลิตภัณฑ์จากสัตว์ บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดหาวัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ ครอบคลุม กลุ่มสัตว์น้ำ นม สุกร โค และสัตว์ปีก โดยมีสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองเฉลี่ยร้อยละ 20.7 ของปริมาณการจัดซื้อทั้งหมด ขณะเดียวกัน บริษัทยังสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสิ้น 39 รายการ คิดเป็นร้อยละ 9 ของยอดการสั่งซื้อสินค้าทั้งหมด ครอบคลุมสินค้าประเภท เนื้อสัตว์ 16 รายการ ไข่ 5 รายการ น้ำมัน 4 รายการ เครื่องดื่ม 9 รายการ และอื่นๆ 5 รายการ โดยบริษัทมีแผนเพิ่มสัดส่วนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองอย่างต่อเนื่องตามวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิต นอกจากนี้บริษัทได้ริเริ่มโครงการใช้ไข่ไก่จากการเลี้ยงแบบไม่ขังกรง (Cage-Free Eggs) ภายใต้โครงการนำร่อง ในแบรนด์ Salad Factory ครอบคลุมจำนวน 58 สาขา รวมปริมาณการใช้ 146,400 ฟอง

Green Finance Report

บริษัท ได้นำประเด็นด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมชาติมา เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจด้านการลงทุน เพื่อสนับสนุนและขับเคลื่อนความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ ได้จัดทำกรอบหลักการการระดมทุนเพื่อโครงการด้านสิ่งแวดล้อม (Green Finance Framework) ซึ่งต่อยอดจากกรอบหลักการการระดมทุนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน (Sustainability-linked Finance Framework) และได้ออกตราสารหนี้สีเขียวในปี 2568 วงเงินรวม 250 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดการใช้เงินดังต่อไปนี้

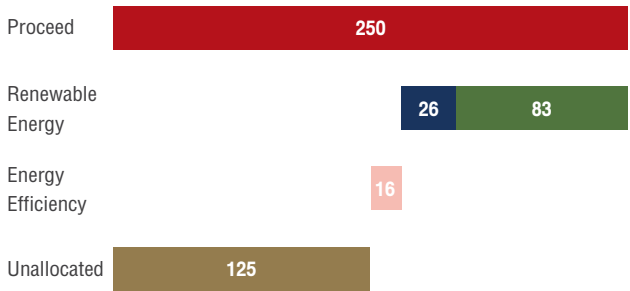
บริษัทฯ เปิดเผยแพร่ข้อมูลด้านความยั่งยืนโดยใช้หลักการตามมาตรฐาน GRI Standard และข้อมูลได้ผ่านการรับรองจากผู้ตรวจสอบอิสระภายนอกคือ LRQA (Thailand) Ltd. ตามมาตรฐานการให้ความเชื่อมั่น AA1000AS v3

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ the Assurance Statement ได้ที่หน้า 312-315

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และข้อมูลการใช้พลังงาน ได้ที่ หน้า 270-274



Use of Proceeds by Eligible Projects (Unit: Million Baht)



Project Portfolio

Category of Eligible Project	Cost Incurred to Dec-25	Amount Financed/ Reimbursed by Green Bond Proceeds	% of Finance/ Refinance
Solar	109	83	76% Finance 24% Refinance
Energy Efficiency	16	16	100% Finance

Impact Report

UN SDGs Contribution	Indicator	Unit	2023	2024	2025
Renewable Energy (Solar)					
	Total renewable energy consumption from solar PV	MWh	544.46	1,777.12	5,792.27
	Use of proceed	MB	-	82.5	26.3
Energy Efficiency					
	Total energy consumption (Renewable and Non-renewable)	MWh	243,231.59	266,365.61	282,301.46
	Total non-renewable energy consumption within organization	MWh	242,670.01	264,465.30	276,449.16
	Scope 2 Annual GHG emissions	tCO ₂ e	67,121.41	66,405.35	61,902.68
	Use of proceed	MB	10.9	0.6	5.1

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปีแบบ 56-1 One Report เพื่อนำเสนอกลยุทธ์ แนวทางการบริหาร ตลอดจนผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ ครอบคลุมทุกมิติของความยั่งยืน คือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและบรรษัทภิบาล รายงานการพัฒนาความยั่งยืน ปี 2568 ได้จัดทำขึ้นตามกรอบคู่มือแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี (56-1 One Report) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน (SET Sustainability Reporting Guide) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เปิดเผยข้อมูลตามหลักการและมาตรฐานการรายงาน (Reporting Principle and Standards) ของ GRI Universal Standard 2021 (Reporting with reference to the GRI Standards) แนวทางปฏิบัติตามเกณฑ์ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UNGC) มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Global Sustainable Tourism Council :GSTC) รวมถึงเชื่อมโยงการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals–SDGs)

ขอบเขตของรายงาน

รายงานการพัฒนาความยั่งยืนนำเสนอข้อมูลผลการดำเนินงานของของบริษัท โรงแรม เซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ปี 2568 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึง 31 ธันวาคม 2568 โดยมีขอบเขตดังนี้ ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ครอบคลุมถึงการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทในเครือของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารที่ดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศในขอบเขตที่บริษัทสามารถควบคุมได้ทั้งด้านการบริหารและด้านปฏิบัติการ

ในปี 2568 บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงขอบเขตการรายงานโดยรวมข้อมูลจากโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของและรับบริหาร 47 โรงแรม และแบรนด์อาหาร 17 แบรนด์

การควบคุมคุณภาพของรายงาน

คณะกรรมการบริษัทโดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลและความยั่งยืน รวมถึงผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้กำหนดแนวทางการรายงานเนื้อหาให้สอดคล้องกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่สำคัญของบริษัท โดยการจัดเก็บข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมเป็นไปตามมาตรฐาน Centara EarthCare ซึ่งได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (GSTC-Recognised Standard) จากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council - GSTC) ผ่านระบบ กรีนวิวพอร์ตัล (Greenview Portal) ส่วนธุรกิจอาหารดำเนินการจัดเก็บข้อมูลภายใต้ระบบมาตรฐานภายในของบริษัท

หน่วยงานการพัฒนาความยั่งยืน เป็นหน่วยงานกลางในการรับผิดชอบและควบคุมการจัดทำรายงานให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ โดยข้อมูลในรายงานได้มีการทบทวนเนื้อหาสำคัญ ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยคณะทำงานด้านความยั่งยืนของบริษัท และผู้บริหารระดับสูงของหน่วยธุรกิจ เพื่อให้ความเชื่อมั่นว่าเนื้อหาทั้งหมดที่รายงานมีความถูกต้อง ครบถ้วน และสมดุล สอดคล้องกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และมีการรายงานผลการจัดทำรายงานฉบับนี้ให้กับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลและความยั่งยืน และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อรับทราบ

การรับรองรายงาน

บริษัทได้จัดให้มีการทวนสอบ และรับรองความถูกต้องของข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อความน่าเชื่อถือและโปร่งใส โดยมีรับรองการรายงานตามแนวทางการรายงานของ GRI Standards และมีการประเมินความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล (Limited Assurance) ในหัวข้อดังนี้ GRI 302-1 Energy Consumption within the organization, GRI 302-3 Energy Intensity, GRI 303-3 Water withdrawal, GRI 303-4 Water discharge, GRI 303-5 Water consumption, GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions, GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions, GRI 305-3 Other indirect Greenhouse Gas (Scope 3) emissions, GRI 305-4 GHG emissions intensity, GRI 306-3 Waste generated, GRI 306-4 Waste diverted from disposal, GRI 306-5 Waste directed to disposal. - Social: GRI 403-9 Work-related injuries, GRI 403-10 Work-related ill health, GRI 405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men โดย บริษัท แอลอาร์คิว (ประเทศไทย) จำกัด ตามรายละเอียดของเอกสาร LRQA Independent Assurance Statement

หากมีข้อสงสัยหรือข้อแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานนี้ สามารถติดต่อหน่วยงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) โทรศัพท์ 0 2769 1234 Email : sustainability@chr.co.th

ขอบเขตการรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ชื่อธุรกิจ	ข้อมูลด้านสังคม (แรงงาน, ความปลอดภัย)	สิ่งแวดล้อม (เชื้อเพลิง, ไฟฟ้า, น้ำ, ของเสีย)
ธุรกิจโรงแรม-เป็นเจ้าของ		
1. เชิงการา รีเซิร์ฟ สมุย	•	•
2. เชิงการาแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แอวก เชียงริลเวิลด์	•	•
3. เชิงการาแกรนด์ เชียงริลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ	•	•
4. เชิงการาแกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา กระบี่ ** (ปิดปรับปรุง)	•	
5. เชิงการาแกรนด์ บีช รีสอร์ท และวิลลา หัวหิน	•	•
6. เชิงการาแกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท พัทยา	•	•
7. เชิงการาแกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต	•	•
8. เชิงการาแกรนด์ ลากูน มัลดีฟส์	•	•
9. เชิงการาแกรนด์ โอซาก้า	•	•
10. บีชซาฟารี โฮสเทลและสปา มัลดีฟส์	•	•
11. เชิงการา วิลลา สมุย	•	•
12. เชิงการา วิลลา ภูเก็ต	•	•
13. เชิงการา ทะตะ รีสอร์ท ภูเก็ต	•	•
14. เชิงการา ทะระน รีสอร์ท ภูเก็ต	•	•
15. เชิงการา หาดใหญ่	•	•
16. เชิงการา ราส ฟูลล์ รีสอร์ทแอนด์สปา มัลดีฟส์	•	•
17. เชิงการา มิราจ บีช รีสอร์ท คูโบ	•	•
18. เชิงการา มิราจ ลากูน มัลดีฟส์	•	•
19. เชิงการา ไลฟ์ ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ	•	•
20. เชิงการา ไลฟ์ แม่สอด	•	•
21. โคซี่ สมุย เวง บีช	•	•
22. โคซี่ พัทยา วงศ์มัตย์ บีช	•	•
ธุรกิจโรงแรม -สัญญาบริหาร (Hotel Management Agreement)		
1. เชิงการา ซานทะเล รีสอร์ท และ วิลลา ตราด	•	•
2. เชิงการา อูคร	•	•
3. เชิงการา อินคาเทวี รีสอร์ท และสปา กระบี่	•	•

ชื่อธุรกิจ	ข้อมูลด้านสังคม (แรงงาน, ความปลอดภัย)	สิ่งแวดล้อม (เชื้อเพลิง, ไฟฟ้า, น้ำ, ของเสีย)
4. เข็มการา วอเตอร์เกต พาวါลเลียน กรุงเทพ	•	•
5. เข็มการา พักยา	•	•
6. เข็มการา เกาะช้าง ทropicคานา รีสอร์ท	•	•
7. เข็มการา โนวา พักยา	•	•
8. เข็มการา อ่าวนาง บิช รีสอร์ท แอนด์ สปา กระบี่	•	•
9. เข็มการา โคราช	•	•
10. เข็มการา อุบล	•	•
11. เข็มการา ออยุธยา	•	•
12. เข็มการา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่	•	•
13. เข็มการา วิลลา เกาะพีพี	•	•
14. เข็มการา ชันไร่ชา เรสซิเดนซ์ แอนด์ สวิต ครีธาธา	•	•
15. เข็มการา มัสกิต โอมาน	•	•
16. เข็มการา มีราจ รีสอร์ท มุยเน	•	•
17. เข็มการา เวสต์เบย์ และเรสซิเดนซ์ โคฮา	•	•
18. เข็มการา ไลฟ์ มาริส รีสอร์ท จอมเทียน	•	•
19. เข็มการา ไลฟ์ ภูเขาโน รีสอร์ท กระบี่	•	•
20. เข็มการา ไลฟ์ ชะอำ บิช รีสอร์ท หัวหิน	•	•
21. เข็มการา ไลฟ์ บางกอก พระนคร	•	•
22. เข็มการา ไลฟ์ ล-โม รีสอร์ท สมุย	•	•
23. เข็มการา ไลฟ์ วิศมา ราชนบุรี	•	•
24. โคซี่ กระบี่ อ่าวนางบิช	•	•
25. โคซี่ เวียงจันท์ น้ำพุ	•	•
26. อัล เฮล เวฟส์	•	•
27. วอเตอร์ ฟรอนท์ สวิต ภูเก็ต บาย เข็มการา	•	•
28. รุกข์ คีร์ เขาใหญ่	•	•
29. วารีนาน่า รีสอร์ท เกาะพะงัน เดอะ เข็มการา คอลเลคชั่น	•	•
ธุรกิจอาหาร		
1. บริษัท เข็มกริลเลสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัดและบริษัทย่อย (17 แบนด์)	•	•

หลักปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ UN Global Compact Principles

ปัจจุบันบริษัทไม่ได้มีการลงนามให้คำมั่นสัญญาในการปฏิบัติตามข้อตกลง 10 ประการ (The Ten Principle) ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC) แต่ทั้งนี้บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล ได้ลงนามเป็นสมาชิก UN Global Compact ตั้งนั้นในฐานะเป็นบริษัทในเครือกลุ่มเซ็นทรัล จึงให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองหลักการปฏิบัติและพันธะสัญญาตามหลักการความยั่งยืนสากล 4 ด้าน คือ 1) สิทธิมนุษยชน 2) แรงงาน 3) สิ่งแวดล้อม 4) การต่อต้านการทุจริต เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นพลเมืองที่ดีของโลก

ประเด็นหลัก	หลักการ	หัวข้อในรายงานที่เกี่ยวข้อง
สิทธิมนุษยชน	1. สนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่เอื้ออำนวย	หัวข้อ การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน
	2. หนักแน่นตรงราคาและมิให้ธุรกิจเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน	หัวข้อ การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
แรงงาน	3. ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงานและการรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรองอย่างจริงจัง	หัวข้อ การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
	4. จัดการใช้แรงงานเกณฑ์และที่เป็นการบังคับในทุกรูปแบบ	หัวข้อ การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
	5. ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างจริงจัง	หัวข้อ การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน
	6. จัดการเลือกปฏิบัติในเรื่องการจ้างงานและการประกอบอาชีพ	หัวข้อ การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน
สิ่งแวดล้อม	7. สนับสนุนแนวทางการป้องกันในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	หัวข้อ มิติสิ่งแวดล้อม
	8. ส่งเสริมการยกระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	หัวข้อ มิติสิ่งแวดล้อม
	9. ส่งเสริมการพัฒนาและการเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	หัวข้อ มิติสิ่งแวดล้อม
การต่อต้านการทุจริต	10. ดำเนินการต่อต้านการทุจริต รวมถึงการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ	หัวข้อ การกำกับดูแลกิจการและการป้องกัน การทุจริตคอร์รัปชัน

GRI content index

Statement of use	Central Plaza Hotel Public Company has reported in accordance with the GRI Standards for the period 1 January - 31 December 2025.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard(s)	-

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 page 337	
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	AR page 263-264, 53, 92, 463-464	
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	AR page 262	
	2-4 Restatements of information	AR page 262	
	2-5 External assurance	AR page 312-315	
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	AR page 28-51, 135	
	2-7 Employees	AR Page 282-311	SDG 8
	2-8 Workers who are not employees	AR Page 282, 302	SDG 8
	2-9 Governance structure and composition	AR Page 357-358, 402-414	
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	AR Page 372 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20251230-centel-cg-policy-th.pdf page 15-16	
	2-11 Chair of the highest governance body	AR23-24 https://investor.centarahotelsresorts.com/en/management/board-of-directors	
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	AR page 360-361	
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	AR page 143-144	
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	AR Page 143-144, 262	
	2-15 Conflicts of interest	AR Page 437, 385-389, 402-418	
	2-16 Communication of critical concerns	AR Page 340-343, 117-130	
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	AR Page 376-378	
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	AR Page 373-374	
	2-19 Remuneration policies	AR Page 367-369	
	2-20 Process to determine remuneration	AR Page 367-369	
	2-21 Annual total compensation ratio	AR Page 290, 300, 310	
	2-22 Statement on sustainable development strategy	AR Page 24-26	
	2-23 Policy commitments	AR Page 146, 345-356, 212-216 https://investor.centarahotelsresorts.com/en/corporate-governance/corporate-governance-policies , https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20260112-centel-human-rights-policy-en.pdf	
	2-24 Embedding policy commitments	AR Page 134-155	
	2-25 Processes to remediate negative impacts	https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20260107-centel-whistleblower-policy-en.pdf page 4-5	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION Annual Report (AR) / Sustainability Report (SR) / URL	Mapped to UN SDG
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	AR Page 385	
	2-27 Compliance with laws and regulations	AR Page 247	
	2-28 Membership associations	AR Page 156-157	
	2-29 Approach to stakeholder engagement	AR Page 149-151	
	2-30 Collective bargaining agreements	AR Page 222, 289, 299, 309	SDG 8
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	AR Page 146-147	
	3-2 List of material topics	AR Page 148	
Climate Change			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 168	
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	AR Page 169-173, 272-274	SDG 8, 13
	302-3 Energy intensity	AR Page 169-173, 272-274	SDG 8, 13
	302-4 Reduction of energy consumption	AR Page 169-173	SDG 8, 13
	302-5 Reductions in energy requirements of products and services	AR Page 171-173	SDG 8, 13
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	AR Page 162-163, 166, 270-272	SDG 9, 13
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	AR Page 162-163, 166, 270-272	SDG 9, 13
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	AR Page 162-163, 166, 270-272	SDG 9, 13
	305-4 GHG emissions intensity	AR Page 163, 167, 270-272	SDG 9, 13
	305-5 Reduction of GHG emissions	AR Page 164-165, 167	SDG 9, 13
GRI 201: Economic Performance 2016	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	AR Page 160-161 https://centel.listedcompany.com/misc/SD/20221004-centel-tcf-report.pdf	
Waste			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 182	
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	AR Page 182	SDG 12,13
	306-2 Management of significant waste-related impacts	AR Page 182-191	SDG 12,13
	306-3 Waste generated	AR Page 183-184, 190, 280-281	SDG 12,13
	306-4 Waste diverted from disposal	AR Page 183-191, 280-281	SDG 12,13
	306-5 Waste directed to disposal	AR Page 183-191, 280-281	SDG 12,13
Human Rights			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 138, 141, 146, 149-151, 154-155, 212-214, 218-129, 221-222	
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	AR Page 286-287, 296-297, 306-307	SDG5, SDG 8
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	AR Page 228-230, 232-233	SDG 8
	401-3 Parental leave	AR Page 289, 299, 309	SDG5, SDG 8
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	AR Page 355, 282-284, 292-294, 302-304	SDG5, SDG 8
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men SDG 10	AR Page 221, 229, 289, 299, 309	SDG5, SDG 8,
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	AR Page 247-248	
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 Page 212-216, 256-257	
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	AR Page 213-216, 256-257	
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	AR Page 213-216, 256-257	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION Annual Report (AR) / Sustainability Report (SR) / URL	Mapped to UN SDG
GRI 410: Security Practices 2016	410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures	AR Page 212-213, 222-223	
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	AR Page 212-216, 247	
Human Capital			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 141, 145-146, 150-151, 233	
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	AR Page 233-235, 291, 301, 311	SDG4, SDG 5, SDG 8
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	AR Page 203, 228, 234-235, 250	SDG 8
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	AR Page 236-237	SDG 5, SDG 8
Occupational Health and Safety			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 142, 146, 150, 154, 225-226	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	AR Page, 226	
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	AR Page 226-228 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20260112-centel-osh-policy-en.pdf Page 3-4	
	403-3 Occupational health services	AR Page 226-229	
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	AR Page 226	
	403-5 Worker training on occupational health and safety	AR Page 225-228, 234-235	
	403-6 Promotion of worker health	AR Page 228-230	
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	AR Page 226	
	403-9 Work-related injuries	AR Page 290, 300, 310	
	403-10 Work-related ill health	AR Page 290, 300, 310	SDG 3, SDG 8
	Data Privacy		
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 142, 149, 154, 254-255	
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	AR Page 247, 256	
Customer Satisfaction			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR 146, 149, 152-154, 251-254	
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labeling	AR Page 252-254 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/sustainability-performance/20250815-centel-ethical-marketing-and-advertising-policy-en.pdf Page 3-4	
Business Development			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 24-26, 28-29, 133-134	
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	AR Page 20-21	
	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans	AR Page 228, 230, 290, 300, 310, 369	
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-2 Significant indirect economic impacts	AR Page 237-239	
Supply Chain Management			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 139, 142, 146, 149, 152, 257	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION Annual Report (AR) / Sustainability Report (SR) / URL	Mapped to UN SDG
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	AR Page 258	
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	AR Page 257 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20260112-centel-policy-on-supply-chain-management-en.pdf Page 3 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20260112-centel-sustainable-procurement-policy-en.pdf Page 3-4	
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	Page 257-258 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20260112-centel-policy-on-supply-chain-management-en.pdf Page 4-5	
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	Page 257 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20260112-centel-policy-on-supply-chain-management-en.pdf Page 3-4	
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	AR Page 258 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20260112-centel-policy-on-supply-chain-management-en.pdf Page 3-4	
Good Governance			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 139, 142, 146, 154, 242-243, 245-246	
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	AR Page 122, 128, 245-246	
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	AR Page 242-246, 249-250, 258 https://investor.centarahotelsresorts.com/storage/download/cg-document/20181101-centel-letter-business-partners-suppliers-en.pdf Page 1-2	SDG 16
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	AR Page 247-248	
Water Management			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 138-139, 146, 153, 159, 174, 176	
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	AR Page 159, 174-181, 259	
	303-2 Management of water discharge-related impacts	AR Page 178-181	
	303-3 Water withdrawal	AR Page 177-181, 275-276	
	303-4 Water discharge	AR Page 178-181, 277-278	
	303-5 Water consumption	AR Page 177-181, 279	
Social and Community Development			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	AR Page 137-139, 141, 146, 149-150, 153, 213	
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	AR Page 150, 193, 237-239, 246-247	
	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	AR Page 193-197, 237-239	

ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก-ธุรกิจโรงแรม

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง ขอบเขตที่ 1	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	9,912.75	14,793.45	17,046.90	16,027.69	42,488.50
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม ขอบเขตที่ 2	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	18,523.35	50,372.26	67,121.41	66,405.35	61,902.68
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (ขอบเขตที่ 1+2)	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	28,436.10	65,165.71	84,168.31	82,433.04	104,391.18
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ ขอบเขตที่ 3	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,674.43	5,044.30	6,820.21	212,120.07	115,888.06
• สินค้าและบริการ	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	716.08	1,808.62	2,530.75	181,330.10	85,636.30
• กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	23,471.33	21,768.84
• ขนส่งที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน**	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	934.92	3,154.52	4,145.87	3,980.52	4,568.27
• การเดินทางเพื่อธุรกิจ	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	23.44	81.16	143.59	331.96	341.68
• การเดินทางของพนักงาน	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	3,006.15	3,572.97
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด (ขอบเขตที่ 1+2+3)	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	30,110.53	70,210.01	90,988.52	294,553.11	220,279.24
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมต่อพื้นที่ตารางเมตร	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ตารางเมตร	0.06	0.07	0.08	0.26	0.19
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมต่อรายได้	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ล้านบาท	12.91	10.73	9.16	26.39	18.32
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมขอบเขตที่ 1+2 (Facility+Vehical+Refrigerants) ต่อห้องที่แจกเข้าพัก	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ห้อง	-	-	-	0.04	0.04
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมขอบเขตที่ 1+2 (Facility+Vehical+Refrigerants) ต่อพื้นที่ตารางเมตร	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ตารางเมตร	-	-	-	0.10	0.09
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมขอบเขตที่ 1+2 (Facility only) ต่อห้องที่แจกเข้าพัก*	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ห้อง	0.09	0.04	0.03	0.03	0.03
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมขอบเขตที่ 1+2 (Facility only) ต่อพื้นที่ตารางเมตร*	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ตารางเมตร	0.05	0.07	0.08	0.07	0.07

หมายเหตุ

* เพื่อเปรียบเทียบกับ Cornell Hotel Sustainability Benchmarking Index

** ขนส่งที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของเสียที่ยังหลุมฝังกลบและของเสียที่สามารถนำกลับใช้ประโยชน์ได้

ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก-ธุรกิจอาหาร

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง ขอบเขตที่ 1	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	721.50	948.95	608.97	1,050.49	1,083.25
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม ขอบเขตที่ 2	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	39,949.31	46,657.16	45,234.64	50,313.24	51,068.94
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (ขอบเขตที่ 1+2)	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	40,670.81	47,606.11	45,843.61	51,363.74	52,152.19
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ ขอบเขตที่ 3	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	12,706.39	13,709.02	15,114.07	63,776.26	465,032.40
สินค้าและบริการ	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	44,016.73	269,955.27
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	82,594.36
การขนส่งและกระจายสินค้า	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	4,757.33
ของเสียที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	12,706.39	13,709.02	15,114.07	19,759.53	21,463.20
การเดินทางเพื่อธุรกิจ	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	76,477.00
การเดินทางของพนักงาน	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	2,626.55
สินทรัพย์เช่า	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	1,455.78
การขนส่งและกระจายสินค้า	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	4,143.52
การจัดการซากผลิตภัณฑ์	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	1,559.38
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด (ขอบเขตที่ 1+2+3)	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	53,377.20	61,315.13	60,957.68	115,140.00	517,184.59
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมต่อรายได้	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ล้านบาท	5.74	5.25	4.83	8.80	39.84
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมต่อพื้นที่ตารางเมตร	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ตารางเมตร	0.46	0.44	0.48	0.92	3.76

ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก-CENTEL (รวมธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร)

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง ขอบเขตที่ 1	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	10,634.25	15,742.40	17,655.87	17,078.18	43,571.75
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม ขอบเขตที่ 2	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	58,472.66	97,029.42	112,356.05	116,718.59	112,971.62
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (ขอบเขตที่ 1+2)	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	69,106.91	112,771.82	130,011.92	133,796.78	156,543.37
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ ขอบเขตที่ 3	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	14,380.82	18,753.32	21,934.28	275,896.33	580,920.46
สินค้าและบริการ	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	716.08	1,808.62	2,530.75	225,346.83	355,591.57
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	23,471.33	104,363.20
การขนส่งและกระจายสินค้า	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	4,757.33
ของเสียที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	13,641.31	16,863.54	19,259.94	23,740.05	26,031.47
การเดินทางเพื่อธุรกิจ	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	23.44	81.16	143.59	331.96	76,818.68
การเดินทางของพนักงาน	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	3,006.15	6,199.52
สินทรัพย์เช่า	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	1,455.78
การขนส่งและกระจายสินค้า	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	4,143.52
การจัดการซากผลิตภัณฑ์	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	-	-	1,559.38
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด (ขอบเขตที่ 1+2+3)	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	83,487.73	131,525.14	151,946.20	409,693.10	737,463.82
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมต่อรายได้	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ล้านบาท	7.18	7.22	6.74	16.90	29.49
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมต่อพื้นที่ตารางเมตร	เมตริกตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ตารางเมตร	0.14	0.12	0.13	0.33	0.57

ข้อมูลการใช้พลังงาน-ธุรกิจโรงแรม

พลังงาน	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
พลังงานทั้งหมด	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	79,014,585.43	174,457,455.98	243,231,593.63	266,365,611.27	282,301,456.17
พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	78,610,196.09	173,906,214.03	242,670,006.37	264,465,303.11	276,449,156.26
พลังงานที่สามารถทดแทนได้	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	404,389.34	551,241.95	561,587.26	1,900,308.16	5,852,299.91
เชื้อเพลิง	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	39,194,158.86	60,586,692.18	78,982,444.27	83,270,901.54	88,303,745.64
น้ำมันดีเซล	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	25,639,045.61	26,852,699.89	27,842,639.26	27,268,263.19	46,487,595.14
น้ำมันเบนซิน	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	1,349,295.14	2,939,063.48	3,285,377.01	2,882,378.05	3,370,685.58
ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	11,931,624.05	30,177,591.66	47,063,069.30	52,248,898.81	25,153,916.21
ก๊าซธรรมชาติ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	-	12,217,050.00
อื่นๆ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	274,194.06	617,337.16	791,358.70	871,361.49	1,074,498.71
การซื้อไฟฟ้า	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	39,416,037.23	113,319,521.85	163,687,562.10	162,009,633.14	153,927,886.04
การซื้อน้ำเย็นใช้ในระบบปรับอากาศ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	19,184,768.43	34,217,524.58
พลังงานหมุนเวียน	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	404,389.34	551,241.95	561,587.26	1,900,308.16	5,852,299.91
พลังงานแสงอาทิตย์	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	394,252.00	512,671.00	544,458.78	1,777,115.07	5,792,267.24
ก๊าซชีวภาพ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	10,137.34	38,570.95	17,128.48	7,820.87	6,587.33
เชื้อเพลิงชีวมวล	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	115,372.22	53,445.34
การใช้พลังงานโดยรวมต่อห้องที่แขกเข้าพัก	กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ห้อง	266.80	119.01	98.63	102.56	105.58
การใช้พลังงานโดยรวมต่อพื้นที่ตารางเมตร	กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ตารางเมตร	157.09	181.85	209.43	238.70	243.95

ข้อมูลการใช้พลังงาน-ธุรกิจอาหาร

พลังงาน	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
พลังงานทั้งหมด	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	81,979,417.50	96,368,818.98	93,459,628.15	106,012,243.72	107,769,072.97
พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	81,946,852.92	96,053,976.95	93,147,494.58	105,048,731.13	106,740,732.01
พลังงานที่สามารถทดแทนได้	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	32,564.58	314,842.03	312,133.57	963,512.59	1,028,340.96
เชื้อเพลิง	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	2,032,250.92	2,720,991.84	2,660,120.65	4,402,115.36	4,582,418.90
น้ำมันดีเซล	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	4,765.30	6,966.58
น้ำมันเบนซิน	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	5,782.00	2,241.14
ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	2,032,250.92	2,720,991.84	2,660,120.65	3,727,968.06	4,042,331.19
น้ำมันเตา	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	663,600.00	530,880.00
การซื้อไฟฟ้า	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	79,914,602.00	93,332,985.11	90,487,373.93	100,646,615.77	102,158,313.11
พลังงานหมุนเวียน	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	32,564.58	314,842.03	312,133.57	963,512.59	1,028,340.96
พลังงานแสงอาทิตย์	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	32,564.58	314,842.03	312,133.57	963,512.59	1,028,340.96
การใช้พลังงานโดยรวมต่อรายได้	กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ล้านบาท	8,812.15	8,254.29	7,408.61	8,106.77	8,301.42
การใช้พลังงานโดยรวมต่อพื้นที่ตารางเมตร	กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ตารางเมตร	708.55	693.03	732.39	843.32	784.45

ข้อมูลการใช้พลังงาน-CENTEL (รวมธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร)

พลังงาน	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
พลังงานทั้งหมด	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	160,994,002.93	270,826,274.96	336,691,221.78	372,377,854.99	390,070,529.14
พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	160,557,049.01	269,960,190.98	335,817,500.95	369,514,034.24	383,189,888.27
พลังงานที่สามารถทดแทนได้	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	436,953.92	866,083.98	873,720.83	2,863,820.75	6,880,640.87
เชื้อเพลิง	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	41,226,409.78	63,307,684.02	81,642,564.92	87,673,016.90	92,886,164.54
น้ำมันดีเซล	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	25,639,045.61	26,852,699.89	27,842,639.26	27,273,028.49	46,494,561.72
น้ำมันเบนซิน	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	1,349,295.14	2,939,063.48	3,285,377.01	2,888,160.05	3,372,926.72
ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	13,963,874.97	32,898,583.50	49,723,189.95	55,976,866.87	29,196,247.40
ก๊าซธรรมชาติ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	-	12,217,050.00
น้ำมันเตา	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	663,600.00	530,880.00
อื่นๆ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	274,194.06	617,337.16	791,358.70	871,361.49	1,074,498.71
การซื้อไฟฟ้า	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	119,330,639.23	206,652,506.96	254,174,936.03	262,656,248.91	256,086,199.15
การซื้อน้ำเย็นใช้ในระบบปรับอากาศ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	19,184,768.43	34,217,524.58
พลังงานหมุนเวียน	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	436,953.92	866,083.98	873,720.83	2,863,820.75	6,880,640.87
พลังงานแสงอาทิตย์	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	426,816.58	827,513.03	856,592.35	2,740,627.66	6,820,608.20
ก๊าซชีวภาพ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	10,137.34	38,570.95	17,128.48	7,820.87	6,587.33
เชื้อเพลิงชีวมวล	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	-	-	-	115,372.22	53,445.34
การใช้พลังงานโดยรวมต่อพื้นที่ตารางเมตร	กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ตารางเมตร	260.23	246.57	261.20	299.92	301.30

ข้อมูลการใช้ น้ำ-ธุรกิจโรงแรม

ปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ (ลูกบาศก์เมตร)			2566		2567		2568	
	2564	2565	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹
น้ำผิวดิน	-	-	243.00	-	419.00	-	8,934.80	-
น้ำจัด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	243.00	-	419.00	-	8,934.80	-
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
น้ำฝน	-	-	-	-	-	-	13,265.00	-
น้ำจัด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	13,265.00	-
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
น้ำใต้ดิน	215,120.00	708,840.00	1,082,740.85	110,912.00	1,061,589.59	391,821.51	958,944.91	542,216.59
น้ำจัด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	215,120.00	708,840.00	1,082,740.85	110,912.00	1,061,589.59	391,821.51	958,944.91	542,216.59
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
น้ำทะเล	138,440.00	156,260.00	158,356.00	-	148,718.00	-	193,332.61	-
น้ำจัด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	138,440.00	156,260.00	158,356.00	-	148,718.00	-	193,332.61	-
น้ำที่รับมาจากบุคคลที่สาม : น้ำประปา และระบบรอกน้ำ	547,390.00	1,410,230.00	1,942,788.55	116,240.66	1,901,804.25	393,245.52	1,738,092.09	327,398.17
น้ำจัด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	547,390.00	1,410,230.00	1,942,788.55	116,240.66	1,901,804.25	393,245.52	1,738,092.09	327,398.17
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
ปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ทั้งหมด	900,950.00	2,275,330.00	3,184,128.40	227,152.66	3,112,530.84	785,067.03	2,912,569.41	869,614.76

หมายเหตุ

¹ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำสูงและสูงมาก

ข้อมูลการใช้ น้ำ-ธุรกิจอาหาร

ปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ (ลูกบาศก์เมตร)	2564	2565	2566	2567	2568
น้ำที่รับมาจากบุคคลที่สาม : น้ำประปา	649,103.00	984,690.00	985,690.00	1,122,801.90	1,092,952.11
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	649,103.00	984,690.00	985,690.00	1,122,801.90	1,092,952.11
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-
ปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ทั้งหมด	649,103.00	984,690.00	985,690.00	1,122,801.90	1,092,952.11

ข้อมูลการใช้ น้ำ-CENTEL (รวมธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร)

ปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ (ลูกบาศก์เมตร)			2566		2567		2568	
	2564	2565	พื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำสูงและสูงมาก ¹	พื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำสูงและสูงมาก ¹	พื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำสูงและสูงมาก ¹
น้ำผิวดิน	-	-	243.00	-	419.00	-	8,934.80	-
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	243.00	-	419.00	-	8,934.80	-
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
น้ำฝน	-	-	-	-	-	-	13,265.00	-
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	13,265.00	-
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
น้ำใต้ดิน	215,120.00	708,840.00	1,082,740.85	110,912.00	1,061,589.59	391,821.51	958,944.91	542,216.59
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	215,120.00	708,840.00	1,082,740.85	110,912.00	1,061,589.59	391,821.51	958,944.91	542,216.59
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
น้ำทะเล	138,440.00	156,260.00	158,356.00	-	148,718.00	-	193,332.61	-
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	138,440.00	156,260.00	158,356.00	-	148,718.00	-	193,332.61	-
น้ำที่รับมาจากบุคคลที่สาม : น้ำประปา และรถบรรทุกน้ำ	1,196,493.00	2,394,920.00	2,928,478.55	116,240.66	3,024,606.15	393,245.52	2,831,044.20	327,398.17
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	1,196,493.00	2,394,920.00	2,928,478.55	116,240.66	3,024,606.15	393,245.52	2,831,044.20	327,398.17
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
ปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ทั้งหมด	1,550,053.00	3,260,020.00	4,169,818.40	227,152.66	4,235,332.74	785,067.03	4,005,521.54	869,614.76

หมายเหตุ

¹ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำสูงและสูงมาก

² การวิเคราะห์ความเสี่ยงการขาดแคลนน้ำไม่รวมธุรกิจอาหาร

ข้อมูลน้ำเสีย-ธุรกิจโรงแรม

ปริมาณน้ำทิ้ง (ลูกบาศก์เมตร)			2566		2567		2568	
	2564	2565	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹
ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายสู่นอก	-	-	1,261,107.58	91,825.20	1,424,816.43	420,324.31	1,256,320.00	350,516.51
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	1,261,107.58	91,825.20	1,424,816.43	420,324.31	1,256,320.00	350,516.51
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
ปริมาณน้ำที่ระบายออกสู่องค์กรอื่น (ระบบบำบัดของทางเทศบาล)	-	-	753,247.71	97,567.01	909,502.80	82,634.20	912,060.00	81,054.24
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	753,247.71	97,567.01	909,502.80	82,634.20	912,060.00	81,054.24
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกสู่ทะเล	-	-	80,162.88	-	74,137.30	-	64,160.00	-
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	80,162.88	-	74,137.30	-	64,160.00	-
ปริมาณน้ำทิ้งทั้งหมด	588,200.00	1,458,600.00	2,094,518.17	189,392.21	2,408,456.53	502,958.51	2,232,540.00	431,570.75

หมายเหตุ

¹ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำสูงและสูงมาก

ข้อมูลน้ำเสีย-ธุรกิจอาหาร

ปริมาณน้ำทิ้ง (ลูกบาศก์เมตร)	2564	2565	2566	2567	2568
ปริมาณน้ำที่ระบายออกสู่องค์กรอื่น (ระบบบำบัดของทางเทศบาล)	-	-	-	898,241.52	874,361.69
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	898,241.52	874,361.69
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-
ปริมาณน้ำทิ้งทั้งหมด	-	-	-	898,241.52	874,361.69

ข้อมูลน้ำเสีย-CENTEL (รวมธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร)

ปริมาณน้ำทิ้ง (ลูกบาศก์เมตร)			2566		2567		2568	
	2564	2565	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹
ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายสู่ภายนอก	-	-	1,261,107.58	91,825.20	1,424,816.43	420,324.31	1,256,320.00	350,516.51
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	1,261,107.58	91,825.20	1,424,816.43	420,324.31	1,256,320.00	350,516.51
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกสู่องค์กรอื่น (ระบบบำบัดของทางเทศบาล)	-	-	753,247.71	97,567.01	1,807,744.32	82,634.20	1,786,421.69	81,054.24
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	753,247.71	97,567.01	1,807,744.32	82,634.20	1,786,421.69	81,054.24
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกสู่ทะเล	-	-	80,162.88	-	74,137.30	-	64,160.00	-
น้ำจืด (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ≤ 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ (ปริมาณของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด > 1.000 มิลลิกรัมต่อลิตร)	-	-	80,162.88	-	74,137.30	-	64,160.00	-
ปริมาณน้ำทิ้งทั้งหมด	588,200.00	1,458,600.00	2,094,518.17	189,392.21	3,306,698.05	502,958.51	3,106,901.69	431,570.75

