

# CHAPTER 3

## การขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืน

### เกี่ยวกับเชิณทรัสพัฒนา

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

#### โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่



ธุรกิจพัฒนาและบริหารศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ขนาดเล็ก และศูนย์อาหารในศูนย์การค้า โดยมีสัดส่วนรายได้มากกว่าร้อยละ 78 ของรายได้รวม



ธุรกิจอาคารสำนักงาน



ธุรกิจโรงแรม



ธุรกิจโครงการที่พักอาศัยเพื่อขาย



การลงทุนในกองทุนรวม สิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ และกองทรัสต์

โดยทั้ง 5 ธุรกิจมีความเชื่อมโยงกันเป็นระบบนิเวศ บริษัทฯ มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเทพฯ และธุรกิจกว่าร้อยละ 99 ตั้งอยู่ในประเทศไทย โดยมีหนึ่งศูนย์การค้าตั้งอยู่ในประเทศมาเลเซีย

บริษัทฯ ยึดหลักบรรษัทภิบาลในการดำเนินธุรกิจ มุ่งเน้นความโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามมุมมองด้านความยั่งยืนใน 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยนำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ตามกรอบองค์การสหประชาชาติมาเป็นแนวทางในการกำหนดเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อผลักดันให้เกิดการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ดังรายละเอียดในเว็บไซต์

บริษัทฯ เป็นสมาชิก Dow Jones Best-in-Class World Indices (ชื่อเดิม Dow Jones Sustainability Indices-DJSI World) ในหมวดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต่อเนื่องนับถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 7 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 ด้วยคะแนนสูงสุดที่ 84 คะแนน และยังได้รับการคัดเลือกเป็นสมาชิกของ S&P Global Sustainability Yearbook ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 ด้วยคะแนน Top 5% S&P Global CSA Score ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังได้รับการประเมิน MSCI ESG Rating ในระดับ BBB ได้รับการประเมินจาก FTSE Russell เป็นสมาชิก FTSE4Good Index และเป็นสมาชิกในหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ในระดับ AAA ในส่วนทรัพย์สินเพื่อการลงทุนในสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ CPN รีเทล โกรท หรือ CPNREIT ได้รับการประเมินความยั่งยืนจาก GRESB ซึ่งเป็นมาตรวัดด้านความยั่งยืนเฉพาะกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ในระดับ 2 ดาว

Member of

**Dow Jones  
Sustainability Indices**

Powered by the S&amp;P Global CSA



**MSCI**  
ESG RATINGS



CCC B BB **BBB** A AA AAA



FTSE4Good



### 3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

#### กลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจโดยการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจเพื่อดูแลการใช้ชีวิตแบบ 360 องศา สำหรับทุกกลุ่ม เพื่อสร้างพื้นที่แห่งอนาคตที่ยั่งยืนสำหรับทุกคน ที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น โดยบูรณาการการดำเนินงานตามหลัก ESG ในมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล ตลอดจนการดำเนินธุรกิจในช่วงโซ่คุณค่าภายใต้แนวทางการขับเคลื่อนเพื่อความยั่งยืนของบริษัทฯ



เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น (Better People)

โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วม สร้างรายได้ ความเท่าเทียม และความเข้าถึงให้ทุกกลุ่มมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น



เพื่อสร้างโลกที่ดีขึ้น (Better Planet)

ตั้งเป้าสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593

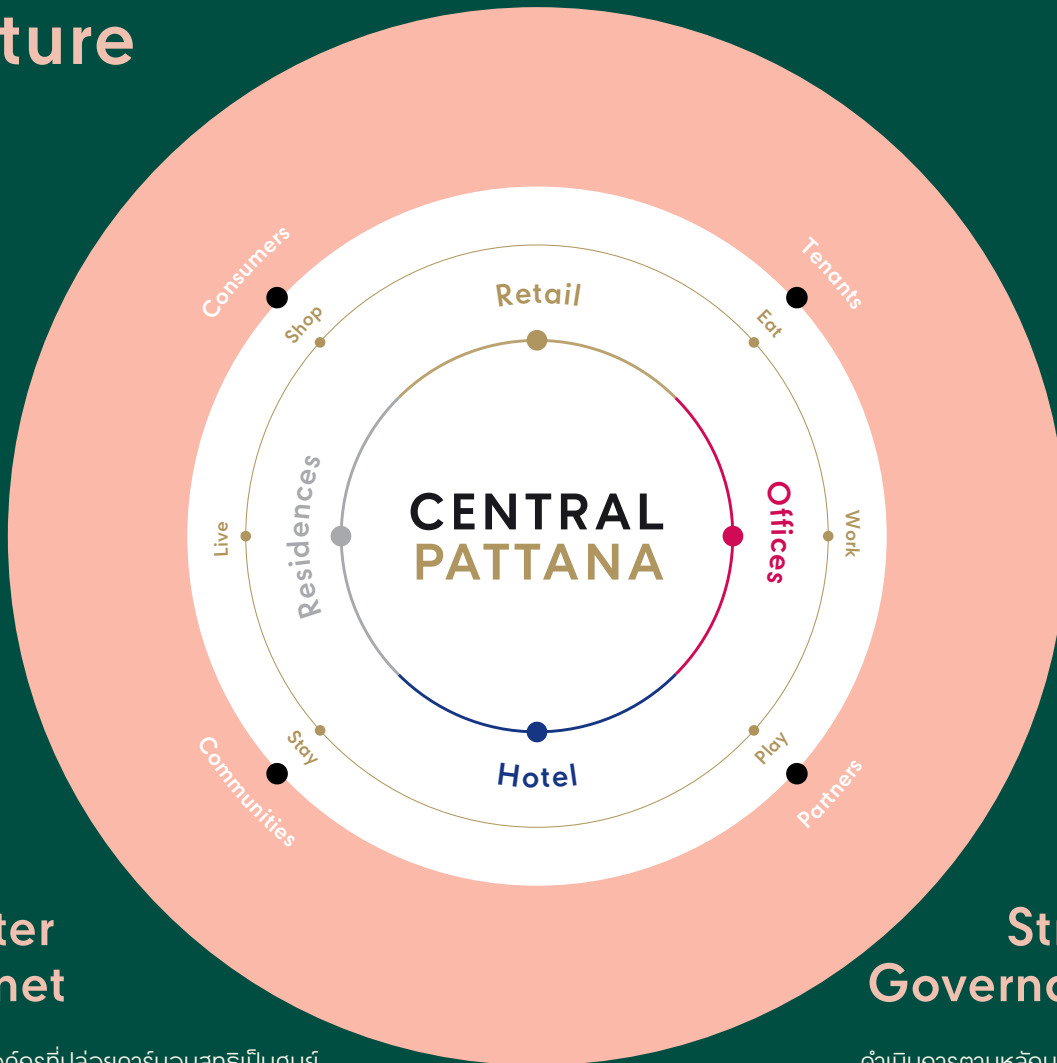


ภายใต้การดำเนินการตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อพัฒนาธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน (Strong Governance)

# The Place Making for Sustainable Future

## Better People

- สร้างพื้นที่สำหรับส่วนรวม
- สร้างและกระจายรายได้สู่ชุมชน
- สร้างสังคมที่มีความเป็นอยู่ที่ดี
- สนับสนุนและครอบคลุมทุกกลุ่มทุกความหลากหลาย



## Better Planet

- มุ่งสู่องค์กรที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์
- สนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน
- นำมาตรฐานอาคารเขียวและอาคารเพื่อสุขภาพที่ดีมาปรับใช้
- สรรหาความร่วมมือและนวัตกรรมเพื่อโลกที่ดีขึ้น

## Strong Governance

ดำเนินการตามหลักบรรษัทภิบาล และการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ ตามมาตรฐานและแนวทางระดับสากล

กำหนดเป็นกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 3 กลยุทธ์ ดังนี้

1

พัฒนาเส้นทางสู่การเป็นองค์กร ปล่อยปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ และสร้างความแข็งแกร่งให้กับท้องถิ่น

2

สร้างระบบนิเวศทางธุรกิจโดยเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย ให้เกิดคุณค่าร่วมระหว่างกัน

3

คว้าโอกาสใหม่ ๆ หรือบรรเทา ผลกระทบจากประเด็นด้านความยั่งยืน ที่สำคัญต่อองค์กรและส่วนรวม

## กระบวนการกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



### 01 เข้าใจและระบุประเด็นด้านความยั่งยืน

- ศึกษาบริบทด้านความยั่งยืนและธุรกิจขององค์กรให้สอดคล้องกับ (1) บริบทที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์องค์กร (2) ประเด็นความเสี่ยงองค์กร และ (3) ระบบการบริหารจัดการองค์กร
- วิเคราะห์กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่ากับกลุ่มธุรกิจในระบบนิเวศเชิงธุรกิจ และวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของห่วงโซ่คุณค่าที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียหลักของบริษัท อันได้แก่ ลูกค้า ร้านค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชน ภาครัฐ เจ้าหนี้ และผู้ถือหุ้น
- ระบุประเด็นความยั่งยืนแบ่งออกเป็นประเด็นย่อยและประเด็นใหญ่ด้วยวิธีการ Top-down จากกระบวนการกำหนดกลยุทธ์องค์กร และ Bottom-up จากกระบวนการรับฟังเสียงและการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ซึ่งมีการทบทวนทุกปี ตามกระบวนการกำหนดกลยุทธ์องค์กรและกระบวนการกำหนดประเด็นความเสี่ยงองค์กร
- เพิ่มเติมประเด็นให้สอดคล้องกับแนวโน้มด้านความยั่งยืนระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสหกรณ์ทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยอ้างอิงตามกรอบการพัฒนาความยั่งยืนระดับสากล อาทิ
  - เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs)
  - UN Global Compact
  - Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2021
  - มาตรฐาน AA1000 Account Ability Principles: AA1000AP (2018)
  - การประเมินดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) ดัชนี FTSE4GOOD ดัชนี MSCI องค์กร CDP GRESB และ SET ESG Rating

### 02 วิเคราะห์ ประเมิน และจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบ

- ประเมินประเด็นความยั่งยืนตามวิธีการ Double Materiality ด้วยการกำหนดผลกระทบ (Impact) ความเสี่ยง (Risk) และโอกาส (Opportunity) หรือ IRO ของแต่ละประเด็น
- ระบุประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับบริษัท โดยการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบของประเด็นดังกล่าวที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ หรือ Impact Materiality จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก รวมไปถึงการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียจากช่องทางอื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ ผลจากแบบสำรวจประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนทางธุรกิจ จากการประชุม สัมภาษณ์ จากผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง และข้อมูลที่ได้จากหน่วยงานที่รับผิดชอบกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียโดยอ้อม
- ประเมินผลกระทบเชิงลบ จากการวิเคราะห์ความรุนแรงของผลกระทบ (Severity) ซึ่งประกอบด้วย ขนาด (Scale) ขอบเขต (Scope) และความยากต่อการเยียวยาฟื้นฟู (Irremediable) ของผลกระทบจากประเด็นนั้น ๆ ต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม

- ประเมินผลกระทบเชิงบวก จากการวิเคราะห์ ขนาด (Scale) ขอบเขต (Scope) และความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลกระทบเชิงบวกจากประเด็นนั้น ๆ (Likelihood) ต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม
- ระบุประเด็นความยั่งยืนที่เป็นโอกาสและความเสี่ยงต่อมูลค่าองค์กร (Company's Enterprise Value) หรือ Financial Materiality ในปัจจุบันและอนาคต จากการประเมินทางด้านการเงิน ด้านการดำเนินงานขององค์กร และด้านความเสี่ยงองค์กร ให้สอดคล้องตามกรอบ COSO Enterprise Risk Management 2017 (COSO ERM 2017) UN Guiding Principles on Business and Human Rights และมาตรฐานสากลด้านสิทธิมนุษยชน โดยบริษัทฯ ได้บูรณาการกระบวนการวิเคราะห์เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการวิเคราะห์และจัดการความเสี่ยงองค์กร
  - ประเมินมูลค่าของผลกระทบทางด้านการเงินที่มีต่อต้นทุน ค่าใช้จ่าย และรายได้ของบริษัทฯ ในระยะสั้น กลาง และยาว
  - ประเมินขนาดของผลกระทบต่อมูลค่าองค์กรในด้านความสามารถในการแข่งขัน ชื่อเสียง การดำเนินการ และกำลังคน
  - ประเมินความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลกระทบจากประเด็นนั้น ๆ (Likelihood)
  - นำแนวทาง Business for Societal Impact (B4SI) มาปรับใช้ในการวัดและแสดงผลกระทบทางสังคมอย่างเป็นรูปธรรม โดยบูรณาการร่วมกับวิธีการประเมินฯ ที่กำหนดขึ้นภายในบริษัทฯ

### เกณฑ์การประเมินผลกระทบ และ IRO

#### ลักษณะและระดับของผลกระทบจากน้อยไปมาก

| เกณฑ์                                                                                                    | 1<br>ต่ำมาก                                          | > | 2<br>ต่ำ                           | > | 3<br>ปานกลาง                                         | > | 4<br>สูง | > | 5<br>สูงมาก |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|---|------------------------------------|---|------------------------------------------------------|---|----------|---|-------------|
| การประเมินผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ (Impact Materiality)                        |                                                      |   |                                    |   |                                                      |   |          |   |             |
| ขนาดของผลกระทบ                                                                                           | ระยะสั้น ภายใน 1 ปี                                  |   | ระยะกลาง ภายใน 2-5 ปี              |   | ระยะยาว มากกว่า 5 ปีขึ้นไป                           |   |          |   |             |
| ขอบเขตของผลกระทบ                                                                                         | มิติสิ่งแวดล้อม                                      |   | สัดส่วนน้อยกว่าร้อยละ 1 ของทั้งหมด |   | สัดส่วนมากกว่าร้อยละ 75 ของทั้งหมด                   |   |          |   |             |
|                                                                                                          | มิติสังคม                                            |   | รายบุคคล                           |   | ทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย                             |   |          |   |             |
| ความเป็นไปได้ในการเกิด / ความยากในการฟื้นฟู                                                              | เกิดขึ้นได้ยาก / นาน ๆ ครั้ง ใช้เวลาน้อยกว่า 1 เดือน |   |                                    |   | เกิดขึ้นได้ง่าย / ทำซ้ำได้ ใช้เวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป |   |          |   |             |
| การประเมินโอกาสและความเสี่ยงของผลกระทบที่มีต่อมูลค่าของบริษัท (Financial Materiality)                    |                                                      |   |                                    |   |                                                      |   |          |   |             |
| มูลค่าของผลกระทบทางด้านการเงิน                                                                           | ไม่เกินร้อยละ 3 เทียบกับรายได้ของธุรกิจ              |   |                                    |   | มากกว่าร้อยละ 3 ขึ้นไป                               |   |          |   |             |
|                                                                                                          | ระยะสั้น ภายใน 1 ปี                                  |   | ระยะกลาง ภายใน 2-5 ปี              |   | ระยะยาว มากกว่า 5 ปีขึ้นไป                           |   |          |   |             |
| ขนาดของผลกระทบต่อมูลค่าองค์กร ในด้านความสามารถในการแข่งขัน ด้านชื่อเสียง ด้านการดำเนินงาน และด้านกำลังคน | กระทบด้านใดด้านหนึ่ง                                 |   | กระทบมากกว่า 1 ด้าน                |   | กระทบทุกด้าน                                         |   |          |   |             |
| ความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลกระทบ                                                                            | โอกาสเกิดไม่เกินร้อยละ 50                            |   |                                    |   | โอกาสเกิดมากกว่าร้อยละ 50                            |   |          |   |             |

- ประเมินและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืน โดยนำไปปรับใช้กับการกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน และกลยุทธ์องค์กร ด้วยวิธีการประเมินแบบ Double Materiality ซึ่งอ้างอิงจาก
  - Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2021
  - Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)
  - International Financial Reporting Standards (IFRS) ภายใต้การพัฒนาของ International Sustainability Standards Board (ISSB) และ International Accounting Standards Board (IASB)

- ระบุว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนในภาคเอกชนของสหภาพยุโรป หรือ Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) และแนวทางการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในยุโรป จาก European Public Real Estate Association (EPRA) สอดคล้องตามชุดมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนแห่งยุโรป (European Sustainability Reporting Standards: ESRS) ซึ่งพัฒนาโดยคณะที่ปรึกษาการรายงานข้อมูลทางการเงินแห่งยุโรป (European Financial Reporting Advisory Group: EFRAG)
- และมาตรฐานตัวชี้วัดความยั่งยืนอื่น ๆ
- นำประเด็นสำคัญที่ได้มาพัฒนาแผนกลยุทธ์องค์กร แผนการบริหารความเสี่ยง และแผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน กำหนดแผนงานและตัวชี้วัดผลปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ให้สอดคล้องกับเป้าประสงค์และดัชนีชี้วัดองค์กร ขับเคลื่อนและติดตามผลการปฏิบัติงานผ่านกระบวนการติดตามแต่ละแผนงานนั้น ๆ และกำหนดเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานและผลตอบแทนทั้งในรูปเงินเดือน โบนัส และผลประโยชน์อื่น ๆ ของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ผู้บริหารระดับสูง และถ่ายทอดสู่พนักงานตามลำดับชั้น และตามความรับผิดชอบของงาน

### 03 ทวนสอบ เปิดเผยข้อมูล และขอรับรอง

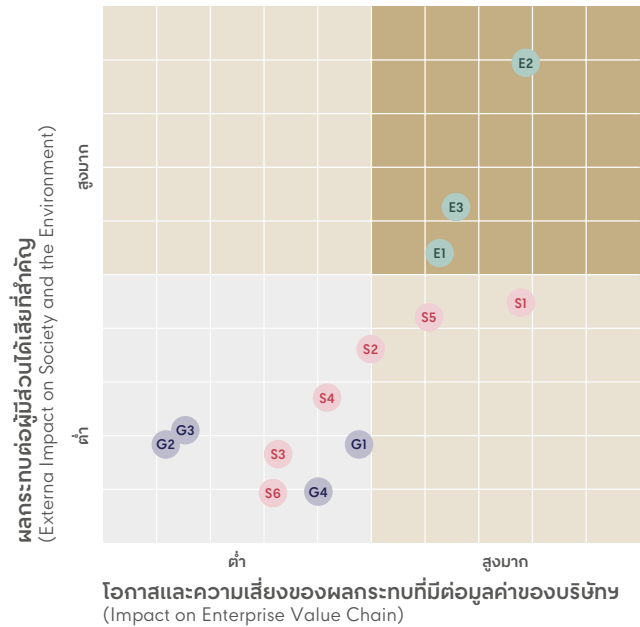
- ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญที่ได้จากกระบวนการข้างต้นจะถูกทวนสอบโดยคณะทำงานข้ามสายงานที่ดูแลเรื่องการเปิดเผยข้อมูล ก่อนนำเสนอเพื่อผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหารตามลำดับชั้น จากนั้นจะนำมารายงานและเปิดเผยข้อมูลตามแนวทางการรายงานขององค์กรความร่วมมือว่าด้วยการรายงานสากลด้านความยั่งยืน (GRI) และการรายงานตามแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) โดยในปี 2567 มีการอ้างอิงตามกรอบ IFRS บางส่วนเพิ่มเติม
- บริษัทฯ ได้รับการตรวจสอบ และรับรองกระบวนการมีส่วนร่วมและการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนข้างต้นจากหน่วยงานอิสระภายนอก ซึ่งมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการประเมินฯ ตามแนวทาง AA1000AS v3

### ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญปี 2567

บริษัทฯ นำผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญในปี 2567 มาทบทวนกับประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญเดิม โดยได้เพิ่มเติมประเด็นย่อยบางประเด็นให้ครอบคลุมตามความคาดหวังของแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และพิจารณาจัดกลุ่มในหมวดสิ่งแวดล้อมใหม่โดยจำแนกประเด็นการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมออกเป็นการจัดการพลังงาน น้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพ และได้รวมประเด็นการจัดการขยะ ของเสีย มลพิษ ไว้กับประเด็นเศรษฐกิจหมุนเวียนซึ่งเป็นประเด็นใหม่ ส่งผลให้ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญของบริษัทฯ ในปี 2567 มี 13 ประเด็น ภายหลังการจัดลำดับความสำคัญบริษัทฯ สามารถแยกเป็นประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญสูงสุด 6 ประเด็น กำหนดเป็นตัวชี้วัดองค์กร 6 ตัวชี้วัด ดังแสดงในตารางแสดงผลการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนปี 2567 และรายงานในหัวข้อการขับเคลื่อนประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

## แสดงผลการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนปี 2567 ตามแนวทาง Double Materiality

- E1 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- E2 การจัดการพลังงาน น้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพ
- E3 การจัดการขยะ ของเสีย มลพิษ และเศรษฐกิจหมุนเวียน
- S1 คุณภาพและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์/บริการ และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- S2 การบริหารจัดการร้านค้า
- S3 การบริหารจัดการ และพัฒนาบุคลากร
- S4 การคำนึงถึงความปลอดภัย และอาชีวอนามัย
- S5 การดูแลและพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน
- S6 การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน
- G1 การกำกับดูแลกิจการ และการบริหารความเสี่ยง
- G2 การบริหารจัดการนวัตกรรม
- G3 ความปลอดภัยระบบสารสนเทศ ความมั่นคงทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล
- G4 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืนและการบริหารจัดการ                          | E1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   | การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ |   |                                   |   |   |   |                                                                                                                                  |   |   |  |  |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------------------------------------|---|-----------------------------------|---|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2 | 3                                        | 4 | 5                                 | 6 | 7 | 8 | O                                                                                                                                | P | S |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ● | ●                                        | ● |                                   | ● | ● | ● | ●                                                                                                                                | ● | ● |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | Emerging Risk: ความเสี่ยงเรื่องการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมคาร์บอนต่ำ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |                                          |   |                                   |   |   |   |                                                                                                                                  |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย                                        | <div>+ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</div> <div>+ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย</div> <div>- ผลกระทบจากพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อการทำกำไรของร้านค้าและคู่ค้าที่ร้อยละ 6-200<sup>1</sup></div> <div>- สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงกระทบต่อการดำเนินการของผู้มีส่วนได้เสีย</div>                                                                                                                                                                                                                 |   |                                          |   |                                   |   |   |   |                                                                                                                                  |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัท                                         | <div>+ ได้ประโยชน์ด้านการเงินจากแผนงานสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์</div> <div>- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่เพิ่มขึ้นจากการที่ต้องชดเชยคาร์บอนภายใต้ข้อบัญญัติตามพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ คิดเป็นร้อยละ 11 ของในค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในปี 2573<sup>1</sup></div> <div>- ผลกระทบจากการทำกำไรที่ลดลงของลูกค้ากระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 9 ของรายได้ทั้งหมดในปี 2573<sup>1</sup></div> <div>- บริษัทฯ มีความเสี่ยงเชิงกายภาพต่อการเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล การขาดแคลนน้ำ คลื่นความร้อน และคลื่นความเย็นในระดับความเสี่ยงมากกว่าร้อยละ 60<sup>1</sup></div> |   |                                          |   |                                   |   |   |   |                                                                                                                                  |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                  | E1.1) ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 2 และ 3 ที่ลดลงได้เมื่อเทียบกับปีฐาน 2562 (ร้อยละ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                          |   |                                   |   |   |   |                                                                                                                                  |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| เป้าหมายและผลการดำเนินงาน                                         | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>ร้อยละ 17.0                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                          |   | ระยะกลาง ปี 2573 :<br>ร้อยละ 46.2 |   |   |   | ระยะยาว ปี 2593 :<br>ร้อยละ 90.0                                                                                                 |   |   |                                                                                     | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>เท่ากับร้อยละ 17.6                                        |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | ผลกระทบเชิงบวก<br>ลดต้นทุนทางสังคมของคาร์บอน (Social Cost of Carbon) <sup>2</sup> จากการติดตั้งโซลาร์เซลล์ อยู่ที่ 7.7 ล้านบาท                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |                                          |   |                                   |   |   |   | ผลกระทบเชิงลบ<br>เพิ่มต้นทุนทางสังคมของคาร์บอน (Social Cost of Carbon) <sup>2</sup> จากการปลดปล่อยขอบเขตที่ 3 อยู่ที่ 86 ล้านบาท |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |

<sup>1</sup> อ้างอิงรายงาน The Journey to NET ZERO Building Climate Resilience หรือ รายงาน TCFD ของบริษัท

<sup>2</sup> คำนวณโดยใช้ค่า Carbon tax ที่เทียบกลับเป็น Social cost of carbon โดยอ้างอิง ค่าราคาคาร์บอนของสินค้าน้ำมันและผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ประกาศตามร่างกระทรวงการคลังกำหนดอัตราภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่...) พ.ศ. ...เท่ากับ 200 บาทต่อ 1 ตันคาร์บอนเทียบเท่า

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่มูลค่าที่เกี่ยวข้อง

|              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้าย    | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืน<br>และการบริหารจัดการ                              | E2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   | การจัดการพลังงาน น้ำ<br>และความหลากหลายทางชีวภาพ |   |                                               |   |   |   |                                                                                                                              |   |   |  |  |  |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------------------------------------------|---|-----------------------------------------------|---|---|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้มีส่วนได้เสียและ<br>ห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัย<br>ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2 | 3                                                | 4 | 5                                             | 6 | 7 | 8 | O                                                                                                                            | P | S |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                           | ●                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ● | ●                                                | ● | ●                                             | ● | ● | ● | ●                                                                                                                            | ● | ● |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                           | Operation Risk: ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |   |                                                  |   |                                               |   |   |   |                                                                                                                              |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อ<br>ผู้มีส่วนได้เสีย                                            | <div><div>+</div><div>ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่ให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่ใส่ใจในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ</div></div> <div><div>+</div><div>ลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคให้กับร้านค้า/ผู้เช่า/ลูกค้าโครงการที่พักอาศัย เพิ่มรายได้ให้กับคู่ค้าที่ดำเนินงานตามแนวทางความยั่งยืน</div></div> <div><div>+</div><div>สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย</div></div> <div><div>+</div><div>ลดมลพิษทางอากาศและทางน้ำ อันส่งผลต่อสุขภาพและความปลอดภัยของแรงงานและชุมชนโดยรอบในระยะยาว</div></div> <div><div>-</div><div>ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคที่สูงขึ้นจากผลกระทบอุณหภูมิโลกที่สูงขึ้น</div></div> <div><div>-</div><div>ผู้มีส่วนได้เสียยังไม่เห็นความสำคัญของการลดใช้พลังงานไฟฟ้า หรือเลือกใช้ทรัพยากรทางเลือก</div></div> <div><div>-</div><div>นวัตกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่สามารถรับมือกับอากาศที่แปรปรวนอย่างรวดเร็วได้</div></div> |   |                                                  |   |                                               |   |   |   |                                                                                                                              |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อ<br>มูลค่าของบริษัท                                             | <div><div>+</div><div>ผลประโยชน์ทางการเงินจากการลงทุนในพลังงานสะอาด</div></div> <div><div>-</div><div>ค่าไฟฟ้าและสาธารณูปโภคคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมดของบริษัทฯ</div></div> <div><div>-</div><div>ความล้มเหลวในการลดปริมาณการใช้ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ในระยะยาว</div></div> <div><div>-</div><div>ความคุ้มค่าของการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ ส่งผลต่อการทำกำไรของบริษัทฯ ในระยะสั้น</div></div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |                                                  |   |                                               |   |   |   |                                                                                                                              |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ตัวชี้วัดด้าน<br>ความยั่งยืนที่สำคัญ                                      | E2.1.1) ปริมาณไฟฟ้าที่ลดลง เฉพาะการใช้พลังงานไฟฟ้าในส่วนที่ควบคุมได้ เทียบกับปี 2562 (ร้อยละ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |                                                  |   |                                               |   |   |   | E2.1.2) สัดส่วนพลังงานหมุนเวียนเทียบกับพลังงานไฟฟ้าทั้งหมดที่ใช้ (ร้อยละ)                                                    |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| เป้าหมาย<br>และผลการดำเนินงาน                                             | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>ร้อยละ 12                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |                                                  |   | ระยะกลาง ปี 2573 :<br>ร้อยละ 15               |   |   |   | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>ร้อยละ 4.5                                                                                             |   |   |                                                                                     | ระยะกลาง ปี 2573 :<br>ร้อยละ 20                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                           | ระยะยาว ปี 2593 :<br>-                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   |                                                  |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4 |   |   |   | ระยะยาว ปี 2593 :<br>-                                                                                                       |   |   |                                                                                     | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>เท่ากับร้อยละ 3.4                                         |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| การประเมินผลกระทบ                                                         | ผลกระทบเชิงบวก<br>เก็บและย้ายต้นไม้ใหญ่จำนวน 28 ต้นไปปลูก ณ สวนลุมพินี และ 189 ต้นในโครงการเซ็นทรัล กระปี่ และโครงการก่อสร้างใหม่อีก 1 โครงการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |   |                                                  |   |                                               |   |   |   | ผลกระทบเชิงลบ<br>เพิ่มต้นทุนทางสังคมของคาร์บอน (Social Cost of Carbon) <sup>2</sup> จากการปลดปล่อยขอบเขตที่ 2 ที่ 58 ล้านบาท |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