หมายเหตุ

¹ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำสูงและสูงมาก

² การวิเคราะห์ความเสี่ยงการขาดแคลนน้ำไม่รวมธุรกิจอาหาร

ข้อมูลปริมาณน้ำใช้-ธุรกิจโรงแรม

ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร)	2564	2565	2566		2567		2568	
			พื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹
ปริมาณน้ำกึ่งที่ระบายสู่ออกนอก	312,750.00	816,730.00	1,089,610.23	39,826.45	704,074.31	282,108.52	680,029.41	438,044.01
ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่	201,890.00	329,560.00	460,401.00	-	530,160.44	-	521,420.00	-

หมายเหตุ

¹ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำสูงและสูงมาก

ข้อมูลปริมาณน้ำใช้-ธุรกิจอาหาร

ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร)	2564	2565	2566	2567	2568
ปริมาณน้ำกึ่งที่ระบายสู่ออกนอก	-	-	-	224,560.38	218,590.42
ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่	-	-	-	-	-

ข้อมูลปริมาณน้ำใช้-CENTEL (รวมธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร)

ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร)	2564	2565	2566		2567		2568	
			พื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹	พื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่ที่มี ความเสี่ยงต่อ การขาดแคลน น้ำสูง และสูงมาก ¹
ปริมาณน้ำกึ่งที่ระบายสู่ออกนอก	312,750.00	816,730.00	1,089,610.23	39,826.45	928,634.69	282,108.52	898,619.83	438,044.01
ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่	201,890.00	329,560.00	460,401.00	-	530,160.44	-	521,420.00	-

ข้อมูลยะและของเสีย-ธุรกิจโรงแรม

อัตราการเกิดของเสีย	2564	2565	2566	2567	2568					
ปริมาณของเสียทั้งหมด (เมตริกตัน)	1,865.78	6,094.68	8,303.01	8,039.98	9,038.74					
ปริมาณของเสียไม่อันตรายทั้งหมด	1,816.91	6,070.25	8,283.17	8,030.81	9,017.80					
ปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมด	48.87	24.43	19.84	9.17	20.94					
การทำจัดของเสีย	ของเสีย ไม่อันตราย	ของเสีย อันตราย	ของเสีย ไม่อันตราย	ของเสีย อันตราย	ของเสีย ไม่อันตราย	ของเสีย อันตราย				
ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำกลับมาใช้ใหม่ (เมตริกตัน)	606.66	-	1,852.41	-	2,335.89	1.32	2,333.14	1.51	2,639.48	8.21
การรีไซเคิล	175.61	-	863.93	-	678.96	1.32	731.46	1.51	779.66	8.21
การนำไปทำปุ๋ย	139.73	-	222.04	-	716.00	-	428.72	-	439.31	-
การนำไปทำเป็นพลังงาน (ก๊าซชีวภาพ)	28.43	-	46.51	-	25.78	-	26.71	-	20.62	-
การนำไปเป็นอาหารสัตว์	262.89	-	719.94	-	915.15	-	1,074.19	-	1,333.19	-
น้ำมันครวที่ใช้แล้ว	-	-	-	-	-	-	72.06	-	66.70	-
ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำไปกำจัด (เมตริกตัน)	1,210.25	48.87	4,217.84	24.43	5,947.28	18.52	5,697.67	7.66	6,378.32	12.73
การฝังกลบ	1,210.25	48.87	4,217.84	24.43	5,690.05	18.52	5,083.83	7.66	5,760.72	12.72
การเผา	-	-	-	-	257.23	-	613.84	-	617.60	0.01
ดำเนินการภายในพื้นที่	-	-	-	-	63.13	-	56.58	-	67.71	0.01
ดำเนินการภายนอกพื้นที่	-	-	-	-	194.1	-	557.26	-	549.89	-

ข้อมูลยะและของเสีย-ธุรกิจอาหาร

อัตราการเกิดของเสีย	2564	2565	2566	2567	2568					
ปริมาณของเสียทั้งหมด (เมตริกตัน)	5,818.00	6,278.00	6,223.61	9,673.96	10,474.43					
ปริมาณของเสียไม่อันตรายทั้งหมด	5,818.00	6,278.00	6,223.61	9,613.55	10,395.66					
ปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมด	-	-	-	60.41	78.77					
การทำจัดของเสีย	ของเสีย ไม่อันตราย	ของเสีย อันตราย	ของเสีย ไม่อันตราย	ของเสีย อันตราย	ของเสีย ไม่อันตราย	ของเสีย อันตราย				
ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำกลับมาใช้ใหม่ (เมตริกตัน)	-	-	-	46.61	-	1,096.51	-	1,223.05	-	
การนำไปทำปุ๋ย	-	-	-	46.61	-	74.75	-	141.23	-	
น้ำมันครวที่ใช้แล้ว	-	-	-	-	-	1,021.76	-	1,081.82	-	
ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำไปกำจัด (เมตริกตัน)	5,818.00	-	6,278.00	-	6,177.00	-	8,517.04	60.41	9,172.61	78.77
การฝังกลบ	5,818	-	6,278	-	6,177	-	8,517.04	60.41	9,172.61	78.77

ข้อมูลยะและของเสีย-CENTEL (รวมธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร)

อัตราการเกิดของเสีย	2564	2565	2566	2567	2568					
ปริมาณของเสียทั้งหมด (เมตริกตัน)	7,683.78	12,372.68	14,526.62	17,713.94	19,513.17					
ปริมาณของเสียไม่อันตรายทั้งหมด	7,634.91	12,348.25	14,506.78	17,644.36	19,413.46					
ปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมด	48.87	24.43	19.84	69.58	99.71					
การกำจัดของเสีย	ของเสีย ไม่อันตราย	ของเสีย อันตราย	ของเสีย ไม่อันตราย	ของเสีย อันตราย	ของเสีย ไม่อันตราย	ของเสีย อันตราย				
ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำกลับมาใช้ใหม่ (เมตริกตัน)	606.66	-	1,852.41	-	2,382.50	1.32	3,429.65	1.51	3,862.53	8.21
การรีไซเคิล	175.61	-	863.93	-	678.96	1.32	731.46	1.51	779.66	8.21
การนำไปทำปุ๋ย	139.73	-	222.04	-	762.61	-	503.47	-	580.54	-
การนำไปทำเป็นพลังงาน (ก๊าซชีวภาพ)	28.43	-	46.51	-	25.78	-	26.71	-	20.62	-
การนำไปเป็นอาหารสัตว์	262.89	-	719.94	-	915.15	-	1,074.19	-	1,333.19	-
น้ำมันครวที่ใช้แล้ว	-	-	-	-	-	-	1,093.82	-	1,148.52	-
ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำไปกำจัด (เมตริกตัน)	7,028.25	48.87	10,495.84	24.43	12,124.28	18.52	14,214.71	68.07	15,550.93	91.50
การฝังกลบ	7,028.25	48.87	10,495.84	24.43	11,867.05	18.52	13,600.87	68.07	14,933.33	91.49
การเผา	-	-	-	-	257.23	-	613.84	-	617.60	0.01
ดำเนินการภายในพื้นที่	-	-	-	-	63.13	-	56.58	-	67.71	0.01
ดำเนินการภายนอกพื้นที่	-	-	-	-	194.1	-	557.26	-	549.89	-

ข้อมูลพนักงานธุรกิจโรงแรม

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
1. ข้อมูลพนักงาน @31 ธค 2568										
จำนวนพนักงานรวม	2,913		3,746		4,133		4,280		4,184	
ชาย	1,602	54.99	2,082	55.58	2,275	55.04	2,407	56.24	2,389	57.10
หญิง	1,311	45.01	1,664	44.42	1,858	44.96	1,873	43.76	1,795	42.90
พนักงานประจำ (Permanent : ไม่กำหนดระยะเวลา)	2,892	99.28	3,637	97.09	3,974	96.15	4,143	96.80	4,083	97.59
ชาย	1,589	54.94	2,025	55.68	2,178	54.81	2,323	56.07	2,333	57.14
หญิง	1,303	45.06	1,612	44.32	1,796	45.19	1,820	43.93	1,750	42.86
พนักงานชั่วคราว (Temporary or Contract : มีกำหนดระยะเวลา)	21	0.72	109	2.91	159	3.85	137	3.20	101	2.41
ชาย	13	61.90	57	52.29	97	61.01	84	61.31	56	55.45
หญิง	8	38.10	52	47.71	62	38.99	53	38.69	45	44.55
พนักงาน Part Time / Casual / จ้างเป็นครั้งคราว					939		526		587	
ชาย					607	64.64	348	66.16	396	67.46
หญิง					332	35.36	178	33.84	191	32.54
จำนวนพนักงานที่ไม่ใช่การจ้างงานโดยตรง (Employee of Managed Hotel / Employee of JV Business)					2,425		2,242		2,313	
ชาย					1,299	53.57	1,133	50.54	1,171	50.63
หญิง					1,126	46.43	1,109	49.46	1,142	49.37
พนักงานชายจำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	334	20.85	472	22.67	543	24.93	557	23.98	613	25.66
อายุ 30-50 ปี	1,098	68.54	1,433	68.83	1,516	69.61	1,539	66.25	1,491	62.41
อายุมากกว่า 50 ปี	170	10.61	177	8.50	216	9.92	311	13.39	285	11.93
จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	329	25.10	509	30.59	591	32.91	564	30.99	569	31.70
อายุ 30-50 ปี	880	67.12	1,022	61.42	1,124	62.58	1,123	61.70	1,049	58.44
อายุมากกว่า 50 ปี	102	7.78	133	7.99	143	7.96	186	10.22	177	9.86
จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามตำแหน่ง										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)	1,319	82.33	1,754	84.25	1,895	87.01	1,991	85.71	1,974	82.63
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)	268	16.73	315	15.13	290	13.31	325	13.99	328	13.73
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					53	2.43	51	2.20	46	1.93
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)	15	0.94	13	0.62	37	1.70	40	1.72	41	1.72
จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามตำแหน่ง										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)	1,018	77.65	1,327	79.75	1,489	80.14	1,478	78.91	1,393	77.60
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)	290	22.12	333	20.01	296	15.93	320	17.08	324	18.05
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					51	2.74	50	2.67	53	2.95
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)	3	0.23	4	0.24	22	1.18	25	1.33	25	1.39
จำนวนพนักงาน จำแนกตามอายุงาน										
< 1 ปี	462	15.86	1,305	34.84	1,024	24.78	846	19.77	832	19.89
1-3 ปี	377	12.94	517	13.80	1,411	34.14	1,601	37.41	1,203	28.75
>3 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี	414	14.21	305	8.14	150	3.63	310	7.24	847	20.24
> 5 ปี แต่ไม่ถึง 9 ปี	707	24.27	543	14.50	477	11.54	413	9.65	304	7.27
> 9 ปี แต่ไม่ถึง 15 ปี	665	22.83	758	20.23	742	17.95	691	16.14	559	13.36
> 15 ปี	288	9.89	318	8.49	329	7.96	419	9.79	439	10.49

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงาน จำแนกตามภูมิภาค										
ภาคเหนือ	0		29	0.77	30	0.73	37	0.86	36	0.86
ชาย							20		19	
หญิง							17		17	
ภาคกลาง	1,076	36.94	1,499	40.02	1,617	39.12	1,528	35.70	1,441	34.44
ชาย							757		706	
หญิง							771		735	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0		0		0	0.00	0	0.00	0	0.00
ชาย							0		0	
หญิง							0		0	
ภาคตะวันออก	404	13.87	414	11.05	426	10.31	385	9.00	376	8.99
ชาย							219		213	
หญิง							166		163	
ภาคตะวันตก	239	8.20	0		0		0	0.00	0	0.00
ชาย							0		0	
หญิง							0		0	
ภาคใต้	857	29.42	1,145	30.57	1,205	29.16	1,287	30.07	1,060	25.33
ชาย							684		531	
หญิง							603		529	
ต่างประเทศ	337	11.57	659	17.59	855	20.69	1,043	24.37	1,271	30.38
ชาย							727		920	
หญิง							316		351	
จำนวนพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)										
ไทย	2,561	87.92	3,142	83.88	3,358	81.25	3,315	77.45	2,996	71.61
กัมพูชา	1	0.03	1	0.03	0	0.00	1	0.02	0	0.00
เกาหลี					2	0.05	2	0.05	5	0.12
คาซัคสถาน	1	0.03	1	0.03	2	0.05	7	0.16	5	0.12
แคเมอรูน					1	0.02	2	0.05	3	0.07
เคอร์ดิสถาน					5	0.12	8	0.19	7	0.17
เคนย่า	1	0.03	1	0.03	6	0.15	6	0.14	6	0.14
แคนาดา	1	0.03	1	0.03	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ซีเรีย					3	0.07	3	0.07	4	0.10
เซเชลส์					1	0.02	1	0.02	0	0.00
เซาท์แอฟริกา					1	0.02	1	0.02	0	0.00
ซิมบับเว									1	0.02
จีน	1	0.03	4	0.11	6	0.15	8	0.19	9	0.22
จอร์แดน					1	0.02	1	0.02	2	0.05
ญี่ปุ่น	1	0.03	5	0.13	153	3.70	148	3.46	126	3.01
คีร์กีซ	2	0.07	2	0.05	1	0.02	1	0.02	2	0.05
ไต้หวัน									2	0.05
คูเวต					1	0.02	1	0.02	1	0.02
ทาจิกิสถาน							1	0.02	2	0.05
แทนซาเนีย									2	0.05
เบงาล	8	0.27	35	0.93	36	0.87	45	1.05	64	1.53
บังคลาเทศ	45	1.54	84	2.24	67	1.62	83	1.94	97	2.32
บัลแกเรีย					1	0.02	1	0.02	0	0.00
เบลารุส	1	0.03	0	0.00	1	0.02	1	0.02	1	0.02
เบลเยียม					1	0.02	0	0.00	0	0.00

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
จำนวนพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
ปาकिสถาน	4	0.14	13	0.35	7	0.17	9	0.21	7	0.17
เปรู									1	0.02
ฝรั่งเศส	7	0.24	9	0.24	4	0.10	2	0.05	2	0.05
พม่า	1	0.03	0	0.00	9	0.22	14	0.33	24	0.57
ฟิลิปปินส์	11	0.38	45	1.20	30	0.73	48	1.12	50	1.20
ภูฏาน									1	0.02
บราซิล	126	4.33	192	5.13	112	2.71	191	4.46	261	6.24
มาเลเซีย	1	0.03	7	0.19	4	0.10	5	0.12	4	0.10
โมร็อกโก					2	0.05	3	0.07	4	0.10
มองโกเลีย					1	0.02	1	0.02	0	0.00
มอริเชียส									1	0.02
เยอรมัน	6	0.21	7	0.19	5	0.12	4	0.09	4	0.10
ยูเครน			3	0.08	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ยูกันดา					1	0.02	2	0.05	4	0.10
รัสเซีย	2	0.07	2	0.05	6	0.15	5	0.12	7	0.17
ลาว					1	0.02	0	0.00	1	0.02
เลบานอน	1	0.03	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เวียดนาม	2	0.07	5	0.13	12	0.29	13	0.30	9	0.22
ศรีลังกา	48	1.65	70	1.87	97	2.35	123	2.87	147	3.51
สเปน	1	0.03	0	0.00	1	0.02	1	0.02	2	0.05
สวีเดน	1	0.03	3	0.08	2	0.05	2	0.05	2	0.05
สวีเดน	1	0.03	1	0.03	0	0.00	1	0.02	0	0.00
สิงคโปร์							1	0.02	1	0.02
ไอร์แลนด์					1	0.02	0	0.00	0	0.00
แอลจีเรีย					4	0.10	4	0.09	4	0.10
อเมริกา	2	0.07	2	0.05	2	0.05	1	0.02	0	0.00
ออสเตรเลีย	4	0.14	5	0.13	4	0.10	1	0.02	1	0.02
ออสเตรีย	1	0.03	8	0.21	0	0.00	1	0.02	2	0.05
อังกฤษ	4	0.14	1	0.03	1	0.02	3	0.07	3	0.07
อิตาลี	3	0.10	2	0.05	6	0.15	8	0.19	9	0.22
อินเดีย	54	1.85	69	1.84	142	3.44	158	3.69	230	5.50
อินโดนีเซีย	5	0.17	16	0.43	13	0.31	24	0.56	45	1.08
อียิปต์	4	0.14	8	0.21	15	0.36	13	0.30	18	0.43
อิหร่าน	1	0.03	2	0.05	0	0.00	0	0.00	0	0.00
อุซเบกิสถาน					3	0.07	3	0.07	4	0.10
แอฟริกาใต้									1	0.02
ฮ่องกง					1	0.02	1	0.02	0	0.00
จำนวนพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา (หน่วย : คน)										
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1,731	59.42	2,404	64.18	2,638	63.83	2,606	63.05	2,283	54.57
ปริญญาตรี	1,082	37.14	1,250	33.37	1,397	33.80	1,581	38.25	1,797	42.95
ปริญญาโท	99	3.40	92	2.46	96	2.32	92	2.23	101	2.41
ปริญญาเอก	1	0.03	0	0.00	2	0.05	1	0.02	3	0.07
จำนวนพนักงาน ลาออก										
อัตราการลาออก (%)	20.49		22.70		14.29		13.84		15.43	
จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด (ไม่นับรวม Part-time)	687		769		552		586		631	
จำนวนพนักงานชาย	340	49.49	368	47.85	281	50.91	278	47.44	362	57.37
จำนวนพนักงานหญิง	347	50.51	401	52.15	271	49.09	302	51.54	269	42.63

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
พนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจ จำแนกตามเพศ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจรวม	687		769		552		586		631	
จำนวนพนักงานชายที่ลาออกโดยความสมัครใจ	340	49.49	368	47.85	281	50.91	278	47.44	362	57.37
จำนวนพนักงานหญิงที่ลาออกโดยความสมัครใจ	347	50.51	401	52.15	271	49.09	305	52.05	269	42.63
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามระดับ										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)					436	78.99	468	84.78	501	79.40
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)					92	16.67	99	17.93	111	17.59
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					14	2.54	13	2.36	13	2.06
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)					10	1.81	6	1.09	6	0.95
จำนวนพนักงานชายลาออก จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	127	37.35	106	28.80	86	30.60	104	37.41	138	38.12
อายุ 30-50 ปี	207	60.88	246	66.85	182	64.77	163	58.63	204	56.35
อายุมากกว่า 50 ปี	6	1.76	16	4.35	14	4.98	13	4.68	20	5.52
จำนวนพนักงานหญิงลาออก จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	154	44.38	129	32.17	101	37.27	121	40.07	140	52.04
อายุ 30-50 ปี	186	53.60	262	65.34	167	61.62	179	59.27	120	44.61
อายุมากกว่า 50 ปี	7	2.02	10	2.49	2	0.74	6	1.99	9	3.35
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามภูมิภาค										
ภาคเหนือ	0		3	0.39	0	0.00	0	0.00	2	0.32
ภาคกลาง	253	36.83	323	42.00	153	27.72	179	30.55	119	18.86
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0		0		0	0.00	0	0.00	0	0.00
ภาคตะวันออก	76	11.06	91	11.83	34	6.16	34	5.80	26	4.12
ภาคตะวันตก	25	3.64	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ภาคใต้	252	36.68	266	34.59	159	28.80	158	26.96	147	23.30
ต่างประเทศ	81	11.79	86	11.18	206	37.32	215	36.69	337	53.41
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามเชื้อชาติ										
ไทย	604	87.92	695	90.38	377	68.30	392	66.89	324	51.35
คาซัคสถาน	1	0.15	0	0.00	1	0.18	4	0.68	9	1.43
แคนาดา	1	0.15	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เคอร์ดีสถาน	0	0.00	0	0.00	2	0.36	0	0.00	1	0.16
คีร์กีซสถาน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	0.68	8	1.27
โคลอมเบีย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	0.32
เคนย่า	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	0.32
เซเชลส์	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.16
จีน	2	0.29	0	0.00	2	0.36	1	0.17	4	0.63
จอร์แดน	0	0.00	0	0.00	1	0.18	0	0.00	0	0.00
เม็กซิโก	3	0.44	2	0.26	10	1.81	9	1.54	6	0.95
เบลารุส	1	0.15	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.16
บังคลาเทศ	0	0.00	0	0.00	5	0.91	2	0.34	2	0.32
บัลแกเรีย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.16
โปรตุเกส	0	0.00	0	0.00	1	0.18	0	0.00	0	0.00
ปากีสถาน	0	0.00	0	0.00	4	0.72	0	0.00	1	0.16
ปานามา	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.17	0	0.00
ฝรั่งเศส	2	0.29	0	0.00	1	0.18	1	0.17	0	0.00
พม่า	0	0.00	0	0.00	4	0.72	3	0.51	7	1.11
ฟิลิปปินส์	6	0.87	1	0.13	8	1.45	7	1.19	12	1.90

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามเชื้อชาติ										
ภูฏาน	2	0.29	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ญี่ปุ่น	0	0.00	0	0.00	15	2.72	52	8.87	52	8.24
ยูกันดา	0	0.00	0	0.00	3	0.54	0	0.00	0	0.00
เยอรมัน	0	0.00	0	0.00	1	0.18	1	0.17	0	0.00
รัสเซีย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	0.34	1	0.16
ลาว	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	0.51	0	0.00
เวียดนาม	0	0.00	0	0.00	1	0.18	1	0.17	4	0.63
บราซิล	34	4.95	49	6.37	25	4.53	33	5.63	95	15.06
มาเลเซีย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.17	3	0.48
มองโกเลีย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.16
เม็กซิโก	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.16
ศรีลังกา	18	2.62	12	1.56	14	2.54	21	3.58	29	4.60
ซีเรีย	0	0.00	0	0.00	1	0.18	0	0.00	0	0.00
สิงคโปร์	0	0.00	0	0.00	1	0.18	0	0.00	0	0.00
สวีทเซอร์แลนด์	0	0.00	0	0.00	1	0.18	2	0.34	1	0.16
สวีเดน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.16
ไอร์แลนด์	0	0.00	0	0.00	1	0.18	0	0.00	0	0.00
อังกฤษ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.17	2	0.32
อเมริกา	1	0.15	1	0.13	1	0.18	1	0.17	0	0.00
ออสเตรเลีย	1	0.15	0	0.00	1	0.18	0	0.00	0	0.00
อินเดีย	7	1.02	6	0.78	27	4.89	38	6.48	38	6.02
อินโดนีเซีย	3	0.44	3	0.39	6	1.09	3	0.51	15	2.38
อียิปต์	1	0.15	0	0.00	2	0.36	2	0.34	2	0.32
อิตาลี	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.17	1	0.16
แอลจีเรีย	0	0.00	0	0.00	1	0.18	0	0.00	2	0.32
แอลเบเนีย	0	0.00	0	0.00	1	0.18	0	0.00	0	0.00
อุซเบกิสถาน	0	0.00	0	0.00	2	0.36	0	0.00	1	0.16
อาร์เมเนีย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.16
เชื้อชาติไม่ระบุ	0	0.00	0	0.00	32	5.80	0	0.00	0	0.00
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ทั้งหมด (ไม่นับรวม Part-time)	556		1,521		1,123		806		771	
จำนวนพนักงานชาย	302	54.32	778	51.15	579	51.56	427	52.98	482	62.52
จำนวนพนักงานหญิง	254	45.68	743	48.85	544	48.44	379	47.02	289	37.48
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามระดับ										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)					934	83.17	651	80.77	631	81.84
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)					163	14.51	126	15.63	113	14.66
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					9	0.80	20	2.48	18	2.33
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)					17	1.51	9	1.12	9	1.17
จำนวนพนักงานชายเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	126	41.72	299	38.43	257	44.39	216	50.59	215	44.61
อายุ 30-50 ปี	171	56.62	434	55.78	297	51.30	193	45.20	243	50.41
อายุมากกว่า 50 ปี	5	1.66	45	5.78	25	4.32	18	4.22	24	4.98
จำนวนพนักงานหญิงเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	116	45.67	364	48.99	296	54.41	211	55.67	164	56.75
อายุ 30-50 ปี	134	52.76	350	47.11	237	43.57	158	41.69	115	39.79
อายุมากกว่า 50 ปี	4	1.57	29	3.90	11	2.02	10	2.64	10	3.46

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
จำนวนพนักงานหญิงเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00	12	0.79	2	0.13	2	0.13	3	0.39
ภาคกลาง	144	25.90	621	40.83	369	24.26	157	10.32	107	13.88
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ภาคตะวันออก	17	3.06	110	7.23	63	4.14	12	0.79	40	5.19
ภาคตะวันตก	1	0.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ภาคใต้	286	51.44	582	38.26	247	16.24	327	21.50	145	18.81
ต่างประเทศ	108	19.42	196	12.89	442	29.06	308	20.25	476	61.74
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)										
ไทย	454	81.65	1,221	80.28	738	65.72	515	63.90	325	42.15
กัมพูชา	1	0.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เกาหลี					2	0.18	6	0.74	3	0.39
คีร์กีซสถาน							7	0.87	6	0.78
คาซัคสถาน	1	0.18	5	0.33	3	0.27	4	0.50	7	0.91
เคอร์ดิสถาน					1	0.09	0	0.00	0	0.00
คาเมรูน					1	0.09	1	0.12	1	0.13
เคนย่า					1	0.09	0	0.00	2	0.26
แคนาดา	1	0.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
โคลัมเบีย							1	0.12	1	0.13
จีน					4	0.36	4	0.50	6	0.78
จอร์แดน									1	0.13
ญี่ปุ่น	1	0.18	4	0.26	142	12.64	59	7.32	38	4.93
เมปาล	3	0.54	6	0.39	11	0.98	17	2.11	27	3.50
บังคลาเทศ	2	0.36	23	1.51	6	0.53	11	1.36	10	1.30
เบลารุส									1	0.13
ปากีสถาน	3	0.54	12	0.79	3	0.27	2	0.25	1	0.13
ปานามา							1	0.12	0	0.00
เปรู									1	0.13
ฝรั่งเศส					2	0.18	0	0.00	0	0.00
พม่า					10	0.89	8	0.99	18	2.33
ฟิลิปปินส์	3	0.54	7	0.46	13	1.16	11	1.36	12	1.56
ซีเรีย									1	0.13
รัสเซีย					3	0.27	1	0.12	4	0.52
ลาว					1	0.09	0	0.00	2	0.26
เวียดนาม					9	0.80	12	1.49	1	0.13
คีชต์									1	0.13
คูบีเชีย					1	0.09	0	0.00	0	0.00
ไต้หวัน									2	0.26
บราซิล	49	8.81	110	7.23	20	1.78	48	5.96	120	15.56
มาเลเซีย					2	0.18	1	0.12	2	0.26
มองโกเลีย					1	0.09	0	0.00	0	0.00
โมร็อกโก					1	0.09	1	0.12	3	0.39
เม็กซิโก							1	0.12	0	0.00
มอริเชียส									1	0.13
เยอรมัน	1	0.18	3	0.20	2	0.18	0	0.00	1	0.13
ศรีลังกา	11	1.98	45	2.96	24	2.14	33	4.09	44	5.71
สเปน					1	0.09	0	0.00	2	0.26
สิงคโปร์	1	0.18	4	0.26	0	0.00	1	0.12	0	0.00
สวีเดน					1	0.09	1	0.12	1	0.13

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
อังกฤษ							2	0.25	2	0.26
อเมริกา	1	0.18	0	0.00	0	0.00			0	0.00
อิตาลี	1	0.18	1	0.07	1	0.09	3	0.37	2	0.26
อิหร่าน	1	0.18	9	0.59	0	0.00	0	0.00	0	0.00
อินเดีย	21	3.78	68	4.47	55	4.90	43	5.33	82	10.64
อินโดนีเซีย					5	0.45	8	0.99	27	3.50
อุซเบกิสถาน					3	0.27	1	0.12	2	0.26
อุกีนดา							1	0.12	1	0.13
อียิปต์	1	0.18	3	0.20	6	0.53	2	0.25	7	0.91
แอลจีเรีย									2	0.26
ออสเตรเลีย									1	0.13
ฮ่องกง					1	0.09	0	0.00	0	0.00
ไม่ระบุเชื้อชาติ					49	4.36	0	0.00	0	0.00
จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายใน (หน่วย : คน)										
จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายในทั้งหมด			1,521		134		98		84	
จำนวนพนักงานชายที่ได้รับรองในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน			10	0.66	53	39.55	35	35.71	32	38.10
จำนวนพนักงานหญิงที่ได้รับรองในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน			11	0.72	49	36.57	35	35.71	30	35.71
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการจ้างงาน (บาท) Cost Per Recruit					134,867		118,917		160,000	
การจ้างงานผู้พิการ										
จำนวนพนักงานผู้พิการ	29	1.00	43	1.15	44	1.06	50	1.17	45	1.08
ชาย	15		29		31	70	33	66.00	31	68.89
หญิง	14		14		13	30	17	34.00	14	31.11
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับพนักงานปฏิบัติการ (JG 7-13)	29		43		44		50		45	
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับผู้บริหาร (JG 14 and above)	0		0		0		0	0.00	0	
จำนวนค่าจ้างพนักงานผู้พิการ (บาท)	4,000,000		6,100,000		6,240,000		7,090,800		7,028,400	
การส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (บาท)	0		0		0		0		0	
การจ้างงานผู้สูงอายุ (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานผู้สูงอายุ	65	2.23	96	2.56	44	1.06	63	1.47	56	1.34
ชาย	37		62		25	57	38	60.32	35	62.50
หญิง	28		34		19	43	25	39.68	21	37.50
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับพนักงานปฏิบัติการ (JG 7-13)	24		35		9	20	22	34.92	18	32.14
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับผู้บริหาร (JG 14 and above)	41		61		35	80	41	65.08	38	67.86
จำนวนค่าจ้างพนักงานสูงอายุ (บาท)	46,000,000		66,000,000		74,760,757		86,768,775		79,081,644	
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามเพศ										
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง	65	2.23	276	7.37	222	5.37	217	5.07	194	4.64
ชาย	40	61.54	164	59.42	118	53.15	120	55.30	107	55.15
หญิง	25	38.46	112	40.58	104	46.85	97	44.70	87	44.85
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ										
ไทย	62	95.38	236	85.51	179	80.63	151	69.59	118	60.82
ต่างชาติ	3	4.62	40	14.49	43	19.37	45	20.74	72	37.11
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง										
ผู้บริหารระดับสูง Director Up (JG 17 and above)			2	0.72	8	3.60	10	4.61	1	0.52
ผู้บริหาร Manager+Director (JG 14-16)			30	10.87	45	20.27	21	9.68	24	12.37
จำนวนพนักงานที่จ้างผ่าน Outsource / Agency *ไม่ใช้พนักงานของบริษัท*										
จำนวนพนักงานรวม			468		939		1,017		998	
ชาย			281		607		758	74.53	813	81.46
หญิง			187		332		259	25.47	185	18.54

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานที่อยู่ในแผนกฝ่ายขาย										
จำนวนพนักงานรวม			72	1.92	110	2.66	109	2.55	174	4.16
ชาย			15	20.83	28	25.45	36	33.03	54	31.03
หญิง			57	79.17	82	74.55	73	66.97	120	68.97
จำนวนพนักงานหญิงที่อยู่ในแผนกฝ่ายขาย										
ระดับปฏิบัติการ			18	25.00	25	22.73	19	17.43	53	30.46
ระดับบริหาร			38	52.78	56	50.91	53	48.62	66	37.93
ผู้บริหารระดับสูง			1	1.39	1	0.91	1	0.92	1	0.57
จำนวนพนักงานในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับงาน STEM : Science / IT / Engineering / Mathematics										
จำนวนพนักงานรวม			532	14.20	598	14.47	607	14.18	619	14.79
ชาย			297	55.83	428	71.57	454	74.79	464	74.96
หญิง			235	44.17	170	28.43	153	25.21	155	25.04
จำนวนพนักงานหญิงในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับงาน STEM										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)			182	34.21	109	18.23	92	15.16	87	14.05
ระดับบริหาร (JG 14-16)			50	9.40	58	9.70	58	9.56	65	10.50
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)			3	0.56	3	0.50	3	0.49	3	0.48
จำนวนพนักงานที่เป็นคณะกรรมการสวัสดิการ										
จำนวนพนักงานรวม			125	3.34	151	3.65	299	6.99	143	3.42
ชาย			67	53.60	64	42.38	133	44.48	62	43.36
หญิง			58	46.40	87	57.62	168	56.19	81	56.64
จำนวนพนักงานลาออก (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาออก	1,311	45.01	1,664	44.42	1,715	41.50	1,720	40.19	1,148	27.44
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาออก	34	1.17	15	0.40	0	0.00	25	0.58	23	0.55
จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังสิ้นสุดการลาออก และจัดการกลับมาทำงาน	30	88.24	13	86.67	0	0.00	20	80.00	22	95.65
2. การจ่ายค่าตอบแทน										
ค่าตอบแทนของพนักงาน จำแนกตามเพศ (หน่วย : บาท)										
จำนวนค่าตอบแทนรวม					2,653,311,835		2,099,251,787		3,390,820,892	
จำนวนค่าตอบแทนพนักงานชาย					1,460,520,185		1,647,142,618		1,936,106,862	
จำนวนค่าตอบแทนพนักงานหญิง					1,192,811,650		1,281,719,204		1,454,714,030	
ค่าเฉลี่ยเฉพาะเงินเดือนของพนักงานชาย										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							203,592		203,412	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							887,862		822,319	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							4,117,226		4,061,429	
ค่าเฉลี่ยเฉพาะเงินเดือนของพนักงานหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							214,138		212,627	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							759,375		757,951	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							2,725,480		2,752,837	
ค่าเฉลี่ยเงินเดือนและค่าตอบแทนอื่นของพนักงานชาย										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							254,490		254,265	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							1,109,827		1,027,899	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							5,146,533		5,076,786	
ค่าเฉลี่ยเงินเดือนและค่าตอบแทนของพนักงานหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							267,672		265,784	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							949,218		947,439	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							3,406,850		3,441,046	

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน										
จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (คน)	1,110	38.11	796	21.25	2,064	49.94	1,862	43.50	2,060	49.24
จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (บาท)					29,413,199		32,782,519		33,977,394	
อัตราส่วนเงินเดือนและค่าตอบแทนพื้นฐานของพนักงานชายและหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)	1:1.03		1:0.79		1:1.61		1:1.06		1:1.05	
ระดับบริหาร (JG 14-16)	1:0.79		1:1.20		1:0.92		1:0.86		1:0.92	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)	1:0.80		1:1.00		1:1.25		1:0.66		1:0.68	
อัตราส่วนเฉพาะเงินเดือนของพนักงานชายและหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							1:1.06		1:1.05	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							1:0.86		1:0.92	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							1:0.66		1:0.68	
3. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน										
จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของพนักงานทั้งหมด (หน่วย : ชั่วโมง)					8,577,192		10,746,736		10,077,672	
จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของลูกจ้างที่ไม่ใช่พนักงานทั้งหมด							5,157,360		4,547,712	
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่อยู่ภายใต้ระบบความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน										
จำนวนพนักงานรวม	2,913	100.00	3,746	100.00	4,133	100.00	4,280	100.00	4,184	100
ชาย	1,602		2,082		2,275		2,407		2,389	
หญิง	1,311		1,664		1,858		1,873		1,795	
สถิติการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการดำเนินงานของพนักงาน										
จำนวนเหตุการณ์บาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการดำเนินงานของพนักงานจนถึงขั้นหยุดงาน (ครั้ง)					21		84		43	
จำนวนพนักงานที่บาดเจ็บจากการดำเนินงานทั้งหมด (คน)	4		125		56		232		177	
จำนวนพนักงานที่ได้รับการบาดเจ็บจากการดำเนินงาน จนถึงขั้นหยุดงาน (คน)	4		10		20		63		43	
จำนวนพนักงานที่บาดเจ็บจากการดำเนินงาน แบบไม่หยุดงาน	0		115		43		151		140	
จำนวนวันทั้งหมดที่พนักงานหยุดงานจากการบาดเจ็บจากการดำเนินงาน (วัน)					189		405		172	
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตจากการดำเนินงาน (คน)	1				0		1		0	
อัตราการเสียชีวิตจากการดำเนินงาน ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชั่วโมง					0.00		0.09		0.00	
อัตราการบาดเจ็บต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชั่วโมง (Injury Rate : IR)	0.60		14.30		6.53		21.59		17.56	
อัตราการบาดเจ็บแบบหยุดงาน (LTIFR) / ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชม.	0.60		1.10		2.45		7.82		4.27	
อัตราการบาดเจ็บขั้นรุนแรงจากการดำเนินงาน							0.00		4.27	
อัตราการขาดงาน (AR)	0.01		0.09		0.88		0.95		0.89	
จำนวนวันทั้งหมดที่พนักงานลาป่วย (วัน)	1,219		15,436		8,975		9,987		9,150	
4. การส่งเสริมความสามัคคีและการมีส่วนร่วมกับพนักงาน										
ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ (มี / ไม่มี)	0		0		0		0		0	
พนักงานอาสาทำกิจกรรมเพื่อสังคม (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานที่ร่วมกิจกรรม	75		1,325		2,520		1,802		2,762	
จำนวนชั่วโมงที่พนักงานร่วมกิจกรรม (ชั่วโมง)	2,004		3,597		5,377		3,201		3,521	
จำนวนข้อร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม (หน่วย : เรื่อง)										
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน					0		0		0	
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม					0		2		0	
จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขและเยียวยา					0		0		0	
จำนวนข้อร้องเรียนที่อยู่ระหว่างการแก้ไข					0		1		0	

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
5. การพัฒนาพนักงาน										
ค่าใช้จ่ายในการอบรมความรู้และพัฒนาพนักงาน (หน่วย : บาท)	7,584,022		7,026,116		8,879,876		9,485,201		11,692,776	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้ของพนักงานรวม (หน่วย : ชั่วโมง)							342,120		383,265	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)	84		59		59		83		60	91.60
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานชาย (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)			32		34		46		34	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานหญิง (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)			26		25		37		26	
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานรวม			3,746	100.00	4,133	100.00	4,280		4,184	100
จำนวนพนักงานชาย			2,082	55.58	2,275	55.04	2,407	56.24	2,389	57.10
จำนวนพนักงานหญิง			1,664	44.42	1,858	44.96	1,873	43.76	1,795	42.90
คิดเป็น % ของพนักงานทั้งหมด			100		100		100		100	
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม จำแนกตามระดับ										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)					3,384	81.88	3,469	81.05	3,367	80.47
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)					586	14.18	645	15.07	652	15.58
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					104	2.52	101	2.36	99	2.37
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)					59	1.43	65	1.52	66	1.58
จำนวนพนักงานชาย ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)			1,754	84.25	1,895	83.30	1,991	82.72	1,974	82.63
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)			315	15.13	290	12.75	325	13.50	328	13.73
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					53	2.33	51	2.12	46	1.93
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)			13	0.62	37	1.63	40	1.66	41	1.72
จำนวนพนักงานหญิง ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)			1,327	79.75	1,489	80.14	1,478	78.91	1,393	77.60
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)			333	20.01	296	15.93	320	17.08	324	18.05
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					51	2.74	50	2.67	53	2.95
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)			4	0.24	22	1.18	25	1.33	25	1.39
จำนวนพนักงานชายที่เข้ารับการอบรม จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี			472	22.67	543	23.87	557	23.14	613	25.66
อายุ 30-50 ปี			1,433	68.83	1,516	66.64	1,539	63.94	1,491	62.41
อายุมากกว่า 50 ปี			177	8.50	216	9.49	311	12.92	285	11.93
จำนวนพนักงานหญิงที่เข้ารับการอบรม จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี			509	30.59	591	31.81	564	30.11	569	31.70
อายุ 30-50 ปี			1,022	61.42	1,124	60.50	1,123	59.96	1,049	58.44
อายุมากกว่า 50 ปี			133	7.99	143	7.70	186	9.93	177	9.86
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรมเรื่อง จรรยาบรรณองค์กร (Code of Conduct)			3,746	100.00	4,133	100.00	4,280	100.00	4,184	100.00
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรมเรื่องต่อต้านคอร์รัปชัน			3,746	100.00	4,133	100.00	4,280	100.00	4,184	100.00
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรมเรื่อง Cyber Security (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานรวม			2,669	71.25	1,136	27.49	1,223	28.57	1,987	47.49
ชาย			1,474	55.23	602	52.99	684	55.93	1,006	50.63
หญิง			1,195	44.77	534	47.01	539	44.07	981	49.37