|                |            |                                    |                      |                 |          |
|----------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้านักค้า | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น   | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืน<br>และการบริหารจัดการ                              | E3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | การจัดการขยะ ของเสีย มลพิษ<br>และเศรษฐกิจหมุนเวียน |   |                                 |   |   |                                |   |   |                                            |   | 12<br>RESPONSIBLE<br>CONSUMPTION<br>AND PRODUCTION | 17<br>PARTNERSHIPS<br>FOR THE GOALS |  |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---|---------------------------------|---|---|--------------------------------|---|---|--------------------------------------------|---|----------------------------------------------------|-------------------------------------|--|
| ผู้มีส่วนได้เสียและ<br>ห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัย<br>ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                                                  | 3 | 4                               | 5 | 6 | 7                              | 8 | O | P                                          | S |                                                    |                                     |  |
|                                                                           | ●                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ●                                                  | ● | ●                               | ● | ● | ●                              | ● | ● | ●                                          | ● |                                                    |                                     |  |
|                                                                           | Operation Risk: ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                    |   |                                 |   |   |                                |   |   |                                            |   |                                                    |                                     |  |
| ผลกระทบต่อ<br>ผู้มีส่วนได้เสีย                                            | <div>+ ผลักดันและขับเคลื่อนให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจากการคัดแยกและแปรรูปขยะ</div> <div>+ สื่อสาร ให้ความรู้ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรทิ้งขยะของสังคมในวงกว้าง</div> <div>+ สร้างธุรกิจโมเดลและระบบนิเวศใหม่ ๆ ในการจัดการขยะร่วมกัน</div> <div>+ สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม</div> <div>- ต้นทุนค่าใช้จ่ายจากข้อจำกัดและข้อบังคับของภาครัฐสำหรับการกำจัดหรือขนทิ้งที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง</div> <div>- มลพิษที่เกิดขึ้นส่งผลเสียต่อสุขภาพของผู้คนในสังคม</div> |                                                    |   |                                 |   |   |                                |   |   |                                            |   |                                                    |                                     |  |
| ผลกระทบต่อ<br>มูลค่าของบริษัท                                             | <div>+ ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดการขยะในระยะยาวและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัทฯ</div> <div>- ความเสี่ยงจากการร้องเรียนและการดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                    |   |                                 |   |   |                                |   |   |                                            |   |                                                    |                                     |  |
| ตัวชี้วัดด้าน<br>ความยั่งยืนที่สำคัญ                                      | E3) ปริมาณขยะฝังกลบที่ลดลง เทียบกับปริมาณขยะทั้งหมด (ร้อยละ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                    |   |                                 |   |   |                                |   |   |                                            |   |                                                    |                                     |  |
| เป้าหมาย<br>และผลการดำเนินงาน                                             | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>ร้อยละ 43                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                    |   | ระยะกลาง ปี 2573 :<br>ร้อยละ 60 |   |   | ระยะยาว ปี 2593 :<br>ร้อยละ 90 |   |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>เท่ากับร้อยละ 45 |   |                                                    |                                     |  |
| การประเมินผลกระทบ                                                         | ผลกระทบเชิงบวก                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                    |   |                                 |   |   |                                |   |   |                                            |   |                                                    |                                     |  |
|                                                                           | จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมคัดแยกขยะ (รวมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่นับได้) อยู่ที่ 6,860 คน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                    |   |                                 |   |   |                                |   |   |                                            |   |                                                    |                                     |  |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

|              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืนและการบริหารจัดการ                          | S1                                                                                                                                                                                                                                                     |   |   |   |                                                     |   |   |   |                        |   | คุณภาพและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์/บริการ และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า |  |                                            |  |  |  | 5<br>GOOD<br>LOCALITY<br> | 8<br>GROWTH MARK<br>AND ECONOMIC GROWTH<br> | 10<br>HIDDEN<br>RESOURCES<br> | 11<br>SUSTAINABLE<br>LIFE FOR<br>COMMUNITIES<br> | 12<br>SUPPORTER<br>CONCEPT<br>AND PROCESS<br> |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-----------------------------------------------------|---|---|---|------------------------|---|----------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                                                      | 2 | 3 | 4 | 5                                                   | 6 | 7 | 8 | O                      | P | S                                                                          |  |                                            |  |  |  |                                                                                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |
|                                                                   | ●                                                                                                                                                                                                                                                      | ● | ● | ● | ●                                                   |   |   |   | ●                      | ● | ●                                                                          |  |                                            |  |  |  |                                                                                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |
|                                                                   | Strategic Risk: ความเสี่ยงด้านการแข่งขันในตลาด และความเสี่ยงด้านการเติบโตของรายได้และผลกำไร                                                                                                                                                            |   |   |   |                                                     |   |   |   |                        |   |                                                                            |  |                                            |  |  |  |                                                                                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |
| ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย                                        | + ลูกค้าพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง ส่งผลบวกต่อรายได้ของร้านค้า และชุมชน<br>+ ผลักดันและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมลูกค้าทั้งทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม<br>- หากมีข้อบกพร่องในการดูแลลูกค้า บริษัทฯ อาจสูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย |   |   |   |                                                     |   |   |   |                        |   |                                                                            |  |                                            |  |  |  |                                                                                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |
| ผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัท                                         | + ลูกค้าพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง ส่งผลบวกต่อรายได้ของบริษัทฯ<br>+ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด<br>- เกิดข้อร้องเรียนอันส่งผลถึงชื่อเสียงบริษัทฯ และอาจนำไปสู่การเสียค่าปรับหรือสินไหมทดแทน                                  |   |   |   |                                                     |   |   |   |                        |   |                                                                            |  |                                            |  |  |  |                                                                                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |
| ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                  | S1) Net Promotor Score หรือ NPS (ร้อยละ)                                                                                                                                                                                                               |   |   |   |                                                     |   |   |   |                        |   |                                                                            |  |                                            |  |  |  |                                                                                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |
| เป้าหมายและผลการดำเนินงาน                                         | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>ร้อยละ 65                                                                                                                                                                                                                        |   |   |   | ระยะกลาง ปี 2573 :<br>เป็นแบรนด์ที่ 1<br>ในใจลูกค้า |   |   |   | ระยะยาว ปี 2593 :<br>- |   |                                                                            |  | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>เท่ากับร้อยละ 51 |  |  |  |                                                                                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |
|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                        |   |   |   |                                                     |   |   |   |                        |   |                                                                            |  |                                            |  |  |  |                                                                                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |
| การประเมินผลกระทบ                                                 | ผลกระทบเชิงบวก<br>ผู้ให้บริการได้รับความสะดวก และมีสุขภาวะที่ดีอย่างน้อยวันละ 1.3 ล้านคน                                                                                                                                                               |   |   |   |                                                     |   |   |   |                        |   |                                                                            |  |                                            |  |  |  |                                                                                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                                                     |                                                                                                                                  |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

- |              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืนและการบริหารจัดการ                          | S2                                                                                                           | การบริหารจัดการร้านค้า |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |  |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---|-----------------------------------------------------|---|---|---|------------------------|---|---|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--|
| ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                            | 2                      | 3 | 4                                                   | 5 | 6 | 7 | 8                      | O | P | S                                          |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
|                                                                   | ●                                                                                                            | ●                      | ● | ●                                                   |   |   |   |                        | ● | ● | ●                                          |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
|                                                                   | Strategic Risk: ความเสี่ยงด้านการแข่งขันในตลาด และความเสี่ยงด้านการเติบโตของรายได้และผลกำไร                  |                        |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
|                                                                   | Financial Risk: ความเสี่ยงด้านเครดิตจากลูกหนี้การค้า                                                         |                        |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
| ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย                                        | + ร้านค้าเติบโต ยอดขายเพิ่มขึ้น ลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ สามารถขยายแบรนด์ได้รวดเร็ว                         |                        |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
|                                                                   | + ร้านค้าสามารถส่งมอบประสบการณ์การให้บริการที่ดี/ตรงตามความต้องการลูกค้าได้ จนเกิดการใช้บริการซ้ำ            |                        |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
| ผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัท                                         | + ยอดขายร้านค้าเพิ่มขึ้น ทำให้รายได้ของบริษัท เพิ่มขึ้นและส่งผลบวกต่อกำไร                                    |                        |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
|                                                                   | - ควบคุมความเสี่ยงจากการค้างชำระค่าเช่า ไม่ให้เกิดผลกระทบทางการเงินร้อยละที่กำหนดต่อรายได้บริษัท             |                        |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
| ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                  | S2) Net Promotor Score หรือ NPS (ร้อยละ)                                                                     |                        |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
| เป้าหมายและผลการดำเนินงาน                                         | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>ร้อยละ 49                                                                              |                        |   | ระยะกลาง ปี 2573 :<br>เป็นแบรนด์ที่ 1<br>ในใจลูกค้า |   |   |   | ระยะยาว ปี 2593 :<br>- |   |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>เท่ากับร้อยละ 51 |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
| การประเมินผลกระทบ                                                 | ผลกระทบเชิงบวก                                                                                               |                        |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |
|                                                                   | สนับสนุนผู้ประกอบการร้านค้ารายย่อยและท้องถิ่นให้ยังคงสามารถเปิดร้านค้าปลีกแบบโมเดิร์นเทรดได้จำนวน 5,886 ร้าน |                        |   |                                                     |   |   |   |                        |   |   |                                            |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

- |              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืน<br>และการบริหารจัดการ                              | S3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |   |   |                                                      |   |   |   |                                                       |   | การบริหารจัดการ<br>และพัฒนาบุคลากร |                                         |                                             |  |  |  |  | 5<br>GENDER<br>EQUALITY | 8<br>DECENT WORK AND<br>ECONOMIC GROWTH | 10<br>AFFORDABLE<br>HOUSING | 11<br>AFFORDABLE AND<br>CLEAN ENERGY | 12<br>RESPONSIBLE<br>CONSUMPTION<br>AND PRODUCTION | 13<br>CLIMATE<br>ACTION |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|------------------------------------------------------|---|---|---|-------------------------------------------------------|---|------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------|--|--|--|--|-------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|--|--|
| ผู้มีส่วนได้เสียและ<br>ห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัย<br>ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2 | 3 | 4 | 5                                                    | 6 | 7 | 8 | O                                                     | P | S                                  |                                         |                                             |  |  |  |  |                         |                                         |                             |                                      |                                                    |                         |  |  |
|                                                                           | ●                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ● | ● | ● | ●                                                    | ● | ● | ● | ●                                                     | ● | ●                                  | Operational Risk: ความเสี่ยงด้านบุคลากร |                                             |  |  |  |  |                         |                                         |                             |                                      |                                                    |                         |  |  |
| ผลกระทบต่อ<br>ผู้มีส่วนได้เสีย                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>- การละเลย ไม่ดูแลพนักงานอย่างเหมาะสม ส่งผลเสียถึงความสามารถในการดำเนินงานร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียอื่นนำไปสู่ข้อพิพาท ชีวิต และทรัพย์สิน</li><li>- ขาดกลยุทธ์ในการดึงดูด ดูแล และรักษาพนักงานที่มีความสามารถและศักยภาพ ส่งผลทำให้เสียองค์ความรู้และลูกค้าให้กับบริษัทคู่แข่ง</li></ul> |   |   |   |                                                      |   |   |   |                                                       |   |                                    |                                         |                                             |  |  |  |  |                         |                                         |                             |                                      |                                                    |                         |  |  |
| ผลกระทบต่อ<br>มูลค่าของบริษัท                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>+ เพิ่มความผูกพันองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน</li><li>- ความเสี่ยงจากการที่พนักงานไม่สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ส่งผลให้บริษัทขาดความสามารถทางการแข่งขัน</li><li>- ความเสี่ยงในการสูญเสียพนักงานนำไปสู่ต้นทุนการสรรหาที่เพิ่มขึ้น</li></ul>           |   |   |   |                                                      |   |   |   |                                                       |   |                                    |                                         |                                             |  |  |  |  |                         |                                         |                             |                                      |                                                    |                         |  |  |
| ตัวชี้วัดด้าน<br>ความยั่งยืนที่สำคัญ                                      | S3.1) คะแนนความผูกพันพนักงาน (ร้อยละ)                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   |   |   |                                                      |   |   |   |                                                       |   |                                    | S3.2) ผลผลิตภาพของพนักงานเพิ่มขึ้น      |                                             |  |  |  |  |                         |                                         |                             |                                      |                                                    |                         |  |  |
| เป้าหมาย<br>และผลการดำเนินงาน                                             | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>มากกว่าร้อยละ 80                                                                                                                                                                                                                                                                                      |   |   |   | ระยะกลาง ปี 2573 :<br>เป็นแบรนด์ที่ 1<br>ในใจพนักงาน |   |   |   | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>เพิ่มขึ้นร้อยละ 5<br>จากปี 2566 |   |                                    |                                         | ระยะกลาง ปี 2573 :<br>-                     |  |  |  |  |                         |                                         |                             |                                      |                                                    |                         |  |  |
|                                                                           | ระยะยาว ปี 2593 :<br>-                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |   |   |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>เท่ากับร้อยละ 83           |   |   |   | ระยะยาว ปี 2593 :<br>-                                |   |                                    |                                         | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 |  |  |  |  |                         |                                         |                             |                                      |                                                    |                         |  |  |
| การประเมินผลกระทบ                                                         | ผลกระทบเชิงบวก<br>มีการจ้างงานกว่า 1.55 ล้านคน (รวมพนักงานประจำ ชั่วคราว ผู้รับเหมา ผู้รับเหมาช่วง) และมีจำนวนพนักงานประจำย้ายถิ่นฐานกลับภูมิลำเนาจำนวน 38 คน ส่งผลให้สุขภาวะครอบคลุมดีขึ้น                                                                                                                                 |   |   |   |                                                      |   |   |   |                                                       |   |                                    |                                         |                                             |  |  |  |  |                         |                                         |                             |                                      |                                                    |                         |  |  |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

|              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืนและการบริหารจัดการ                          | S4 การคำนึงถึงความปลอดภัยและอาชีวอนามัย                                                                                                          |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                  |   |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|--------------------|---|---|-------------------|---|---|----------------------------------|---|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                | 2 | 3 | 4                  | 5 | 6 | 7                 | 8 | O | P                                | S |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | ●                                                                                                                                                | ● | ● | ●                  | ● |   |                   |   | ● | ●                                | ● |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | Operational Risk: ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย                                                                                                      |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                  |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย                                        | + ผู้มีส่วนได้เสียได้รับความสะดวก และความปลอดภัยทั้งทรัพย์สิน สุขภาพและชีวิต ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ และบริการ                      |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                  |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัท                                         | - การเกิดอุบัติเหตุและเหตุการณ์ไม่ปกติในสถานประกอบการส่งผลต่อค่าใช้จ่ายองค์กรที่เพิ่มขึ้น ธุรกิจจะจั้งกัน และกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                  |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                  | S4) อุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้นในสถานประกอบการ (กรณี)                                                                                              |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                  |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| เป้าหมายและผลการดำเนินงาน                                         | ระยะสั้น ปี 2567 :                                                                                                                               |   |   | ระยะกลาง ปี 2573 : |   |   | ระยะยาว ปี 2593 : |   |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>0 กรณี |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | ไม่มีอุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้นในสถานประกอบการ หรือ อัตราการเสียชีวิตจากการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมาเป็น “ศูนย์”                               |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                  |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| การประเมินผลกระทบ                                                 | อยู่ระหว่างการศึกษาและประเมินผลกระทบ                                                                                                             |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                  |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

- |              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืนและการบริหารจัดการ                          | S5 การดูแลและพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |   |   |                                   |   |   |   |                                                                    |   |  |  |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-----------------------------------|---|---|---|--------------------------------------------------------------------|---|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 2 | 3 | 4 | 5                                 | 6 | 7 | 8 | O                                                                  | P | S                                                                                   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | ●                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ● | ● | ● | ●                                 | ● |   |   | ●                                                                  | ● | ●                                                                                   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | Operational Risk: ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |   |   |   |                                   |   |   |   |                                                                    |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย                                        | <div>+ คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ และระดับรายได้ที่ดีขึ้น</div> <div>+ ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นที่รู้จักและมีมูลค่าสูงขึ้น</div> <div>- การก่อสร้างและดำเนินงานทั้งจากบริษัทฯ และจากคู่ค้าส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยต่อชุมชนในละแวกใกล้เคียง</div>                                                                                                  |   |   |   |                                   |   |   |   |                                                                    |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัท                                         | <div>+ เมื่อคนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลในการยอมรับและอุดหนุนเข้าใช้บริการ หรือซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ</div> <div>+ พนักงานและคู่ค้ามีความภาคภูมิใจในการช่วยสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่ชุมชน ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น</div> <div>- การสร้างผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนทั้งจากบริษัทฯ และคู่ค้า ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและภาพลักษณ์บริษัทฯ</div>              |   |   |   |                                   |   |   |   |                                                                    |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                  | S5.1) สัดส่วนพื้นที่ที่จัดสรรเพื่อชุมชนต่อพื้นที่ให้เช่าทั้งหมด (ร้อยละ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |   |   |                                   |   |   |   | S5.2) รายได้ที่ชุมชนได้รับจากกิจกรรมทางการตลาดเพื่อชุมชน (ล้านบาท) |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| เป้าหมายและผลการดำเนินงาน                                         | ระยะสั้น ปี 2567 : ร้อยละ 1.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |   |   |   | ระยะกลาง ปี 2573 : ร้อยละ 7.0     |   |   |   | ระยะสั้น ปี 2567 : 300 ล้านบาท                                     |   |                                                                                     |                                                                                     | ระยะกลาง ปี 2573 : สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนในอัตรา 1:20                          |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | ระยะยาว ปี 2593 : -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |   |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567 ร้อยละ 0.7 |   |   |   | ระยะยาว ปี 2593 : -                                                |   |                                                                                     |                                                                                     | ผลการดำเนินงาน ปี 2567 3,447 ล้านบาท                                                |                                                                                     |                                                                                     |
| การประเมินผลกระทบ                                                 | <div>ผลกระทบเชิงบวก</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>รายได้ที่ชุมชนได้รับจากกิจกรรมทางการตลาดเพื่อชุมชน และจากโครงการจริงใจมาร์เก็ตที่ร่วมกับเซ็นทรัล ทำ มีมูลค่า 3,697 ล้านบาท</li><li>ผู้ให้บริการในพื้นที่เพื่อชุมชนเท่ากับ 9.1 ล้านคน</li><li>สร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องผ่านการสนับสนุนร่วมกับเซ็นทรัล ทำ กว่า 140,300 คน</li></ul></div> |   |   |   |                                   |   |   |   |                                                                    |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

|              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืนและการบริหารจัดการ                          | S6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน |                      |   |                     |   |                                                    |   |   |   |   |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------|---|---------------------|---|----------------------------------------------------|---|---|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--|
| ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                          | 3                    | 4 | 5                   | 6 | 7                                                  | 8 | O | P | S |                                                                                     |                                                                                     |  |
|                                                                   | ●                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ●                          | ●                    | ● | ●                   | ● |                                                    |   | ● | ● | ● |                                                                                     |                                                                                     |  |
|                                                                   | Operational Risk: ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน                                                                                                                                                                                                                                                                        |                            |                      |   |                     |   |                                                    |   |   |   |   |                                                                                     |                                                                                     |  |
| ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย                                        | <div><div>+</div><div>สร้างสังคมที่ส่งเสริมความเท่าเทียมไม่เลือกปฏิบัติ ยอมรับความหลากหลาย รับฟังความคิดเห็น เคารพซึ่งกันและกันในวงกว้าง</div></div> <div><div>-</div><div>การละเมิดสิทธิมนุษยชนโดยบริษัท หรือคู่ค้า ก่อให้เกิดความเสียหายต่อร่างกาย จิตใจ และทรัพย์สินของผู้มีส่วนได้เสียหลากหลายกลุ่ม</div></div> |                            |                      |   |                     |   |                                                    |   |   |   |   |                                                                                     |                                                                                     |  |
| ผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัท                                         | <div><div>-</div><div>หากเกิดการร้องเรียนส่งผลถึงชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของบริษัท รวมไปถึงเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเยียวยาและค่าดำเนินการทางกฎหมาย</div></div>                                                                                                                                                            |                            |                      |   |                     |   |                                                    |   |   |   |   |                                                                                     |                                                                                     |  |
| ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                  | S6) สัดส่วนผู้เข้าร่วมการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน เทียบกับเป้าหมาย (ร้อยละ)                                                                                                                                                                                      |                            |                      |   |                     |   |                                                    |   |   |   |   |                                                                                     |                                                                                     |  |
| เป้าหมายและผลการดำเนินงาน                                         | ระยะสั้น ปี 2567 : ร้อยละ 10 ของพนักงานทั้งหมด                                                                                                                                                                                                                                                                      |                            | ระยะกลาง ปี 2573 : - |   | ระยะยาว ปี 2593 : - |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567 ร้อยละ 23 ของพนักงานทั้งหมด |   |   |   |   |                                                                                     |                                                                                     |  |
|                                                                   | ผลกระทบเชิงบวก                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                            |                      |   |                     |   |                                                    |   |   |   |   |                                                                                     |                                                                                     |  |
| การประเมินผลกระทบ                                                 | เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมด้านสิทธิมนุษยชนผ่านกิจกรรม Pride for All ครอบคลุมกว่า 20 จังหวัดทั่วประเทศ                                                                                                                                                                                                                |                            |                      |   |                     |   |                                                    |   |   |   |   |                                                                                     |                                                                                     |  |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

- |              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืนและการบริหารจัดการ                          | G1การกำกับดูแลกิจการและการบริหารความเสี่ยง                                                                                                                                                                       |   |   |                    |   |   |   |                   |   |                        |                        |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|--------------------|---|---|---|-------------------|---|------------------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                | 2 | 3 | 4                  | 5 | 6 | 7 | 8                 | O | P                      | S                      |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | ●                                                                                                                                                                                                                | ● | ● | ●                  | ● | ● | ● | ●                 | ● | ●                      | ●                      |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | Regulation Risk: ความเสี่ยงเรื่องการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และการทุจริตคอร์รัปชัน                                                                                                                        |   |   |                    |   |   |   |                   |   |                        |                        |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย                                        | + สร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นให้ผู้มีส่วนได้เสีย<br>- ความเสี่ยงด้านการเงินที่เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบถึงการกำหนดค่าตอบแทน เงินปันผล และการชำระหนี้                                                              |   |   |                    |   |   |   |                   |   |                        |                        |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัท                                         | + สามารถลดการเกิดความเสี่ยง ป้องกัน และรับมือกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องได้<br>+ ลดความเสี่ยงที่ขัดต่อกฎหมาย ลดข้อพิพาท และป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน |   |   |                    |   |   |   |                   |   |                        |                        |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                  | G1) รายงานข้อร้องเรียน และตัวชี้วัดด้านความเสี่ยง : ผลกระทบความเสี่ยงทางการเงิน (ร้อยละ)                                                                                                                         |   |   |                    |   |   |   |                   |   |                        |                        |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| เป้าหมายและผลการดำเนินงาน                                         | ระยะสั้น ปี 2567 :                                                                                                                                                                                               |   |   | ระยะกลาง ปี 2573 : |   |   |   | ระยะยาว ปี 2593 : |   |                        | ผลการดำเนินงาน ปี 2567 |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | ดำเนินการปิดข้อร้องเรียนได้ครบร้อยละ 100                                                                                                                                                                         |   |   |                    |   |   |   |                   |   | ดำเนินการครบร้อยละ 100 |                        |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| การประเมินผลกระทบ                                                 | ผลกระทบเชิงบวก<br>สร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้น                                                                                                                                                             |   |   |                    |   |   |   |                   |   |                        |                        |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

- |              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืน<br>และการบริหารจัดการ                              | G2      การบริหารจัดการนวัตกรรม                                                                                                                            |   |   |   |   |   |   |   |                                                        |   |   |  |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|--------------------------------------------------------|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้มีส่วนได้เสียและ<br>ห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัย<br>ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | O                                                      | P | S |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                           | ●                                                                                                                                                          | ● | ● | ● |   |   |   |   | ●                                                      | ● | ● |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                           | Strategic Risk: ความเสี่ยงด้านการแข่งขันในตลาด และความเสี่ยงด้านการเติบโตของรายได้และผลกำไร                                                                |   |   |   |   |   |   |   |                                                        |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อ<br>ผู้มีส่วนได้เสีย                                            | + ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดการกลับมาใช้ซ้ำ<br>+ เพิ่มรายได้หรือลดรายจ่ายให้กับผู้เช่าและคู่ค้า                                              |   |   |   |   |   |   |   |                                                        |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อ<br>มูลค่าของบริษัท                                             | + เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ลดทรัพยากร ลดค่าใช้จ่าย ลดขั้นตอนและเวลา<br>+ พัฒนาเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น โดยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก                   |   |   |   |   |   |   |   |                                                        |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ตัวชี้วัดด้าน<br>ความยั่งยืนที่สำคัญ                                      | G2) ผลสัมฤทธิ์จากโครงการ Power of Dream                                                                                                                    |   |   |   |   |   |   |   |                                                        |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| เป้าหมาย<br>และผลการดำเนินงาน                                             | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>ผลตอบแทนการลงทุนอยู่ที่ 3 เท่า                                                                                                       |   |   |   |   |   |   |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>ผลตอบแทนการลงทุนได้ 6.6 เท่า |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                           | การประเมินผลกระทบ                                                                                                                                          |   |   |   |   |   |   |   |                                                        |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                           | ผลกระทบเชิงบวก<br>เพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในกระบวนการทำงานของพนักงานให้มีเวลาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25<br>ลดความยุ่งยาก และช่วยให้สุขภาพจิตของพนักงานดีขึ้น |   |   |   |   |   |   |   |                                                        |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่มูลค่าที่เกี่ยวข้อง

|              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืนและการบริหารจัดการ                          | G3ความปลอดภัยระบบสารสนเทศ ความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล                                                                                                                                                           |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                    |   |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|--------------------|---|---|-------------------|---|---|------------------------------------|---|
| ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                                   | 2 | 3 | 4                  | 5 | 6 | 7                 | 8 | O | P                                  | S |
|                                                                   | ●                                                                                                                                                                                                                                   | ● | ● | ●                  | ● | ● | ●                 | ● | ● | ●                                  | ● |
|                                                                   | Operational Risk: ความเสี่ยงด้านการโจมตีทางไซเบอร์<br>Emerging Risk: ความเสี่ยงเรื่องเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์                                                                                                                         |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                    |   |
| ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>- ผู้มีส่วนได้เสียมีความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนจากการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล</li><li>- สูญเสียความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย และอาจนำไปสู่การสูญเสียความเชื่อมั่นในองค์กร</li></ul>         |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                    |   |
| ผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัท                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>- ผลกระทบทางการเงินจากการหยุดชะงักของการดำเนินงานและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขหรือบทลงโทษทางกฎหมาย</li><li>- ลดความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรมข้อมูลสำคัญ หรือถูกโจมตีทางไซเบอร์</li></ul> |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                    |   |
| ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                  | ตัวชี้วัดด้านความเสี่ยง : มูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้น                                                                                                                                                                              |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                    |   |
| เป้าหมายและผลการดำเนินงาน                                         | ระยะสั้น ปี 2567 :                                                                                                                                                                                                                  |   |   | ระยะกลาง ปี 2567 : |   |   | ระยะยาว ปี 2567 : |   |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567             |   |
|                                                                   | ไม่มีการละเมิดที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทฯ ขั้นรุนแรง                                                                                                                                                                         |   |   |                    |   |   |                   |   |   | ความเสียหายระดับรุนแรงเท่ากับศูนย์ |   |
| การประเมินผลกระทบ                                                 | ผลกระทบเชิงบวก<br>ปกป้อง คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง                                                                                                                                                    |   |   |                    |   |   |                   |   |   |                                    |   |

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง

|              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้า     | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## การจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| ประเด็นด้านความยั่งยืน<br>และการบริหารจัดการ                      | G4การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน                                                                                                                                                                                                               |   |   |   |   |   |   |   |                                            |   |   |  |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|--------------------------------------------|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่อุปทาน และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง | 1                                                                                                                                                                                                                                            | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | O                                          | P | S |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | ●                                                                                                                                                                                                                                            | ● | ● | ● |   | ● |   |   | ●                                          | ● | ● |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | Strategic Risk: ความเสี่ยงด้านการแข่งขันในตลาด และความเสี่ยงด้านการเติบโตของรายได้และผลกำไร                                                                                                                                                  |   |   |   |   |   |   |   |                                            |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย                                        | + เพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ลดเวลาในการดำเนินงาน และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวม<br>+ สร้างคุณค่าท้องถิ่นรายใหม่ ๆ ส่งผลให้เศรษฐกิจระดับท้องถิ่นดีขึ้น<br>- มีความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชนด้านแรงงานของคู่ค้า |   |   |   |   |   |   |   |                                            |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัทฯ                                        | + เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ควบคุม/ลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ส่งผลด้านบวกต่อการทำกำไรของบริษัทฯ<br>- สูญเสียค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานที่ผิดพลาดของคู่ค้า และส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัทฯ                                                   |   |   |   |   |   |   |   |                                            |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่สำคัญ                                  | G4.1) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างจากคู่ค้าท้องถิ่น<br>ตัวชี้วัดความเสี่ยง : มูลค่าต้นทุนที่ประหยัดได้ (ล้านบาท)                                                                                                                                  |   |   |   |   |   |   |   |                                            |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| เป้าหมายและผลการดำเนินงาน                                         | ระยะสั้น ปี 2567 :<br>มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างจากคู่ค้าท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 30 ของมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างทั้งหมด                                                                                                                               |   |   |   |   |   |   |   | ผลการดำเนินงาน ปี 2567<br>คิดเป็นร้อยละ 71 |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | การประเมินผลกระทบ                                                                                                                                                                                                                            |   |   |   |   |   |   |   |                                            |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|                                                                   | ผลกระทบเชิงบวก<br>สร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในจังหวัด หรือภูมิภาคเดียวกันทั่วประเทศไทยมากกว่า 3,949 ล้านบาท (ประเมินเฉพาะการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อการดำเนินงานของธุรกิจศูนย์การค้าเท่านั้น)                                                      |   |   |   |   |   |   |   |                                            |   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |

- หมายเหตุ: 1) ตัวชี้วัดระดับองค์กรที่นำไปพิจารณาในการกำหนดค่าตอบแทนระดับคณะผู้บริหารของบริษัทฯ ได้แก่ ตัวชี้วัด E1), E3), S3.1), S3.2), S5.1), S5.2)  
 2) ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อมูลค่าของบริษัทฯ ได้แก่ ประเด็น E1, E2, S1, S2, S3, S4, G1, G2, G3  
 3) ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ประเด็น E3, S5, S6, G4

ผู้มีส่วนได้เสีย และห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง

- |              |            |                                    |                      |                 |          |
|--------------|------------|------------------------------------|----------------------|-----------------|----------|
| 1 ลูกค้าน    | 2 ผู้เช่า  | 3 พนักงาน                          | 4 คู่ค้า             | 5 ชุมชน         | 6 ภาครัฐ |
| 7 ผู้ถือหุ้น | 8 เจ้าหนี้ | O การดำเนินงานภายในขอบเขตของบริษัท | P ผลิตภัณฑ์ / บริการ | S ห่วงโซ่อุปทาน |          |

## แนวทางการจัดทำรายงานในส่วนการพัฒนายั่งยืน

บริษัทฯ จัดทำรายงานการพัฒนายั่งยืนและเปิดเผยรวมในรายงานประจำปีเป็นปีที่ 12 เพื่อแสดงผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประยุกต์ตามแนวทางการรายงานขององค์กรความร่วมมือว่าด้วยการรายงานสากลด้านความยั่งยืน (Global Reporting Initiative (GRI) Standards) มาตรฐานการรายงานตาม International Financial Reporting Standards (IFRS) S1 และ S2 แนวทางการให้ความเชื่อมั่นตามมาตรฐาน AA1000AS หลักสากล 10 ประการ ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ และเชื่อมโยงการดำเนินงานที่สอดคล้องต่อเป้าประสงค์การพัฒนายั่งยืนของโลก