ข้อมูลพนักงานธุรกิจอาหาร

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
1. ข้อมูลพนักงาน @31 ธค 2568										
จำนวนพนักงานรวม	10,174		11,261		11,048		11,563		11,318	
ชาย	3,075	30	3,469	31	3,579	32	3,833	33.15	3,660	32.34
หญิง	7,099	70	7,792	69	7,469	68	7,730	66.85	7,658	67.66
พนักงานประจำ (Permanent : ไม่กำหนดระยะเวลา)	4,710		4,791		4,797	43.42	5,090	44.02	5,110	45.15
ชาย	1,404	30	1,368	29	1,360	28	1,519	29.84	1,516	29.67
หญิง	3,306	70	3,423	71	3,437	72	3,571	70.16	3,594	70.33
พนักงานชั่วคราว (Temporary or Contract : มีกำหนดระยะเวลา)	0		24	0.2	29	0.3	32	0.28	24	0.21
ชาย	0		11	46	12	41	15	46.88	10	41.67
หญิง	0		13	54	17	59	17	53.13	14	58.33
พนักงาน Part Time / Casual / จัดเป็นครั้งคราว	5,464		6,446		6,222		6,441		6,184	
ชาย	1,671	31	2,090	32	2,207	35	2,299	35.69	2,134	34.51
หญิง	3,793	69	4,356	68	4,015	65	4,142	64.31	4,050	65.49
จำนวนพนักงานที่ไม่ใช่การจ้างงานโดยตรง (Employee of Managed Hotel / Employee of JV Business)										
ชาย										
หญิง										
พนักงานชาย จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	2,167	70	2,542	73	2,626	73	2,871	75	2,692	73.55
อายุ 30-50 ปี	841	27	870	25	887	25	898	23	896	24.48
อายุมากกว่า 50 ปี	67	2	57	2	66	2	64	2	72	1.97
จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	5,078	72	5,715	73	5,377	72	5,600	72	5,444	71.09
อายุ 30-50 ปี	1,888	27	1,969	25	1,972	26	1,999	26	2,056	26.85
อายุมากกว่า 50 ปี	133	2	108	1	120	2	131	2	158	2.06
จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามตำแหน่ง										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)	2,944	95.7	2,562	73.9	2,678	74.8	3,684	96.1	3,505	95.77
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)	123	4.0	900	25.9	893	25.0	116	3.0	120	3.28
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)							15	0.4	18	0.49
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)	8	0.3	7	0.2	8	0.2	18	0.5	17	0.46
จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามตำแหน่ง										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)	6,870	96.8	5,376	69.0	5,050	67.6	7,487	96.9	7,430	97.02
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)	224	3.2	2,411	30.9	2,414	32.3	179	2.3	173	2.26
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)							27	0.3	27	0.35
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)	5	0.1	5	0.1	5	0.1	37	0.5	28	0.37
จำนวนพนักงาน จำแนกตามอายุงาน										
< 1 ปี	4,050	40	5,608	50	4,876	44	5,428	46.9	4,959	43.82
1-3 ปี	2,370	23	1,853	16	2,597	24	2,643	22.9	2,728	24.10
>3 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี	1,176	12	1,185	11	858	8	718	6.2	953	8.42
> 5 ปี แต่ไม่ถึง 9 ปี	1,106	11	1,044	9	1,086	10	1,102	9.5	974	8.61
> 9 ปี แต่ไม่ถึง 15 ปี	797	8	857	8	868	8	887	7.7	893	7.89
> 15 ปี	675	7	714	6	763	7	785	6.8	811	7.17

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงาน จำแนกตามภูมิภาค										
ภาคเหนือ	723	7	759	7	746	7	808	7.0	799	7.06
ชาย							286		265	
หญิง							522		534	
ภาคกลาง	6,927	68	7,472	66	7,317	66	6,997	60.5	7,318	64.66
ชาย							2,405		2,501	
หญิง							4,592		4,817	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,213		1,412		1,429		1,483	12.8	1,500	13.25
ชาย							459		463	
หญิง							1,024		1,037	
ภาคตะวันออก	751	7	936	8	867	8	955	8.3	886	7.83
ชาย							276		234	
หญิง							679		652	
ภาคตะวันตก	0	0	0	0	0	0	0	0.0	0	0.00
ชาย									0	
หญิง									0	
ภาคใต้	560	6	682	6	689	6	1,320	11.4	815	7.20
ชาย							407		197	
หญิง							913		618	
ต่างประเทศ	0	0	0	0	0	0	0	0.0	0	0.00
ชาย									0	
หญิง									0	
จำนวนพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)										
ไทย	9,927	97.57	11,201	99.47	10,981	99.39	11,332	98.00	11,012	97.30
กัมพูชา					1	0.01	6	0.05		0.00
เกาหลี										0.00
คาซัคสถาน										0.00
แคเมอรูน										0.00
เคอร์ดิสถาน										0.00
เคนย่า										0.00
แคนาดา										0.00
ซีเรีย										0.00
เซเชลส์										0.00
เซาท์แอฟริกา										0.00
ซิมบับเว										0.00
จีน	2	0.02	2	0.02	2	0.02	0	0.00		0.00
จอร์แดน										0.00
ญี่ปุ่น	3	0.03	3	0.03	2	0.02	1	0.01	2	0.02
คีร์กีซสถาน										0.00
ไต้หวัน										0.00
คูเวต										0.00
กาซัคสถาน										0.00
แทนซาเนีย										0.00
เม็กซิโก										0.00
บังคลาเทศ										0.00
บัลแกเรีย										0.00
เบลารุส										0.00
เบลเยียม										0.00

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)										
ปาकिสถาน										0.00
เปรู										0.00
ฝรั่งเศส										0.00
พม่า	116	1.14	49	0.44	52	0.47	88	0.80	143	1.26
ฟิลิปปินส์										0.00
ภูฏาน										0.00
บราซิล										0.00
มาเลเซีย										0.00
โมร็อกโก										0.00
มองโกเลีย										0.00
มอริเชียส										0.00
เยอรมัน										0.00
ยูเครน										0.00
ยูกันดา										0.00
รัสเซีย										0.00
ลาว	61	0.60	6	0.05	10	0.09	136	1.18	161	1.42
เลบานอน										0.00
เวียดนาม										0.00
ศรีลังกา										0.00
สเปน										0.00
สวีเดน										0.00
สิงคโปร์										0.00
ไอร์แลนด์										0.00
แอลจีเรีย										0.00
อเมริกา										0.00
ออสเตรเลีย										0.00
ออสเตรีย										0.00
อังกฤษ										0.00
อิตาลี										0.00
อินเดีย										0.00
อินโดนีเซีย										0.00
อียิปต์										0.00
อิหร่าน										0.00
อุซเบกิสถาน										0.00
แอฟริกาใต้										0.00
ฮ่องกง										0.00
จำนวนพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา (หน่วย : คน)										
ต่ำกว่าปริญญาตรี	7,661	75	10,648	95	10,478	95	11,037	95.5	10,830	95.69
ปริญญาตรี	2,446	24	558	5	519	5	476	4.1	443	3.91
ปริญญาโท	65	1	54	0	50	0	49	0.4	44	0.39
ปริญญาเอก	2	0	1	0	1	0	1	0.0	1	0.01
จำนวนพนักงาน ลาออก										
อัตราการลาออก (%)	6.65		7.80		7.34		5.20		5.90	
จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด (ไม่นับรวม Part-time)	1,316		1,737		2,089		2,130		2,170	
จำนวนพนักงานชาย	408	31	489	28	547	26	599	28.1	658	30.32
จำนวนพนักงานหญิง	908	69	1,248	72	1,542	74	1,531	71.9	1,512	69.68

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
พนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจ จำแนกตามเพศ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจรวม	1,316		1,737		2,089		2,130		2,170	
จำนวนพนักงานชายที่ลาออกโดยความสมัครใจ	408	31	489	28	547	26	599	28.1	658	30.32
จำนวนพนักงานหญิงที่ลาออกโดยความสมัครใจ	908	69	1,248	72	1,542	74	1,531	71.9	1,512	69.68
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามระดับ										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							2,097	98.5	2,129	98.11
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)							27	1.3	24	1.11
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)							3	0.1	7	0.32
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							3	0.1	10	0.46
จำนวนพนักงานชายลาออก จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	300	74	351	72	412	75	423	70.6	473	71.88
อายุ 30-50 ปี	101	25	135	28	134	24	164	27.4	173	26.29
อายุมากกว่า 50 ปี	7	2	3	1	1	0	12	2.0	12	1.82
จำนวนพนักงานหญิงลาออก จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	674	74	933	75	1,138	74	1,150	75.1	1,121	74.14
อายุ 30-50 ปี	209	23	305	24	383	25	361	23.6	372	24.60
อายุมากกว่า 50 ปี	25	3	10	1	21	1	20	1.3	19	1.26
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามภูมิภาค										
ภาคเหนือ	41	3	50	3	66	3	70	3.3	70	3.23
ภาคกลาง	1,065	81	1,382	80	1,589	76	1,583	74.3	1,645	75.81
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	81	6	120	7	172	8	159	7.5	121	5.58
ภาคตะวันออก	95	7	130	7	175	8	209	9.8	232	10.69
ภาคตะวันตก	0	0	0	0	0	0	0	0.0	0	0.00
ภาคใต้	34	3	55	3	87	4	109	5.1	102	4.70
ต่างประเทศ	0	0	0	0	0	0	0	0.0	0	0.00
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามเชื้อชาติ										
ไทย	1,286	97.7	1,723	99.2	2,071	99.1	2,068	97.1	2,012	92.72
คาชัคสถาน	1	0.1	0	0.00	0	0.00	0	0.0	0	0.00
แคนาดา										0.00
เคอร์ดิสถาน										0.00
คีร์กีซสถาน										0.00
โคลอมเบีย										0.00
เคนยา										0.00
เซเชลส์										0.00
จีน										0.00
จอร์แดน										0.00
เนปาล										0.00
เบงาลูร์										0.00
บังคลาเทศ										0.00
บัลแกเรีย										0.00
โปรตุเกส										0.00
ปากีสถาน										0.00
ปานามา										0.00
ฝรั่งเศส										0.00
พม่า	23	1.7	14	0.8	16	0.8	31	1.5	26	1.20
ฟิลิปปินส์										0.00

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามเชื้อชาติ										
ภูฏาน										0.00
ญี่ปุ่น										0.00
ยูกันดา										0.00
เยอรมัน										0.00
รัสเซีย										0.00
ลาว	6	0.5	0	0.0	2	0.1	31	1.5	132	6.08
เวียดนาม										0.00
นิวซีแลนด์										0.00
มาเลเซีย										0.00
มองโกเลีย										0.00
เม็กซิโก										0.00
ศรีลังกา										0.00
ซีเรีย										0.00
สิงคโปร์										0.00
สวีเดน										0.00
ไต้หวัน										0.00
อังกฤษ										0.00
อเมริกา										0.00
ออสเตรเลีย										0.00
อินเดีย										0.00
อินโดนีเซีย										0.00
อียิปต์										0.00
อิตาลี										0.00
แอลจีเรีย										0.00
แอลเบเนีย										0.00
อุซเบกิสถาน										0.00
อาร์เจนตินา										0.00
เชื้อชาติไม่ระบุ										0.00
จำนวนพนักงาน เข้าใหม่ (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ทั้งหมด (ไม่นับรวม Part-time)	8,932		14,293		1,340		1,730		1,680	
จำนวนพนักงานชาย	2,974	33	4,634	32	377	28	554	32.0	507	30.18
จำนวนพนักงานหญิง	5,958	67	9,659	68	963	72	1,176	68.0	1,173	69.82
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามระดับ										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							1,712	99.0	1,667	99.23
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)							14	0.8	8	0.48
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)							2	0.1	5	0.30
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							2	0.1	0	0.00
จำนวนพนักงานชายเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	2,751	93	4,296	93	304	81	454	81.9	410	80.87
อายุ 30-50 ปี	220	7	338	7	73	19	100	18.1	97	19.13
อายุมากกว่า 50 ปี	3	0	0	0	0	0	0	0.0	0	0.00
จำนวนพนักงานหญิงเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	5,523	93	8,967	93	801	83	970	175.1	934	79.62
อายุ 30-50 ปี	425	7	687	7	162	17	206	17.5	239	20.38
อายุมากกว่า 50 ปี	10	0.2	5	0.1	0	0.0	0	0.0	0	0.00

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
จำนวนพนักงานหญิงเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	508	6	849	6	17	1	47	2.7	45	2.68
ภาคกลาง	6,399	72	9,902	69	1,085	81	1,353	78.2	1,283	76.37
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,030	12	1,566	11	82	6	53	3.1	81	4.82
ภาคตะวันออก	729	8	1,299	9	106	8	188	10.9	177	10.54
ภาคตะวันตก	0		0		0	0	0	0.0	0	0.00
ภาคใต้	266	3	677	5	50	4	89	5.1	94	5.60
ต่างประเทศ	0		0		0	0	0	0.0	0	0.00
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)										
ไทย	8,839	99.0	14,237	99.6	1,324	98.8	1,520	87.9	1,545	91.96
กัมพูชา										0.00
เกาหลี										0.00
คีร์กีซสถาน										0.00
คาซัคสถาน										0.00
เคอร์ดิสถาน										0.00
คาเมรูน										0.00
เคนย่า										0.00
แคนาดา										0.00
โคลัมเบีย										0.00
จีน										0.00
จอร์แดน										0.00
ญี่ปุ่น										0.00
เนปาล										0.00
บังคลาเทศ										0.00
เบลารุส										0.00
ปาเลสไตน์										0.00
ปานามา										0.00
เปรู										0.00
ฝรั่งเศส										0.00
พม่า	74	0.8	56	0.4	11	0.8	41	3.1	49	2.92
ฟิลิปปินส์										0.00
ซีเรีย										0.00
รัสเซีย										0.00
ลาว	11	0.1	0	0.0	5	0.4	169	12.6	86	5.12
เวียดนาม										0.00
คีร์กีซ										0.00
คูบีชีย										0.00
ไต้หวัน										0.00
บัลติฟส์										0.00
มาเลเซีย										0.00
มองโกเลีย										0.00
โมร็อกโก										0.00
เม็กซิโก										0.00
มอริเชียส										0.00
เยอรมัน										0.00
ศรีลังกา										0.00
สเปน										0.00
สิงคโปร์										0.00
สวีเดน										0.00

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)										
อังกฤษ										0.00
อเมริกา										0.00
อิตาลี										0.00
อิหร่าน										0.00
อินเดีย										0.00
อินโดนีเซีย										0.00
อุซเบกิสถาน										0.00
อุกันดา										0.00
อียิปต์										0.00
แอลจีเรีย										0.00
ออสเตรเลีย										0.00
ฮ่องกง										0.00
ไม่ระบุเชื้อชาติ										0.00
จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายใน (หน่วย : คน)										
จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายในทั้งหมด			15,824		13,069		14,108		13,011	
จำนวนพนักงานชายที่ได้รับบรรจุในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน			4,634	29.28	4,659	35.65	5,245	37.2	4,647	35.72
จำนวนพนักงานหญิงที่ได้รับบรรจุในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน			9,659	61.04	8,161	62.45	8,863	62.8	8,364	64.28
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการจ้างงาน (บาท) Cost Per Recruit							1,111		1,218	
การจ้างงานผู้พิการ										
จำนวนพนักงานผู้พิการ	60	1	89	1	73	1	79	0.7	127	1.12
ชาย	0		45		32	44	38	48.1	61	48.03
หญิง	76		44		41	56	41	51.9	66	51.97
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับพนักงานปฏิบัติการ (JG 7-13)	79		89		73		79		127	
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับผู้บริหาร (JG 14 and above)					0		0		0	
จำนวนค่าจ้างพนักงานผู้พิการ (บาท)	10,389,350		981,048		902,986		975,446		1,024,180	
การส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (บาท)							40,276		5,995	
การจ้างงานผู้สูงอายุ (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานผู้สูงอายุ	10	0.10	6	0.05	5	0.05	8	0.07	24	0.21
ชาย	1		0		3	60	6	75	10	41.67
หญิง	9		5		2	40	2	25	14	58.33
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับพนักงานปฏิบัติการ (JG 7-13)	6		5		4	80	5	63	15	62.50
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับผู้บริหาร (JG 14 and above)	4		1		2	40	3	38	9	37.50
จำนวนค่าจ้างพนักงานสูงอายุ (บาท)	773,620		267,976		173,631		787,407		622,077	
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามเพศ										
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง	1,186	12	4,344	39	3,453	31	4,215	36.5	3,179	28.09
ชาย	355	30	1,406	32	1,113	32	1,534	36.4	2,025	63.70
หญิง	831	70	2,938	68	2,340	68	2,681	63.6	1,154	36.30
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ										
ไทย	1,186	100	4,338	99.9	3,453	100	4,210	99.9	3,142	98.84
ต่างชาติ	0		6	0.1	0	0	5	0.1	37	1.16
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง										
ผู้บริหารระดับสูง Director Up (JG 17 and above)	4	0.34	3	0.07	1	0.03	1	0.0	4	0.13
ผู้บริหาร Manager+Director (JG 14-16)	0		1	0.02	4	0.12	2	0.0	42	1.32
จำนวนพนักงานที่จ้างผ่าน Outsource / Agency *ไม่ใช้พนักงานของบริษัท*										
จำนวนพนักงานรวม			31		34		40		17	
ชาย			20	64.5	23	67.6	26	65.0	9	52.94
หญิง			11	35.5	11	32.4	14	35.0	8	47.06