### ขอบเขตของรายงาน

รายงานฉบับนี้ครอบคลุมผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุม บริษัทย่อยทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ สอดคล้องกับ หลักรายงานทางการเงินของบริษัทฯ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2567 โดยรายงานความคืบหน้าและ ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้อง ตามประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญและขอบเขตของรายงาน ในส่วนผลการดำเนินงานด้านธุรกิจและด้านการพัฒนายั่งยืน ครอบคลุมเฉพาะการบริหารศูนย์การค้าทั้ง 42 แห่ง รวมธุรกิจ ที่เกี่ยวเนื่องและส่งเสริมกันภายใต้การบริหารงานของบริษัทฯ ทั่วประเทศ ดังที่รายงานประจำปีบทที่ 1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ แบ่งเป็น 41 แห่ง ในประเทศ (แยกโครงการเซ็นทรัล ภูเก็ต ออก เป็น เซ็นทรัล ภูเก็ต เฟสติวัล และเซ็นทรัล ภูเก็ต ฟลอเรสต้า) และต่างประเทศ 1 แห่ง คือเซ็นทรัล ไอชิตะ ประเทศมาเลเซีย พื้นที่ค้าปลีกในโครงการคอนโดมิเนียมเบิ้ล แกรนด์ พระราม 9 อาคารสำนักงาน 10 แห่ง ศูนย์การค้าขนาดเล็กที่บริษัทฯ บริหารเอง 15 แห่ง (ไม่รวม ดี อเวนิวรัชโยธิน และเหม่งจ๋าย) และ โรงแรมแบรนด์โก! โฮเทล 4 แห่งที่บ่อวินบ้านฉาง ศรีราชาและชลบุรี โดยไม่รวมโครงการที่พักอาศัยเพื่อขาย หรือภายใต้บริษัทย่อย คือ บจ. ซีพีเอ็น เรซซิเด็นซ์

การดำเนินงานด้านการพัฒนายั่งยืนของบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ร้านค้า ลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ พนักงาน คู่แข่งทางการค้า สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม องค์กรภาครัฐ องค์กรอิสระและองค์กรอื่น ๆ ในสังคม โดยเนื้อหาและรายละเอียดในรายงานฉบับนี้ เป็นการเปิดเผยผลการดำเนินงานของบริษัทฯ บริษัทร่วม และ บริษัทย่อยที่เกี่ยวข้องที่มีสัดส่วนการถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 50 หรือ บริษัทที่เซ็นทรัลพัฒนามีอำนาจในการบริหาร รวมทั้งบริษัทที่ ต้องการเปิดเผยข้อมูลสามารถอ้างอิงขอบเขตและผลการดำเนินงาน ด้านความยั่งยืน ตามรายละเอียดที่เปิดเผยไว้บนเว็บไซต์

### การควบคุมคุณภาพของรายงาน

แผนกพัฒนายั่งยืนทางธุรกิจ ฝ่ายบริหารความเป็นเลิศ และการพัฒนายั่งยืน เป็นหน่วยงานกลางควบคุมคุณภาพ การจัดทำรายงานให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ มีคณะทำงานจัดทำ รายงานประจำปี และรองกรรมการผู้จัดการใหญ่สายงานบัญชี การเงินและบริหารความเสี่ยงเป็นผู้ตรวจสอบการเผยแพร่ข้อมูล

### การให้ความเชื่อมั่นต่อรายงาน

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจรับรองรายงานฯ และตัวชี้วัดผลการ ปฏิบัติงานที่สำคัญโดยหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญ ในการตรวจรับรองและให้ความเชื่อมั่นอย่างอิสระต่อผล ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ เพื่อ ความน่าเชื่อถือ โปร่งใส และสอดคล้องตามแนวทางการรายงาน ของ GRI - Standards และแนวทางการให้ความเชื่อมั่นตาม มาตรฐาน AA1000AS ดังรายละเอียดการรับรองความเชื่อมั่น ในหน้า 256-257 สามารถอ้างอิงข้อมูล GRI Content Index ที่ [www.centralpattana.co.th/th/sustainability/sustainability-reporting-library](http://www.centralpattana.co.th/th/sustainability/sustainability-reporting-library) เพื่อให้สอดคล้องตามนโยบายด้านสภาพ ภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ในการลดการใช้กระดาษ รายงานฉบับนี้ไม่มีการพิมพ์เป็นรูปเล่ม ผู้ที่สนใจสามารถศึกษา เพิ่มเติมและดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์

สามารถให้ข้อมูลป้อนกลับและสอบถามเพิ่มเติมได้ที่

### แผนกพัฒนายั่งยืนทางธุรกิจ

#### ฝ่ายบริหารความเป็นเลิศและการพัฒนายั่งยืน

**บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)**

ชั้น 10 อาคารเซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศเสต

999/9 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน

เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 ประเทศไทย

โทรศัพท์ : +66 (0) 2667 5555 ต่อ 6907-9

โทรสาร : +66 (0) 2264 5593

อีเมล : [sd.ho@centralpattana.co.th](mailto:sd.ho@centralpattana.co.th)

## 3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

### 3.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

| 01<br>ส่วนการลงทุน                                                                                        | 02<br>ส่วนการพัฒนาธุรกิจ<br>และก่อสร้าง                                                                            | 03<br>ส่วนการบริหาร<br>อสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า/<br>จำหน่าย และการตลาด                                                                             | 04<br>ส่วนการสนับสนุนองค์กร                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1 การลงทุน<br>1.2 การหาแหล่งเงินทุน<br>และการจัดการกองทุน<br>1.3 การกำกับดูแล<br>และการบริหารความเสี่ยง | 2.1 การสรรหาที่ดิน<br>2.2 การออกแบบ<br>และพัฒนาโครงการ<br>2.3 การจัดจ้างผู้รับเหมา<br>และจัดซื้อจัดหาวัสดุก่อสร้าง | 3.1 การบริหารจัดการโครงการ/<br>อสังหาริมทรัพย์<br>3.2 ช่องทางการให้เช่า/<br>จัดจำหน่ายและการให้บริการ<br>3.3 การทำการตลาด<br>และการรักษาความสัมพันธ์ | 4.1 การจัดการด้าน<br>ทรัพยากรบุคคล<br>4.2 การบริหารจัดการทางการเงิน<br>4.3 การจัดซื้อ/จัดจ้าง<br>4.4 การจัดการกลยุทธ์องค์กร<br>และความยั่งยืน<br>4.5 การบริหารจัดการดิจิทัล<br>และเทคโนโลยี |

### 3.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทฯ มีการประเมินความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ผ่านช่องทางการมีส่วนร่วมและการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้เสีย และระบุแนวทางการตอบสนองผ่านการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์องค์กร และแผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน รวมไปถึงแผนการลดผลกระทบความเสี่ยง โดยแสดงผลการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญในปี 2567 ในหัวข้อ 3.2.3 การมีส่วนร่วมและการรับฟังเสียงผู้มีส่วนได้เสีย และรายงานผลการดำเนินงานในหัวข้อการขับเคลื่อนประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย                                     | ประเด็นความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                           | ประเด็นหลัก                                                                          | ประเด็นที่เกี่ยวข้อง                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ลูกค้า                                                    | <b>S1</b> คุณภาพและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์/บริการ และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า | <b>S4</b> การคำนึงถึงความปลอดภัย และอาชีวอนามัย<br><b>S6</b> การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน<br><b>G2</b> การบริหารจัดการนวัตกรรม<br><b>G3</b> ความปลอดภัยระบบสารสนเทศ ความมั่นคงทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล<br><b>E3</b> การจัดการขยะ ของเสีย มลพิษ และเศรษฐกิจหมุนเวียน |
| ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้เช่าอาคาร ลูกค้าโครงการที่พักอาศัย | <b>S2</b> การบริหารจัดการร้านค้า                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| พนักงาน                                                   | <b>S3</b> การบริหารจัดการ และพัฒนาบุคลากร                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ                                | <b>G4</b> การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ชุมชน                                                     | <b>S5</b> การดูแล และพัฒนาชุมชน ให้เติบโตอย่างยั่งยืน                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ผู้ถือหุ้น และเจ้าหนี้                                    | <b>G1</b> การกำกับดูแลกิจการ และการบริหารความเสี่ยง                                  | <b>E1</b> การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ<br><b>E2</b> การจัดการพลังงาน น้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพ                                                                                                                                                                   |

### 3.2.3 การมีส่วนร่วมและการรับฟังเสียงผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 9 กลุ่ม โดยกำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบในการสื่อสาร การรับฟัง และการดูแลผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อข้อคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม ครบถ้วน และทันเวลาที่สร้างการมีส่วนร่วมพร้อมรับฟังข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากผู้มีส่วนได้เสีย และนำมาพัฒนาเป็นแนวทางการบริหารจัดการทั้งในระดับนโยบายขององค์กรและในระดับปฏิบัติการ ผ่านการจัดทำแบบสอบถามและการประชุมสัมมนา การสื่อสารภายในและภายนอก และการบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ ยังมีการตรวจสอบ พัฒนา และปรับปรุงกระบวนการทำงานและผลิตภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของผู้มีส่วนได้เสียตามความเหมาะสม อีกทั้งเปิดช่องทางรับข้อร้องเรียนจากทุกกลุ่มบนเว็บไซต์ของบริษัท [www.centralpattana.co.th/th/sustainability/corporate-governance/whistle-blowing-complaints](http://www.centralpattana.co.th/th/sustainability/corporate-governance/whistle-blowing-complaints)

### แสดงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญในปี 2567

| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                  | การมีส่วนร่วมที่สำคัญในปี 2567                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ผลที่ได้รับ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ลูกค้า</b><br>                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความพึงพอใจประจำปี</li> <li>กิจกรรมทางการตลาด อาทิ Low Carbon Club, Recycling Drop a Month และการเข้าร่วมเป็นสมาชิก Recycle Day</li> <li>ข้อร้องเรียน ผ่านทาง Call Center +66(0)2 021 9999 และช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์</li> </ul>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผลการสำรวจความพึงพอใจประจำปี 2567 มีผู้เข้าร่วมประเมินคิดเป็นร้อยละ 98 จากเป้าหมาย พบว่าประเด็นด้านความยั่งยืนที่กลุ่มลูกค้าได้รับผลกระทบเชิงบวกจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คือ (1)การส่งมอบบริการและคุณค่าของพนักงาน รวมถึง แม่บ้าน และ รปภ. (2) การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ในการออกแบบและให้บริการ และ (3) การบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้า ระบบปรับอากาศ และการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์</li> </ul> |
| <b>ผู้ประกอบการ<br/>ค้าผู้เช่า<br/>อาคาร ลูกค้า<br/>โครงการ<br/>ที่พักอาศัย</b><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความพึงพอใจประจำปี</li> <li>การจัดประชุมเฉพาะกลุ่ม</li> <li>การจัดอบรม Green Partnership และกิจกรรมทางการตลาด Green Store และ Low Carbon Club</li> <li>แอปพลิเคชัน SERVE</li> <li>ข้อร้องเรียน ผ่านทาง Call center +66(0)2 021 9999 และช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>การมีส่วนร่วมจากการประชุมเฉพาะกลุ่มกับร้านค้าและผู้เช่าอาคาร คิดเป็นร้อยละ 81 จากเป้าหมาย พบว่าประเด็นที่ร้านค้าและผู้เช่าอาคารให้ความสำคัญ คือ (1) การจัดการพลังงานไฟฟ้า (2) การจัดการขยะ และ (3) การดูแล Well-being ของพนักงานของผู้เช่า</li> </ul>                                                                                                                                                     |
| <b>พนักงาน</b><br>                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>การประเมินความผูกพันองค์กร CG Voice ประจำปี</li> <li>การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน</li> <li>ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์</li> </ul>                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผลจากการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน มีผู้เข้าร่วมประเมินคิดเป็นร้อยละ 140 จากเป้าหมาย พบว่าประเด็นที่มีความเสี่ยงได้แก่ (1) ความปลอดภัย (2) สิทธิมนุษยชน และ (3) สิทธิด้านแรงงาน</li> </ul>                                                                                                                                                               |
| <b>คู่ค้าและ<br/>พันธมิตร<br/>ทางธุรกิจ</b><br>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมเฉพาะกลุ่ม</li> <li>การประเมินคู่ค้าหน้างาน</li> <li>ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์</li> </ul>                                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>การมีส่วนร่วมจากการประเมินคู่ค้าหน้างาน และการประชุมเฉพาะกลุ่มอยู่ที่ร้อยละ 100 จากเป้าหมาย พบว่าคู่ค้าให้ความสำคัญในเรื่อง (1) การปฏิบัติตามกฎหมายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และกฎหมายด้านสิทธิมนุษยชน และ (2) เรื่องพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินการระหว่างกัน</li> </ul>                                                                                                                            |

| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                           | การมีส่วนร่วมที่สำคัญในปี 2567                                                                                                                                                                                                  | ผลที่ได้รับ                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ชุมชน / ตัวแทนชุมชน รวมหน่วยงานกำกับ ภาครัฐ ภาคการศึกษา องค์กรอิสระ</b><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมเฉพาะกลุ่ม</li> <li>การรับฟังผ่านเครือข่าย และกลุ่มขับเคลื่อนเฉพาะกิจ</li> <li>ติดต่อผ่านกลุ่มเซ็นทรัล และหน่วยงานเซ็นทรัล ทำ</li> <li>ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผลจากการแจ้งข้อร้องเรียนผ่านทุกช่องทาง พบว่าประเด็นที่ชุมชนได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ (1) การแสดงความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ (2) การจัดการขยะ และมลพิษ และ (3) ความปลอดภัย</li> </ul>                                    |
| <b>ผู้ถือหุ้น</b><br>                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความคิดเห็น</li> <li>ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์</li> </ul>                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผลจากการสำรวจพบว่าผู้ถือหุ้น ให้ความสำคัญในเรื่อง (1) การรักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความมุ่งมั่นตามเป้าหมายและความสนใจของโลก (2) คุณภาพในการส่งมอบคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ และ (3) การคำนึงถึงเรื่องสิทธิมนุษยชน</li> </ul> |
| <b>เจ้าหนี้</b><br>                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมเฉพาะกลุ่ม</li> <li>การถูกประเมิน Due Diligence</li> <li>การติดต่อกับหน่วยงานบริหารการเงิน</li> </ul>                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผลจากการถูกประเมิน Due Diligence พบว่าประเด็นที่เจ้าหนี้ให้ความสนใจ และบริษัทฯ ยังสามารถพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นได้อีก คือ (1) แผนการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (2) การคำนึงถึงเรื่องสิทธิมนุษยชน</li> </ul>                          |

# Better Environment



### 3.3 การจัดการความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

แบ่งเป็น 3 ส่วนประกอบด้วย



## E1

### การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

#### ความสำคัญ



การนำแนวทางการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ หรือแนวทาง TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures) มาใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Risks) และเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transitional Risks) ส่งผลให้บริษัทฯ มองเห็นถึงความสำคัญของประเด็นดังกล่าวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น การเตรียมความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ดีและทันทั่วทั้งที่ จึงมีความสำคัญ ทั้งต่อการลดความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ อันเนื่องมาจากผลกระทบทางกายภาพ อาทิ น้ำท่วมภัยแล้ง หรือการขาดแคลนวัตถุดิบ ทั้งต่อต้านทุนในการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการทำกำไร จากแนวโน้มที่จะมีการประกาศใช้กฎหมายหรือมาตรการในการจำกัดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือจากราคาสินค้า วัตถุดิบ และบริการต่าง ๆ ของลูกค้าที่มีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมไปถึงส่งเสริมชื่อเสียงและดึงดูดผู้มีส่วนได้เสีย ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ร้านค้า ผู้เช่าสถาบันการเงิน นักลงทุน เจ้าหนี้ คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนจากการจัดทำผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม หรือมีการใช้มาตรการหรือดำเนินกิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

#### แนวทางการบริหารจัดการ



1. บริษัทฯ กำหนดนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมเป็นนโยบายหลัก และกำหนดนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกัน อาทิ นโยบายการจัดการระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ นโยบายด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศที่ตั้งโครงการ และนำผลวิเคราะห์สถานการณ์จำลองความเสี่ยงตามแนวทาง TCFD มาใช้ในการพิจารณาทบทวนนโยบายฯ อย่างสม่ำเสมอ
2. ตั้งเป้าหมายในการเป็นองค์กรปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 อิงหลักวิทยาศาสตร์ ตามแนวทาง SBTs (Science Based Targets) โดยตั้งเป้าหมายระยะใกล้ภายในปี 2573 ให้ลดลงร้อยละ 46.2 เทียบกับปีฐาน (ปี 2562) และกำหนด Net Zero Pathway เป้าหมายระยะไกล ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 เทียบกับปีฐาน (ปี 2562) ภายใต้กรอบการกำหนดกิจกรรมในการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ Greenhouse Gas Protocol ครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 ขอบเขต ได้แก่ ขอบเขตที่ 1: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง ขอบเขตที่ 2: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงานไฟฟ้า และขอบเขตที่ 3: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ อีกทั้งนำมาเป็นมาตรฐานการจัดการก๊าซเรือนกระจก (ISO 14064-1) มาเป็นกรอบในการดำเนินงาน การขอการรับรอง การรายงาน และการเปิดเผยข้อมูล

3. พัฒนากลยุทธ์ Net Zero Pathway และกำหนดมาตรการในการรับมือและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แบ่งออกเป็น 3 แผนงาน คือ

### 3.1 แผนลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน

- 1) การบริหารจัดการพลังงาน และพลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพ
- 2) การใช้พลังงานหมุนเวียนตามธรรมชาติ
- 3) การบริหารและจัดการน้ำ และน้ำทิ้ง
- 4) การบริหารและจัดการขยะ และการนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้
- 5) การบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

โดยรายงานเพิ่มเติมในหัวข้อ E2 การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และ E3 การจัดการขยะของเสีย มลพิษ และเศรษฐกิจหมุนเวียน

### 3.2 แผนลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการก่อสร้าง

#### 1) การขอรับรองมาตรฐานอาคาร

บริษัทฯ ดำเนินการออกแบบ พัฒนาและก่อสร้างโครงการ และอาคารตามแนวทางการบริหารจัดการอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือมาตรฐานอาคารเขียวในระดับสากล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของอาคาร ช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม และใส่ใจสุขภาวะที่ดีของผู้ใช้อาคาร ตลอดจนจรรยาบรรณของอาคาร มีเกณฑ์กำหนดในการพัฒนาโครงการที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่

- ที่ตั้ง การจราจรและการคมนาคมขนส่งสาธารณะ
- การใช้ประโยชน์จากที่ตั้งอย่างยั่งยืน เพิ่มพื้นที่เปิดโล่งสีเขียว
- ประสิทธิภาพการใช้น้ำ
- ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ระบบการบริหารอาคาร และบรรยากาศ
- การเลือกใช้วัสดุและทรัพยากร
- คุณภาพสภาพแวดล้อมภายในอาคาร
- นวัตกรรมในการออกแบบ
- ลำดับความสำคัญของท้องถิ่น เช่น ลดการเกิดน้ำท่วม คลองตันเขิน รวมไปถึงการพัฒนาชุมชนหมู่บ้าน และการใช้ประโยชน์ที่ดินร่วมกัน
- พื้นที่เพื่อการจัดการกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และให้ความผ่อนคลายสบายใจ

บริษัทฯ คัดเลือกนำโครงการ และอาคารที่โดดเด่นตามเกณฑ์ที่กำหนดขอรับรองมาตรฐานอาคารต่าง ๆ ตามเหมาะสมโดยพิจารณาให้สอดคล้องตามกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ความประสงค์ของผู้เช่า และแผนลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการก่อสร้างร่วมกัน โดยมาตรฐานฯ ที่บริษัทฯ พิจารณาขอรับรอง ได้แก่

- มาตรฐานการออกแบบเพื่อความเป็นผู้นำทางด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม หรือ LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) โดยสภาอาคารสีเขียวสหรัฐอเมริกาหรือ U.S. Green Building Council (USGBC)
- เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทย หรือ TREES (Thai's Rating of Energy and Environmental Sustainability) โดยสถาบันอาคารเขียวไทย
- มาตรฐานอาคารเขียว EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies) สำหรับตลาดเกิดใหม่ของบรรษัทเงินทุนระหว่างประเทศ หรือ International Finance Corporation (IFC)
- รางวัลเกียรติยศด้านพลังงานระดับภูมิภาคอาเซียน หรือ ASEAN Energy Awards (AEA) โดย ASEAN Centre for Energy<sup>1</sup> หรือ ACE
- รางวัล Thailand Energy Awards (TEA)<sup>1</sup> ของกระทรวงพลังงาน
- เกณฑ์มาตรฐาน MEA Index (Management of Energy Achievement Index) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดระดับการใช้พลังงานของการไฟฟ้านครหลวง รวมถึงเกณฑ์การประเมินทางด้านคุณภาพอากาศภายในอาคาร (Indoor Air Quality : IAQ) ตามเกณฑ์การให้ตราสัญลักษณ์ของ MEA Energy Awards
- เกณฑ์การประเมินมาตรฐานอาคารสุขภาวะดี เช่น WELL Building Standard
- ระบบรับรองมาตรฐานอาคารที่ประเมินคุณภาพอาคารจากความสามารถในการเชื่อมโยงดิจิทัล และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี หรือ WiredScore

<sup>1</sup> ทั้งนี้ หลักเกณฑ์การประเมิน ASEAN Energy Awards และ Thailand Energy Awards ประกอบด้วยมุมมองการบริหารจัดการอาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ นวัตกรรมอาคารเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่เป็นพิษ หมุนเวียนและยั่งยืน

## 2) การประเมินและลดปริมาณคาร์บอนจากการก่อสร้างโครงการ/อาคาร

ก่อนจะทำการลดได้ เราจำเป็นต้องรู้ก่อนว่าปริมาณที่ปล่อยไปเป็นเท่าใด ดังนั้น บริษัทฯ จึงเริ่มนำแนวทางการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ หรือ Lifecycle stages (BS EN 15978:2011) มาใช้ในการวัดปริมาณคาร์บอนแฝง หรือ Embodied Carbon ในการก่อสร้าง โดยเริ่มดำเนินการวัดแบบ Cradle-to-Gate ตั้งแต่ปี 2566 ในโครงการเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ เป็นต้นมา โดยวัดข้อมูลการปลดปล่อยคาร์บอนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่รวบรวมข้อมูลตั้งแต่ขั้นตอนการได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบมายังโรงงาน ไปจนถึงการก่อสร้างอาคาร โดยไม่รวมผลกระทบในช่วงการใช้งานและการทำลายซากเมื่อหมดอายุ ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลคาร์บอนแฝงของวัสดุก่อสร้างซึ่งยังไม่มีข้อมูลการศึกษามากนัก ทางบริษัทฯ จึงเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะการใช้วัสดุหลัก 3 ตัว (เท่าที่มีข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์) ได้แก่ คอนกรีต เหล็ก และ Precast รวมการเก็บข้อมูลการจัดการขยะก่อสร้าง การขนส่งระหว่างก่อสร้าง การใช้ไฟฟ้า และน้ำในขณะก่อสร้าง ครอบคลุมโมดูล A1-A5 หรือ Upfront Carbon Emission เพื่อปูแนวทางในการทำแผนการลดฯ การเปิดเผยข้อมูล และการขอการรับรองในอนาคต จากการเก็บข้อมูลโครงการเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ เซ็นทรัล นครปฐม และเซ็นทรัล นครสวรรค์ ซึ่งมีพื้นที่ก่อสร้างรวม 400,106 ตารางเมตร พบว่ามีการปลดปล่อยคาร์บอนแฝงเฉลี่ย 191.4 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร โดยมีสัดส่วนจากการใช้วัสดุก่อสร้างอาคารมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 95.2

ตารางแสดงผลการปลดปล่อยคาร์บอนแฝงในปี 2566-2567

| โครงการ             | ปี   | ปริมาณคาร์บอนแฝง<br>(ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) |
|---------------------|------|----------------------------------------------------|
| เซ็นทรัล เวสต์วิลล์ | 2566 | 16,192                                             |
| เซ็นทรัล นครสวรรค์  | 2567 | 28,233                                             |
| เซ็นทรัล นครปฐม     | 2567 | 32,170                                             |

## 3.3 แผนการชดเชยคาร์บอน

### 1) โครงการปลูกป่าชั้คาร์บอน 1 ล้านต้น ภายในปี 2573

จัดจ้างผู้ชำนาญการและคนในชุมชนในการปลูกและดูแลป่าเพื่อชดเชยการปล่อยคาร์บอนขององค์กร ตั้งเป้าหมายไว้ที่ 1 ล้านต้น ภายในปี 2573 โดยร่วมกับกรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันดำเนินการปลูกป่าแล้วในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ จังหวัดชลบุรี พะนุโลก และเชียงราย รวม 200,000 ต้น และร่วมกับมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงใน 'โครงการการจัดการคาร์บอนเครดิตในป่า เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน' ในจังหวัดลำปาง เชียงใหม่ เชียงราย น่าน อีก 3,000 ไร่ ประมาณการจำนวนต้นไม้ที่ 600,000 ต้น รวมทั้งหมดเป็น 800,000 ต้น

### 2) การซื้อใบรับรองพลังงานหมุนเวียน หรือ I-REC และคาร์บอนเครดิต

ปัจจุบันการจัดซื้อพลังงานหมุนเวียน หรือพลังงานสะอาดเพื่อใช้ในองค์กรโดยตรงในประเทศไทยนั้น ยังมีข้อจำกัดและมีต้นทุนสูง บริษัทฯ จึงพิจารณาดำเนินการซื้อใบรับรองพลังงานหมุนเวียน หรือ I-REC (International Renewable Energy Certificate) และคาร์บอนเครดิต ทั้งการซื้อแบบ Over-the-counter โดยการซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้ขายโดยตรง และแบบ Exchange Platform โดยการซื้อผ่าน Platform หรือศูนย์ซื้อขายคาร์บอนเครดิตทดแทนปริมาณคาร์บอนบางส่วนแทน โดยเป็นการพิจารณาซื้อเพื่อวัตถุประสงค์เชิงสังคม เช่น สร้างการมีส่วนร่วม สร้างการตระหนักรู้ และสร้างความเข้าใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียเป็นหลัก และชดเชยปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยออกเป็นประเด็นเสริม

โครงการ  
ปลูกป่าชั้คาร์บอน  
ตั้งเป้าหมายไว้ที่



**1,000,000** ต้น

ภายในปี 2573

ปัจจุบัน

ดำเนินการปลูกป่าแล้วในพื้นที่ป่าอนุรักษ์  
จังหวัดชลบุรี พะนุโลก และเชียงราย

**200,000** ต้น

ร่วมกับมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงใน  
"โครงการการจัดการคาร์บอนเครดิตในป่า  
เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน"

**600,000** ต้น

รวมทั้งหมดเป็น

**800,000** ต้น



## ตารางแสดงผลการชดเชยคาร์บอนเครดิตขององค์กร

| ปีที่ชดเชย | ประเภท        | ปริมาณที่ชดเชย                                                | หมายเหตุ                                                                                                                                                      |
|------------|---------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2563       | คาร์บอนเครดิต | 900 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า                              | บริษัทฯ ซื้อคาร์บอนเครดิตจำนวน 1,400 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ในปี 2567 และนำมาชดเชยปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยในปี 2563 จำนวน 900 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า |
| 2566       | I-REC         | 500 เมกะวัตต์-ชั่วโมง หรือ 250 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า   | เพื่อชดเชยปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยจากการก่อสร้างโครงการ เซ็นทรัล เวิลด์ (บางส่วน)                                                                                |
| 2567       | I-REC         | 1,200 เมกะวัตต์-ชั่วโมง หรือ 600 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า | เทียบเท่าปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยจากสำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 อาคาร และเพื่อกลไกสนับสนุนการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรม Step Up Challenge                             |

4. สนับสนุนและผลักดันให้ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าตระหนักและเห็นถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายใต้แนวทาง Green Partnership ร่วมกับผู้ประกอบการร้านค้า ผู้เช่าสำนักงาน คู่ค้า เจ้าหนี้ และลูกค้า ตามกลยุทธ์ Net Zero Pathway
5. กำหนดหน่วยงานดูแลด้านการขับเคลื่อนแผนงานการปรับตัวองค์กรต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน ดูแลในระดับปฏิบัติการโดยทีมงานคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรและการจัดการทรัพยากรในระดับสาขาและส่วนกลาง ดูแลในระดับการขับเคลื่อน และให้การสนับสนุนโดยหน่วยงานบริหารความเป็นเลิศและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมเรื่อง ESG การจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการความเสี่ยง และการพัฒนากระบวนการทำงาน โดยมีคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม คอยกำกับดูแล และติดตามผล รายงานต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะกรรมการตรวจสอบและธรรมาภิบาล และคณะกรรมการบริษัท ตามลำดับชั้น รวมถึงกำหนดคณะกรรมการและคณะทำงานชุดย่อยเพิ่มเติมตามประเภทธุรกิจ และตามวาระเร่งด่วนต่าง ๆ
6. ร่วมผลักดันและขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมคาร์บอนต่ำสอดคล้องตามแผนปฏิบัติการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย และเป้าหมายของประชาคมโลกภายใต้ความตกลงปารีส ผ่านการมีส่วนร่วมในเครือข่ายภาครัฐ เอกชน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ อาทิ
  - เครือข่ายคาร์บอนนิเวศประเทศไทย (TCNN) ในฐานะ “องค์กรผู้ริเริ่มด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก ” ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ซึ่งมีเป้าหมายในการผลักดันภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการในประเทศไทยมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์
  - คณะกรรมการชุดก่อตั้ง RE100 Thailand Club เพื่อแสดงเจตนารมณ์ที่ชัดเจนในการแก้ปัญหาภาวะโลกร้อน และขับเคลื่อนการใช้พลังงานหมุนเวียนในประเทศไทยให้ได้ร้อยละ 100
  - เครือข่ายธุรกิจเพื่อการจัดการสภาพภูมิอากาศประเทศไทย หรือ Thailand Climate Business Network (ThaiCBN) เพื่อผลักดันให้เกิดการเชื่อมโยงการทำงานของทั้ง 5 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา ภาคการเงินและการธนาคาร องค์กรและธุรกิจต่างประเทศ เปลี่ยนผ่านประเทศไทยสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์
7. มาตรการสนับสนุนด้านการเงิน โดยออกกรอบหลักเกณฑ์การระดมทุนเพื่อโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือ Green Finance Framework และกรอบหลักเกณฑ์การระดมทุนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน หรือ Sustainability-link Finance Framework และออกหุ้นกู้เพื่อสิ่งแวดล้อม และเงินกู้ยืมเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน
8. กำหนดมาตรการส่งเสริมกระบวนการภายในของบริษัทฯ ในรูปแบบการประกวดรางวัลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม หรือ SD Environmental Award เป็นประจำทุกปี มูลค่ารางวัลรวมกว่า 120,000 บาท โดยมีเกณฑ์ประเมินจากประสิทธิภาพการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดการใช้น้ำ การบริหารจัดการขยะ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร
9. จัดอบรมให้ความรู้พนักงานทั้งหลักสูตรภายในและภายนอก รวมถึงไปถึงการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้เรื่องภาวะโลกร้อน และโลกรวน ให้กับพนักงานทุกระดับชั้น

## เป้าหมาย



E1.1 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง เมื่อเทียบกับปีฐานปี 2562

เป้าหมาย  
ปี 2567 **17.0**

และได้รับการรับรองภายใต้โครงการ  
กำหนดเป้าหมายโดยอิงหลักทาง  
วิทยาศาสตร์ (Science Based  
Targets initiative: SBTi)

เป้าหมายตาม  
แนวทาง SBTi  
ระยะสั้น ปี 2573 **46.2**

เป้าหมาย  
ขอบเขตที่ 1  
และ 2 ปี 2567 **17.0**

เป้าหมายตาม  
แนวทาง SBTi  
ระยะยาว ปี 2593 **90.0**

เป้าหมาย  
ขอบเขตที่ 3  
ปี 2567 **17.0**

E1.2 สัดส่วนพื้นที่อาคารที่ได้การรับรองมาตรฐานอาคารตามนิยามของ GRESB \* **อยู่ร้อยละ 7.0** ของจำนวนพื้นที่ทั้งหมด

\* GRESB หรือ Global Real Estate Sustainability Benchmark เป็นเกณฑ์มาตรฐาน ESG ในระดับสากลสำหรับตลาดการเงิน มีบทบาทสำคัญในโลกของอสังหาริมทรัพย์ยั่งยืน และมีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีการดำเนินการภายใต้บริบทของ ESG [www.gresb.com/nl-en/](http://www.gresb.com/nl-en/)

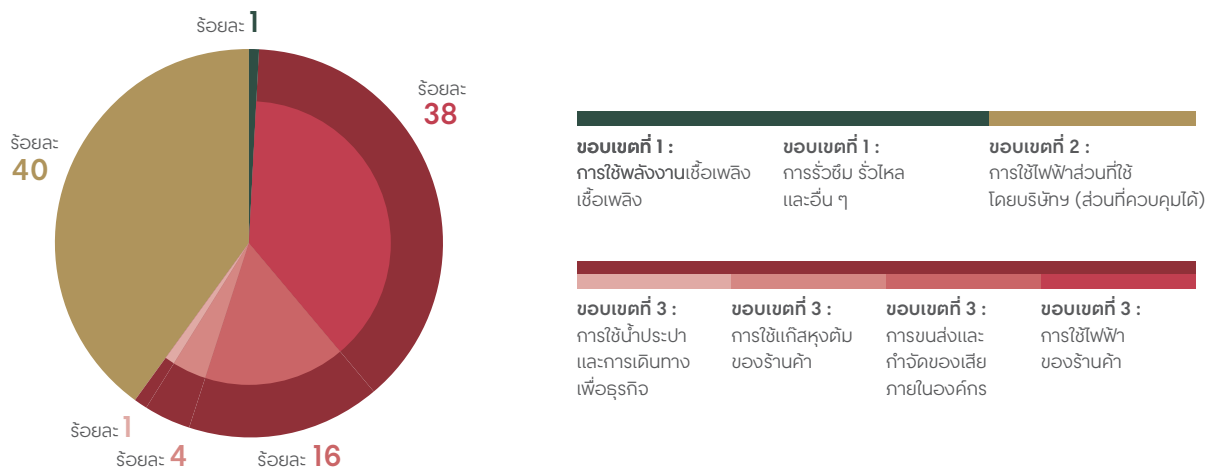
## ผลการดำเนินงานที่สำคัญ



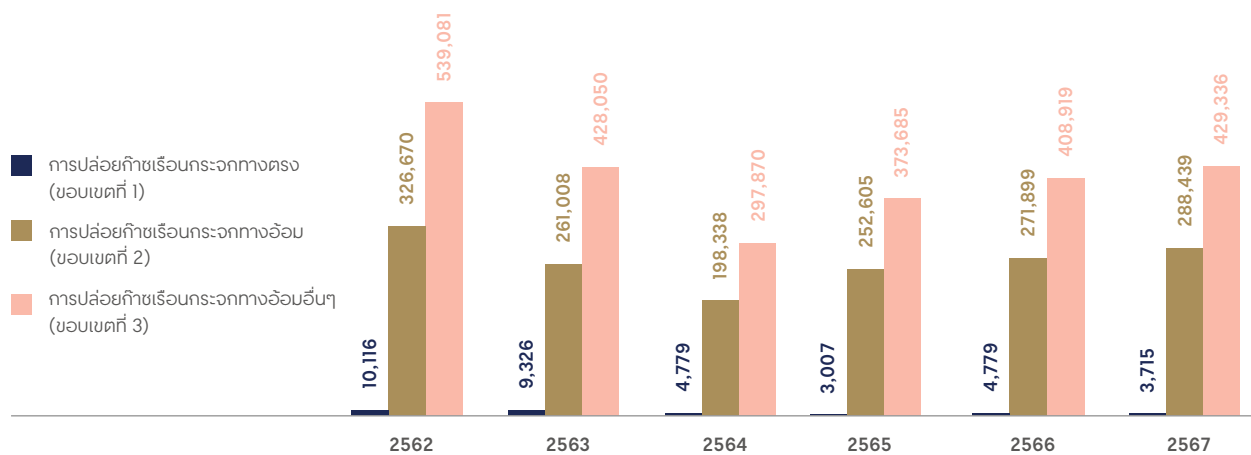
1. ดำเนินงานตามแผนลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน โดยสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ได้ดังนี้

| ก๊าซเรือนกระจก      | ผลการดำเนินงานปี 2567                               |                          | เป้าหมายปี 2567          |
|---------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                     | ปริมาณการปลดปล่อย<br>(ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) | เทียบกับปีฐาน<br>ปี 2562 | เทียบกับปีฐาน<br>ปี 2562 |
| ขอบเขตที่ 1         | 3,715                                               | ลดลงร้อยละ 63.3          | -                        |
| ขอบเขตที่ 2         | 288,439                                             | ลดลงร้อยละ 11.7          | -                        |
| ขอบเขตที่ 3         | 429,336                                             | ลดลงร้อยละ 20.4          | -                        |
| ขอบเขตที่ 1 และ 2   | 292,154                                             | ลดลงร้อยละ 13.3          | ลดลงร้อยละ 17            |
| ขอบเขตที่ 1 2 และ 3 | 721,490                                             | ลดลงร้อยละ 17.6          | ลดลงร้อยละ 17            |

## สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานขององค์กรปี 2567



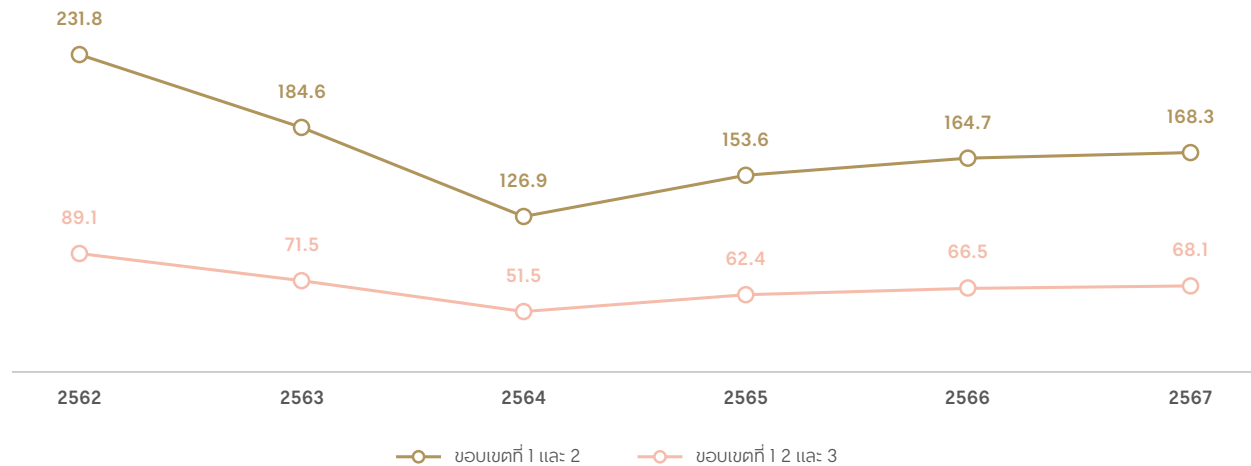
## ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



## จำนวนโครงการที่นำมาคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

|                                                                    | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|--------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| ศูนย์การค้า และโครงการรูปแบบผสม                                    | 36   | 36   | 36   | 39   | 39   | 42   |
| อาคารสำนักงาน (ไม่นับซ้ำอาคาร<br>ที่รวมอยู่ในโครงการรูปแบบผสมแล้ว) | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| ศูนย์การค้าขนาดเล็ก                                                | 14   | 14   | 14   | 15   | 15   | 15   |
| โรงแรม                                                             | -    | -    | -    | -    | 4    | 4    |

ดัชนีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร  
(گیโกลรับคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร)



เมื่อเทียบกับปีฐาน 2562 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 2 และ 3 ลดลงร้อยละ 17.6 โดยมาจากค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor) จากการผลิตไฟฟ้าของประเทศไทยที่ลดลง กอปรกับการดำเนินมาตรการอนุรักษ์พลังงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน และมาตรการจัดการขยะ ทั้งนี้ พบว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหลังจากสถานการณ์ COVID-19 และจากการขยายธุรกิจของบริษัท ซึ่งมีการสร้างศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นจำนวน 6 ศูนย์การค้า ตั้งแต่ปี 2562 อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดดัชนีการใช้พลังงานต่อพื้นที่เป็นเกณฑ์มาตรฐานสำหรับการใช้พลังงานของศูนย์การค้าก่อสร้างใหม่ โดยต้องไม่เกินค่าเฉลี่ยดัชนีการใช้พลังงานต่อพื้นที่ของอาคารศูนย์การค้าในปัจจุบัน เพื่อส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีประหยัดพลังงานมาใช้ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบ และควบคุมการใช้พลังงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

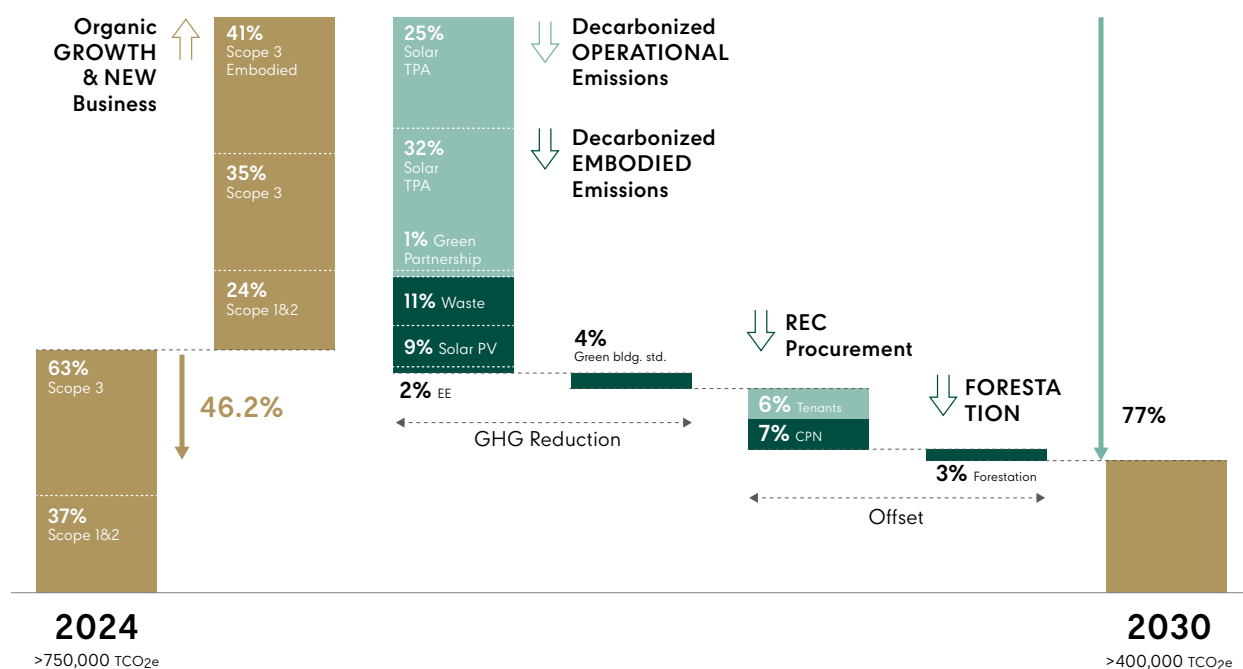
- สัดส่วนพื้นที่อาคารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารตามนิยามของ GRESB คิดเป็นร้อยละ 4.8 ของพื้นที่ทั้งหมด หรือสัมฤทธิ์ผลที่ร้อยละ 68.5 เทียบกับเป้าหมาย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

| อาคาร / พื้นที่ ที่ขอรับรอง        | มาตรฐานที่ขอรับรอง / ระดับที่ได้ หรือคาดว่าจะได้ | ปีที่ได้รับการรับรอง / คาดว่าจะได้รับการรับรอง* |
|------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| ฟู้ดเวิลด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์      | LEED Platinum                                    | 2562                                            |
| จี ทาวเวอร์ แกรนด์ พระราม 9        | LEED Gold                                        | 2563                                            |
| เซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศเศส           | LEED Gold                                        | 2566                                            |
| เซ็นทรัล แจ้งวัฒนะ                 | EDGE                                             | 2568*                                           |
| เซ็นทรัล จันทบุรี                  | TREES                                            | 2568*                                           |
| เซ็นทรัล เวสต์วิลล์                | TREES                                            | 2569*                                           |
| เซ็นทรัล นครสวรรค์                 | TREES                                            | 2569*                                           |
| เซ็นทรัล นครปฐม                    | TREES                                            | 2569*                                           |
| เดอะไนน์ ทาวเวอร์ส แกรนด์ พระราม 9 | LEED Gold                                        | 2569*                                           |
| เซ็นทรัล ขอนแก่น                   | TEA                                              | 2567                                            |
| เซ็นทรัล โคราช                     | TEA                                              | 2567                                            |

| อาคาร / พื้นที่ ที่ขอรับรอง                                           | มาตรฐานที่ขอรับรอง / ระดับที่ได้ หรือคาดว่าจะได้ | ปีที่ได้รับการรับรอง / คาดว่าจะได้รับการรับรอง* |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| เซ็นทรัล ลำปาง                                                        | TEA                                              | 2567                                            |
| เซ็นทรัล อยุธยา                                                       | TEA                                              | 2567                                            |
| เซ็นทรัล เวสต์เกต                                                     | TEA                                              | 2567                                            |
| เซ็นทรัล อุบล                                                         | TEA                                              | 2567                                            |
| เซ็นทรัล ระยอง                                                        | TEA                                              | 2567                                            |
| เซ็นทรัล นครศรี                                                       | TEA                                              | 2567                                            |
| เซ็นทรัล เชียงราย                                                     | TEA                                              | 2567                                            |
| เซ็นทรัล โคราซ                                                        | AEA                                              | 2567                                            |
| จี ทาวเวอร์ แกรนด์ พระราม 9                                           | WiredScore GOLD                                  | 2567                                            |
| เดอะไนน์ ทาวเวอร์ส แกรนด์ พระราม 9                                    | WiredScore GOLD                                  | 2567                                            |
| เซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศเศส                                              | WiredScore GOLD                                  | 2567                                            |
| <b>รวมมาตรฐานที่ได้รับการรับรองแล้ว</b>                               | <b>พื้นที่ (ตร.ม.)</b>                           | <b>สัดส่วนต่อพื้นที่ทั้งหมด</b>                 |
| การรับรองมาตรฐานอาคารตามนิยามของ GRESB (เช่น มาตรฐาน LEED หรือ TREES) | 283,340                                          | ร้อยละ 4.8                                      |
| มาตรฐาน และเกณฑ์การประเมินอื่น ๆ <sup>1</sup>                         | 4,648,070                                        | ร้อยละ 78                                       |

<sup>1</sup> โครงการที่ได้รับรางวัล Thailand Energy Awards ในช่วงปี 2553-2567 ประกอบด้วย โครงการศูนย์การค้า จำนวน 30 แห่ง และอาคารสำนักงาน 2 แห่ง และโครงการที่ได้รับรางวัล ASEAN Energy Awards ในช่วงปี 2553-2565 ประกอบด้วย โครงการศูนย์การค้า จำนวน 11 แห่ง และโครงการที่ได้รับรางวัล MEA Energy Awards ในช่วงปี 2556-2566 ประกอบด้วย โครงการศูนย์การค้า จำนวน 12 แห่ง และอาคารสำนักงาน 5 แห่ง

3. พัฒนาและปรับปรุง Net Zero Pathway ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2 ให้สอดคล้องตามแนวทาง SBTi ที่ออกเกณฑ์เพิ่มเติมสำหรับกลุ่มอาคาร โดยกำหนดส่งเพื่อขอรับรองภายในปี 2568



4. ดำเนินการเปิดเผยข้อมูลตามแนวทางมาตรฐานการจัดการก๊าซเรือนกระจก (ISO 14064-1) และมีการตรวจสอบการรายงานโดยผู้ประเมินภายนอกตามมาตรฐาน AA1000AS V.3
5. ดำเนินโครงการ Central Pattana Green Partnership รวมพลังพันธมิตรลดโลกร้อน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ตามแนวคิด ‘รู้จริง ช่วยจริง ลดจริง’ โดยสนับสนุนการลดใช้ไฟฟ้าของผู้เช่าร้านค้าและสำนักงานตามแนวทาง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ส่งเสริมองค์ความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงานและการลดก๊าซเรือนกระจกเพื่อนำไปใช้ได้จริง 2) สนับสนุนเครื่องมือบันทึกและสำรวจการใช้พลังงาน รวมถึงแผนการลดก๊าซเรือนกระจกแบบง่าย 3) พัฒนาคู่มือในการลดพลังงานไฟฟ้าในกลุ่มธุรกิจ และแนวทางปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคธุรกิจ และลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนลดความเสี่ยง และเตรียมความพร้อมในยุคเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากร้านค้าทั้งธุรกิจอาหารเครื่องดื่ม แฟชั่น ความงาม การเงินธนาคาร เทคโนโลยี ซูเปอร์สโตร์ รวมกว่า 165 แบรินด์ อาทิ ไมเนอร์ กรุ๊ป เซ็นทรัล เรสตอเรชั่น กรุ๊ป ยัสปาล กรุ๊ป เอ็มเค กรุ๊ป เซ็น กรุ๊ป บาร์บีคิวพลาซ่า ยูนิโคล เอไอเอส เป็นต้น ครอบคลุมกว่า 2,250 ร้านค้า โดยกำหนดเป้าหมายในการช่วยกันลดก๊าซเรือนกระจกให้ได้น้อยกว่า 700 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า พันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการอบรมเชิงลึกจำนวน 4 หลักสูตร ได้แก่ 1) กลยุทธ์ประหยัดพลังงาน พิชิตเป้าลดค่าไฟฟ้า 2) Blueprint เครื่องมือจัดทำแผนลดก๊าซเรือนกระจก ช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกิจได้อย่างไร? 3) Climate Action คู่มือเติบโตอย่างยั่งยืน ธุรกิจสีเขียวทางรอดของธุรกิจ และ 4) Sustainable Waste Management Workshop รวมตัวแทนจากร้านค้าเข้าร่วมอบรมทั้งหมดจำนวน 364 คน (นับซ้ำ) คะแนนความพึงพอใจต่อหลักสูตรโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 91 ซึ่งโครงการจะแล้วเสร็จในปี 2568
6. การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ไม่มีการปล่อยมลพิษทางอากาศโดยตรง<sup>2</sup> โดยปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่มีการปล่อยออกเป็นการแลกเปลี่ยนเพื่อนำอากาศภายนอกเข้ามาหมุนเวียนภายในอาคารนั้น อยู่ในชั้นปลอดภัย ไม่จัดเป็นมลพิษทางอากาศตามนิยามทางกฎหมาย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ออกมาตรการดูแลคุณภาพอากาศภายในศูนย์การค้าให้อยู่ในเกณฑ์ค่ามาตรฐาน มีการตรวจสอบตามรอบที่กำหนดในแผนงาน มีการวัดปริมาณก๊าซพิษแบบที่มีผลต่อร่างกายชนิดเฉียบพลัน และนำเกณฑ์ดัชนีคุณภาพอากาศของประเทศไทยมาเป็นเกณฑ์อ้างอิงเฝ้าระวังคุณภาพอากาศ โดยผลการตรวจคุณภาพอากาศโดยเฉลี่ยตลอดปี 2567 รวมไปถึงผลการตรวจ

PM2.5 ภายในอาคารแต่ละโครงการ พบว่าเป็นไปตามเกณฑ์ดัชนีอ้างอิงที่กำหนด และจัดอยู่ในระดับที่ปลอดภัย

- <sup>2</sup> มลพิษทางอากาศ ได้แก่ ก๊าซ Nitrous Oxides (NOx), Sulphur Oxide (SOx) หรือ Volatile Organic Compounds (VOCs)
7. ติดตั้งระบบ HVAC Air Scrubber ซึ่งเป็นระบบบำบัดอากาศที่สามารถระบายอากาศควบคู่กับการดูดซับสารพิษในอากาศในศูนย์การค้าเซ็นทรัล อยุธยา และเซ็นทรัล เวสต์วิลล์
8. ติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Station) สำหรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า ครอบคลุมศูนย์การค้าทั่วประเทศ ช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 4,090 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี (คำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการไม่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในระหว่างทางเท่ากัน) และมีแผนขยายการติดตั้งเพิ่มเติมไปสู่อาคารอื่น ๆ นอกเหนือจากศูนย์การค้า อาทิ อาคารสำนักงาน และโรงแรม เป็นต้น
9. ระดมทุนผ่านการออก Sustainability-Linked Bonds และ Sustainability-Linked Loans มูลค่ารวม 10,850 ล้านบาท ซึ่งได้รับรางวัล The Asset Triple A Awards ในหมวด Best Sustainability-Linked Loan – Property และ Best Sustainability-Linked Bond – Real Estate ประจำปี 2567 จาก TheAsset.com และรางวัล Corporate ESG Bond of the Year ของ ThaiBMA Best Bond Awards 2024



### ระดมทุนผ่านการออก Sustainability-Linked Bonds และ Sustainability-Linked Loans

มูลค่ารวม

**10,850** ล้านบาท

10. นำผลการวิเคราะห์ความรุนแรงจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเชิงกายภาพ (Physical Risks) มาพิจารณา ร่วมในการทำประกันภัยจากภัยพิบัติทางธรรมชาติครอบคลุมประเภท และพื้นที่ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น
11. จัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อย และคณะทำงานเพิ่มเติมเพื่อดูแลในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ดังนี้
  - 1) คณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศ สิ่งแวดล้อม และสังคม ธุรกิจที่พิกอาศัย ดูแลในภาพรวมด้านความยั่งยืนของธุรกิจที่พิกอาศัย
  - 2) คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน CPNREIT ดูแลในภาพรวมด้านความยั่งยืนของโครงการที่อยู่ภายใต้ทรัสต์เพื่อการลงทุนในสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ CPNREIT และ CPNCG

- 3) คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน G Land ดูแลในภาพรวมด้านความยั่งยืนของธุรกิจภายใต้การดำเนินงานของ บมจ. แกรนด์คาแนล แลนด์
- 4) คณะทำงาน Building Thermal ดูแลในเรื่องการบริหารจัดการด้านความร้อนในตัวอาคาร

โดยคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนที่มีความเชี่ยวชาญและมีหน้าที่ในด้านเทคนิคเรื่องการจัดการพลังงานและงานระบบจะทำหน้าที่ดูแลกำกับ ติดตามในประเด็นทางด้านเทคนิคของทุกประเภทอาคาร และรายงานแยกประเภทธุรกิจต่อคณะกรรมการชุดที่ 1) -3) และคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ยกเว้นคณะทำงานชุดที่ 4) ที่จะรายงานตรงต่อคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ กรรมการบริหารของบริษัทฯ ซึ่งมีบทบาทในคณะกรรมการชุดดังกล่าวข้างต้น และมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืนในองค์กร ยังมีบทบาทในการเป็นกรรมการและผู้นำกลุ่มในคณะกรรมการชุดย่อยของเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย และเครือข่ายธุรกิจเพื่อการจัดการสภาพภูมิอากาศประเทศไทย หรือ ThaiCBN เพื่อคอยผลักดันนโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับประเทศ สอดคล้องตามเป้าหมายของประชาคมโลกภายใต้ความตกลงปารีส

12. บริษัทฯ ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณองค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (Climate Action Leading Organization: CALO) ประจำปี 2567 ระดับยอดเยี่ยม นับเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ด้วยผลการประเมินระดับ Gold ในหมวดการตรวจวัด (Measure) และการลดก๊าซเรือนกระจก (Reduce) และระดับ Bronze ในขั้นตอนการชดเชยก๊าซเรือนกระจก (Contribute) เป็นบทพิสูจน์ของความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ซึ่งเป็นพันธกิจของเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทยที่บริษัทฯ เป็นสมาชิกอยู่

13. จัดอบรมให้ความรู้สร้างความเข้าใจเรื่องผลกระทบของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรให้กับผู้บริหาร และพนักงาน นำไปสู่มาตรการหรือแนวทางการบริหารจัดการเพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จำนวน 10 หลักสูตร (นับรวมการให้ความรู้ในรูปแบบการแชร์ประสบการณ์) โดยมีผู้บริหารระดับสูง และพนักงานเข้าร่วม 84 คน นอกจากนี้ ตัวแทนบริษัทยังได้เข้าร่วมแบ่งปันความรู้ ความเชี่ยวชาญให้กับหน่วยงานอื่น ๆ อีกด้วย อาทิ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ธนาคารพัฒนาเอเชีย หรือ ADB ธนาคารกรุงศรีอยุธยา บริษัทปูนซีเมนต์ไทย สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน หรือ SBDi เป็นต้น
14. ดำเนินการซื้อใบรับรองพลังงานหมุนเวียน หรือ I-REC (International Renewable Energy Certificate) แบบ Over-the-counter โดยการซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้ขายโดยตรง โดยในปี 2567 บริษัทฯ ทำการซื้อ I-REC เป็นจำนวน 1,200 I-RECs (เทียบเท่า 1,200 เมกะวัตต์-ชั่วโมง) เพื่อวัตถุประสงค์ในการชดเชยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานไฟฟ้าในสำนักงานใหญ่

## โครงการที่สำคัญ



### โครงการเซ็นทรัล โคราช

#### ได้รับรางวัล

**Thailand Energy Awards และ  
ASEAN Energy Awards  
ประจำปี 2567**



พื้นที่สีเขียว  
มากกว่าร้อยละ

**21.9**

ของพื้นที่เปิดโล่ง  
รอบอาคาร



ศูนย์การค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดแห่งแรกในจังหวัดนครราชสีมา นำแนวคิดในการประหยัดพลังงานและรักษาสีเขียวแวดล้อมมาใช้ในการออกแบบอาคารศูนย์การค้าให้ได้ประโยชน์สูงสุด บริเวณพื้นที่ใจกลางมีหลังคาโปร่งแสง เพื่อเปิดรับแสงธรรมชาติ โดยติดตั้งกระจกประเภท Low-E สองชั้น ที่มีการแผ้วรังสีต่ำ ช่วยป้องกันการถ่ายเทความร้อนระหว่างภายในและนอกอาคารได้อย่างดีเมื่อเทียบกับกระจกชนิดอื่น บริเวณด้านหน้าอาคารมีคลองสาธารณะกว้างกว่า 25 เมตร และมีพื้นที่สีเขียวมากกว่าร้อยละ 21.9 ของพื้นที่เปิดโล่งรอบอาคาร

ติดตั้ง  
Solar Rooftop  
ขนาด

**999.76 kW**



นอกจากนี้ ยังเลือกใช้เทคโนโลยีประสิทธิภาพสูงช่วยในการประหยัดพลังงานและลดการใช้ทรัพยากร ได้แก่

- ติดตั้งหลอดไฟ LED พร้อมชุด Motion Sensor ระหว่างช่องกลางของที่จอดรถและบริเวณบันไดหนีไฟ ซึ่งถ้าไม่มีการเคลื่อนไหวหลอดไฟฟ้าจะปรับลดความสว่างลง ซึ่งจะช่วยลดการใช้พลังงานลงเหลือร้อยละ 30
- สนับสนุนการใช้พลังงานสะอาดเพื่อลดก๊าซเรือนกระจก โดยติดตั้ง Solar Rooftop ขนาด 999.76 kW โดยร้อยละของการนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในอาคารต่อการใช้พลังงานรวมทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 5.5
- เลือกใช้ระบบผลิตน้ำเย็นประสิทธิภาพสูง ควบคุมผ่านระบบ Chiller Plant Manager (CPM) ซึ่งเป็นระบบควบคุมเครื่องจักรในระบบปรับอากาศ สามารถควบคุมการใช้งานและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ของ Chiller Plant (Chiller, CHP, CDP, Cooling Tower และ AHU) ให้สอดคล้องกับภาระความเย็นอย่างมีประสิทธิภาพ
- ควบคุมการใช้พลังงานของอาคารผ่านระบบ Building Automation System (BAS) ซึ่งเป็นระบบควบคุมกลางของอาคาร เพื่อติดตามข้อมูล และสั่งการอุปกรณ์แบบ Real-Time ในระบบต่าง ๆ ได้แก่ ระบบปรับอากาศ ระบบแสงสว่าง ระบบลิฟต์-บันไดเลื่อน ระบบระบายอากาศ
- นำน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพน้ำเสียแล้วกลับมามีใหม่ โดยนำมาผ่านระบบ UF (Ultrafiltration) และใช้ในการเติมน้ำหล่อเย็นที่ Cooling Tower

ติดตั้ง  
หลอดไฟฟ้า LED

พร้อมชุด Motion Sensor



## E2 การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

### ความสำคัญ



การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้พลังงานหมุนเวียน เป็นประเด็นสำคัญของบริษัท ที่จะช่วยลดความรุนแรงและความเสี่ยงของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งในเชิงกายภาพ และเชิงการเปลี่ยนแปลง พร้อมกับช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว สนับสนุนให้บริษัท มุ่งสู่การเป็นองค์กรปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตามเป้าหมายในปี 2593 ได้สำเร็จ

การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพยังเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อการบริหารจัดการต้นทุนในการดำเนินงานของบริษัท เนื่องจากค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคนั้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22 ของต้นทุนในการดำเนินงานทั้งหมด โดยในปี 2567 ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคของบริษัท ซึ่งได้แก่ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ และค่าแก๊สหุงต้ม ที่ใช้ในการดำเนินงานทั้งหมด (รวมการอุปโภคของสำนักงานใหญ่) มีมูลค่า 5,348 ล้านบาท เป็นสัดส่วนค่าไฟฟ้าที่ร้อยละ 90 ของค่าสาธารณูปโภคทั้งหมด บริษัทฯ จึงมุ่งหาเทคโนโลยีใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง รวมถึงนวัตกรรมที่จะช่วยบริหารจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมและนำมาปรับใช้ เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานควบคู่กับลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรไปพร้อมกัน

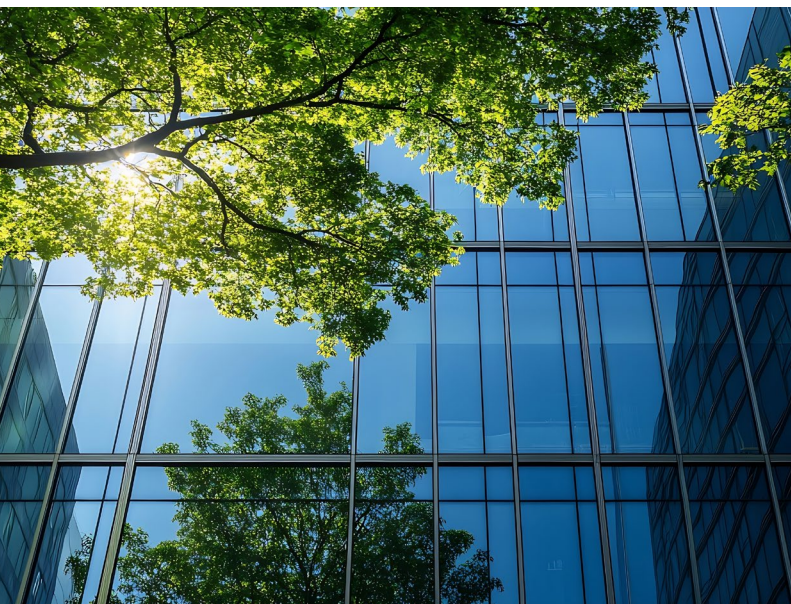
### แนวทางการบริหารจัดการ



1. ดำเนินงานตามนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ครอบคลุมการดำเนินงานและการบริหารจัดการพลังงานและพลังงานไฟฟ้า การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง การบริหารจัดการขยะ และการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุดอย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยยึดแนวทางดำเนินงานตามมาตรฐานสากลต่าง ๆ อาทิ มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาตรฐานการจัดการก๊าซเรือนกระจก (ISO 14064-1) มาตรฐานระบบการจัดการด้านพลังงาน (ISO 50001) และแนวทางการบริหารจัดการการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
2. กำหนดมาตรการในการลดพลังงานไฟฟ้าออกเป็น 6 มาตรการ ได้แก่
  - 2.1) การปรับปรุงกรอบอาคาร เพื่อป้องกันความร้อนที่นำ/แผ่เข้ามาในตัวอาคาร
  - 2.2) การลดความร้อนเข้าสู่อาคาร และปรับปรุงระบบสมดุลอากาศที่ผ่านเข้าสู่ตัวอาคาร
  - 2.3) การติดตั้ง และปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร และเร่งค้นหานวัตกรรมใหม่ ๆ
  - 2.4) การกำหนดมาตรฐาน พัฒนานวัตกรรม นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย และดำเนินการตามแนวทางการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ใน 3 มิติ ได้แก่ ด้านเทคนิค ด้านกระบวนการ และด้านพฤติกรรม
  - 2.5) การกำหนดแผนงานซ่อมบำรุง ปรับปรุงปรับเปลี่ยนดูแลเครื่องจักร และเพิ่มทักษะผู้ชำนาญการ
  - 2.6) การใช้แหล่งพลังงานหมุนเวียนทดแทนแหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป

โดยรายงานเพิ่มเติมในหัวข้อ E2.1 การบริหารจัดการพลังงานและพลังงานไฟฟ้า

3. กำหนดมาตรการในการบริหารจัดการน้ำ และน้ำทิ้ง โดยคำนึงถึงความเสี่ยงต่อภัยแล้ง และอุทกภัย กำหนดมาตรการในการบริหารจัดการตามแนวทาง 3R คือ ลดการใช้น้ำ (Reduce) ใช้น้ำซ้ำ (Reuse) และนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วมาปรับปรุงคุณภาพและนำกลับไปใช้ใหม่ (Recycle) โดยนำมาตรฐาน ISO 14001 มาใช้เป็นแนวทางในการจัดการคุณภาพของน้ำ และน้ำทิ้ง โดยรายงานเพิ่มเติมในหัวข้อ E2.2 การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง



4. กำหนดแนวทางการบริหารจัดการขยะและของเสีย ตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน มาตรฐาน ISO 14001 แนวทางการประเมินวัฏจักรชีวิต หรือ Life Cycle Assessment (LCA) โดยรายงานเพิ่มเติมในหัวข้อ E3 การจัดการขยะ ของเสีย มลพิษ และเศรษฐกิจหมุนเวียน
5. กำหนดนโยบายการบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ และการไม่ทำลายทรัพยากรป่าไม้ กำหนดแนวทางปฏิบัติในการอนุรักษ์ ป้องกัน รักษา และดูแลโดยเฉพาะต้นไม้ ทั้งก่อนระหว่าง และหลังเปิดให้บริการ รวมไปถึงการอนุรักษ์ปลูกต้นไม้ทดแทนภายใต้โครงการ ปลูกป่าซัปดาห์ โดยรายงานเพิ่มเติมในหัวข้อ E2.3 การบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ
6. กำหนดหน่วยงานดูแลด้านการขับเคลื่อนในเรื่องการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เป็นชุดเดียวกับหน่วยงานดูแลด้านการขับเคลื่อนแผนงานการปรับตัวองค์กรต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ดังรายงานในหัวข้อ E1 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
7. กำหนดมาตรการสนับสนุนด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และการจัดอบรมให้ความรู้ ทั้งหลักสูตรภายในและภายนอก เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และให้พนักงานตระหนักถึงคุณค่าของการดูแลพลังงานและสิ่งแวดล้อมสอดคล้องตามแนวทางการบริหารในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

## เป้าหมาย



E2.1.1 ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าจากสายส่งที่ลดลงเฉพาะส่วนที่ใช้โดยบริษัท (ส่วนที่ควบคุมได้)

|                     |                 |                     |                 |                             |                 |
|---------------------|-----------------|---------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------|
| เป้าหมาย<br>ปี 2567 | 5               | เป้าหมาย<br>ปี 2567 | 12              | เป้าหมายระยะสั้น<br>ปี 2573 | 35              |
| ลดลงให้ได้ร้อยละ    | เทียบกับปี 2566 | ลดลงให้ได้ร้อยละ    | เทียบกับปี 2562 | ลดลงแบบสะสมให้ได้ร้อยละ     | เทียบกับปี 2562 |

E2.1.2 ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนเทียบกับพลังงานไฟฟ้าทั้งหมด

|                                                         |                             |                                                         |                             |                                                         |                                             |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| เป้าหมาย<br>ปี 2567                                     | 4.5                         | เป้าหมายระยะสั้น<br>ปี 2573                             | 20                          | เป้าหมาย                                                | เป้าหมาย                                    |
| เพิ่มสัดส่วนการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน ให้ได้ร้อยละ | เทียบกับพลังงานไฟฟ้าทั้งหมด | เพิ่มสัดส่วนการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน ให้ได้ร้อยละ | เทียบกับพลังงานไฟฟ้าทั้งหมด | ใช้พลังงานหมุนเวียนครบทุกศูนย์การค้าทั้งในและต่างประเทศ | ติดตั้งโซลาร์เซลล์ทุกโครงการศูนย์การค้าใหม่ |

E2.1.3 ดัชนีการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ของศูนย์การค้าที่สร้างใหม่มีค่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของศูนย์การค้าปัจจุบัน และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานประสิทธิภาพพลังงานขั้นสูง (High Energy Performance Standard: HEPS)

|                                                  |                 |
|--------------------------------------------------|-----------------|
| เป้าหมายปี 2568                                  | 20              |
| ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ลงร้อยละ | เทียบกับปี 2558 |

E2.2.1 ปริมาณการดึงน้ำใช้จากแหล่งภายนอกที่ลดลง

|                     |                 |                     |                 |                             |                 |
|---------------------|-----------------|---------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------|
| เป้าหมาย<br>ปี 2567 | 5               | เป้าหมาย<br>ปี 2567 | 12              | เป้าหมายระยะสั้น<br>ปี 2573 | 35              |
| ลดลงให้ได้ร้อยละ    | เทียบกับปี 2566 | ลดลงให้ได้ร้อยละ    | เทียบกับปี 2562 | ลดลงแบบสะสมให้ได้ร้อยละ     | เทียบกับปี 2562 |

E2.2.2 ปริมาณการใช้น้ำรีไซเคิลเพิ่มขึ้น

|                                        |                 |
|----------------------------------------|-----------------|
| เป้าหมายปี 2567                        | 5               |
| เพิ่มปริมาณการใช้น้ำรีไซเคิลขึ้นร้อยละ | เทียบกับปี 2566 |

E2.2.3 ควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากอาคาร

E2.3.1 ไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียต่อความหลากหลายทางชีวภาพ

## E2.1 การบริหารจัดการพลังงานและพลังงานไฟฟ้า

### แนวทางการบริหารจัดการ

#### 1. การใช้พลังงาน

การใช้พลังงานที่เป็นของบริษัทฯ รวมบริษัทร่วม บริษัทย่อย และบริษัทร่วมค้า ครอบคลุมธุรกิจศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน ศูนย์การค้าขนาดเล็กหรือคอมมูนิตี้ มอลล์ และโรงแรม มาจากแหล่งพลังงาน 2 ประเภท คือ แหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป และแหล่งพลังงานหมุนเวียน

##### 1.1 จากแหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ได้แก่

- พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งผลิตโดยตรง จากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคและการไฟฟ้านครหลวง จำนวน 1,104,414 เมกะวัตต์-ชั่วโมง หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86 ของพลังงานที่ใช้ทั้งหมด โดยใช้ในการทำงานของระบบปรับอากาศ ไฟฟ้าแสงสว่าง ไฟฟ้าร้านค้าและพื้นที่เช่า และเพื่อกิจกรรมปกติภายในบริษัทฯ
- พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11 ของพลังงานที่ใช้ทั้งหมดจำนวน 139,999 เมกะวัตต์-ชั่วโมง มาจาก 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ 1) น้ำมันที่ใช้ในการเผาไหม้ ได้แก่ น้ำมันที่ใช้ในการเผาไหม้เครื่องยนต์เพื่อดำเนินกิจกรรมปกติ เช่น การทำงานของเครื่องตัดหญ้า การใช้รถตู้บริษัทฯ รถรับส่งลูกค้า และในการซ่อมแผนเผชิญเหตุจำพวกอุปกรณ์ยุทโธปกรณ์สำหรับซ่อมดับเพลิง น้ำมันสำรองเพื่อใช้งานในกรณีเหตุฉุกเฉิน เช่น การใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิงในเครื่องกำเนิดไฟฟ้าและระบบสูบน้ำดับเพลิง 2) ก๊าซหุงต้มเพื่อดำเนินกิจกรรมปกติ มีการใช้สำหรับกิจกรรมในศูนย์อาหารที่บริหารงานโดยบริษัทฯ ร้านค้า พื้นที่เช่า และในการซ่อมแผนเผชิญเหตุกรณีเกิดเหตุจากครัวร้อน

##### 1.2 จากแหล่งพลังงานหมุนเวียนตามธรรมชาติ

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายใช้พลังงานหมุนเวียนทดแทนพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 20 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด ภายในปี 2573 โดยเริ่มจากตั้งเป้าหมายในการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารศูนย์การค้า อาคารที่จอดรถ และการใช้ไฟฟ้าจากแผงโซลาร์เซลล์ในรูปแบบอื่น ๆ ให้ครบทุกโครงการในปี 2568 และกำหนดเป็นมาตรฐานที่ต้องติดตั้งในทุกโครงการใหม่

บริษัทฯ ติดตามความเสี่ยงและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในเชิงการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมาย และข้อบังคับอย่างใกล้ชิดตามผลการวิเคราะห์และรายงานในรายงาน TCFD โดยศึกษา และทดลองระบบการติดตั้งแผงโซลาร์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเตรียมพร้อมขยายกำลังการผลิต

#### 2. การบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพ

2.1 กำหนดแนวทางปฏิบัติในการบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพ ใน 3 มิติ ได้แก่ ด้านเทคนิค ด้านกระบวนการ และด้านพฤติกรรม สอดคล้องตามมาตรฐาน ISO 50001 และนำวงจรบริหารงานคุณภาพ PDCA: Plan-วางแผน > Do-ปฏิบัติ > Check-ตรวจสอบ > Act-ปรับปรุง มาใช้ในการปรับปรุงการทำงานอย่างเป็นระบบควบคู่กันไป ดังรายละเอียดเพิ่มเติมบนเว็บไซต์

2.2 แบ่งการบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าออกเป็น 2 ส่วนตามความสามารถในการควบคุมและบริหารจัดการได้แก่ การใช้พลังงานไฟฟ้าโดยบริษัทฯ (พื้นที่ส่วนกลางและระบบปรับอากาศ) และการใช้พลังงานโดยผู้ประกอบการร้านค้าและผู้เช่าพื้นที่ โดยได้กำหนด 6 มาตรการในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และกำหนดมาตรการการมีส่วนร่วมของร้านค้าในการลดการใช้พลังงาน อาทิ ในขั้นตอนการออกแบบและวางระบบไฟฟ้าของร้านค้านั้น ทางบริษัทฯ ได้ระบุการเลือกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงาน เป็นข้อกำหนดมาตรฐานสาธิตรูปโฉมอาคารและงานระบบ สนับสนุนให้ร้านค้าออกแบบให้สอดคล้องกับการรับรองตามแนวทางมาตรฐานอาคารเขียว “TREES-CS (Core and Shell)” กำหนดจัดเก็บอัตราการใช้ไฟฟ้าของร้านค้าตามมิเตอร์ที่ใช้จริง เชิญชวนร้านค้าเข้าร่วมโครงการ Central Pattana Green Partnership รวมพลังพันธมิตรลดโลกร้อน และเข้าร่วมกิจกรรมสื่อสารวันพลังงาน (Energy Day) ซึ่งจัดขึ้นทุกปีในแต่ละสาขา เพื่อให้ร้านค้าและผู้เช่าคำนึงถึงเรื่องการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าและคุ้มค่า ประหยัดค่าใช้จ่ายของร้านค้า และช่วยกันลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม

2.3 นำเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มเข้ามาประยุกต์ใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อเป็นศูนย์กลางจัดการข้อมูลสิ่งแวดล้อมในองค์กร โดยเริ่มจากการพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับการจัดการพลังงานในอาคารเพื่อการประหยัดพลังงาน พร้อมระบบที่ช่วยติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย ให้ผู้ปฏิบัติงานที่ประจำตามสาขา และทีมงานส่วนกลางสามารถติดตามตรวจสอบประสิทธิภาพของการใช้พลังงานได้ และสามารถต่อยอดเพื่อนำเทคโนโลยี AI และ IoT มาเสริมศักยภาพของระบบ Chiller Plant Management ในการลดพลังงานต่อไป สอดรับกับเป้าหมายที่มุ่งสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนและลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

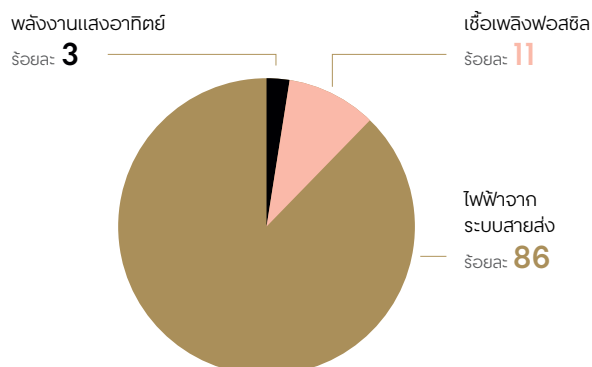
## ผลการดำเนินงาน

แสดงปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมดภายในองค์กร

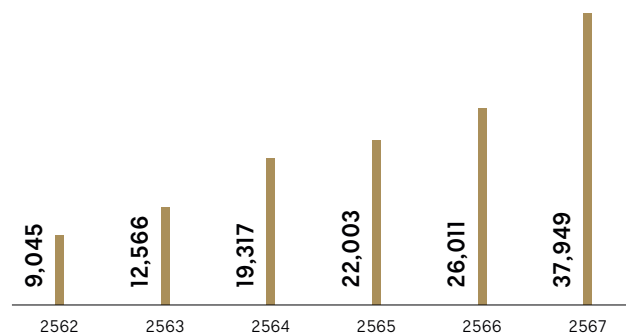
| ประเภทพลังงาน                                       | ผลการดำเนินงานปี 2567               |                                                       |                         |                         | เป้าหมายปี 2567   |                  |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------|------------------|
|                                                     | ปริมาณการใช้<br>(เมกะวัตต์-ชั่วโมง) | สัดส่วน<br>เมื่อเทียบกับ<br>ปริมาณทั้งหมด<br>(ร้อยละ) | เทียบกับ<br>2562        | เทียบกับ<br>2566        | เทียบกับ<br>2562  | เทียบกับ<br>2566 |
| พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล                          | 139,999                             | 11                                                    | -                       | -                       | -                 | -                |
| พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งผลิต<br>โดยตรงผ่านสายส่ง        | 1,104,414                           | 86                                                    | -                       | -                       | -                 | -                |
| พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงาน<br>หมุนเวียนตามธรรมชาติ | 37,949                              | 3                                                     | -                       | -                       | -                 | -                |
| พลังงานไฟฟ้าที่ใช้ทั้งหมด<br>(รวมพลังงานหมุนเวียน)  | 1,142,393                           | 100                                                   | -                       | -                       | -                 | -                |
| พลังงานไฟฟ้าที่ใช้โดยบริษัทฯ                        | 566,908                             | -                                                     | เพิ่มขึ้น<br>ร้อยละ 2.4 | เพิ่มขึ้น<br>ร้อยละ 6.2 | ลดลง<br>ร้อยละ 12 | ลดลง<br>ร้อยละ 5 |
| พลังงานไฟฟ้าที่ใช้โดยร้านค้า<br>และผู้เช่า          | 537,506                             | -                                                     | -                       | -                       | -                 | -                |

| รายการ                                                                  | ผลการดำเนินงานปี 2567<br>(ร้อยละ)                                                                                                                                                 | เป้าหมายปี 2567<br>(ร้อยละ) |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| สัดส่วนการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน<br>เทียบการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด | 3.4                                                                                                                                                                               | ≥ 4.5                       |
| การใช้พลังงานหมุนเวียนครบทุก<br>ศูนย์การค้า ทั้งในและต่างประเทศ         | 66.7<br>(28/42)                                                                                                                                                                   | ≥ 60                        |
| ติดตั้งโซลาร์เซลล์ทุกโครงการ<br>ศูนย์การค้าใหม่                         | 100<br>(ในช่วง 2565-2567 มีศูนย์การค้าเปิดใหม่คือ<br>เซ็นทรัล เวสต์วิลล์ เซ็นทรัล นครสวรรค์ และ<br>เซ็นทรัล นครปฐม ซึ่งมีการติดตั้งโซลาร์เซลล์<br>ในทุกโครงการ คิดเป็นร้อยละ 100) | 100                         |

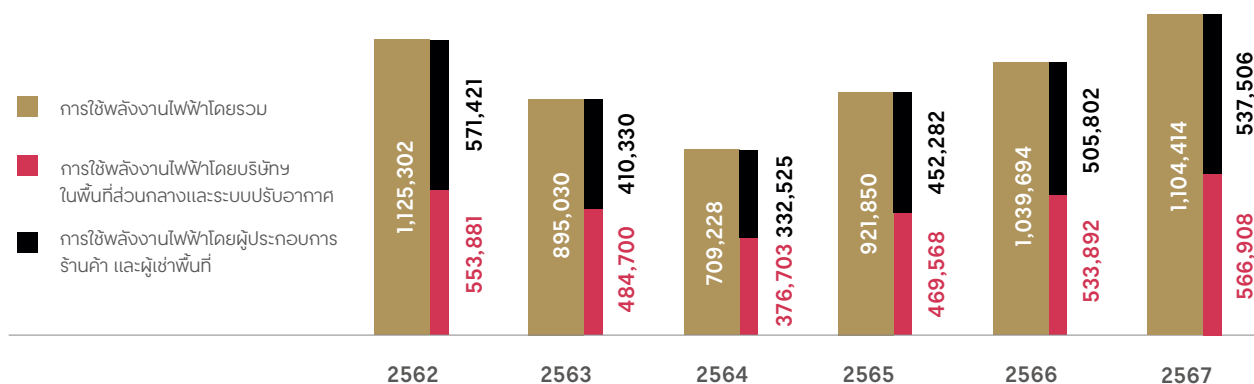
### สัดส่วนการใช้พลังงานทั้งหมดในปี 2567



### ปริมาณการผลิตพลังงานไฟฟ้าใช้เองจาก แหล่งพลังงานหมุนเวียน (เมกะวัตต์-ชั่วโมง)



### ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่บริษัทฯ ใช้แยกตามกิจกรรม (เมกะวัตต์-ชั่วโมง)



จำนวนโครงการที่นำมาคำนวณการใช้พลังงาน

|                                                                | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|----------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| ศูนย์การค้า และโครงการรูปแบบผสม                                | 36   | 36   | 36   | 39   | 39   | 42   |
| อาคารสำนักงาน (ไม่นับซ้ำอาคารที่รวมอยู่ในโครงการรูปแบบผสมแล้ว) | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| ศูนย์การค้าขนาดเล็ก                                            | 14   | 14   | 14   | 15   | 15   | 15   |
| โรงแรม                                                         | -    | -    | -    | -    | 4    | 4    |

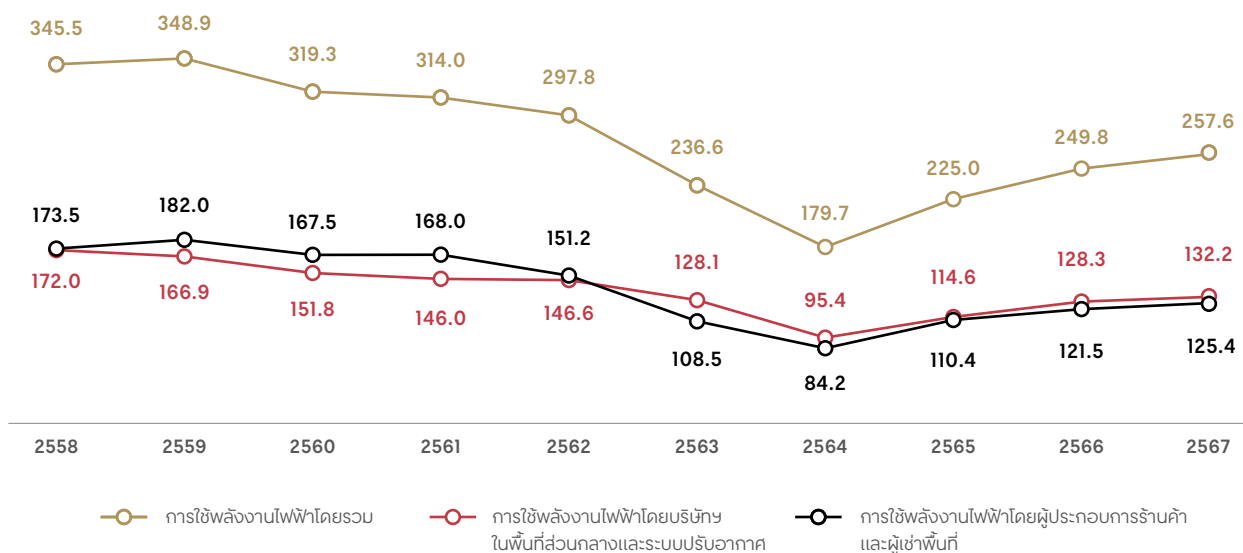
### ดัชนีการใช้พลังงาน

(กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตร)

การใช้พลังงานไฟฟ้าจากสายส่งเฉพาะส่วนที่ใช้โดยบริษัทฯ (ส่วนที่ควบคุมได้)

เป้าหมายปี 2568  
ลดลงร้อยละ 20

ผลการดำเนินงานปี 2567  
ลดลงร้อยละ 23.1



1. เนื่องจากสภาพอากาศในช่วงฤดูร้อนของประเทศไทย ปี 2567 มีอุณหภูมิสูงขึ้นอย่างมีนัย และมีอากาศร้อนจัดในหลายพื้นที่ โดยพบบางพื้นที่อุณหภูมิขึ้นสูงถึง 44.2 องศาเซลเซียส โดยข้อมูลสรุปสภาวะอากาศทั่วไปในรอบปี จากกรมอุตุนิยมวิทยา พบว่าในปี 2567 ประเทศไทยมีอุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปีสูงกว่าค่าเฉลี่ยในคาบ 30 ปี หรือค่าปกติ 1.1 องศาเซลเซียส และสูงกว่าปีที่ผ่านมา ส่งผลให้มาตรการที่ดำเนินการและนวัตกรรมที่ทดลองอยู่ไม่สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลงได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ในทางกลับกันกลับมีการใช้พลังงานเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 6.2 เมื่อเทียบกับปี 2566 (เฉพาะพลังงานไฟฟ้าในส่วนที่ใช้โดยบริษัทฯ) ในการนี้ บริษัทฯ โดยคณะกรรมการบริหารทั่วไปและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้อนุมัติแต่งตั้งคณะทำงาน Building Thermal ดูแลและกำหนดมาตรการ

ในการบริหารจัดการด้านความร้อนในตัวอาคาร รายงานต่อคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการบริหารทั่วไปและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตามลำดับ โดยมุ่งเน้นเรื่อง การป้องกันความร้อนที่นำ/แผ่เข้ามาในตัวอาคาร การจัดการอากาศร้อนที่ไหลเข้าสู่อาคาร การจัดการปรากฏการณ์เกาะความร้อนในอาคาร และการศึกษาหลักการออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน Passive Design เพื่อนำมาปรับใช้ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ

2. กำหนดและดำเนินการมาตรการตามแผนอนุรักษ์พลังงานปี 2567 จำนวนทั้งสิ้น 54 โครงการ คิดเป็นมูลค่าการลงทุน 75 ล้านบาท ตั้งเป้าหมายว่าจะสามารถลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าลงได้ 5,655 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี ดำเนินการเสร็จไปแล้ว 45 โครงการ คิดเป็นผลสัมฤทธิ์ที่ร้อยละ 83

### มาตรการตามแผนอนุรักษ์พลังงานปี 2567

| มาตรการ                                                              | ตัวอย่างมาตรการ                                                                                                                                                                                      | เป้าหมายผลประหยัด (กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี) |
|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1. การปรับปรุงกรอบอาคารและการลดลมร้อนเข้าสู่ตัวอาคาร                 | • ติดตั้งฉนวนกันความร้อน                                                                                                                                                                             | 385,854                                    |
| 2. การปรับเปลี่ยนและปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักร อุปกรณ์ | • การเปลี่ยนหลอดไฟ LED<br>• การเปลี่ยนปั๊มน้ำหล่อเย็น Chiller CDP&CHP และมอเตอร์เป็นชนิดประสิทธิภาพสูง<br>• การปรับปรุงประสิทธิภาพการระบายความร้อนด้าน Condenser ของ Chiller<br>• การติดตั้ง VSD AHU | 2,872,688                                  |
| 3. การปรับปรุงกระบวนการทำงานและการบำรุงรักษา                         | • การล้างตะกอน Chiller ด้าน Cooler และ Condenser<br>• การทำความสะอาด Condenser Tube<br>• การปรับลดชั่วโมงทำงานหลอดไฟ Sport Light<br>• ปรับลด Hz ที่ VSD ของ CHP ให้เหมาะสม                           | 2,336,781                                  |
| 4. การใช้พลังงานหมุนเวียน                                            | • ติดตั้ง Air Solar Hybrid โดยรับไฟฟ้ากระแสตรงจากแผงโซลาร์มาจ่ายความเย็นให้เครื่องจักรในห้องควบคุมระบบลิฟต์                                                                                          | 60,543                                     |

3. ติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ใน 28 โครงการ ศูนย์การค้ากำลังการผลิตที่ 29.4 เมกะวัตต์ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของจำนวนโครงการศูนย์การค้าที่เปิดให้บริการทั้งหมด ณ ปัจจุบัน รวมถึงได้ขยายผลติดตั้งโซลาร์เซลล์ในอีก 1 โครงการโรงแรม 3 โครงการอาคารสำนักงาน และ 6 โครงการที่พักอาศัย (โดยติดตั้งบนหลังคาอาคารคลับเฮาส์) สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ได้รวม 37,949 เมกะวัตต์-ชั่วโมง จากกำลังการผลิต 29.7 เมกะวัตต์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 ของพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ทั้งหมดของบริษัทฯ โดยสามารถผลิตได้เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ที่ร้อยละ 46 หรือเพิ่มจากปีฐาน ปี 2562 ที่ร้อยละ 319.5 ทั้งนี้ในปี 2568 บริษัทฯ มีแผนจะติดตั้งในโครงการใหม่ และติดตั้งเพิ่มอีกรวม 23 โครงการ เพิ่มกำลังการผลิต 24.5 เมกะวัตต์ รวมเป็น 54.2 เมกะวัตต์ต่อปี

### ติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ใน



| โครงการศูนย์การค้า                         | โครงการโรงแรม                          | โครงการอาคารสำนักงาน                      | โครงการที่พักอาศัย                       |
|--------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>28</b> แห่ง                             | <b>1</b> แห่ง                          | <b>3</b> แห่ง                             | <b>6</b> แห่ง                            |
| กำลังการผลิต<br><b>29,400</b><br>กิโลวัตต์ | กำลังการผลิต<br><b>46</b><br>กิโลวัตต์ | กำลังการผลิต<br><b>280.5</b><br>กิโลวัตต์ | กำลังการผลิต<br><b>32.4</b><br>กิโลวัตต์ |