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานที่อยู่ในแผนกฝ่ายขาย										
จำนวนพนักงานรวม			8	0.1	7	0.1	10	0.1	7	0.06
ชาย			3	37.5	3	42.9	7	70.0	2	28.57
หญิง			5	62.5	4	57.1	3	30.0	5	71.43
จำนวนพนักงานหญิงที่อยู่ในแผนกฝ่ายขาย										
ระดับปฏิบัติการ			0		0	0.0	0	0.0	4	57.14
ระดับบริหาร			5	62.5	4	57.1	2	20.0	1	14.29
ผู้บริหารระดับสูง			0		0	0.0	5	50.0		0.00
จำนวนพนักงานในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับงาน STEM : Science / IT / Engineering / Mathematics										
จำนวนพนักงานรวม			69	0.6	69	0.6	61	0.5	77	0.68
ชาย			20	29.0	23	33.3	20	32.8	25	32.47
หญิง			49	71.0	46	66.7	41	67.2	52	67.53
จำนวนพนักงานหญิงในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับงาน STEM										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)			0		0		20	48.8	26	33.77
ระดับบริหาร (JG 14-16)			48	98.0	45	97.8	14	34.1	19	24.68
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)			1	2.0	1	2.2	7	17.1	7	9.09
จำนวนพนักงานที่เป็นคน-กรรมการสวัสดิการ										
จำนวนพนักงานรวม			9	0.1	9	0.1	9	0.1	9	0.08
ชาย			3	33.3	3	33.3	5	55.6	5	55.56
หญิง			6	66.7	6	66.7	4	44.4	4	44.44
จำนวนพนักงานลาออก (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาออก	7,099	69.8	7,792	69.2	7,469	67.6	7,730	66.9	7,658	67.66
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาออก	277	2.7	195	1.7	247	2.2	213	1.8	180	1.59
จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังสิ้นสุดการลาออก และอัตรา การกลับมาทำงาน	166	59.9	151	77.4	183	74.1	139	65.3	136	75.56
2. การจ่ายค่าตอบแทน										
ค่าตอบแทนของพนักงาน จำแนกตามเพศ (หน่วย :บาท)										
จำนวนค่าตอบแทนรวม							2,470,049,430		2,528,000,165	
จำนวนค่าตอบแทนพนักงานชาย							760,909,464		764,065,314	
จำนวนค่าตอบแทนพนักงานหญิง							1,709,139,966		1,763,934,851	
ค่าเฉลี่ยเฉพาะเงินเดือนของพนักงานชาย										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							132,130		136,700	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							662,205		733,181	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							3,685,180		2,989,560	
ค่าเฉลี่ยเฉพาะเงินเดือนของพนักงานหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							139,311		142,991	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							694,955		752,729	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							2,214,845		2,831,925	
ค่าเฉลี่ยเงินเดือนและค่าตอบแทนอื่นของพนักงานชาย										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							142,611		177,982	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							722,372		718,174	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							4,088,847		3,281,806	
ค่าเฉลี่ยเงินเดือนและค่าตอบแทนของพนักงานหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							148,447		180,618	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							752,518		754,831	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							2,523,277		3,146,653	

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน										
จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (คน)	518	5	534	5	795	7	594	5.1	615	5.43
จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (บาท)							12,023,180		43,539,874	
อัตราส่วนเงินเดือนและค่าตอบแทนพื้นฐานของพนักงานชายและหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)	1:0.98		1:0.98		1:0.99		1:0.93		1:1.01	
ระดับบริหาร (JG 14-16)	1:0.86		1:0.87		1:0.87		1:1.04		1:1.05	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)	1:0.88		1:1.00		1:1.00		1:0.62		1:0.96	
อัตราส่วนเฉพาะเงินเดือนของพนักงานชายและหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							1:1.05		1:1.05	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							1:1.05		1:1.05	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							1:0.60		1:0.95	
3. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน										
จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของพนักงานทั้งหมด (หน่วย : ชั่วโมง)					26,302,458		27,663,182		27,327,346	
จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของลูกจ้างที่ไม่ใช่พนักงานทั้งหมด										
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่อยู่ภายใต้ระบบความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน										
จำนวนพนักงานรวม	10,174	100	11,261	100	11,048	100	11,563	100	11,318	100
ชาย	3,075		3,469		3,579		3,833		3,660	
หญิง	7,099		7,792		7,469		7,730		7,658	
สถิติการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงาน										
จำนวนเหตุการณ์บาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงานจนถึงขั้นหยุดงาน (ครั้ง)					45		48		46	
จำนวนพนักงานที่บาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด (คน)	25		33		56		67		61	
จำนวนพนักงานที่ได้รับการบาดเจ็บจากการทำงาน จนถึงขั้นหยุดงาน (คน)	25		0		44		29		46	
จำนวนพนักงานที่บาดเจ็บจากการทำงาน แบบไม่หยุดงาน	0		0		12		19		15	
จำนวนวันทั้งหมดที่พนักงานหยุดงานจากการบาดเจ็บจากการทำงาน (วัน)					161		213		190	
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตจากการทำงาน (คน)	1		0		0		0		0	
อัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชั่วโมง					0.00		0.00		0.00	
อัตราการบาดเจ็บต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชั่วโมง (Injury Rate:IR)	4		1		2.13		2.42		2.23	
อัตราการบาดเจ็บแบบหยุดงาน (LTIFR) / ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชม.	2		0.0		1.71		1.74		1.68	
อัตราการบาดเจ็บขั้นรุนแรงจากการทำงาน							0.00		1.68	
อัตราการขาดงาน (AR)	0		0		0.87		0.44		0.62	
จำนวนวันทั้งหมดที่พนักงานลาป่วย (วัน)	1,566		9,873		23,511		12,596		17,204	
4. การส่งเสริมความสามัคคีและการมีส่วนร่วมกับพนักงาน										
ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ (มี / ไม่มี)	0		0		0		0		0.00	
พนักงานอาสาทำกิจกรรมเพื่อสังคม (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานที่ร่วมกิจกรรม	0		0				512		4,562	
จำนวนชั่วโมงที่พนักงานร่วมกิจกรรม (ชั่วโมง)	0		0				6,548		9,597	
จำนวนข้อร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม (หน่วย : เรื่อง)										
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน			0		0		0		2	
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม	2		0		0		0		0	
จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขและเยียวยา	2		0		0		0		0	
จำนวนข้อร้องเรียนที่อยู่ระหว่างการแก้ไข			0		0		0		0	

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
5. การพัฒนาพนักงาน										
ค่าใช้จ่ายในการอบรมความรู้และพัฒนาพนักงาน (หน่วย : บาท)	7,104,300		7,894,200		9,037,800		9,431,450		10,710,369	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้ของพนักงานรวม (หน่วย : ชั่วโมง)							77,875		77,486	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)	4		5		7		6.7		7.0	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานชาย (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)			16		7		6.7		8.0	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานหญิง (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)			7		7		6.7		7.0	
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานรวม			11,261		8,455		11,563		11,318	
จำนวนพนักงานชาย			3,716	33	2,266	27	3,833	33.1	3,660	32.34
จำนวนพนักงานหญิง			7,545	67	6,189	73	7,730	66.9	7,658	67.66
คิดเป็นที่ ของพนักงานทั้งหมด			100		77		100		100	
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม จำแนกตามระดับ										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)					1,800	16	11,171	96.6	10,221	90.31
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)					5,076	46	295	2.6	834	7.37
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					1,481	13	42	0.4	137	1.21
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)					98	1	55	0.5	126	1.11
จำนวนพนักงานชาย ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)			2,848	77	576	25	3,684	162.6	3,277	89.54
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)			867	23	1,228	54	116	5.1	285	7.79
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					434	19	15	0.7	51	1.39
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)			1	0	28	1	18	0.8	47	1.28
จำนวนพนักงานหญิง ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)			5,196	69	1,224	20	7,487	96.9	6,944	90.68
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)			2,342	31	3,848	62	179	2.3	548	7.16
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					1,047	17	27	0.3	87	1.14
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)			7	0	70	1	37	0.5	79	1.03
จำนวนพนักงานชายที่เข้ารับการอบรม จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี			2,903	78	2,067	91	2,871	74.9	2,356	64.37
อายุ 30-50 ปี			725	20	1,405	62	898	23.4	1,192	32.57
อายุมากกว่า 50 ปี			88	2	158	7	64	1.7	112	3.06
จำนวนพนักงานหญิงที่เข้ารับการอบรม จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี			5,660	75	4,934	80	5,600	72.4	4,555	59.48
อายุ 30-50 ปี			1,751	23	3,676	59	1,999	25.9	2,843	37.12
อายุมากกว่า 50 ปี			134	2	385	6	131	1.7	260	3.40
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรมเรื่อง จรรยาบรรณองค์กร (Code of Conduct)			4,714	42	5,143	47	4,954	42.8	4,852	42.87
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรมเรื่องต่อต้านคอร์รัปชัน			4,714	42	5,143	47	4,954	42.8	4,852	42.87
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรมเรื่อง Cyber Security (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานรวม					1,905	17	1,803	15.6	1,955	17.27
ชาย							487	27.0	515	26.34
หญิง							1,316	73.0	1,440	73.66

ข้อมูลพนักงาน CENTEL

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
1. ข้อมูลพนักงาน @31 ธค 2568										
จำนวนพนักงานรวม	13,087		15,007		15,181		15,843		15,502	
ชาย	4,677	36	5,551	37	5,854	38.56	6,240	39.39	6,049	39.02
หญิง	8,410	64	9,456	63	9,327	61.44	9,603	60.61	9,453	60.98
พนักงานประจำ (Permanent : ไม่กำหนดระยะเวลา)	7,602		8,428		8,771	57.78	9,233	58.28	9,193	59.30
ชาย	2,993	39	3,393	40	3,538	40.34	3,842	41.61	3,849	41.87
หญิง	4,609	61	5,035	60	5,233	59.66	5,391	58.39	5,344	58.13
พนักงานชั่วคราว (Temporary or Contract : มีกำหนดระยะเวลา)	21		133		188	1.24	169	1.07	125	0.81
ชาย	13	62	68	51	109	57.98	99	58.58	66	52.80
หญิง	8	38	65	49	79	42.02	70	41.42	59	47.20
พนักงาน Part Time / Casual /จ้างเป็นครั้งคราว	5,464		6,446		7,161		6,967		6,771	
ชาย	1,671	31	2,090	32	2,814	39.30	2,647	37.99	2,530	37.37
หญิง	3,793	69	4,356	68	4,347	60.70	4,320	62.01	4,241	62.63
จำนวนพนักงานที่ไม่ใช่การจ้างงานโดยตรง (Employee of Managed Hotel / Employee of JV Business)					2,425		2,242		2,313	
ชาย					1,299		1,133		1,171	50.63
หญิง					1,126		1,109		1,142	49.37
พนักงานชาย จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	2,501	53	3,014	54	3,169	54.13	3,428	54.94	3,305	54.64
อายุ 30-50 ปี	1,939	41	2,303	41	2,403	41.05	2,437	39.05	2,387	39.46
อายุมากกว่า 50 ปี	237	5	234	4	282	4.82	375	6.01	357	5.90
จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	5,407	64	6,224	66	5,968	63.99	6,164	64.19	6,013	63.61
อายุ 30-50 ปี	2,768	33	2,991	32	3,096	33.19	3,122	32.51	3,105	32.85
อายุมากกว่า 50 ปี	235	3	241	3	263	2.82	317	3.30	335	3.54
จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามตำแหน่ง										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)	4,263	91.1	4,316	77.8	4,573	78.12	5,675	90.95	5,479	90.58
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)	391	8.4	1,215	21.9	1,183	20.21	441	7.07	448	7.41
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					53	0.91	66	1.06	64	1.06
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)	23	0.5	20	0.4	45	0.77	58	0.93	58	0.96
จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามตำแหน่ง										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)	7,888	93.8	6,703	70.9	6,539	70.11	8,965	93.36	8,823	93.34
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)	514	6.1	2,744	29.0	2,710	29.06	499	5.20	497	5.26
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					51	0.55	77	0.80	80	0.85
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)	8	0.1	9	0.1	27	0.29	62	0.65	53	0.56
จำนวนพนักงาน จำแนกตามอายุงาน										
< 1 ปี	4,512	34	6,913	46	5,900	38.86	6,274	39.60	5,791	37.36
1-3 ปี	2,747	21	2,370	16	4,008	26.40	4,244	26.79	3,931	25.36
>3 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี	1,590	12	1,490	10	1,008	6.64	1,028	6.49	1,800	11.61
> 5 ปี แต่ไม่ถึง 9 ปี	1,813	14	1,587	11	1,563	10.30	1,515	9.56	1,278	8.24
> 9 ปี แต่ไม่ถึง 15 ปี	1,462	11	1,615	11	1,610	10.61	1,578	9.96	1,452	9.37
> 15 ปี	963	7	1,032	7	1,092	7.19	1,204	7.60	1,250	8.06

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงาน จำแนกตามภูมิภาค										
ภาคเหนือ	723	6	788	5	776	5.11	845	5.33	835	5.39
ชาย							306	36.21	284	34.01
หญิง							539	63.79	551	65.99
ภาคกลาง	8,003	61	8,971	60	8,934	58.85	8,525	53.81	8,759	56.50
ชาย							3,162	37.09	3,207	36.61
หญิง							5,363	62.91	5,552	63.39
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,213	26	1,412	25	1,429	24.41	1,483	9.36	1,500	9.68
ชาย							459	30.95	463	30.87
หญิง							1,024	69.05	1,037	69.13
ภาคตะวันออก	1,155	9	1,350	14	1,293	13.86	1,340	8.46	1,262	8.14
ชาย							495	36.94	447	35.42
หญิง							845	63.06	815	64.58
ภาคตะวันตก	239	2	0	0	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ชาย							0	0.00	0	0.00
หญิง							0	0.00	0	0.00
ภาคใต้	1,417	11	1,827	12	1,894	12.48	2,607	16.46	1,875	12.10
ชาย							1,091	41.85	728	38.83
หญิง							1,516	58.15	1,147	61.17
ต่างประเทศ	337	3	659	4	855	5.63	1,043	6.58	1,271	8.20
ชาย							727	#DIV/0!	920	72.38
หญิง							316	#DIV/0!	351	27.62
จำนวนพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)										
ไทย	12,488	95.42	14,343	96	14,339	94.45	14,647	92.45	14,008	90.36
กัมพูชา	1	0.01	1	0.01	1	0.01	7	0.04	0	0.00
เกาหลี					2	0.01	2	0.01	5	0.03
คาซัคสถาน	1	0.01	1	0.01	2	0.01	7	0.04	5	0.03
แคเมอรูน					1	0.01	2	0.01	3	0.02
เคอร์ดิสถาน					5	0.03	8	0.05	7	0.05
เคนย่า	1	0.01	1	0.01	6	0.04	6	0.04	6	0.04
แคนาดา	1	0.01	1	0.01	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ซีเรีย					3	0.02	3	0.02	4	0.03
เซเชลส์					1	0.01	1	0.01	0	0.00
เซาท์แอฟริกา					1	0.01	1	0.01	0	0.00
ซิมบับเว									1	0.01
จีน	3	0.02	6	0.04	8	0.05	8	0.05	9	0.06
จอร์แดน					1	0.01	1	0.01	2	0.01
ญี่ปุ่น	4	0.03	8	0.05	155	1.02	149	0.94	128	0.83
คีร์กีซ	2	0.02	2	0.01	1	0.01	1	0.01	2	0.01
ไต้หวัน									2	0.01
คูเวต					1	0.01	1	0.01	1	0.01
ทาจิกิสถาน							1	0.01	2	0.01
แทนซาเนีย									2	0.01
เบงาล	8	0.06	35	0.23	36	0.24	45	0.28	64	0.41
บังคลาเทศ	45	0.34	84	0.56	67	0.44	83	0.52	97	0.63
บัลแกเรีย					1	0.01	1	0.01	0	0.00
เบลารุส	1	0.01	0	0.00	1	0.01	1	0.01	1	0.01
เบลเยียม					1	0.01	0	0.00	0	0.00

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)										
ปาकिสถาน	4	0.03	13	0.09	7	0.05	9	0.06	7	0.05
เปรู									1	0.01
ฝรั่งเศส	7	0.05	9	0.06	4	0.03	2	0.01	2	0.01
พม่า	117	0.89			61	0.40	102	0.64	167	1.08
ฟิลิปปินส์	11	0.08	45	0.30	30	0.20	48	0.30	50	0.32
ภูฏาน									1	0.01
บราซิล	126	0.96	192	1.28	112	0.74	191	1.21	261	1.68
มาเลเซีย	1	0.01	7	0.05	4	0.03	5	0.03	4	0.03
โมร็อกโก					2	0.01	3	0.02	4	0.03
มองโกเลีย					1	0.01	1	0.01	0	0.00
มอริเชียส									1	0.01
เยอรมัน	6	0.05	7	0.05	5	0.03	4	0.03	4	0.03
ยูเครน			3	0.02	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ยูกันดา					1	0.01	2	0.01	4	0.03
รัสเซีย	2	0.02	2	0.01	6	0.04	5	0.03	7	0.05
ลาว	61	0.47	0	0.00	11	0.07	136	0.86	162	1.05
เลบานอน	1	0.01	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เวียดนาม	2	0.02	5	0.03	12	0.08	13	0.08	9	0.06
ศรีลังกา	48	0.37	70	0.47	97	0.64	123	0.78	147	0.95
สเปน	1	0.01	0	0.00	1	0.01	1	0.01	2	0.01
สวีเดน	1	0.01	3	0.02	2	0.01	2	0.01	2	0.01
สวีเดน	1	0.01	1	0.01	0	0.00	1	0.01	0	0.00
สิงคโปร์							1	0.01	1	0.01
ไอร์แลนด์					1	0.01	0	0.00	0	0.00
แอลจีเรีย					4	0.03	4	0.03	4	0.03
อเมริกา	2	0.02	2	0.01	2	0.01	1	0.01	0	0.00
ออสเตรเลีย	4	0.03	5	0.03	4	0.03	1	0.01	1	0.01
ออสเตรีย	1	0.01	8	0.05	0	0.00	1	0.01	2	0.01
อังกฤษ	4	0.03	1	0.01	1	0.01	3	0.02	3	0.02
อิตาลี	3	0.02	2	0.01	6	0.04	8	0.05	9	0.06
อินเดีย	54	0.41	69	0.46	142	0.94	158	1.00	230	1.48
อินโดนีเซีย	5	0.04	16	0.11	13	0.09	24	0.15	45	0.29
อิสราเอล	4	0.03	8	0.05	15	0.10	13	0.08	18	0.12
อิหร่าน	1	0.01	2	0.01	0	0.00	0	0.00	0	0.00
อุซเบกิสถาน					3	0.02	3	0.02	4	0.03
แอฟริกาใต้									1	0.01
ฮ่องกง					1	0.01	1	0.01	0	0.00
จำนวนพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา (หน่วย : คน)										
ต่ำกว่าปริญญาตรี	9,392	72	13,052	87	13,116	86.40	13,643	86.11	13,113	84.59
ปริญญาตรี	3,528	27	1,808	12	1,916	12.62	2,057	12.98	2,240	14.45
ปริญญาโท	164	1	146	1	146	0.96	141	0.89	145	0.94
ปริญญาเอก	3	0	1	0	3	0.02	2	0.01	4	0.03
จำนวนพนักงาน ลาออก										
อัตราการลาออก (%)	15.3		16.7		17.4		17.14		18.07	
จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด (ไม่นับรวม Part-time)	2,003		2,506		2,641		2,716		2,801	
จำนวนพนักงานชาย	748	37	857	34	828	31.35	877	32.29	1,020	36.42
จำนวนพนักงานหญิง	1,255	63	1,649	66	1,813	68.65	1,833	67.49	1,781	63.58