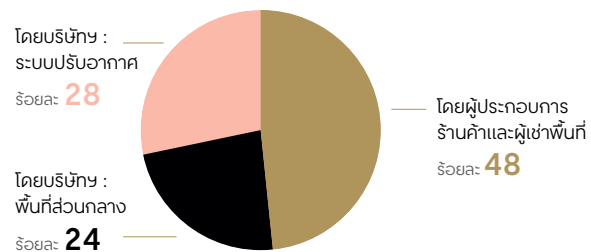
สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ได้รวม

**37,949**  
เมกะวัตต์-ชั่วโมง

4. ในส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าโดยผู้ประกอบการร้านค้า และผู้เช่า พบว่ามีปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ที่ร้อยละ 6.3 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า และจากการเปิดศูนย์การค้าใหม่ปลายปี 2566 คือ เซ็นทรัล เวสต์วิลล์ และในปี 2567 คือ เซ็นทรัล นครสวรรค์ และเซ็นทรัล นครปฐม

ในการนี้ ทางบริษัทฯ ได้จัดโครงการ Central Pattana Green Partnership รวมพลังพันธมิตรลดโลกร้อน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ร้านค้าและผู้เช่าได้ตระหนักถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการกำหนดกฎหมายและเครื่องมือรองรับและผลักดันของภาครัฐ และภาคการเงินในอนาคตอันใกล้ โดยโครงการดังกล่าว แบ่งออกเป็น 3 เฟส คือ 1) สร้างความตระหนักรู้ และความเข้าใจในภาพรวมและความเชื่อมโยงระหว่างการจัดการพลังงานไฟฟ้ากับการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 2) ทดลองสร้างโมเดลเพื่อพัฒนาแผนการลดใช้พลังงาน

### สัดส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าในปี 2567



ไฟฟ้า และพัฒนาคู่มือสำหรับร้านค้าในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ และระเบียบข้อบังคับที่จะเกิดขึ้นในประเทศไทย 3) ขับเคลื่อนและขยายผลจากโมเดลร้านค้าที่ได้ทดลองปฏิบัติจริงไปยังร้านอื่น ๆ ต่อไป โดย ณ ปี 2567 ยังอยู่ในช่วงเฟส 1 ผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินงานตามแผนฯ จะประกาศในปี 2568

### โครงการที่สำคัญ

มาตรการที่ใช้เพิ่มเติมในปี 2567 ได้แก่

### ด้านเทคนิค และกระบวนการ

#### มาตรการเกี่ยวกับกรอบอาคาร

- ติดตั้งฉนวนกันความร้อนหลังคา และผนังอาคารเพิ่มเติม
- เลือกใช้ Active Skylight ประเภทที่ควบคุมช่องรับแสงธรรมชาติบนหลังคาและลดการส่งผ่านความร้อนได้
- ติดตั้งผ้าใบคลุมหลังคา Skylight ลดความร้อนเข้าสู่อาคาร
- นำแผงโซลาร์มาบังผิวดาดฟ้าอาคารในส่วนหลังคาเมทัลชีท และพื้นคอนกรีต เพื่อเพิ่มความสามารถในการต้านทานความร้อนให้กับหลังคา และลดผลกระทบจากการแผ่รังสีความร้อนเข้ามาภายในกรอบอาคาร

#### มาตรการเกี่ยวกับระบบปรับอากาศ HVAC อาทิ

- ติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมความเร็วรอบมอเตอร์ (Variable Speed Drive: VSD) ที่เครื่องส่งลมเย็น AHU (Air Handling Unit)
- ปรับเปลี่ยนเครื่องทำน้ำเย็นประสิทธิภาพสูง (High Efficiency Chiller) โดยใช้สารทำความเย็นที่มีผลกระทบต่อสภาวะโลกร้อนในระดับที่ต่ำมาก
- ปรับเปลี่ยนมอเตอร์ปั๊มประสิทธิภาพสูง ติดตั้งระบบควบคุมระบบปรับอากาศ (AC Control System) ให้เหมาะสมกับอุณหภูมิและความชื้นภายนอก
- เปลี่ยน Filler ที่ห่อระบายน้ำเย็น (Cooling Tower)
- ติดตั้งระบบ Building Management System (BMS) และระบบ Chiller Plant Management System
- ปรับปรุงกระบวนการทำงานของเครื่องจักรและควบคุมดูแลระบบปรับอากาศให้ทำงานสัมพันธ์กับปริมาณภาระความร้อนในแต่ละช่วงเวลาอย่างเหมาะสม

### การพัฒนาพนักงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และอนุรักษ์พลังงาน

- อบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม กฎหมาย ข้อกำหนดต่าง ๆ รวมถึงการตรวจประเมินตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาตรฐานระบบการจัดการพลังงาน (ISO 50001) จำนวน 7 หลักสูตร ผู้เข้าร่วมจำนวน 288 คน (นับซ้ำคน)
- อบรมด้านการจัดการพลังงาน จำนวน 21 หลักสูตร ผู้เข้าร่วมจำนวน 1,771 คน (นับซ้ำคน) คิดเป็นร้อยละ 32.8 ของพนักงานทั้งหมด

จัดอบรมด้าน  
สิ่งแวดล้อม

7 หลักสูตร

มีผู้เข้าร่วมจำนวน

288 คน

จัดอบรมด้าน  
การจัดการพลังงาน

21 หลักสูตร

มีผู้เข้าร่วมจำนวน

1,771 คน

### ด้านนวัตกรรม

- ติดตั้ง HVAC Air Scrubber ในการลดภาระความร้อนเข้าสู่อาคารจากระบบเดิมอากาศ ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- นำร่องติดตั้งระบบปรับอากาศแบบไฟฟ้ากระแสตรงที่รับไฟฟ้าจากแผงโซลาร์เซลล์โดยตรง ซึ่งปัจจุบันทำการติดตั้งทดแทนเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนที่จ่ายความเย็นให้เครื่องจักรในห้องควบคุมระบบลิฟต์



- พัฒนานวัตกรรม และนำเทคโนโลยีมาใช้จัดการพลังงานในอาคาร โดยนำร่องโครงการ AI Chiller Plant Optimization ซึ่งนำเทคโนโลยีอัจฉริยะเข้ามาจัดการ โดยจะประมวลผลข้อมูลการใช้พลังงานของอาคารแบบ Real-time จากระบบต่าง ๆ เช่น Building Management System (BMS), Building Automation System (BAS), Chiller Plant Manager (CPM) และระบบตรวจวัดค่าต่าง ๆ เช่น Sensor วัดอุณหภูมิและความชื้น อุปกรณ์ IoT เพื่อสร้างรูปแบบการใช้พลังงานของอาคาร จากนั้นจึงใช้ AI Software ควบคุมการทำงานของระบบเครื่องทำน้ำเย็นอย่างอัตโนมัติ ให้อยู่ในช่วงที่เหมาะสมตามภาระความร้อนที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งจะช่วยลดการใช้พลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบปรับอากาศ ในขณะเดียวกันต้องอยู่ในสภาวะที่ผู้ใช้บริการรู้สึกสบาย ไม่ร้อน หรือไม่เย็นจนเกินไป ซึ่งช่วยลดการใช้พลังงานได้มากกว่าร้อยละ 10 นำร่องที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ออยุธยา และเซ็นทรัล พระราม 9 คาดว่าจะสามารถลดการใช้พลังงานรวมทั้ง 2 โครงการ ได้มากกว่า 1,300,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี นอกจากนี้ มีการติดตั้ง HVAC Air Scrubber ในการลดภาระความร้อนเข้าสู่อาคารจากระบบเดิมอากาศ ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- สนับสนุนโครงการทดสอบนวัตกรรมที่นำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการให้บริการด้านพลังงาน จัดโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (Energy Regulatory Commission Sandbox: ERC Sandbox) โดยนำร่องรับซื้อไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนจากภายนอกโครงการผ่านระบบสายส่ง (Offsite Renewables) ในโครงการเซ็นทรัล อีสต์วิลล์ และนำร่องโครงการรับซื้อไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนโดยตรง (Physical PPA) จากไต้หวัน ผ่านระบบโครงข่ายไฟฟ้าในโครงการเซ็นทรัล ศาลายา เป็นแห่งแรก โดยคาดว่าจะภายหลังดำเนินโครงการจะสามารถเพิ่มสัดส่วนปริมาณไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนได้เป็นร้อยละ 20 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งอาคาร

## ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พระราม 9

### ติดตั้งผ้าใบคลุมหลังคา Skylight ลดความร้อนเข้าสู่อาคาร

การติดตั้งหลังคากระจก (Skylight) ช่วยให้แสงธรรมชาติเข้าสู่พื้นที่ในอาคาร และลดการใช้ไฟจากหลอดไฟในเวลากลางวันได้ แต่ในบางช่วงเวลาของวันที่แสงอาทิตย์ส่องผ่านกระจกหลังคาโดยตรง จะทำให้เกิดความร้อนสะสมในอาคาร และอุณหภูมิบริเวณพื้นที่ที่ได้รับแสงตกกระทบสูงขึ้นได้ บริษัทฯ โดยคณะทำงานด้านความร้อน จึงมีมาตรการติดตั้งผ้าใบคลุมหลังคา Skylight เป็นบางส่วนที่ "ได้รับแสงอาทิตย์โดยตรง" ซึ่งช่วยลดระดับแสงและอุณหภูมิในช่วงกลางวันได้ร้อยละ 10 แต่ยังคงให้แสงสว่างส่องลอดเข้าในอาคารได้โดยไม่มืดทึบจนเกินไป



## ศูนย์การค้าเซ็นทรัล นครสวรรค์

### ติดตั้งแผงโซลาร์บนหลังคา Metal Sheet และบนหลังคาที่จอดรถ

โครงการก่อสร้างใหม่ที่มีการใช้ไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์ตั้งแต่เปิดให้บริการเมื่อเดือนมกราคม 2567 มีกำลังการผลิตติดตั้งรวม 1.535 เมกะวัตต์พีค (MWp) โดยติดตั้งทั้งบนหลังคา Metal Sheet ของอาคาร และติดตั้งบนหลังคาที่จอดรถ ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากระบบสายส่งตลอดทั้งปีได้มากกว่าโครงการปกติ สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 10 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดในอาคาร รวมถึงรับไฟฟ้ากระแสตรงจากแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อมาจ่ายไฟฟ้าให้กับเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนที่จ่ายความเย็นให้เครื่องจักรในห้องควบคุมระบบลิฟต์



## E2.2 การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง

### แนวทางการบริหารจัดการ

#### 1. การบริหารจัดการน้ำ

- 1.1 แบ่งการใช้น้ำออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 ในพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องน้ำบริการลูกค้า การรดน้ำต้นไม้ การล้างทำความสะอาดสถานที่ การระบายความร้อนของระบบหล่อเย็น และส่วนที่ 2 ในพื้นที่ของร้านค้าผู้เช่า เช่น การประกอบอาหารและล้างทำความสะอาดอุปกรณ์
- 1.2 แหล่งที่มาของน้ำใช้มาจากการประปาส่วนภูมิภาคและการประปานครหลวงเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 98 ของปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด ส่วนที่เหลือคือการใช้น้ำรีไซเคิลโดยระบบรีไซเคิลในโครงการ การใช้น้ำฝน และการใช้น้ำบาดาล ซึ่งมีการประเมินคุณภาพน้ำรีไซเคิล และน้ำบาดาลก่อนนำมาใช้ โดยเฉพาะการเจาะบ่อน้ำบาดาลนั้นได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานอนุญาตต่าง ๆ ในพื้นที่ ควบคุมปริมาณการใช้น้ำบาดาลให้ไม่เกินค่าที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต และจัดส่งรายงานการใช้น้ำบาดาลต่อพนักงานน้ำบาดาลประจำท้องถิ่นหรือเจ้าหน้าที่ประจำท้องถิ่นในเขตพื้นที่นั้น ๆ ทุกเดือน
- 1.3 ประเมินความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำตามหลักการ GRI 303-1 โดยธุรกิจที่ตั้งอยู่ในลุ่มแม่น้ำโขงและแม่น้ำเจ้าพระยา มีระดับความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำปานกลางถึงสูง (Medium-high Risk Level) เป็นลำดับที่ 35 ของโลก ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ความเสี่ยงทางกายภาพที่อาจเกิดขึ้นจากภาวะโลกร้อนพบว่าการขาดแคลนน้ำและภาวะอุทกภัยต่างเป็นปัจจัยเสี่ยงที่บริษัท ควรให้ความสำคัญ โดยพื้นที่ที่เสี่ยงต่อน้ำแล้ง ได้แก่ โครงการที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ และภาคตะวันออก เชียงเหนือ บริษัทฯ รับมือโดยกำหนดแผนลดความเสี่ยงและแผนเตรียมพร้อมรับสถานการณ์ภัยแล้ง และบรรจุเรื่องการบริหารจัดการน้ำเป็นส่วนหนึ่งในแผนเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์
- 1.4 ดำเนินการบริหารจัดการน้ำตามหลัก 3R คือ ลดการใช้น้ำ (Reduce) ใช้น้ำซ้ำ (Reuse) และนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วมาปรับปรุงคุณภาพและนำกลับไปใช้ใหม่ (Recycle) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

| มาตรการที่ใช้                                                                                                                                     | รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>ลดการใช้น้ำ (Reduce)</b>                                   | <p>ติดตั้งสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ ติดตั้งก๊อกประหยัดน้ำและระบบเซ็นเซอร์ตรวจการใช้งานในห้องน้ำ ปรับอัตราการไหลของน้ำเพื่อการชำระล้างที่ก๊อกน้ำอ่างล้างหน้าและโถสุขภัณฑ์ ติดตั้งระบบน้ำหยด และระบบสปริงเกอร์แบบประหยัดน้ำในการรดน้ำต้นไม้ในสวนโดยรอบโครงการ และใช้เทคโนโลยีทำความสะอาดพื้นแบบไม่ใช้น้ำ</p> <p>นำร่องใช้เทคโนโลยีไอโซนในการบำบัดน้ำในหอระบายความร้อน (Cooling Tower) ทดแทนการใช้สารเคมี โดยก๊าซไอโซนซึ่งมีความสามารถในการออกซิเดชันสูงมาก จะทำปฏิกิริยากับตะกอนที่มีอยู่ในระบบ ลดการเกิดตะกอนใหม่ และลดการระบายน้ำทิ้ง (Bleed Off) และน้ำเติม (Make Up Water) ของหอระบายความร้อน</p> |
|  <b>การใช้น้ำซ้ำ (Reuse)</b>                                   | <p>นำน้ำคอนเดนเสทที่กลั่นตัวจากเครื่องทำความเย็นกลับมาใช้ใหม่</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|  <b>การนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)</b> | <p>ติดตั้งระบบผลิตน้ำรีไซเคิลสำหรับนำกลับมาใช้ใหม่ภายในศูนย์การค้า จำนวนรวม 17 โครงการ สามารถผลิตน้ำรีไซเคิลเพื่อใช้หมุนเวียนได้จำนวน 596,762 ลูกบาศก์เมตร</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

| มาตรการที่ใช้                                                                                                                                 | รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>การสรรหาแหล่งน้ำทางเลือก</b>                             | ติดตั้งถังเก็บรวบรวมน้ำฝนและใช้น้ำบาดาลในพื้นที่ที่ได้รับการอนุมัติแล้วทั้งสิ้น 5 โครงการ ได้แก่ โครงการเซ็นทรัล เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เซ็นทรัล เชียงราย เซ็นทรัล เชียงใหม่ เซ็นทรัล สมุย และ เซ็นทรัล ภูเก็ต                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|  <b>การใช้น้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Water Efficiency)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• นำแนวทางการออกแบบระบบการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพมาปรับใช้โดยคำนึงถึงความต้องการใช้น้ำภายในและภายนอกอาคาร ความเหมาะสมของพื้นที่ในการสร้างอุปกรณ์เก็บกักน้ำ ความคุ้มค่าในการติดตั้งระบบรีไซเคิลน้ำ</li> <li>• ตรวจสอบการใช้งานระบบภายหลังการติดตั้งระบบเสร็จ (Commissioning) และหลังการใช้งานเป็นระยะ ๆ ภายใน 2 ปี</li> <li>• ติดตั้งระบบตรวจจับการรั่วไหลของน้ำ (บางโครงการ) เพื่อการระบายน้ำได้ไว และบิ้มในการระบายน้ำสะสม</li> <li>• ติดตั้งมิเตอร์วัดปริมาณการใช้น้ำในร้านค้าและเรียกเก็บค่าใช้จ่ายตามจริง เพื่อจูงใจผู้เช่าในการใช้น้ำอย่างประหยัด</li> </ul> |

## 2. การบริหารจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง

2.1 กำหนดแนวทางการจัดการและควบคุมระบบระบายน้ำเสียทั้งหมดที่เกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ ภายในศูนย์การค้าโดยน้ำเสียจะเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียขั้นต้นซึ่งเป็นการกำจัดของแข็งที่มีขนาดใหญ่ออกจากน้ำเสียก่อนที่จะปล่อยเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสีย ได้แก่

- 1) ระบบบำบัดน้ำเสียแบบเติมอากาศโดยใช้ระบบตะกอนเร่ง (Sequencing Batch Reactor: SBR)
- 2) ระบบบำบัดน้ำเสียแบบเติมอากาศในลักษณะเป็นหลุมลึกในแนวดิ่ง (Deep Shaft) แทนถังตกตะกอนชั้นแรกและถังเติมอากาศ
- 3) ระบบบำบัดน้ำเสียรวมของหน่วยงานราชการในพื้นที่ตั้งของโครงการ

2.2 กำหนดระเบียบปฏิบัติงานการควบคุมการระบายน้ำทิ้ง โดยมีการบำบัดและควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งให้มีค่าเป็นไปตามที่มาตรฐานกำหนดก่อนระบายออกสู่ภายนอก และมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ<sup>4</sup> เป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง โดยหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการรับรองสากล ISO/IEC 17025 มีการบันทึกและจัดทำรายงาน รวมถึงการดูแลซ่อมบำรุงอุปกรณ์ในระบบบำบัดน้ำเสียต่าง ๆ เช่น ระบบท่อ บ่อตกไขมัน บิ้มสำหรับน้ำเสีย บ่อบำบัด บิ้มเติมอากาศ ตามแผนงานซ่อมบำรุงเชิงป้องกันและมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานและ ISO 14001 อย่างสม่ำเสมอ

2.3 กรณีผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน แต่ละศูนย์การค้าจะกำหนดแผนติดตาม ดำเนินการหาสาเหตุและรีบดำเนินการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพน้ำให้ผ่านเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด และรายงานต่อทีมบริหารศูนย์การค้า รวมถึงคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมต่อไป

2.4 กำหนดมาตรการดูแลสภาพแวดล้อมโดยรอบพื้นที่ก่อสร้าง โดยเฉพาะเรื่องการดูแลคุณภาพน้ำทิ้งจากบ้านพักคนงานไม่ให้เกินค่ามาตรฐาน หรือส่งกลิ่นเหม็นรบกวนชุมชนรอบข้าง รวมถึงให้ความรู้คนงานในการแยกขยะอินทรีย์ เพื่อไปทำน้ำหมักชีวภาพใช้ดับกลิ่นโดยรอบโครงการอีกด้วย

<sup>4</sup> ตัวบ่งชี้ด้านคุณภาพที่ตรวจวัด ได้แก่ ค่าบีโอดี (Biochemical Oxygen Demand: BOD) ของแข็งแขวนลอยทั้งหมด (Total Suspended Solids: TSS) ของแข็งละลายน้ำทั้งหมด (Total Dissolved Solids: TDS) ความเป็นกรดและด่าง (pH) น้ำมันและไขมัน (Oil and Grease)

## ผลการดำเนินงาน

แสดงปริมาณการใช้น้ำทั้งหมดขององค์กร และมาตรการที่นำมาใช้

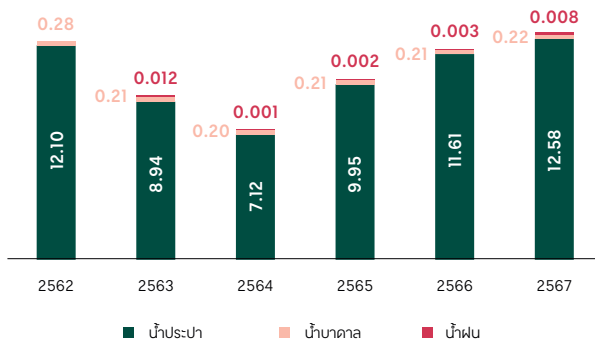
| รายการ                                            | ความครอบคลุม<br>ของมาตรการ<br>(ร้อยละของพื้นที่<br>ขายและส่วนกลาง) | ปริมาณน้ำที่ใช้/<br>ปริมาณน้ำที่ลดได้<br>(ลูกบาศก์เมตร) | ความคุ้มค่า<br>(% ROI)* | สัดส่วนร้อยละ<br>เมื่อเทียบกับปริมาณน้ำ<br>ที่ใช้ทั้งหมด<br>(ร้อยละ)                                              |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด</b>                        |                                                                    |                                                         |                         |                                                                                                                   |
| การใช้น้ำประปา                                    | 100                                                                | 12,575,282                                              | -                       | 98                                                                                                                |
| การใช้น้ำชำระและการใช้น้ำรีไซเคิล                 | 31                                                                 | 596,762                                                 | 84                      | ร้อยละ 4.7 ของปริมาณ<br>น้ำที่ใช้ทั้งหมด หรือ<br>เท่ากับร้อยละ 14 ของ<br>ปริมาณน้ำใช้เฉพาะสาขา<br>ที่มีการติดตั้ง |
| การใช้น้ำบาดาล                                    | 16                                                                 | 220,319                                                 | 712                     | 2                                                                                                                 |
| การใช้น้ำฝนจากถังกักเก็บ                          | 2.7                                                                | 8,039                                                   | -                       | 0.1                                                                                                               |
| <b>มาตรการ</b>                                    |                                                                    |                                                         |                         |                                                                                                                   |
| การติดตั้งสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ<br>และปรับระบบน้ำไหล | 100                                                                | 836,940                                                 | 174                     | -                                                                                                                 |
| การติดตั้งมิเตอร์วัดปริมาณการใช้น้ำในร้านค้า      | 100                                                                | -                                                       | -                       | -                                                                                                                 |
| ระบบบำบัดน้ำเสียแบบเติมอากาศ<br>ภายในโครงการ      | 100                                                                | -                                                       | -                       | -                                                                                                                 |
| ระบบบำบัดน้ำเสียเบื้องต้น                         | 100                                                                | -                                                       | -                       | -                                                                                                                 |
| ปริมาณน้ำเสียที่ปล่อยสู่สาธารณะ                   | 72                                                                 | 5,750,592                                               | -                       | -                                                                                                                 |

\* ประเมินความคุ้มค่าตลอดอายุการใช้งานเฉลี่ย 10 ปี รวมค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงรักษา

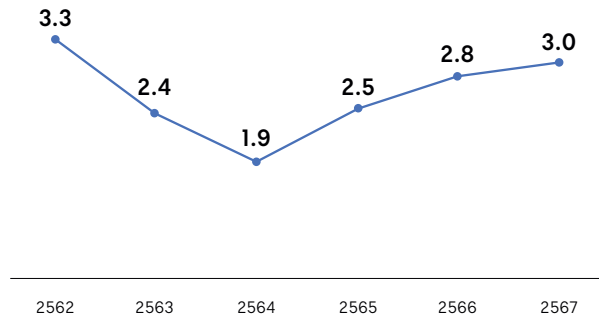
แสดงรายการสาขาที่มีการติดตั้งระบบบริหารจัดการน้ำทั้งหมดในรายงานมาตรฐานอาคารด้านความยั่งยืนบนเว็บไซต์

ทั้งนี้ ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนใด ๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง ทั้งในช่วงก่อสร้าง และภายหลังเปิดดำเนินการ โดยมีการปล่อยน้ำเสียสู่แหล่งน้ำสาธารณะ จำนวน 5.75 ล้านลูกบาศก์เมตรสู่แหล่งน้ำสาธารณะ และส่งหน่วยงานภายนอกบำบัด 2.20 ล้านลูกบาศก์เมตร

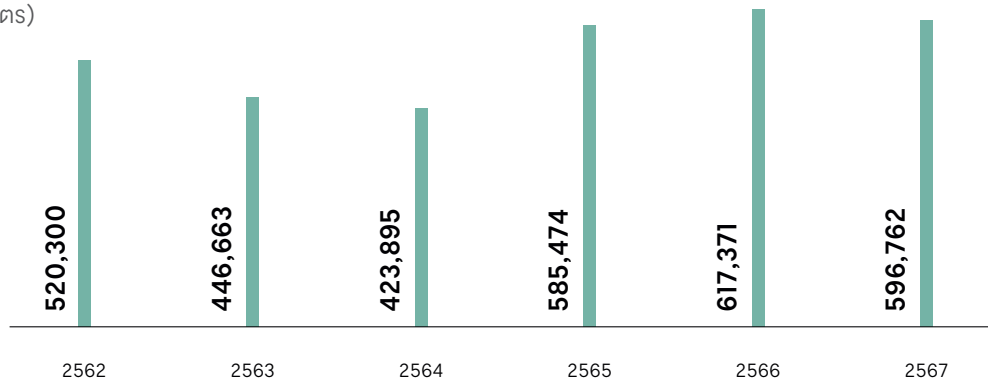
ปริมาณการดื่มน้ำมาใช้ทั้งหมด  
(ล้านลูกบาศก์เมตร)



ดัชนีการดื่มน้ำใช้  
(ลูกบาศก์เมตรต่อตารางเมตร)



ปริมาณการผลิตน้ำรีไซเคิล  
(ลูกบาศก์เมตร)



## E2.3 การบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

### ความสำคัญ

ปัญหาเรื่องการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และความสำคัญของการปกป้องและอนุรักษ์ธรรมชาติและระบบนิเวศ เป็นประเด็นที่มีความสำคัญคู่ไปกับปัญหาภาวะโลกรวน หากประเทศไทยซึ่งเป็นฐานหลักในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เกิดภาวะความหลากหลายทางชีวภาพเสื่อมถอย ย่อมส่งผลกระทบต่ออากาศ น้ำบริสุทธิ์ ไม้จากป่า และดินที่อุดมสมบูรณ์เหมาะกับการเพาะปลูกพืช ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า และต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านการเพาะปลูกทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รวมไปถึงสภาพความเป็นอยู่ที่ดีในอนาคต

นอกจากนั้น การขาดความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญของบุคลากรทั้งในองค์กร และในท้องตลาด ในการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ยังส่งผลกระทบต่อความสามารถในการคาดการณ์ความเสี่ยงในอนาคต รวมไปถึงการทำแผนงานป้องกันดูแล และรายงานในประเด็นเรื่องนี้ตามแนวทางสากล

## แนวทางการบริหารจัดการ

- กำหนดนโยบายการบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ และการไม่ทำลายทรัพยากรป่าไม้ เป็นแนวทางปฏิบัติชัดเจน ในการไม่พัฒนาโครงการในพื้นที่หวงห้ามหรือเขตอนุรักษ์ใด ๆ และกำหนดข้อปฏิบัติที่ต้องสำรวจและศึกษาระบบนิเวศวิทยา ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญภายนอก และดำเนินการดูแลและอนุรักษ์ ระบบนิเวศบริเวณพื้นที่โดยรอบของการก่อสร้างในทุกโครงการ ใหม่และโครงการปรับปรุง
- ยึดแนวปฏิบัติในการสรรหาหรือได้มาซึ่งที่ดินในเขตเมืองเท่านั้น ไม่รุกล้ำพื้นที่หวงห้าม และไม่อยู่ในเขตอนุรักษ์ใด ๆ ทั้งสิ้น
- มุ่งมั่นที่จะไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (No Net Loss – NNL) ภายใต้ขอบเขตที่สามารถจัดการได้ รวมถึงมีการส่งเสริมให้การดำเนินโครงการทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีการสร้างผลกระทบสุทธิเชิงบวก (Net Positive Impact) เท่าที่เป็นไปได้ และไม่ก่อให้เกิดการตัดไม้ทำลายป่า (No Gross Deforestation) นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้คู่ค้า และพันธมิตร ดำเนินธุรกิจโดยปราศจากการสร้างผลกระทบต่อพื้นที่ป่าไม้สุทธิ (No Net Deforestation)
- กำหนดแนวปฏิบัติที่คำนึงถึงความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการสังสมประสบการณ์พัฒนาโครงการร่วมกับผู้เชี่ยวชาญภายนอก ซึ่งสอดคล้องตามหลักการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับชั้น<sup>5</sup> ดังนี้
  - มาตรการสำรวจความหลากหลายทางชีวภาพก่อนดำเนินโครงการ การศึกษาชนิดพันธุ์ต้นไม้ม และสัตว์ในพื้นที่ เพื่อวางแผนหลีกเลี่ยงการสร้างผลกระทบให้ได้มากที่สุด โดยอาศัยตัวกรองความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพของ WWF และ IUCN Red List ร่วมพิจารณา
  - มาตรการล้อมย้ายต้นไม้ และย้ายสัตว์ออกจากพื้นที่ไปยังที่ปลอดภัยโดยกำหนดล้อมต้นไม้ที่ตรงตามเกณฑ์ประเมินอายุ วัตถุประสงค์แข็งแรง และมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางมากกว่า 6 นิ้วขึ้นไป และย้ายกลับมาปลูกเมื่อโครงการแล้วเสร็จ หรือย้ายไปยังโครงการใกล้เคียงอื่นที่เหมาะสมในเขตพื้นที่เดียวกัน
  - มาตรการออกแบบพื้นที่สีเขียว โดยปลูกพรรณไม้ท้องถิ่นเป็นหลัก ในพื้นที่ที่เหมาะสมมีการปลูกพันธุ์ไม้ดอก และไม้ผลแซมเพื่อเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ
  - มาตรการชดเชยผลกระทบ โดยการปลูกป่านอกพื้นที่ภายใต้โครงการปลูกป่าชั้คาร์บอน 1 ล้านต้น
- ภายหลังเปิดดำเนินการแล้ว กำหนดมาตรการดูแลรับผิดชอบความหลากหลายทางชีวภาพโดยส่วนงานดูแลภูมิทัศน์ ซึ่งกำหนดแนวปฏิบัติให้เลือกใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และลดผลกระทบในภาพรวม เช่น ใช้น้ำซ้ำ น้ำรีไซเคิล และน้ำฝนในการรดน้ำต้นไม้ เลือกใช้น้ำยอินทรีย์ หรือน้ำจากการหมักขยะอาหารในโครงการ เป็นต้น
- กำหนดแนวทางในการใช้ไม้ที่ถูกต้องตามกฎหมายเท่านั้น แก่ผู้รับเหมาก่อสร้าง ไม่เป็นไม้จากป่าที่รุกราน หรือตัดจากป่าอนุรักษ์ ทั้งนี้ บริษัทฯ หลีกเลี่ยงการใช้ไม้ใหญ่ภายในโครงการ โดยเลือกใช้ไม้อัดจากเศษไม้เป็นส่วนใหญ่
- จัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมและสื่อสารประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องการปลูกต้นไม้ ปลูกป่าทดแทน โดยเฉพาะกับลูกค้า พนักงาน พันธมิตร และชุมชน เช่น กิจกรรมแจกกล้าไม้ ให้ประชาชนทั่วไปในเดือนมิถุนายนของทุกปี กิจกรรมอาสาปลูกป่าร่วมกับพันธมิตรและพนักงาน
- กำหนดให้มีการติดตามประเมินเรื่องผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบนิเวศ โดยคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศ และสิ่งแวดล้อม รายงานต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง รายงานต่อคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยง

## เป้าหมาย

สร้างผลกระทบสุทธิเชิงบวก

โดยการปลูกป่าชั้คาร์บอน

**1,000,000 ต้น**



ภายในปี 2573

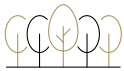
คาดการณ์ปริมาณคาร์บอนที่ดูดซับได้

**8,100** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

<sup>5</sup> หลักการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับชั้น (Mitigation Hierarchy) ได้แก่ (1) การหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่อาจส่งผลกระทบ (2) การลดผลกระทบที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ (3) การฟื้นฟูสภาพพื้นที่ และ (4) การชดเชยผลกระทบ โดยปลูกต้นไม้ในโครงการ

## ผลการดำเนินงาน

1. การพัฒนาโครงการของบริษัทฯ อยู่ในพื้นที่ที่จัดอยู่ในเขตที่อยู่อาศัย พื้นที่เพื่อการพาณิชย์กรรม และอยู่ในแหล่งชุมชน โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการสำรวจความหลากหลายทางชีวภาพ และปริมาณต้นไม้ขนาดใหญ่ที่ยั่งยืนก่อนการก่อสร้างโครงการใหม่และในพื้นที่รอพัฒนาเพิ่มเติมรวมเป็นจำนวนโครงการที่ได้รับการสำรวจแล้วทั้งสิ้น 110 โครงการ (รวมโครงการศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน โรงแรม และที่พักอาศัย) โดยในปีที่ผ่านมาปริมาณต้นไม้ใหญ่ที่ทำการล้อมทั้งหมดจำนวน 255 ต้น และย้ายมาปลูกในพื้นที่ที่เหมาะสมภายในโครงการหรือในพื้นที่ใหม่เช่นสวนสาธารณะได้สำเร็จจำนวน 217 ต้น



ต้นไม้ใหญ่ที่ทำการล้อมทั้งหมด  
**255** ต้น

2. ไม่มีกรณีพิพาท หรือคดีความที่เกี่ยวข้องกับการรุกรานในพื้นที่หวงห้าม หรือเขตอนุรักษ์ใดๆ หรือการทำลายความหลากหลายทางชีวภาพใด ๆ ในพื้นที่ที่พัฒนา และไม่ได้ทำร้าย หรือสร้างผลกระทบต่องานมีชีวิตขนาดใหญ่ที่อาศัยอยู่ในบริเวณโครงการก่อสร้างใด ๆ
3. ไม่มีโครงการใดจัดเป็นพื้นที่วิกฤตทางความหลากหลายทางชีวภาพ<sup>6</sup> หรืออยู่บริเวณใกล้เคียงในรัศมีพื้นที่วิกฤตทางความหลากหลายทางชีวภาพ หรือพื้นที่มรดกโลก อันจะก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
4. ทุกโครงการมีการจัดซื้อไม้สำหรับการก่อสร้างที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 ได้รับการรับรองมอก.14061 มาตรฐานการจัดการสวนป่าไม้เศรษฐกิจอย่างยั่งยืน จากสำนักงานการรับรองไม้เศรษฐกิจไทย
5. รายงานผลการดำเนินงานตามแนวทางปฏิบัติงานเพื่อขับเคลื่อนการจัดการพื้นที่สีเขียวอย่างยั่งยืนระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สนผ.) ระบุจำนวนพื้นที่สีเขียวสาธารณะทั้งหมดทั้งในเขตพื้นที่โดยรอบโครงการหรือดูแลภายใต้งบประมาณของบริษัทฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ล้านตารางเมตร
6. จัดกิจกรรม “รับฟรี กล้าไม้” โดยร่วมกับกรมป่าไม้แจกกล้าไม้จำนวน 44,000 ต้น ในทุกสาขาทั่วประเทศ ในช่วงเดือนมิถุนายน



<sup>6</sup>โครงการเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ตั้งอยู่ในตำบลกระเปาะใหญ่ อำเภอเมืองกระบี่ ซึ่งไม่จัดอยู่ในพื้นที่ปากแม่น้ำกระบี่ ที่ขึ้นทะเบียนเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระหว่างประเทศ หรือ Ramsar Wetlands ส่วนโครงการเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ไม้ได้ตั้งอยู่ในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก

# E3

## การจัดการขยะ ของเสีย มลพิษ และเศรษฐกิจหมุนเวียน

### E3.1 การจัดการขยะ ของเสีย และเศรษฐกิจหมุนเวียน

#### ความสำคัญ

การบริหารจัดการขยะอย่างรับผิดชอบจัดเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในมิติสังคมและสิ่งแวดล้อมที่บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก จัดเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้เสียแสดงความเห็นว่าการดำเนินการของบริษัทฯ สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการช่วยลดปริมาณขยะฝังกลบลงได้อย่างมีนัย นอกจากจะสร้างผลดีต่อสภาพแวดล้อมและสังคมในภาพรวมแล้ว ยังสามารถลดต้นทุนในการบริหารจัดการ ลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน และสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัทฯ ได้อีกด้วย

#### แนวทางบริหารจัดการ

1. ดำเนินการตามนโยบายแยกขยะมูลฝอยของกลุ่มบริษัทเซ็นทรัล นโยบายด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และนโยบายด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับขอบเขต จังหวัด และประเทศที่ตั้งโครงการ
2. กำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร สอดคล้องตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ภายใต้โครงการ Journey to Net Zero มุ่งมั่นดำเนินการและผลักดันในการจัดการขยะฝังกลบเป็นศูนย์ โดยผนวกรวมในแผนเส้นทางสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593
3. แบ่งการบริหารจัดการขยะตามห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่ การบริหารจัดการขยะก่อสร้าง การบริหารจัดการขยะจากการดำเนินการ และการบริหารจัดการขยะที่เกิดจากองค์กร เน้นกลยุทธ์ในการผลักดันให้เกิดการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง นำขยะคัดแยกเข้าสู่กระบวนการแปรรูปให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ได้แก่ ลูกค้า ร้านค้า พนักงาน และพันธมิตรทั้งภาครัฐ และเอกชน

#### 1. การบริหารจัดการขยะก่อสร้าง

บริษัทฯ ระบุในข้อกำหนดและขอบเขตการจ้างงาน (TOR) ในทุกโครงการก่อสร้างศูนย์การค้าใหม่ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ของโครงการก่อสร้างทุกประเภทอาคาร ให้ผู้รับเหมาทุกรายต้องดำเนินการคัดแยก และจัดการขยะทั้งที่เกิดขึ้นจากไซต์ก่อสร้าง และบ้านพักคนงานให้เป็นระเบียบเคร่งครัด ตามคู่มือการจัดการขยะก่อสร้างของบริษัทฯ แบ่งประเภทขยะออกเป็น ขยะจากการรื้อถอน ขยะจากเศษวัสดุที่เหลือจากการก่อสร้าง ขยะที่เกิดจากแรงงาน และขยะมูลฝอย แบ่งกระบวนการในการจัดการปลายทางของขยะออกเป็น ขยะที่มีมูลค่าขายได้ ขยะที่นำไปแปรรูปได้ ขยะที่นำไปบริจาคได้ และขยะนำไปฝังกลบ โดยรายได้และค่าใช้จ่ายจากการจัดการขยะทั้งหมดนั้นให้ถือเป็นสิทธิของผู้รับเหมา

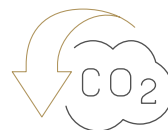
บริษัทฯ กำหนดให้ผู้รับเหมาจัดสรรจุดและถังขยะคัดแยกประเภทขยะออกเป็นอย่างน้อย 4 ประเภท ได้แก่ ขยะอาหาร ขยะรีไซเคิล ขยะอันตราย และขยะทั่วไป ในทุกไซต์งานก่อสร้าง และในแคมป์คนงาน พร้อมสื่อประชาสัมพันธ์สอนการคัดแยกขยะให้กับคนงานทั้งนี้ในไซต์งานที่เหมาะสมจะขึ้นแะกระบวนการคัดแยกและการแปรรูปเพิ่มเติม เช่น นำเศษผักผลไม้เหลือจากการประกอบอาหารไปเลี้ยงเป็ดไข่ จูงใจให้คนงานแยกขยะรีไซเคิลแล้วมาแลกไข่เป็ดไปรับประทาน หรือนำไปหมักแปรรูปเป็นน้ำหมักชีวภาพเพื่อบำบัดน้ำเสียภายในไซต์งาน และแจกจ่ายให้ชุมชนเพื่อนบ้านรอบข้าง หรือนำไปหมักเป็นปุ๋ย หรือนำขยะเศษอาหารไปเลี้ยงไส้เดือนดินเป็นปุ๋ยเช่นกัน ใช้ในสวนผักซึ่งปลูกให้คนงานในไซต์งานได้บริโภค และแบ่งจำหน่าย โดยนำรายได้มาหมุนเวียนซื้ออาหารและเครื่องเขียนให้เด็กในละแวกใกล้เคียง นอกจากนั้นยังมีการแนะนำในการจัดการเศษวัสดุที่เหลือจากการก่อสร้างให้เกิดประโยชน์ เช่น นำคอนกรีตที่เหลือไปเทเป็นแผ่นคอนกรีตปูพื้น นำไปใช้ในแคมป์คนงาน และถวายเป็นบุญหรือบริจาคในชุมชนละแวกใกล้เคียง

บริษัทฯ นำหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนมาเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาโครงการ โดยยึดหลักการนำกลับมาใช้ใหม่ - Reuse การนำไปรีไซเคิล - Recycle และการนำกลับมาใช้ใหม่อย่างสร้างสรรค์ - Upcycle โดยร่วมมือกับนักออกแบบและผู้รับเหมาภายใต้แนวคิดการบริหารโครงการแบบองค์รวมที่หมุนเวียนใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างโครงการที่ดำเนินการพัฒนาหรือปรับปรุงในช่วงระยะเวลาเดียวกัน

- การนำกลับมาใช้ซ้ำหมุนเวียนระหว่างโครงการ เช่น
  - การนำโครงเหล็กหลังคาจากอาคารจอดรถที่รื้อถอนออกในพื้นที่ก่อสร้างไปใช้ซ้ำเป็นโครงเหล็กรับ Solar Carport ในอาคารจอดรถ
  - การตกแต่งใหม่เพื่อใช้ซ้ำในบางส่วนของงานกระเบื้องงานเสา งานผนัง งานพื้น และเฟอร์นิเจอร์ โดยพิจารณาตามความเหมาะสม
  - การนำผนังกันชั่วคราวหรือหลังคา Metal Sheet มาวนใช้ซ้ำ
  - การขนย้ายดินจากการขุดดินช่วงก่อสร้างไปถมในที่ดินที่เหมาะสมในพื้นที่ของโครงการภายในเครือฯ
  - การหมุนเวียนใช้ตู้คอนเทนเนอร์จำนวน 40 ตู้เป็นสำนักงานโครงการชั่วคราวและบ้านพักคนงาน
  - การหมุนเวียนนำหม้อแปลงไฟฟ้าชั่วคราวไปใช้ในแต่ละโครงการ
- การนำไปรีไซเคิลภายใต้แนวร่วมในเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียนของเครือข่ายความร่วมมือองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนหรือ Circular Economy in Construction Industry (CECI) เช่น การแปลงเศษซีเมนต์เป็นวัสดุรีไซเคิลคอนกรีต หรือ RCA (Recycled Concrete Aggregate) ใช้เป็นวัสดุทดแทนหินคลุกในการปูถนนชั่วคราว ใช้ทดแทนวัสดุรองทางถนนและพื้นลานจอดรถ หรือนำไปใช้ประโยชน์อื่นในพื้นที่ใกล้เคียง ปัจจุบันวิธีการนี้ช่วยจัดการให้สามารถนำหัวเสาเข็มที่เป็นขยะก่อสร้างมาหมุนเวียนใช้ใหม่ในโครงการโดยไม่ต้องขนออกจำนวนกว่า 10,000 ตัน นอกจากนี้ยังริเริ่มความร่วมมือระหว่างสมาชิกในการคัดแยกแผ่นยิปซัมจากการรื้อถอนอาคาร เพื่อนำกลับไปเป็นส่วนผสมในการผลิตแผ่นยิปซัมใหม่ ในการปรับปรุงโครงการเซ็นทรัล แจ้งวัฒนะอีกด้วย
- การนำกลับมาใช้ใหม่อย่างสร้างสรรค์ เช่น การสั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว โดยเลือกวัสดุทางเลือกที่นำขยะมาแปรรูปใหม่อย่างสร้างสรรค์ ตกแต่งในบ้าน ห้องตัวอย่าง และใน Club House ของโครงการที่พักอาศัยหลายโครงการ และนำมาใช้เป็นที่นั่งในพื้นที่ Playground บางโครงการ

## 2. การบริหารจัดการขยะจากการดำเนินงาน

- 1) แต่งตั้งคณะกรรมการ Journey to Zero ซึ่งเป็นทีมงานแบบข้ามสายงาน ประกอบด้วยสมาชิกจากสำนักงานใหญ่ และตัวแทนจากสาขา เข้าร่วมประชุม หรือ แบ่งปันข้อมูล และมาตรการต่าง ๆ ที่แต่ละโครงการปฏิบัติในการจัดการขยะ และรวบรวมนำเสนอต่อคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการ CSV โดยมีบทบาทในการร่วมกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางในการจัดการขยะในแต่ละโครงการ
- 2) ขอรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ในศูนย์การค้าทั้งหมดแล้ว 40 โครงการ ดำเนินการขอการรับรองเพิ่มเติมอีก 3 โครงการ คือ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลจินทบุรี ออฟฟิศเซ็นทรัลเวสต์ และ ออฟฟิศสำนักงานใหญ่ ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขึ้นรับรองมาตรฐาน ISO 14001 แล้ว คิดเป็นร้อยละ 77 ของพื้นที่ทั้งหมด ครอบคลุมการปรับปรุงกระบวนการและวิธีการคัดแยกจนถึงวิธีการกำจัดขยะ
- 3) เข้าร่วมโครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (Low Emission Support Scheme หรือ LESS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลไกการลดก๊าซเรือนกระจกขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยรับการประเมินด้วยเทคนิควิชาการ และรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงได้จากกิจกรรมการลดขยะ 5 ประเภท คือ การคัดแยกขยะเพื่อการรีไซเคิล การผลิตปุ๋ยหมักหรือสารปรับปรุงดินจากขยะอินทรีย์ การนำขยะอินทรีย์ประเภทเศษอาหารไปใช้เป็นอาหารสัตว์ การคัดแยกกล่องกระดาษบรรจุนมหรือกล่องยูเอชทีไปรีไซเคิล และการกักเก็บก๊าซมีเทนจากการหมักเศษอาหารแบบไร้อากาศเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งได้รับการประเมินว่าสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้จำนวน 55,658 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ลดลงได้มากกว่าปี 2566 ร้อยละ 46.5



### โครงการ LESS Use เป็นการลด

ก๊าซเรือนกระจกได้จำนวน

**55,658**

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

- 4) สร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้า โดย
  - ตั้งหน้ากากถังขยะคัดแยกเฉพาะขวดน้ำพลาสติกใส หรือขวด PET ในทุกสาขา ในพื้นที่ส่วนกลาง และใน Food Park
  - ตั้งเครื่องรับ Refun Machine เพื่อรับคืนขวดน้ำดื่มพลาสติก PET แบบอัตโนมัติ โดยทุก ๆ ขวด ผู้ดื่มจะได้แต้มสะสมเพื่อแลกเป็นของสมนาคุณหรือแลกเป็นคูปองส่วนลดเพื่อใช้ในวันค้าในเครือกลุ่มเซ็นทรัล



- ตั้งกล่องทิ้งดี ซึ่งเป็นจุดรับแยกขยะ พลาสติกสะอาด และกระดาษลังลูกฟูก ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและร้านค้า โดยขยะรีไซเคิลที่ได้จะถูกส่งต่อไปสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี



- ผ่านกิจกรรมและแคมเปญทางการตลาด โดยสนใจลูกค้าในการคัดแยกขยะเพื่อแลกของสมนาคุณ หรือเชื่อมโยกับระบบการสะสมแต้มของ The 1 x Central Life X ในโครงการ Low Carbon Club คลับน่ารัก ของคนรักโลก หรือ Recycle Day Application อีกด้วย
- 5) สร้างการมีส่วนร่วมกับพันธมิตรทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กร หน่วยงานและเครือข่ายการจัดการขยะ และเศรษฐกิจหมุนเวียนต่าง ๆ อาทิ
- ร่วมมือกับมูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย บริษัท เต็ดตรา แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ในโครงการ Green Shelter – เก็บกล่องสร้างบ้าน โดยรับกล่องเครื่องดื่มที่บริโภคและทำความสะอาดแล้วไปรีไซเคิลเป็นวัสดุก่อสร้าง ที่จะช่วยสร้าง “บ้าน” เพื่อมอบให้กับประชาชนที่ประสบปัญหาด้านที่อยู่อาศัยจากภัยธรรมชาติ หรือกรณีจำเป็นอย่างอื่น ๆ
  - ร่วมกับกรุงเทพมหานคร ในโครงการไม่เทรวม และประกาศเจตนารมณ์ความมุ่งมั่นในการคัดแยกขยะอาหารในศูนย์การค้าและอาคารสำนักงานภายใต้การบริหารของเซ็นทรัลพัฒนาทั่วกรุงเทพฯ และขยายผลไปทุกสาขา

ทั่วประเทศ โดยเชิญชวนรวมถึงร้านค้า และร้านอาหารต่าง ๆ เข้าร่วมคัดแยกตามมาตรฐาน ISO 14001 ที่บริษัทดำเนินการอยู่แล้ว ตั้งเป้าเพิ่มประสิทธิภาพการแยกขยะอินทรีย์ เพื่อให้สามารถนำไปจัดการอย่างถูกวิธีและนำไปทำประโยชน์ต่อได้อย่างเป็นรูปธรรม



- ร่วมกับกรุงเทพมหานคร มูลนิธิความยุติธรรมเชิงสิ่งแวดล้อม และบริษัท บริลเลียนท์ พาวเวอร์ จำกัด ในโครงการ Bottle Free Seas ตู้น้ำดื่มฟรี สะอาด ปลอดภัย ใช้พลาสติกธรรมชาติให้ใช้กระบอกน้ำแบบใช้ซ้ำ แทนการบริโภคน้ำดื่มในบรรจุภัณฑ์พลาสติก (Single Use Plastic) เปิดให้บริการ ณ เซ็นทรัลเวิลด์ ปัจจุบันสามารถลดการใช้ขวดน้ำพลาสติกไปแล้วกว่า 192,898 ขวด
- ร่วมกับกรมควบคุมมลพิษ ในการประกาศเจตนารมณ์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการเก็บรวบรวมของเสียอันตรายจากชุมชน
- ร่วมกับภาคี PPP Plastic (Public Private Partnership for Sustainable Plastic and Waste Management) ซึ่งก่อตั้งขึ้นโดย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และองค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (TBCSD) โครงการ “ถึงวันถุง by มิวไอเคช” (Facebook: มิวไอเคช) จัดตั้งถังรับเฉพาะขยะพลาสติกแบบยัด จากประชาชนทั่วไป
- ร่วมกับ Startup - Recycle day และผู้ประกอบการรับซื้อและขนขยะรีไซเคิล ขยะเศษอาหาร และขยะเชื้อเพลิง หรือ RDF ในการติดตั้งจุดรับขยะแยกประเภทแบบถาวร (Recycle Station) หรือจุดรับแยกขยะชั่วคราว (Recycle Roadshow) ในวันเวลาที่กำหนด โดยสนับสนุนให้ประชาชนและร้านค้าคัดแยกขยะให้ถูกต้องและสะอาด แล้วนำมาส่งมอบ ณ จุดรับ ปัจจุบันมีการเปิดบริการ Recycle Station แล้วทั้งหมด 9 สาขา

- ร่วมกับพันธมิตรคู่ค้า ในการตั้งจุดรับขยะเฉพาะประเภท ดังนี้

|                                                                                                            | ความร่วมมือ                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>ชุดชั้นในเก่า</b>     | แคมเปญ “ <b>โละแล้วไปไหน</b> ” ร่วมกับ บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) ในการตั้งกล่องรับบริจาค ชุดชั้นในเก่าเปลี่ยนเป็น “พลังงานสะอาด”          |
|  <b>ขวดพลาสติกใส</b>      | โครงการ “ <b>คืนชีวิตให้ขวดพลาสติก</b> ” ร่วมกับบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ให้นำขวดน้ำดื่ม PET เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี  |
|  <b>ขยะอิเล็กทรอนิกส์</b> | โครงการ “ <b>E-Waste</b> ” โดยร่วมมือกับบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส หรือ AIS ในการตั้งถังคัดแยก ขยะอิเล็กทรอนิกส์ในทุกโครงการทั่วประเทศ |

3. การบริหารจัดการขยะที่เกิดจากองค์กร

โดยแบ่งหมวดออกเป็น 1) ขยะที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กร โดยตรง ได้แก่ ขยะจากการซ่อมแซม รื้อถอนปรับปรุงอาคาร เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ ขยะจากการจัดกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมอื่น ๆ และขยะจากอุปกรณ์สำนักงาน เพอร์นิเจอร์ 2) ขยะมูลฝอยในที่ทำงาน ที่เกิดจากการอุปโภค บริโภคของพนักงาน โดยบริษัทฯ บริหารจัดการตามแนวทาง 3R ด้วยกระบวนการจัดการและคัดแยกตั้งแต่ต้นทาง ยกเลิกถังขยะประจำโต๊ะพนักงาน จัดถังคัดแยกขยะตามประเภททั้งหมด 9 ประเภท ได้แก่ ขยะเศษอาหาร ขยะน้ำ ขยะรีไซเคิลประเภทขวดพลาสติก ขยะรีไซเคิลประเภทกระดาษ กระดาษลัง ขยะรีไซเคิลประเภทขวดกระป๋องอลูมิเนียมและขวดแก้ว ขยะอันตราย ขยะอิเล็กทรอนิกส์ ขยะเชื้อเพลิง RDF และขยะทั่วไป ไปจนถึงการกำจัดปลายทางซึ่งแบ่งกระบวนการจัดการตามประเภทของขยะ ได้แก่ ขยะที่มีมูลค่าขายได้ ขยะที่นำไปรีไซเคิลได้ ขยะที่นำไปแปรรูปได้ และขยะที่เหลือนำไปฝังกลบ



นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังมีการจัดอบรมวิธีการคัดแยกขยะในรูปแบบ e-Learning และรูปแบบกิจกรรม Workshop และสนับสนุนให้พนักงานคัดแยกขยะให้ถูกประเภท และถูกวิธีทั้งที่ทำงาน และที่บ้านโดยตั้งใจให้นำมาแลกคะแนน The 1 ในรายบุคคล และประกวดแข่งขันในรายสาขา ภายใต้โครงการ “One Recycling Drop a Month” ซึ่งจัดทุกวันพุธและพฤหัสบดีสุดท้ายของแต่ละเดือนอีกด้วย

เป้าหมาย

E3.1 ปริมาณขยะฝังกลบที่ลดลง เทียบกับปริมาณขยะทั้งหมด หรือ Diversion rate



ผลการดำเนินงาน

1. ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลการจัดการขยะเพิ่มเติม ส่งผลให้ปริมาณขยะจากการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในศูนย์การค้า คอมมูนิตี้มอลล์ และอาคารสำนักงานในเครือเซ็นทรัลพัฒนา และบริษัทย่อยทั้ง 63 แห่ง มีปริมาณทั้งสิ้น 92,231 ตัน (รวมขยะรอกำจัด ณ สิ้นปี 2567) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2566 คิดเป็นร้อยละ 12 โดยปริมาณขยะที่ผ่านกระบวนการคัดแยกแล้ว มีจำนวน 41,235 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 31 หรือเท่ากับลดสัดส่วนขยะฝังกลบลงได้ที่ร้อยละ 45 ของปริมาณขยะทั้งหมดที่ขนออกจากองค์กร คำนวณเป็น Diversion Rate อยู่ที่ร้อยละ 45 สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 5



ปริมาณขยะที่ผ่านกระบวนการคัดแยกแล้ว

**41,235** ตัน

เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 31

2. มีการจัดการฝึกอบรมด้านการจัดการและคัดแยกขยะให้ผู้รับเหมาทุกโครงการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100 และมีการบันทึกขยะก่อสร้างจำแนกตามประเภท จากการรวบรวมข้อมูลปริมาณขยะจากการพัฒนาโครงการเซ็นทรัล นครสวรรค์ เซ็นทรัล นครปฐม และการรื้อถอนโครงการเซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์ มีปริมาณทั้งสิ้น 51,187 ตัน บริษัทฯ สามารถคัดแยกและนำขยะดังกล่าวกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือนำไปรีไซเคิลตามกระบวนการที่ถูกต้องตามประเภทของขยะโดยไม่ส่งไปฝังกลบได้ 51,182 ตัน คำนวณเป็น Diversion Rate อยู่ที่ร้อยละ 98
3. ตั้งจุดรับขยะกำพร้าว หรือขยะเชื้อเพลิง RDF ชั่วคราวโดยร่วมมือกับ N15 Technology ในการนำขยะชุมชนมาผ่านกระบวนการผลิตเป็นเชื้อเพลิงขยะ RDF ที่มีคุณภาพ โดยมีขนาด ค่าความชื้น ค่าความร้อน และคุณสมบัติอื่นๆ ที่พร้อมใช้งานสำหรับกลุ่มโรงปูนซีเมนต์และโรงไฟฟ้าพลังงานขยะ จัดตั้งจุดรับขยะเพื่อไปเป็นเชื้อเพลิง ในชื่อกิจกรรม “ทั้งดี x ขยะกำพร้าวสำเร็จ” ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล อีสต์วิลล์ และในชื่อกิจกรรม “ขยะซาเล้งมีเงินส่งขยะกำพร้าวกลับบ้าน” ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ศรีราชา ในทุกไตรมาส
4. จากความร่วมมือกับพันธมิตร ภาครัฐ เอกชน และพันธมิตร สามารถคัดแยกขยะตามประเภทและลดการฝังกลบได้ ดังนี้



**คัดแยกขยะก่อสร้าง  
และการรื้อถอนโครงการ  
นำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่**

**51,182 ตัน**

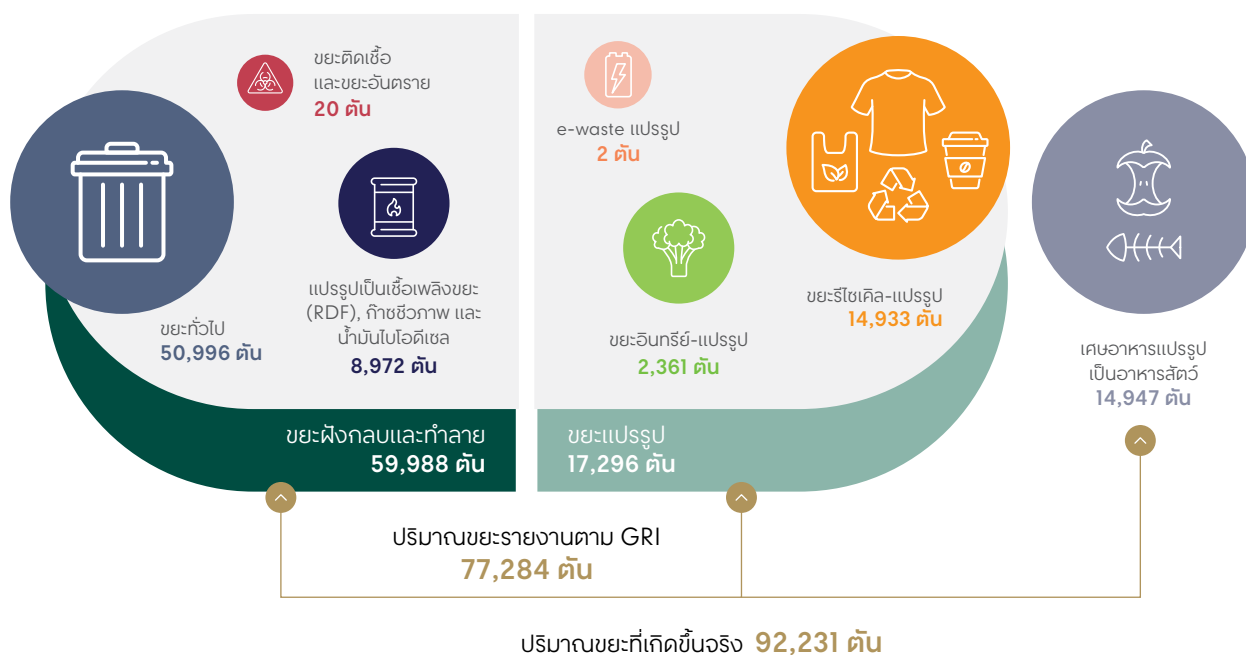
คิดเป็น Diversion rate  
อยู่ที่ร้อยละ 98