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
พนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจ จำแนกตามเพศ										
จำนวนพนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจรวม	2,003		2,506		2,641		2,716		2,801	
จำนวนพนักงานชายที่ลาออกโดยความสมัครใจ	748	37	857	34	828	31.35	877	32.29	1,020	36.42
จำนวนพนักงานหญิงที่ลาออกโดยความสมัครใจ	1,255	63	1,649	66	1,813	68.65	1,836	67.60	1,781	63.58
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามระดับ										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							2,565	94.44	2,630	93.90
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)							126	4.64	135	4.82
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)							16	0.59	20	0.71
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							9	0.33	16	0.57
จำนวนพนักงานชายลาออก จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	427	57	457	53	498	60.14	527	60.09	611	59.90
อายุ 30-50 ปี	308	41	381	44	316	38.16	327	37.29	377	36.96
อายุมากกว่า 50 ปี	13	2	19	2	15	1.81	25	2.85	32	3.14
จำนวนพนักงานหญิงลาออก จำแนกตามอายุ										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	828	66	1,062	64	1,239	68.34	1,271	69.34	1,261	70.80
อายุ 30-50 ปี	395	31	567	34	550	30.34	540	29.46	492	27.62
อายุมากกว่า 50 ปี	32	3	20	1	23	1.27	26	1.42	28	1.57
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามภูมิภาค										
ภาคเหนือ	41	2	53	2	66	2.50	70	2.58	72	2.57
ภาคกลาง	1,318	66	1,705	68	1,742	65.96	1,762	64.87	1,764	62.98
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	81	4	120	5	172	6.51	159	5.85	121	4.32
ภาคตะวันออก	171	9	221	9	209	7.91	243	8.95	258	9.21
ภาคตะวันตก	25	1	0	0	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ภาคใต้	286	14	321	13	246	9.31	267	9.83	249	8.89
ต่างประเทศ	81	4	86	3	206	7.80	215	7.92	337	12.03
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามเชื้อชาติ										
ไทย	1,890	94.4	2,418	96.5	2,448	92.69	2,460	90.57	2,336	83.40
คาชัคสถาน	2	0.1	0	0.0	1	0.04	4	0.15	9	0.32
แคนาดา	1	0.0	0	0.0	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เคอร์ดิสถาน					2	0.08	0	0.00	1	0.04
คีร์กีซสถาน							4	0.15	8	0.29
โคลอมเบีย									2	0.07
เคนย่า									2	0.07
เซเชลส์									1	0.04
จีน	2	0.1	0	0.0	2	0.08	1	0.04	4	0.14
จอร์แดน					1	0.04	0	0.00	0	0.00
เม็กซิโก	3	0.1	2	0.1	10	0.38	9	0.33	6	0.21
เบลารุส	1	0.0	0	0.0	0	0.00	0	0.00	1	0.04
บังคลาเทศ					5	0.19	2	0.07	2	0.07
บัลแกเรีย							0	0.00	1	0.04
โปรตุเกส					1	0.04	0	0.00	0	0.00
ปากีสถาน					4	0.15	0	0.00	1	0.04
ปานามา							1	0.04	0	0.00
ฝรั่งเศส	2	0.1	0	0.0	1	0.04	1	0.04	0	0.00
พม่า	23	1.1	14	0.6	20	0.76	34	1.25	33	1.18
ฟิลิปปินส์	6	0.3	1	0.0	8	0.30	7	0.26	12	0.43

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามเชื้อชาติ										
ภูฏาน	2	0.1	0	0.0	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ญี่ปุ่น					15	0.57	52	1.91	52	1.86
ยูกันดา					3	0.11	0	0.00	0	0.00
เยอรมัน					1	0.04	1	0.04	0	0.00
รัสเซีย							2	0.07	1	0.04
สาว	6	0.3	0	0.0	2	0.08	34	1.25	132	4.71
เวียดนาม					1	0.04	1	0.04	4	0.14
นิวซีแลนด์	34	1.7	49	2.0	25	1.00	33	1.22	95	3.39
มาเลเซีย							1	0.04	3	0.11
มองโกเลีย									1	0.04
เม็กซิโก									1	0.04
ศรีลังกา	18	0.9	12	0.5	14	0.56	21	0.77	29	1.04
ซีเรีย					1	0.04	0	0.00	0	0.00
สิงคโปร์					1	0.04	0	0.00	0	0.00
สวีเดน					1	0.04	2	0.07	1	0.04
ไต้หวัน					1	0.04	0	0.00	0	0.00
อังกฤษ							1	0.04	2	0.07
อเมริกา	1	0.0	1	0.0	1	0.04	1	0.04	0	0.00
ออสเตรเลีย	1	0.0	0	0.0	1	0.04	0	0.00	0	0.00
อินเดีย	7	0.3	6	0.2	27	1.08	38	1.40	38	1.36
อินโดนีเซีย	3	0.1	3	0.1	6	0.24	3	0.11	15	0.54
อียิปต์	1	0.0	0	0.0	2	0.08	2	0.07	2	0.07
อิตาลี							1	0.04	1	0.04
แอลจีเรีย					1	0.04	0	0.00	2	0.07
แอลเบเนีย					1	0.04	0	0.00	0	0.00
อุซเบกิสถาน					2	0.08	0	0.00	1	0.04
อาร์เมเนีย							0	0.00	1	0.04
เชื้อชาติไม่ระบุ	0	0.0	0	0.0	32	1.28	0	0.00	0	0.00
จำนวนพนักงาน เข้าใหม่ (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ทั้งหมด (ไม่นับรวม Part-time)	9,488		15,814		2,463		2,536		2,451	
จำนวนพนักงานชาย	3,276	35	5,412	34	956	38.81	981	38.68	989	40.35
จำนวนพนักงานหญิง	6,212	65	10,402	66	1,507	61.19	1,555	61.32	1,462	59.65
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามระดับ										
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)					934	37.92	2,363	93.18	2,298	93.76
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)					163	6.62	140	5.52	121	4.94
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					9	0.37	22	0.87	23	0.94
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)					17	0.69	11	0.43	9	0.37
จำนวนพนักงานชายเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	2,877	88	4,595	85	561	58.68	670	68.30	625	63.20
อายุ 30-50 ปี	391	12	772	14	370	38.70	293	29.87	340	34.38
อายุมากกว่า 50 ปี	8	0	45	1	25	2.62	18	1.83	24	2.43
จำนวนพนักงานหญิงเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)										
อายุน้อยกว่า 30 ปี	5,639	91	9,331	90	1,097	72.79	1,181	75.95	1,098	75.10
อายุ 30-50 ปี	559	9	1,037	10	399	26.48	364	23.41	354	24.21
อายุมากกว่า 50 ปี	14	0.2	34	0.3	11	0.73	10	0.64	10	0.68

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
จำนวนพนักงานหญิงเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	508	5	861	5	19	0.77	49	1.93	48	1.96
ภาคกลาง	6,543	69	10,523	67	1,454	59.03	1,510	59.54	1,390	56.71
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,030	11	1,566	10	82	3.33	53	2.09	81	3.30
ภาคตะวันออก	746	8	1,409	9	169	6.86	200	7.89	217	8.85
ภาคตะวันตก	1	0	0	0	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ภาคใต้	552	6	1,259	8	297	12.06	416	16.40	239	9.75
ต่างประเทศ	108	1	196	1	442	17.95	308	12.15	476	19.42
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)										
ไทย	9,293	97.94	15,458	97.75	2,062	83.72	2,035	80.24	1,870	76.30
กัมพูชา	1	0.01	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เกาหลี					2	0.08	6	0.24	3	0.12
ศรีลังกา							7	0.28	6	0.24
คาชัคสถาน	1	0.01	5	0.03	3	0.12	4	0.16	7	0.29
เคอร์ดิสถาน					1	0.04	0	0.00	0	0.00
คาเมรูน					1	0.04	1	0.04	1	0.04
เคนยา					1	0.04	0	0.00	2	0.08
แคนาดา	1	0.01		0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
โคลัมเบีย							1	0.04	1	0.04
จีน					4	0.16	4	0.16	6	0.24
จอร์แดน									1	0.04
ญี่ปุ่น	1	0.01	4	0.03	142	5.77	59	2.33	38	1.55
เมปาล	3	0.03	6	0.04	11	0.45	17	0.67	27	1.10
บังคลาเทศ	2	0.02	23	0.15	6	0.24	11	0.43	10	0.41
เบลารุส									1	0.04
ปากีสถาน	3	0.03	12	0.08	3	0.12	2	0.08	1	0.04
ปานามา							1	0.04	0	0.00
เปรู									1	0.04
ฝรั่งเศส					2	0.08	0	0.00	0	0.00
พม่า	74	0.78	56	0.35	21	0.85	49	1.93	67	2.73
ฟิลิปปินส์	3	0.03	7	0.04	13	0.53	11	0.43	12	0.49
ซีเรีย									1	0.04
รัสเซีย					3	0.12	1	0.04	4	0.16
ลาว	11	0.12		0.00	6	0.24	169	6.66	88	3.59
เวียดนาม					9	0.37	12	0.47	1	0.04
ดัตช์									1	0.04
คูเวต					1	0.04	0	0.00	0	0.00
ไต้หวัน									2	0.08
บราซิล	49	0.52	110	0.70	20	0.81	48	1.89	120	4.90
มาเลเซีย					2	0.08	1	0.04	2	0.08
มองโกเลีย					1	0.04	0	0.00	0	0.00
โมร็อกโก					1	0.04	1	0.04	3	0.12
เม็กซิโก							1	0.04	0	0.00
มอริเชียส									1	0.04
เยอรมัน	1	0.01	3	0.02	2	0.08	0	0.00	1	0.04
ศรีลังกา	11	0.12	45	0.28	24	0.97	33	1.30	44	1.80
สเปน					1	0.04	0	0.00	2	0.08
สิงคโปร์	1	0.01	4	0.03	0	0.00	1	0.04	0	0.00
สวีเดน					1	0.04	1	0.04	1	0.04

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
อังกฤษ							2	0.08	2	0.08
อเมริกา	1	0.01	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
อิตาลี	1	0.01	1	0.01	1	0.04	3	0.12	2	0.08
อิหร่าน	1	0.01	9	0.06	0	0.00	0	0.00	0	0.00
อินเดีย	21	0.22	68	0.43	55	2.23	43	1.70	82	3.35
อินโดนีเซีย					5	0.20	8	0.32	27	1.10
อุซเบกิสถาน					3	0.12	1	0.04	2	0.08
อุกันดา							1	0.04	1	0.04
อียิปต์	1	0.01	3	0.02	6	0.24	2	0.08	7	0.29
แอลจีเรีย									2	0.08
ออสเตรเลีย									1	0.04
ฮ่องกง					1	0.04	0	0.00	0	0.00
ไม่ระบุเชื้อชาติ					49	1.99	0	0.00	0	0.00
จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายใน (หน่วย : คน)										
จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายในทั้งหมด			17,345		13,203		14,206		13,095	
จำนวนพนักงานชายที่ได้รับบรรจุในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน			4,644	27	4,712	35.69	5,280	37.17	4,679	35.73
จำนวนพนักงานหญิงที่ได้รับบรรจุในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน			9,670	56	8,210	62.18	8,898	62.64	8,394	64.10
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการจ้างงาน (บาท) Cost Per Recruit							120,028		161,218	
การจ้างงานผู้พิการ										
จำนวนพนักงานผู้พิการ	89	1	132	1	117	0.77	129	0.81	172	1.11
ชาย	15	17	74	56	63	53.85	71	55.04	92	53.49
หญิง	90	101	58	44	54	46.15	58	44.96	80	46.51
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับพนักงานปฏิบัติการ (JG 7-13)	108		132		117		129		172	
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับผู้บริหาร (JG 14 and above)	0		0		0		0		0	
จำนวนค่าจ้างพนักงานผู้พิการ (บาท)	14,389,350		7,081,048		7,142,986		8,066,246		8,052,580	
การส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (บาท)							40,276		5,995	
การจ้างงานผู้สูงอายุ (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานผู้สูงอายุ	75	0.6	102	0.7	49	0.32	71	0.45	80	0.52
ชาย	38	51	62	61	28	57.14	44	61.97	45	56.25
หญิง	37	49	39	38	21	42.86	27	38.03	35	43.75
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับพนักงานปฏิบัติการ (JG 7-13)	30	40	40	39	13	26.53	27	38.03	33	41.25
จำนวนพนักงานผู้พิการ ระดับผู้บริหาร (JG 14 and above)	45	60	62	61	37	75.51	44	61.97	47	58.75
จำนวนค่าจ้างพนักงานสูงอายุ (บาท)	46,773,620		66,267,976		74,934,388		87,556,182		79,703,721	
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามเพศ										
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง	1,251	10	4,620	31	3,675	24.21	4,432	27.97	3,373	21.76
ชาย	395	32	1,570	34	1,231	33.50	1,654	37.32	2,132	63.21
หญิง	856	68	3,050	66	2,444	66.50	2,778	62.68	1,241	36.79
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ										
ไทย	1,248	99.8	4,574	99.0	3,632	98.83	4,361	98.40	3,260	96.65
ต่างชาติ	3	0.2	46	1.0	43	1.17	50	1.13	109	3.23
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง										
ผู้บริหารระดับสูง Director Up (JG 17 and above)	4	0.3	5	0.11	9	0.24	11	0.25	5	0.15
ผู้บริหาร Manager+Director (JG 14-16)	0	0.0	31	0.67	49	1.33	23	0.52	66	1.96
จำนวนพนักงานที่จ้างผ่าน Outsource / Agency *ไม่ใช้พนักงานของบริษัท*										
จำนวนพนักงานรวม			499		973		1,057		1,015	
ชาย			301	60.3	630	64.75	784	74.17	822	80.99
หญิง			198	39.7	343	35.25	273	25.83	193	19.01

4,373,814,270	2564		2565		2566		2567		2568	
จำนวนพนักงานที่อยู่ในแผนกฝ่ายขาย	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานรวม			80	0.5	117	0.77	119	0.75	181	1.17
ชาย			18	22.5	31	26.50	43	36.13	56	30.94
หญิง			62	77.5	86	73.50	76	63.87	125	69.06
จำนวนพนักงานหญิงที่อยู่ในแผนกฝ่ายขาย										
ระดับปฏิบัติการ			18	23	25	21.37	19	15.97	57	31.49
ระดับบริหาร			43	54	60	51.28	55	46.22	67	37.02
ผู้บริหารระดับสูง			1	1	1	0.85	6	5.04	1	0.55
จำนวนพนักงานในตำแหน่งที่เกี่ยวกับงาน STEM : Science / IT / Engineering / Mathematics										
จำนวนพนักงานรวม			601	4	667	4.39	668	4.22	696	4.49
ชาย			317	53	451	67.62	474	70.96	489	70.26
หญิง			284	47	216	32.38	194	29.04	207	29.74
จำนวนพนักงานหญิงในตำแหน่งที่เกี่ยวกับงาน STEM										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)			182	30	109	16.34	112	16.77	113	16.24
ระดับบริหาร (JG 14-16)			98	16	103	15.44	72	10.78	84	12.07
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)			4	1	4	0.60	10	1.50	10	1.44
จำนวนพนักงานที่เป็นคน-กรรมการสวัสดิการ										
จำนวนพนักงานรวม			134	0.9	160	1.05	308	1.94	152	0.98
ชาย			70	52	67	41.88	138	44.81	67	44.08
หญิง			64	48	93	58.13	172	55.84	85	55.92
จำนวนพนักงานลาออก (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาออก	8,410	64.3	9,456	63.0	9,184	60.50	9,450	59.65	8,806	56.81
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาออก	311	2.4	210	1.4	247	1.63	238	1.50	203	1.31
จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังสิ้นสุดการลาออก และอัตราการกลับมาทำงาน	196	63.0	164	78.1	183	74.09	159	66.81	158	77.83
2. การจ่ายค่าตอบแทน										
ค่าตอบแทนของพนักงาน จำแนกตามเพศ (หน่วย : บาท)										
จำนวนค่าตอบแทนรวม	3,199,747,416		4,373,814,270		5,001,465,868		5,398,911,252		5,918,821,057	
จำนวนค่าตอบแทนพนักงานชาย	1,349,361,576		1,920,740,130		2,221,198,290		2,408,052,082		2,700,172,176	
จำนวนค่าตอบแทนพนักงานหญิง	1,850,385,840		2,453,074,140		2,780,267,578		2,990,859,170		3,218,648,881	
ค่าเฉลี่ยเฉพาะเงินเดือนของพนักงานชาย										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							157,202		160,736	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							829,556		798,293	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							3,983,143		3,747,260	
ค่าเฉลี่ยเฉพาะเงินเดือนของพนักงานหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							151,648		153,985	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							736,335		756,141	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							2,420,746		2,794,620	
ค่าเฉลี่ยเงินเดือนและค่าตอบแทนอื่นของพนักงานชาย										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							181,862		205,466	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							1,009,716		944,418	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							4,818,285		4,550,671	
ค่าเฉลี่ยเงินเดือนและค่าตอบแทนของพนักงานหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							168,103		194,064	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							878,871		880,677	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							2,879,557		3,285,518	

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน										
จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (คน)	1,628		1,330		2,859		2,456		2,675	17.26
จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (บาท)	29,000,000		34,000,000		45,000,000		44,805,699		77,517,268	
อัตราส่วนเงินเดือนและค่าตอบแทนพื้นฐานของพนักงานชายและหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)	1:1.01		1:0.89		1:0.89		1:0.92		1:0.96	
ระดับบริหาร (JG 14-16)	1:0.83		1:1.04		1:1.04		1:0.87		1:0.95	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)	1:0.84		1:1.00		1:1.00		1:0.60		1:0.75	
อัตราส่วนเฉพาะเงินเดือนของพนักงานชายและหญิง										
ระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)							1:0.96		1:0.94	
ระดับบริหาร (JG 14-16)							1:0.89		1:0.93	
ผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)							1:0.61		1:0.72	
3. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน										
จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของพนักงานทั้งหมด (หน่วย : ชั่วโมง)	17,837,820		19,976,580		34,879,650		38,409,918		37,405,018	
จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของลูกจ้างที่ไม่ใช่พนักงานทั้งหมด							5,157,360		4,547,712	
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่อยู่ภายใต้ระบบความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน										
จำนวนพนักงานรวม	13,087	100	15,007	100	15,181	100.00	15,843	100	15,502	100
ชาย	4,677		5,551		5,854		6,240		6,049	
หญิง	8,410		9,456		9,327		9,603		9,453	
สถิติการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการดำเนินงานของพนักงาน										
จำนวนเหตุการณ์บาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการดำเนินงานของพนักงานจนถึงขั้นหยุดงาน (ครั้ง)	0		0		66		132		89	
จำนวนพนักงานที่บาดเจ็บจากการดำเนินงานทั้งหมด (คน)	29		158		112		299		238	
จำนวนพนักงานที่ได้รับการบาดเจ็บจากการดำเนินงาน จนถึงขั้นหยุดงาน (คน)	29		10		64		92		89	
จำนวนพนักงานที่บาดเจ็บจากการดำเนินงาน แบบไม่หยุดงาน	0		115		55		170		155	
จำนวนวันทั้งหมดที่พนักงานหยุดงานจากการบาดเจ็บจากการดำเนินงาน (วัน)	0		0		350		618		362	
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตจากการดำเนินงาน (คน)	2		0		0		1.00		0.00	
อัตราการเสียชีวิตจากการดำเนินงาน ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชั่วโมง	0		0		0		0.03		0.00	
อัตราการบาดเจ็บต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชั่วโมง (Injury Rate:IR)	3		5		3		7.78		6.36	
อัตราการบาดเจ็บแบบหยุดงาน (LTIFR) / ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชม.	2		0		2		3.44		2.38	
อัตราการบาดเจ็บขั้นรุนแรงจากการดำเนินงาน	0		0		0		2.40		2.38	
อัตราการขาดงาน (AR)	0		0		1		0.58		0.69	
จำนวนวันทั้งหมดที่พนักงานลาป่วย (วัน)	2,785		25,309		32,486		22,583		26,354	
4. การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน										
ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ (มี / ไม่มี)	0		0		0		0		0	
พนักงานอาสาทำกิจกรรมเพื่อสังคม (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานที่ร่วมกิจกรรม	75		1,325		2,520		2,314		7,324	
จำนวนชั่วโมงที่พนักงานร่วมกิจกรรม (ชั่วโมง)	2,004		3,597		5,377		9,749		13,118	
จำนวนข้อร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม (หน่วย : เรื่อง)										
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน	0		0		0		0		2	
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม	2		0		0		0		0	
จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขและเยียวยา	2		0		0		0		0	
จำนวนข้อร้องเรียนที่อยู่ระหว่างการแก้ไข	0		0		0		0		0	

ข้อมูลพนักงาน	2564		2565		2566		2567		2568	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
5. การพัฒนาพนักงาน										
ค่าใช้จ่ายในการอบรมความรู้และพัฒนาพนักงาน (หน่วย : บาท)	14,688,322		14,920,316		17,917,676		18,916,651		22,403,145	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้ของพนักงานรวม (หน่วย : ชั่วโมง)							419,995		460,751	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)	21.6		18.4		21		27.3		21.3	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานชาย (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)			8.3		18		21.9		18.4	
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานหญิง (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)			10.6		11		12.6		10.6	
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม (หน่วย : คน)			15,007		12,588		15,843	100.00	15,502	100
จำนวนพนักงานรวม			5,798	39	4,541	36.07	6,240	39.39	6,049	39.02
จำนวนพนักงานชาย			9,209	61	8,047	63.93	9,603	60.61	9,453	60.98
จำนวนพนักงานหญิง			100		100				100	
คิดเป็นที่ ของพนักงานทั้งหมด										
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม จำแนกตามระดับ					5,184	41.18	14,640	92.41	13,588	87.65
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)					5,662	44.98	940	5.93	1,486	9.59
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)					1,585	12.59	143	0.90	236	1.52
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)					157	1.25	120	0.76	192	1.24
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)										
จำนวนพนักงานชาย ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)			4,602	79	2,471	54.42	5,675	90.95	5,251	86.81
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)			1,182	20	1,518	33.43	441	7.07	613	10.13
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)					487	10.72	66	1.06	97	1.60
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)			14	0.24	65	1.43	58	0.93	88	1.45
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)										
จำนวนพนักงานหญิง ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)			6,523	70.8	2,713	33.71	8,965	93.36	8,337	88.19
กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ (JG 7-13)			2,675	29.0	4,144	51.50	499	5.20	872	9.22
กลุ่มผู้บริหารระดับต้น (JG 14-15)					1,098	13.64	77	0.80	140	1.48
กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง (JG 16)			11	0.1	92	1.14	62	0.65	104	1.10
กลุ่มผู้บริหารระดับสูง (JG 17 and above)										
จำนวนพนักงานชายที่เข้ารับการอบรม จำแนกตามอายุ			3,375	58	2,610	57.48	3,428	54.94	2,969	49.08
อายุน้อยกว่า 30 ปี			2,158	37	2,921	64.33	2,437	39.05	2,683	44.35
อายุ 30-50 ปี			265	5	374	8.24	375	6.01	397	6.56
อายุมากกว่า 50 ปี										
จำนวนพนักงานหญิงที่เข้ารับการอบรม จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)			6,169	67	5,525	68.66	6,164	64.19	5,124	54.21
อายุน้อยกว่า 30 ปี			2,773	30	4,800	59.65	3,122	32.51	3,892	41.17
อายุ 30-50 ปี			267	3	528	6.56	317	3.30	437	4.62
อายุมากกว่า 50 ปี			8,460	56	9,276	61.10	9,234	58.28	9,036	58.29
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรมเรื่อง จรรยาบรรณองค์กร (Code of Conduct)			8,460	56	9,276	61.10	9,234	58.28	9,036	58.29
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรมเรื่องต่อต้านคอร์รัปชัน										
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรมเรื่อง Cyber Security (หน่วย : คน)										
จำนวนพนักงานรวม			2,669	18	3,041	20.03	3,026	19.10	3,942	25.43
ชาย			1,474	55	602	19.80	1,171	38.70	1,521	38.58
หญิง			1,195	45	534	17.56	1,855	61.30	2,421	61.42



LRQA Independent Assurance Statement

Relating to Central Plaza Hotel Public Company Limited’s Sustainability Report for the calendar year 2025

This Assurance Statement has been prepared for Central Plaza Hotel Public Company Limited in accordance with our contract but is intended for the readers of this Report.

Terms of engagement

LRQA Group Limited (LRQA) was commissioned by Central Plaza Hotel Public Company Limited (CENTEL) to provide independent assurance on its Sustainability Report 2025 (“the report”) against the assurance criteria below to a moderate level of assurance and materiality of the professional judgement of the verifier using Accountability’s AA1000AS v3 for a type II assurance.

Our assurance engagement covered CENTEL’s hotels in Thailand under Centara Reserve, Centara Grand, Centara, Centara Life, Centara Boutique Collection and COSI brands, hotels overseas as per the locations listed below¹, and operations under Central Restaurant Group, specifically the following requirements:

- Confirming that the report is in line with the GRI² Standards
- Evaluating the accuracy and reliability of CENTEL’s performance data and information for the CENTEL’s process to determine double materiality topics, and the selected GRI indicators listed below:
 - Environmental: GRI 302-1 Energy Consumption within the organization, GRI 302-3 Energy Intensity, GRI 303-3 Water withdrawal, GRI 303-4 Water discharge, GRI 303-5 Water consumption, GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions, GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions, GRI 305-3 Other indirect Greenhouse Gas (Scope 3) emissions, GRI 305-4 GHG emissions intensity, GRI 306-3 Waste generated, GRI 306-4 Waste diverted from disposal, GRI 306-5 Waste directed to disposal.
 - Social: GRI 403-9 Work-related injuries, GRI 403-10 Work-related ill health., GRI 405-2 Ratio on basic salary and remuneration of women to men.

Our assurance engagement excluded the data and information of CENTEL’s suppliers, contractors and any third parties mentioned in the report. It also excluded the data and information of CENTEL’s other international locations.

LRQA’s responsibility is only to CENTEL. LRQA disclaims any liability or responsibility to others as explained in the end footnote. CENTEL’s responsibility is for collecting, aggregating, analysing and presenting all the data and information within the report and for maintaining effective internal controls over the systems from which the report is derived. Ultimately, the report has been approved by and remains the responsibility of CENTEL.

LRQA’s Opinion

Based on LRQA’s approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that CENTEL has not, in all material respects:

- Met the requirements above
- Disclosed accurate and reliable performance data and information as no errors or omissions were detected in the selected GRI indicators listed above
- Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this report.

The opinion expressed is formed based on a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.

Note: The extent of evidence-gathering for a moderate assurance engagement is less than for a high assurance engagement. Moderate assurance engagements focus on aggregated data rather than physically checking source data at sites. Consequently, the level of assurance obtained in a moderate assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had a high assurance engagement been performed.

LRQA’s approach

LRQA’s assurance engagements are carried out in accordance with our verification procedure. The following tasks though were undertaken as part of the evidence gathering process for this assurance engagement:

¹ Locations overseas covered by LRQA’s assurance:

- Republic of Maldives: Centara Grand Lagoon Maldives, Machchafushi Island Resort & Spa Maldives, Centara Ras Fushi Resort & Spa Maldives, Centara Mirage Lagoon Maldives
- Laos: COSI Vientiane Nam Phu
- Oman: Centara Muscat Hotel, Centara Life Muscat Dunes Hotel, Al Hail Waves Hotel
- UAE: Centara Mirage Beach Resort Dubai
- Qatar: Centara West Bay Hotel & Residences Doha
- Vietnam: Centara Mirage Resort Mui Ne
- Japan: Centara Grand Hotel Osaka

² <https://www.globalreporting.org>



- Assessing CENTEL's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this through interviews with responsible personnel and reviewing documents and associated records.
- Reviewing CENTEL's process for identifying and determining double material topics to confirm that the right issues were included in their report. We did this by benchmarking CENTEL's report and its peers to ensure that sector specific issues were included for comparability.
- Auditing CENTEL's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or misstatements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling procedures, instructions and systems. We also spoke with those key people responsible for compiling the data and drafting the report.
- Visiting and auditing CENTEL's hotels in Thailand, namely, Centara Life Cha Am Beach Resort Hua Hin, Centara Ayutthaya, Centara Grand Mirage Beach Resort Pattaya, CRG Manufacturing, Central Restaurant Group Head Office, and remotely auditing Centara West Bay & Residences Doha, and COSI Samui Chaweng Beach via ICT platforms, to validate site data and information for the selected GRI indicators.

Observations

Further observations and findings, made during the assurance engagement, are:

- Stakeholder inclusivity:
CENTEL's stakeholder engagement processes are inclusive and effective. All stakeholder groups were actively involved in CENTEL's engagement processes, with no evidence of exclusion or omitted perspectives in the summary report coming to our attention.
- Materiality:
Clear and unbiased criteria determined CENTEL's material sustainability issues. A systematic double materiality assessment considered business context, stakeholder input, impacts, financial risks, and opportunities. The 2025's Sustainability Report's material issues are relevant and accurately reflect the company's operations.
- Responsiveness:
CENTEL addressed material issues and their impacts, ensuring alignment with its strategies and operations.
- Reliability:
Criteria used to assess and prioritise double materiality issues were appropriate and ensured content of was impartial and clear. Data management systems were well established, though CENTEL should carry out periodic internal quality control checks on their data to prevent any errors being identified at the corporate level.
- Impact:
Impacts associated with CENTEL's operations are managed and performance is monitored through internal processes. While CENTEL tracks its greenhouse gas emissions and has addressed this as a material issue, it has not yet established science-based targets for reducing GHG emissions.

LRQA's standards, competence and independence

LRQA ensures the selection of appropriately qualified individuals based on their qualifications, training and experience. The outcome of all verification and certification assessments is then internally reviewed by senior management to ensure that the approach applied is rigorous and transparent.

This verification is the only work undertaken by LRQA for CENTEL and as such does not compromise our independence or impartiality.

Wiriya Rattanasuwan
LRQA Lead Verifier

Dated: 18 March 2026

On behalf of LRQA (Thailand) Limited,
252/123 Muang Thai-Phatra Complex Tower B, 26th floor,
Unit 252/123 (C) Ratchadaphisek Rd., Huaykwang Sub-district,
Huaykwang District, Bangkok 10310, Thailand.

LRQA reference: BGK00001260

LRQA Group Limited, its affiliates and subsidiaries, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.

The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA assumes no responsibility for versions translated into other languages.

This Assurance Statement is only valid when published with the Inventory to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.

Copyright © LRQA, 2026.



LRQA Independent Assurance Statement

Relating to Central Plaza Hotel Public Company Limited's GHG Report for the calendar year 2025

This Assurance Statement has been prepared for Central Plaza Hotel Public Company Limited in accordance with our contract but is intended for the readers of this Report.

Terms of engagement

LRQA Group Limited was commissioned by Central Plaza Hotel Public Company Limited (CENTEL) to provide independent assurance on its GHG Report ("the report") against the assurance criteria below to a moderate level of assurance and materiality of the professional judgement of the verifier using Accountability's AA1000AS v3 for a type II assurance.

Our assurance engagement covered CENTEL's hotels in Thailand under Centara Reserve, Centara Grand, Centara, Centara Life, Centara Boutique Collection and COSI brands, hotels overseas as per the locations listed below¹, and operations under Central Restaurant Group, specifically the following requirements:

- Confirming that the report is in accordance with: GRI Standards (2021) and its specific standard disclosures
- Evaluating the accuracy and reliability of GHG data² and information on the period of 1st January 2025 – 31st December 2025, for the selected indicators listed below:³
 - GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions
 - GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions
 - GRI 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions
 - GRI 305-4 GHG emissions intensity

Our assurance engagement excluded the data and information of suppliers, contractors and any third parties mentioned in the report.

LRQA's responsibility is only to CENTEL. LRQA disclaims any liability or responsibility to others as explained in the end footnote. CENTEL's responsibility is for collecting, aggregating, analysing and presenting all the data and information within the report and for maintaining effective internal controls over the systems from which the report is derived. Ultimately, the report has been approved by and remains the responsibility of CENTEL.

LRQA's Opinion

Based on LRQA's approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that CENTEL has not, in all material respects:

- Met the requirements above
- Disclosed accurate and reliable performance data and information as no errors or omissions were detected.

The opinion expressed is formed on the basis of moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.

Note: The extent of evidence-gathering for a moderate assurance engagement is less than for a high assurance engagement. Moderate assurance engagements focus on aggregated data rather than physically checking source data at sites. Consequently, the level of assurance obtained in a moderate assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had a high assurance engagement been performed.

LRQA's approach

LRQA's assurance engagements are carried out in accordance with AA1000AS v3. The following tasks though were undertaken as part of the evidence gathering process for this type II assurance engagement:

- Auditing CENTEL's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or misstatements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling procedures, instructions and systems. We also spoke with those key people responsible for compiling the data and drafting the report.
- Visiting and auditing CENTEL's hotels in Thailand, namely, Centara Life Cha Am Beach Resort Hua Hin, Centara Ayutthaya, Centara Grand Mirage Beach Resort Pattaya, CRG Manufacturing, Central Restaurant Group Head Office, and remotely auditing Centara West Bay & Residences Doha, and COSI Samui Chaweng Beach via ICT platforms, to validate site data and information for the selected GRI indicators.

¹ Locations overseas covered by LRQA's assurance:

- Republic of Maldives: Centara Grand Lagoon Maldives, Machchafushi Island Resort & Spa Maldives, Centara Ras Fushi Resort & Spa Maldives, Centara Mirage Lagoon Maldives
- Laos: COSI Vientiane Nam Phu
- Oman: Centara Muscat Hotel, Centara Life Muscat Dunes Hotel, Al Hail Waves Hotel
- UAE: Centara Mirage Beach Resort Dubai
- Qatar: Centara West Bay Hotel & Residences Doha
- Vietnam: Centara Mirage Resort Mui Ne
- Japan: Centara Grand Hotel Osaka

² <https://ghgprotocol.org/>

³ GHG quantification is subject to inherent uncertainty.



Observations

Further observations and findings, made during the assurance engagement, is:

- **Reliability**

Data management systems were well established, though CENTEL should carry out periodic internal quality control checks on their data to prevent any errors being identified at the corporate level.

LRQA’s standards, competence and independence

LRQA ensures the selection of appropriately qualified individuals based on their qualifications, training and experience. The outcome of all verification and certification assessments is then internally reviewed by senior management to ensure that the approach applied is rigorous and transparent. This verification is the only work undertaken by LRQA for CENTEL and as such does not compromise our independence or impartiality.

Wiriya Rattanasuwan
LRQA Lead Verifier

Dated: 18 March 2026

On behalf of LRQA (Thailand) Limited,
252/123 Muang Thai-Phatra Complex Tower B, 26th floor,
Unit 252/123 (C) Ratchadaphisek Rd., Huaykwang Sub-district,
Huaykwang District, Bangkok 10310, Thailand.

LRQA reference: BGK00001260

Table 1. Summary of Central Plaza Hotel Public Company Limited, GHG Assertion 2025.

Scope of CO2 emissions	Calendar Year 2025 01 Jan 2025- 31 Dec 2025		
	CENTEL	Hotels	Restaurants
- GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions (TonCO2eq)	43,572	42,489	1,084
- GRI305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions (TonCO2eq)	112,972	61,903	51,069
- GRI 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions (TonCO2eq) <u>Upstream categories</u> <ul style="list-style-type: none"> o Purchased Goods and Services o Fuel-and Energy-Related Activities (Not included in Scope 1 or 2) o Upstream Transportation and Distribution o Waste Generated in Operations o Business Travel o Employee Commuting <u>Downstream categories</u> <ul style="list-style-type: none"> o Downstream Transportation and Distribution o End-of-life Treatment of Sold Products o Downstream Leased Assets 	580,920	115,888	465,032
- GRI 305-4 GHG intensity (Scope 1+2+3) (TonCO2eq/Million THB)	29.49	18.32	39.84

LRQA Group Limited its affiliates and subsidiaries, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.

The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA assumes no responsibility for versions translated into other languages.

This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.

Copyright © LRQA, 2026.

ภาคเหนือ

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน เชียงใหม่ / แม่สอด

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 8 จังหวัด

ภาคกลาง

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน กรุงเทพมหานคร /
อยุธยา / ราชบุรี

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 21 จังหวัด

ภาคตะวันตก

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน หัวหิน / ชะอำ

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 5 จังหวัด

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน อุดรธานี / อุบลราชธานี /
โคราช / เจ้าใหญ่

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 19 จังหวัด

ภาคตะวันออก

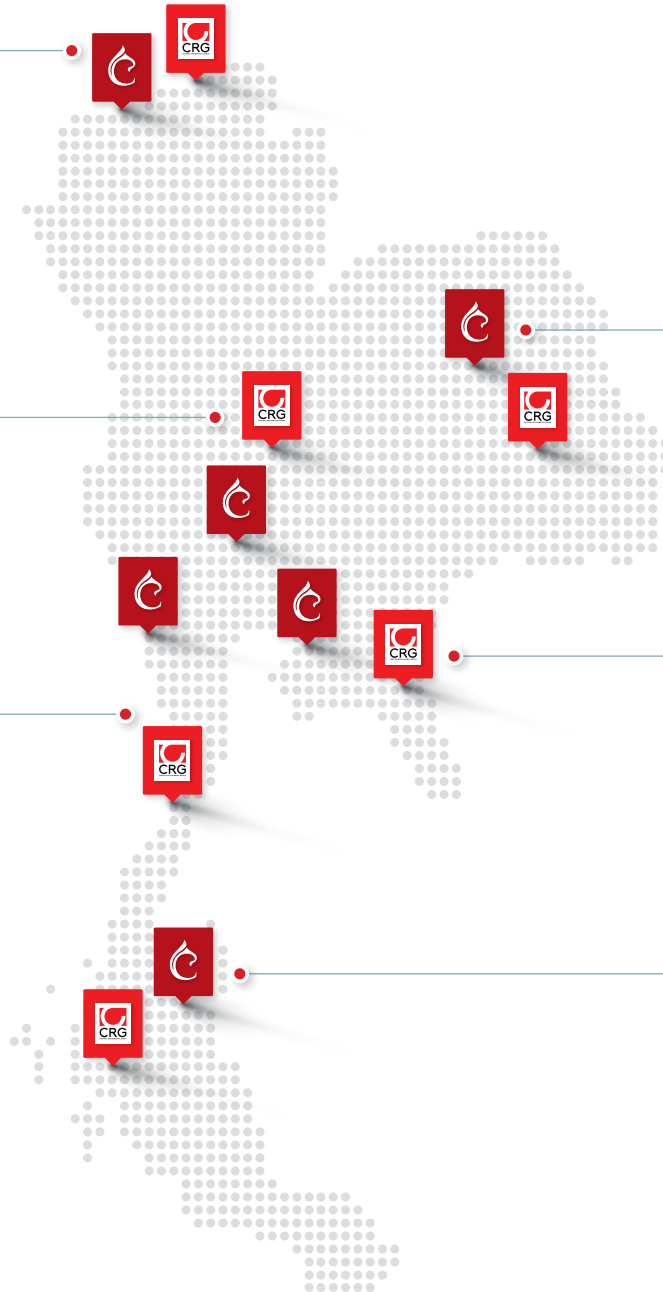
ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน พัทยา / ศรีราชา /
เกาะช้าง

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 7 จังหวัด

ภาคใต้

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน เกาะสมุย / กระบี่
ภูเก็ต / เกาะพีพี /
เกาะพะงัน / หาดใหญ่ /
สุราษฎร์ธานี

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 14 จังหวัด





ยุโรป
ตุรกี
ไซปรัส



ตะวันออกกลาง
โอมาน
กาตาร์
สหรัฐอเมริกาเม็กซิโก



มหาสมุทรอินเดีย
มัลดีฟส์



เอเชีย
ไทย
ญี่ปุ่น
ลาว
เมียนมาร์
เวียดนาม
เนปาล



CENTARA

HOTELS & RESORTS

CENTARA RESERVE

THE
CENTARA
COLLECTION

CENTARA
GRAND

CENTARA

CENTARA
Life

COSI

RESERVE
SPA CENVALEE



Cense
by SPA CENVALEE

CENTARA The 1



บริษัท โรงแรมเซ็นทาราพลาซ่า จำกัด (มหาชน)

1695 ถนนพหลโยธิน จตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ +66 (0) 2541 1234 • โทรสาร +66 (0) 2541 1087 • อีเมล centel@chr.co.th

สำนักงานสาขา

999/99 ถนนพระราม 1 ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์ +66 (0) 2769 1234 • โทรสาร +66 (0) 2769 1235 • อีเมล centel@chr.co.th

www.centarahotelsresorts.com / www.crg.co.th