ตารางแสดงปริมาณขยะที่คัดแยก ที่สามารถรวบรวมข้อมูลได้จากแต่ละโครงการ / กิจกรรม

| โครงการ / กิจกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ปริมาณขยะที่ลด / คัดแยก / รวบรวมได้ ในปี 2567                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| จุด Recycle Stations ในความร่วมมือกับ บริษัท Recycle Day จำนวน 9 โครงการ โดยเปิดเพิ่มอีก 3 สาขา ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล นครสวรรค์ เซ็นทรัล สมุย และ เซ็นทรัลเวิลด์ มีสมาชิกเข้าร่วมจำนวน 3,550 คน                                                                                                                                                    | 801 ตัน<br>(คิดเป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3,471 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) |
| กิจกรรมทั้งดี ไรด์โชว์ เปลี่ยนขยะไร้ค่าให้มีมูลค่า โดยร่วมกับบริษัท Recycle Day ในการรณรงค์ และสร้างพฤติกรรมคัดแยกขยะจากบ้าน และมาส่งมอบเพื่อแลกกับคะแนนและของรางวัล เน้นกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มพนักงานจาก ผู้เช่าอาคารสำนักงาน เซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศ ซึ่งจัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 แล้ว มีผู้ร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น 836 รายเพิ่มขึ้นจากปี 2566 ร้อยละ 35 | 7.6 ตัน<br>(คิดเป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 27 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)    |
| โครงการ One Recycling Drop A Month ในทุกศูนย์การค้า และทุกอาคารสำนักงาน มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 2,245 คน (นับซ้ำ)                                                                                                                                                                                                                                | 50 ตัน                                                                             |
| กิจกรรม “ทั้งดี x ขยะกำพร้าวสำเร็จ” และ “ขยะซาเล้งมีเงินส่งขยะกำพร้าวกลับบ้าน” ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล อีสต์วิลล์ และเซ็นทรัล ศรีราชา ตามลำดับ มีผู้เข้าร่วมกว่า 806 คน                                                                                                                                                                              | 17 ตัน                                                                             |
| โครงการ Green Shelter                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2.3 ตัน                                                                            |
| โครงการ คีนชีวิตให้ชาวพลาสติก โดยนำร่องใน 2 ศูนย์อาหาร ได้แก่ เซ็นทรัล เวิลด์ และ อีโก้ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์                                                                                                                                                                                                                                  | 6 ตัน                                                                              |
| โครงการ Refun Machine จำนวน 2 จุด ในเซ็นทรัลเวิลด์                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 22,051 ขวด                                                                         |
| โครงการ Bottle Free Seas ณ ลานหน้าเซ็นทรัลเวิลด์                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 191,135 ขวด                                                                        |
| โครงการนำร่องสู่ความเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำ ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนร่วมกับ แชน-โกเบียง ประเทศไทย นำแผ่นยิปซัมจากการรื้อถอนศูนย์การค้าเซ็นทรัล แจ้งวัฒนะ กลับมาเข้ากระบวนการผลิตใหม่                                                                                                                                                                 | สามารถช่วยลดการปลดปล่อยคาร์บอน ได้กว่า 13 ตัน ต่อแผ่นยิปซัม 1 ตัน                  |
| โครงการ Recycle Concrete Aggregate – RCA จากโครงการเซ็นทรัล นครสวรรค์ และเซ็นทรัล นครปฐม                                                                                                                                                                                                                                                           | 3,980 ตัน                                                                          |

## รายงานการจัดการขยะในปี 2567

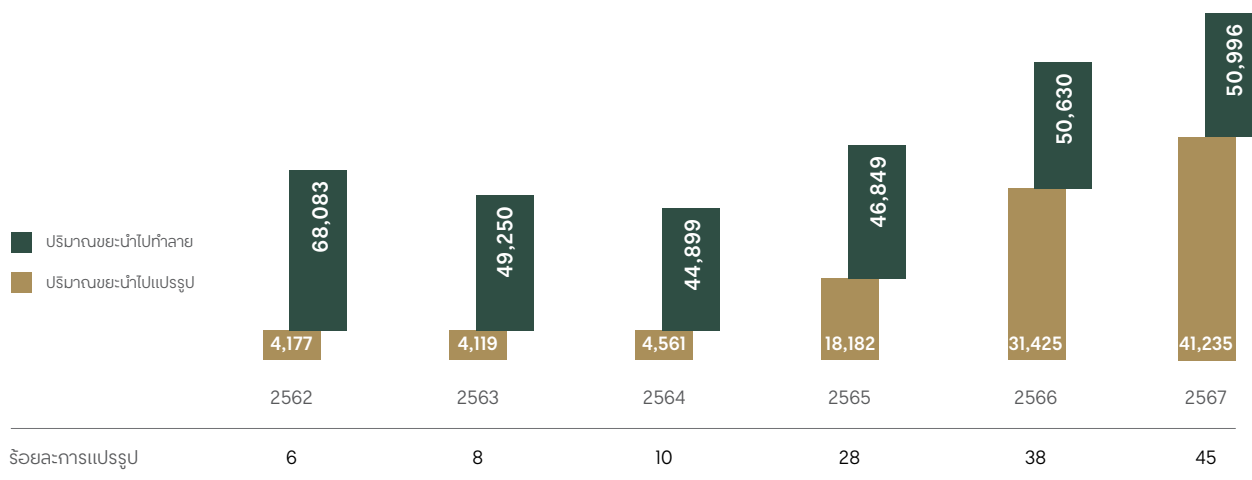
(หน่วย: ตัน)



หมายเหตุ: ในส่วนของขยะติดเชื้อจากร้านค้าประเภทเสริมความงามนั้น ทางผู้เช่าจะเป็นผู้ดำเนินการจัดการขยะดังกล่าวกับผู้รับกำจัดโดยตรงในการนำไปทำลายอย่างถูกวิธีตามมาตรฐาน ISO 14001

## ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในศูนย์การค้าของเซ็นทรัลพัฒนา

(หน่วย: ตัน)



## E3.2 การจัดการมลพิษ

### ความสำคัญ

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ไม่มีการปล่อยมลพิษทางอากาศโดยตรง<sup>7</sup> อย่างไรก็ตาม จากการประเมินความเสี่ยงองค์กรพบว่า สถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็กขนาดไม่เกิน 2.5 ไมครอน หรือ PM2.5 ที่มีปริมาณสูงในหลายพื้นที่ในประเทศไทย ส่งผลให้ลูกค้าอาจหลีกเลี่ยงการเดินทางมาใช้บริการ และส่งผลกระทบต่อระบบการนำอากาศบริสุทธิ์เข้ามาทดแทนในตัวอาคาร

### แนวทางการบริหารจัดการ

- กำหนดแนวทางควบคุมคุณภาพอากาศภายในอาคาร (Indoor Air Quality) และมาตรการรับมือสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็กขนาดไม่เกิน 2.5 ไมครอน หรือ PM2.5 ในการบริหารศูนย์การค้า ดังนี้

#### 1.1 การป้องกัน

- ติดตั้งระบบกรองอากาศโดยใช้แผ่นกรองอากาศ MERV 8 และ MERV 14 ในช่วงที่ PM2.5 มีปริมาณสูงขึ้นและมีแนวโน้มเกินค่ามาตรฐาน ที่เครื่องเติมอากาศภายนอก (Outdoor Air Unit: OAU) และเครื่องส่งลมเย็นขนาดใหญ่ (Air Handling Unit: AHU) ในพื้นที่เสี่ยงต่อสถานการณ์หมอกควันและฝุ่นละอองในจังหวัดภาคเหนือ และกำหนดเป็นมาตรฐานการติดตั้งสำหรับโครงการก่อสร้างใหม่และโครงการที่มีการปรับปรุง ปัจจุบันดำเนินการติดตั้งแล้ว 12 โครงการ
- ป้องกันฝุ่นเข้าสู่อาคารด้วยการปรับอากาศในอาคารให้เป็นแรงดันบวก (Positive Pressure) ซึ่งสามารถช่วยลดฝุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างแรงดันในอาคารให้มีความมากกว่าปกติเทียบกับบรรยากาศภายนอก เพื่อป้องกันไม่ให้ฝุ่น รวมทั้งสารก่อภูมิแพ้ต่าง ๆ เข้ามาภายในอาคาร

#### 1.2 การลดผลกระทบ

- ติดตั้งระบบม่านน้ำเพื่อดักจับฝุ่น โดยติดตั้งระบบฉีดพ่นน้ำละอองฝอยเพื่อดักจับฝุ่นที่จะเข้าสู่เครื่องเติมอากาศ ก่อนที่จะปล่อยลมเย็นเข้าไปในพื้นที่ศูนย์การค้า
- มาตรการร่วมกับภาครัฐ โดยติดตั้งระบบ Mist System เพื่อดักจับและบรรเทาฝุ่นละอองในจุดบริเวณประตูทางเข้าหลัก และการฉีดพ่นละอองน้ำบนชั้นดาดฟ้า และโดยรอบของทุกศูนย์การค้าทั่วประเทศ
- นำนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่ช่วยบำบัดอากาศมาติดตั้ง เช่น HVAC Air Scrubber ที่โครงการเซ็นทรัล ออยุธยา

และเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ ซึ่งเป็นระบบบำบัดอากาศที่สามารถระบายอากาศควบคู่กับการดูดซับสารพิษในอากาศ (Ventilation and Scrubbing) เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ สารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย VOCs และสารปนเปื้อนอื่น ๆ ลดการนำอากาศภายนอกที่อาจมีการปนเปื้อน PM2.5 เข้ามาในอาคารแล้ว อีกทั้งยังช่วยลดการนำภาระความร้อนจากอากาศภายนอกเข้าภายในอาคาร ช่วยลดการใช้พลังงานในระบบปรับอากาศอีกทางหนึ่ง



### 1.3 การตรวจคุณภาพอากาศ

- ออกมาตรการดูแลคุณภาพอากาศภายในศูนย์การค้าให้อยู่ในเกณฑ์ค่ามาตรฐาน มีการตรวจสอบตามรอบที่กำหนด ในแผนงาน มีการติดตั้งระบบตรวจวัดคุณภาพอากาศแบบอัตโนมัติภายในศูนย์การค้า มีการวัดปริมาณก๊าซพิษแบบที่มีผลต่อร่างกายชนิดเฉียบพลัน และดำเนินการปิดหรือปรับลดปริมาณลมของระบบเดิมอากาศหากคุณภาพอากาศภายนอกอาคารมีค่า PM2.5 เกินกว่ามาตรฐาน
  - ติดตั้งเครื่องตรวจวัดคุณภาพอากาศแบบ IOT ซึ่งสามารถทำการตรวจติดตามคุณภาพอากาศแบบอัตโนมัติและต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งกำหนดเป็นมาตรฐานที่ต้องดำเนินการสำหรับโครงการก่อสร้างใหม่และการปรับปรุงโครงการปัจจุบันเพื่อควบคุมปริมาณฝุ่นละออง PM2.5 ให้อยู่ในระดับที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้อยู่อาศัย
2. กำหนดมาตรการการควบคุมคุณภาพอากาศระยะก่อสร้าง ให้ผู้รับเหมาโครงการต้องดำเนินการอย่างเคร่งครัด ตั้งแต่ระยะการปรับพื้นที่ การวางฐานราก การขนส่ง และการก่อสร้าง โดยมีการสุ่มตรวจโดยหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กรอย่างสม่ำเสมอ อาทิ
- ปิดกันพื้นที่ก่อสร้างโดยรอบด้วยรั้ว Metal Sheet และติดตั้งแผงกันเศษวัสดุตกหล่น
  - ฉีดพรมน้ำในพื้นที่ก่อสร้างอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดการกระจายของฝุ่นละออง และฉีดล้างล้อรถก่อนออกจากพื้นที่โครงการก่อสร้าง เพื่อป้องกันเศษดิน หรือเศษวัสดุตกหล่น
  - ใช้พัดลมดูดฝุ่นพร้อมถุงกรองฝุ่นตลอดช่วงเวลาการก่อสร้างเพื่อดูดกรองฝุ่นที่กระจายในพื้นที่ก่อสร้าง ช่วยดูแลสุขอนามัยที่ดีของคนงานผู้รับเหมาที่ทำงานในโครงการ
  - เลือกใช้สี วัสดุเคลือบผิว วัสดุประสานและวัสดุยาแนวที่มีปริมาณสารอินทรีย์ระเหยง่าย ในระดับที่ผ่านมาตรฐาน South Coast Air Quality Management District (SCAQMD) และมาตรฐาน California Department of Public Health (CDPH) ในโครงการก่อสร้างใหม่ และปรับปรุง
  - ตรวจวัดค่าฝุ่นละอองเป็นประจำทุกวันในบริเวณพื้นที่ก่อสร้าง และพื้นที่โดยรอบ
3. สนับสนุนโครงการและกิจกรรมลดการสร้างมลพิษทางอากาศ อาทิ
- ติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Station)
  - จัดการจุกอุดและการเผาอันก่อให้เกิดฝุ่นละอองควันพิษในโครงการที่มีการติดตั้งศาลพระภูมิ องค์พระบูชา และเทพสถาน บริเวณหน้าโครงการ

- งดติดตั้งรถยนต์ค้างไว้ในบริเวณลานจอดรถ โดยมีพนักงานรักษาความปลอดภัยในลานจอดรถคอยตรวจตรา
- ตรวจสอบสภาพรถของบริษัทฯ รถของพนักงานส่งเอกสารของบริษัทฯ ให้อยู่ในสภาพดีไม่ปล่อยมลพิษ และรณรงค์ให้พนักงานตรวจสอบสภาพรถยนต์/รถจักรยานยนต์ส่วนตัว
- สนับสนุนการประชุมออนไลน์ และ Work from Home

### ผลการดำเนินงาน

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ไม่มีการปล่อยมลพิษทางอากาศโดยตรง<sup>7</sup> โดยปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่มีการปล่อยออกเป็นการแลกเปลี่ยนเพื่อนำอากาศภายนอกเข้ามาหมุนเวียนภายในอาคารนั้น อยู่ในขั้นปลอดภัย ไม่จัดเป็นมลพิษทางอากาศตามนิยามทางกฎหมาย และตลอดปี 2567 ผลการตรวจคุณภาพอากาศรวมไปถึงผลการตรวจ PM2.5 ภายในอาคารแต่ละโครงการ พบว่าเป็นไปตามเกณฑ์ดัชนีอ้างอิงที่กำหนด และจัดอยู่ในระดับที่ปลอดภัย

<sup>7</sup> มลพิษทางอากาศ ได้แก่ ก๊าซ Nitrous Oxides (NOx), Sulphur Oxide (SOx) หรือ Volatile Organic Compounds (VOCs)

# Better People



## 3.4 การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม

แบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย

# S1 คุณภาพและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์/บริการ และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

### ความสำคัญ



บริษัทฯ มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย ตัวอาคาร พื้นที่กิจกรรมทางการตลาด และงานบริการที่เป็นเลิศ เพื่อตอบสนอง และเติมเต็มความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มโดยคำนึงถึงความปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และยินดีที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง การสร้างประสบการณ์เพื่อตอบสนองต่อลูกค้าได้หลากหลายกลุ่มจะช่วยให้สามารถขยายไปยังธุรกิจรูปแบบอื่นและส่งผลดีต่อการกระจายความเสี่ยงด้านลงทุนให้กับบริษัทฯ

การบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีและเข้มแข็งจะนำมาซึ่งความผูกพันระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ การรักษาสถานลูกค้าถือเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ธุรกิจมีความเติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าและการให้บริการที่เป็นเลิศโดยมีการยกระดับมาตรฐานการให้บริการอย่างจริงจัง มีการนำผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มีการสำรวจเป็นประจำทุกปีมาพัฒนาและทำแผนงานปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

### แนวทางการบริหารจัดการ



1. บริษัทฯ ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางและเป็นแรงบันดาลใจในทุก ๆ การออกแบบผลิตภัณฑ์ สอดคล้องตามนโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า
2. สร้างประสบการณ์และให้บริการแก่ลูกค้าทุกกลุ่มเพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ สินค้า และบริการที่มีคุณภาพ เกิดความประทับใจภายใต้การปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเป็นธรรม มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ อนามัย ชีวิต และทรัพย์สิน
3. กำหนดกระบวนการในการรับฟังเสียงของลูกค้าตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลังการใช้บริการผ่านช่องทางที่มีส่วนร่วมต่างๆ ของลูกค้า แล้วนำมาวิเคราะห์และบูรณาการผลที่ได้ร่วมกับประเด็นด้านความยั่งยืนในมิติสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล
4. พัฒนาโครงการโดยมุ่งเน้นความครบถ้วนและความหลากหลายของร้านค้า การบริหารจัดการ และสนับสนุนร้านค้าให้ดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า และสร้างระบบนิเวศเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าลูกค้า และบริษัทฯ
5. ขออนุญาตก่อสร้างอย่างถูกต้องตามกฎหมายทุกโครงการ ทำการประเมินผลกระทบต่องสังคม (SIA) และสิ่งแวดล้อม (EIA) ตามแบบประเมินผลกระทบของผลิตภัณฑ์/อาคารที่จัดทำขึ้นภายในองค์กร รวมถึงให้ความสำคัญในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในโครงการ
6. ขอรับรองมาตรฐานอาคารเขียว อาคารสุขภาพที่ดี อาคารปลอดภัย การนำเสนอกิจกรรมทางการตลาดที่สนับสนุนความเท่าเทียมและสนับสนุนเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น และการให้บริการที่อำนวยความสะดวกให้กับคนทุกกลุ่ม
7. พัฒนาและส่งมอบพื้นที่ ผลิตภัณฑ์ และบริการตามกลยุทธ์ Center of Life
  - 1) การเป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิต Center of Life สร้างเดสทินเนชันเพื่อตอบสนองและเติมเต็มความต้องการของลูกค้า บูรณาการกับกลยุทธ์การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

รูปแบบผสมเพื่อเป็นจุดหมายในการมาใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของคนทุกกลุ่ม ทุกโอกาส ทุกเทศกาล (Shop-Eat-Work-Play-Stay-Live) ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง 365 วัน ทุกที่ทั่วประเทศ

- 2) ส่งมอบบริการที่เป็นเลิศและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าทุกกลุ่มด้วยนวัตกรรมบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งมากกว่าที่กฎหมายกำหนด พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมการให้บริการจากใจหรือ “Service with the Heart” การให้บริการที่เป็นเลิศในกลุ่มพนักงานที่เกี่ยวข้องและพนักงานของคู่ค้าที่จัดจ้างในการให้บริการด้านความสะดวกและความปลอดภัย
- 3) บรรจุมตรฐานการให้บริการในคู่มือการบริหารศูนย์การค้า โดยพัฒนาตามข้อกำหนดของ ISO 9001 เน้นเป้าหมายในการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ลดข้อร้องเรียน และลดประเด็นที่เกิดขึ้น
8. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและสื่อสารประชาสัมพันธ์ ข้อมูลอย่างมีรับผิดชอบ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่โครงการ รวมถึงการสร้างพื้นที่การมีส่วนร่วมให้กับสังคม ยกย่องสินค้าของชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยเพิ่มมากขึ้น
9. นำองค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาร่วมมือกับคู่ค้า/พันธมิตร เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพทั้งด้านสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น อาทิ ระบบรักษาความปลอดภัย ความสะดวก ระบบการจัดการทรัพยากร โดยมุ่งเน้นยกระดับการจัดการตามมาตรฐานสากล และหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
10. สื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ ศึกษาดูงาน และจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมให้กับประชาชนทั่วไปเพื่อให้เข้าใจถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สามารถดำเนินการได้ในชีวิตประจำวัน

## เป้าหมาย



- ☑ SI ผู้ใช้บริการศูนย์การค้ามีความพึงพอใจสูงสุด หรือ

**Net Promotor  
Score (NPS)**

ร้อยละ

**65**

- ☑ ไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัย และการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย

## ผลการดำเนินงานที่สำคัญ



1. NPS ของลูกค้าอยู่ที่ร้อยละ 51 ต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ร้อยละ 22 ทั้งนี้คะแนน NPS เฉพาะความพึงพอใจในพื้นที่ส่วนกลางและบริการอยู่ที่ร้อยละ 78 และร้อยละ 73 เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ที่ร้อยละ 12 และร้อยละ 0.02 ตามลำดับ นอกจากนี้ในการสำรวจความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์องค์กร พบว่าร้อยละ 70 ของลูกค้าเห็นด้วยจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ว่าโครงการภายใต้การบริหารของบริษัทฯ เป็นศูนย์การค้าที่ดูแลชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง
2. สรุปประเด็นข้อร้องเรียนที่ได้รับผ่านกระบวนการรับฟังเสียงจากลูกค้าจากช่องทางร้องเรียนออนไลน์ และ Call Center (รวมทางโทรศัพท์ อีเมล) ดำเนินการแก้ไขแล้วทั้งหมดร้อยละ 99.5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61 ของจำนวนรับแจ้งทั้งสิ้น 2,320 รายการ โดยสัดส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 38 เป็นการชมเชย การเสนอแนะ และการขอความช่วยเหลือ
3. ขอรับรองมาตรฐานระบบการบริหารจัดงานประชุมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างยั่งยืน หรือ ISO 20121 Event Sustainability Management System สำหรับการบริหารและจัดการพื้นที่ศูนย์ประชุมอเนกประสงค์แล้วทั้งสิ้น 11 ศูนย์ประชุม และขอรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย หรือ TMVS ทั้งประเภทห้องประชุมและการจัดงานนิทรรศการ ซึ่งรับรองโดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB แยกเป็นประเภทห้องประชุม 12 แห่ง ประเภทนิทรรศการ 7 แห่ง ประเภทกิจกรรมทางการตลาด 7 แห่ง และขอรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน หรือ AMVS จำนวน 4 แห่ง
4. บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับ Thailand's Most Admired Company 2023-2024 จาก BrandAge โดยติดอันดับ 1 บริษัทที่น่าเชื่อถือที่สุดในกลุ่มศูนย์การค้า และเป็นหนึ่งในห้า -Top 5 สุดยอดแบรนด์ทรงอิทธิพลบนโซเชียลมีเดีย จากเวทีประกวด Thailand Social Awards 2024 ครั้งที่ 13 งานประกาศรางวัลโซเชียลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ที่จัดโดย WISESIGHT ผู้พัฒนาเทคโนโลยีวิเคราะห์ข้อมูลโซเชียลมีเดีย
5. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ได้รับรางวัล 'Best Brand Performance on Social Media' สุดยอดแบรนด์ที่มีผลงานยอดเยี่ยมบนโซเชียลมีเดีย สาขา Shopping Center & Department Store 4 ปีต่อเนื่อง

## โครงการที่สำคัญ



ในการจัดกิจกรรมและแคมเปญประจำปี ซึ่งจัดปีละ 4 แคมเปญอย่างต่อเนื่องทุกปี ในปี 2567 ได้สอดแทรกศิลปะและวัฒนธรรมอันดีในระดับท้องถิ่นและระดับโลก เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์รวมถึงความภูมิใจในท้องถิ่นที่ผสมผสานกับการจัดกิจกรรมทางการตลาดให้เข้าถึงประชาชนในวงกว้าง รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมด้านความยั่งยืนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อาทิ



### แคมเปญ 'The Great Chinese New Year 2024'

แคมเปญเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีน โดยความร่วมมือกับศิลปินระดับโลกชาวฝรั่งเศส Jeanne Detallante (จาน เดอทาลอง) ออกแบบหัวมังกรมหามงคล ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์เพื่อเป็นแลนด์มาร์กของเมือง รวมไปถึงการชูงานศิลปะสะท้อนอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นทุกภาคผ่านประติมากรรม 17 มังกรหัตถศิลป์มงคลโดยใช้วัสดุท้องถิ่น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ/หรือ เชื่อมโยงกับสินค้าอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างงดงาม



### กิจกรรม 'The World's Great Celebration 2025'

ปรากฏการณ์ความสุขช่วงปลายปี ในฐานะสัญลักษณ์แห่งเทศกาลความสุขระดับโลก ทำให้ศูนย์การค้าเซ็นทรัลทั่วประเทศเป็น Santa Village ครั้งแรกในประเทศไทยพร้อมต้นซอว์ฟต์พาวเวอร์ไทยด้วยการรังสรรค์ 11 ต้นคริสต์มาส ชูเสน่ห์อัตลักษณ์ท้องถิ่น สูงงานควาฟท์หนึ่งเดียวในโลก ให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจของคนในจังหวัดและเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นอีกด้วย

### งาน Better Futures Project 2024 ปีที่ 3 ภายใต้คอนเซ็ปต์ ANSWER THE CALL นิทรรศการสาย ACTION ลงแรงทำเพื่อโลก

มุ่งเน้นการสร้างการตระหนักรู้ด้านความยั่งยืนและการดูแลสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มลูกค้าด้วยครั้งแรกของ Net Zero Impact Event เป็นแกนหลักในการจัดอีเวนต์ตั้งแต่การออกแบบนิทรรศการที่ใช้วัสดุที่รีไซเคิลได้ถอดประกอบได้ง่าย – การขนส่งด้วยรถไฟฟ้า – การจัดการวัสดุโครงสร้างเมื่อจบงาน-วัดปริมาณคาร์บอนที่เกิดขึ้นระหว่างงาน-ซื้อคาร์บอนชดเชยนำเสนอมผ่านห้อง Save the Sea ดิจิทัลอิมเมอร์ซีฟ ชวนเล่นเกมเก็บขยะใต้ทะเล และนิทรรศการโครงการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท และพันธมิตร จัดขึ้น ณ เซ็นทรัลเวิลด์, เซ็นทรัล เวสต์วิลล์, เซ็นทรัล เชียงใหม่ เฟสติวัล, เซ็นทรัล ลำปาง, เซ็นทรัล หาดใหญ่, เซ็นทรัล ขอนแก่น, เซ็นทรัล ศรีราชา และยังได้รับโอกาสเป็นส่วนหนึ่งในงานมหกรรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

## บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับลูกค้าทุกกลุ่มตามไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปอย่างกันทั่วถึง

### บริการด้านพื้นที่จอดรถและจราจร



พื้นที่จอดรถสำหรับ  
ผู้ต้องการเป็นพิเศษ  
ใน 39 โครงการ

**1,009**

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถสำหรับ  
ครอบครัวที่มีรถเข็นเด็ก  
ใน 28 โครงการ

**223**

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถชาร์จไฟฟ้า  
ใน 40 โครงการ

**537**

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถซูเปอร์คาร์  
ใน 32 โครงการ

**312**

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถซูเปอร์ไบค์  
ใน 15 โครงการ

**321**

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถบิ๊กไบค์  
ใน 19 โครงการ

**536**

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถจักรยาน  
ใน 19 โครงการ

**1,481**

คัน

- บริการจองที่จอดรถผ่านแอปพลิเคชัน (Reserved Parking) ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์
- ที่จอดรถสำหรับ VIP จำนวน 1,731 ช่องจอด ใน 32 โครงการ
- บริการแจ้งช่องจอดรถอัจฉริยะจำนวน 32,339 จุดใน 12 โครงการ
- บริการจุดร่วมขนส่ง จำนวน 15 จุด ใน 14 โครงการ
- บริการรถ รับ-ส่ง ตามจุด รวม 8 โครงการ
- ระบบชำระค่าบริการจอดรถแบบไร้เงินสด จำนวน 73 จุด ใน 7 โครงการ
- บริการ “Call Point Service” อำนวยความสะดวกแก่เหตุในลานจอดรถ เช่น หาที่จอดรถไม่เจอ มีรถจอดขวาง จำทางออกไม่ได้ และแจ้งรถขัดข้อง หรือเมื่อต้องการความช่วยเหลือฉุกเฉินจากเจ้าหน้าที่ จำนวน 2,247 จุด ใน 32 โครงการ

### บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่คำนึงถึงคนทุกกลุ่มระหว่างการใช้บริการภายในศูนย์การค้า

#### สำหรับกลุ่มครอบครัวและผู้ที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ



ห้องให้นมบุตร

**40**

จุด ใน 8 โครงการ



ห้อง/จุดเปลี่ยนผ้าอ้อม

**128**

ห้อง / 250 จุด  
ใน 24 โครงการ



ห้องน้ำเด็กแบบแยกห้อง

**7**

ห้อง ใน 5 โครงการ



ที่นั่งรับประทานอาหาร  
สำหรับเด็ก

**18**

จุด ใน 18 โครงการ



รถเข็นเด็กเล็ก

**296**

คัน ใน 34 โครงการ



รถสำหรับเด็ก-ขับเคลื่อนโดย  
ตัวเด็กเอง หรือ Kiddy Car

**542**

คัน ใน 34 โครงการ



รถเข็นสำหรับสัตว์เลื้อย  
**78** คัน ใน 10 โครงการ



สนามเด็กเล่นเด็ก  
**32** จุด ใน 24 โครงการ



รถไฟ Happy Train  
**22** คัน ใน 22 โครงการ



เก้าอี้ล้อเลื่อน-รถเข็น  
สำหรับผู้ที่ต้องการเป็นพิเศษ  
**488** คัน ใน 34 โครงการ



ห้องน้ำ  
สำหรับคนพิการ  
**329** ห้อง ใน 35 โครงการ

### สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว



เคาน์เตอร์สำหรับกรุ๊ปทัวร์  
ใน **4** โครงการ



ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว  
**4** จุด ใน 4 โครงการ



บริการรับฝากและขนส่ง  
กระเป๋าเดินทาง  
(ทั้งแบบมี/ไม่มีค่าใช้จ่าย)  
ใน **6** โครงการ

### สำหรับกลุ่มอื่น ๆ อาทิ



ห้องละหมาด  
**16** จุด ใน 16 โครงการ



ที่นั่งพัก (Rest Area)  
**96** จุด ใน 25 โครงการ



ที่นั่งสำหรับทำงาน  
พร้อมปลั๊กไฟ  
**51** จุด ใน 30 โครงการ



สัญญาณ  
อินเทอร์เน็ตไร้สายฟรี  
**12** โครงการ



ตู้ชาร์จ  
โทรศัพท์มือถือ  
**1** ตู้ ใน 1 โครงการ



จุดบริการรับทิ้ง  
และคัดแยกขยะรีไซเคิล  
ใน **20** โครงการ



ให้บริการยืมแบตเตอรี่สำรอง  
(Power Bank)  
**277** เครื่อง ใน 33 โครงการ



Concierge Service /  
Information Counter  
**35** โครงการ



เจ้าหน้าที่ให้บริการ  
Ambassador  
**98** คน ใน 23 โครงการ



ศูนย์บริการร่วม (G Center)  
**18** โครงการ



ห้องปฐมพยาบาล  
**36** จุด ใน 35 โครงการ



เครื่องกระตุกหัวใจ AED  
**38** จุด ใน 36 โครงการ



กล้อง CCTV  
**9,084** จุด ใน 36 โครงการ

## S2 การบริหารจัดการความสัมพันธ์ และพัฒนาร้านค้า

### ความสำคัญ



การสนับสนุนและพัฒนาร้านค้าให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและเติบโตนั้นจะส่งผลดีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท เพราะเมื่อร้านค้ามีการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ก็จะสามารถส่งมอบประสบการณ์การให้บริการที่ดีและตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงการแนะนำบอกต่อลูกค้า ซึ่งก็จะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์บริษัท

บริษัท ส่งเสริมสนับสนุนและผลักดันให้พันธมิตรทางธุรกิจร้านค้าทุกกลุ่ม ทั้งรายเล็กและรายใหญ่ที่มีศักยภาพให้ร่วมเติบโตในการทำธุรกิจไปด้วยกัน ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับโลก โดยหลายแบรนด์เริ่มจากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรอบรมผู้ประกอบการของบริษัทฯ นำไปสู่การเปิดเป็นร้านค้าขนาดเล็ก พัฒนาไปเป็นแบรนด์ร้านค้าที่เป็นที่รู้จักจนประสบความสำเร็จ สามารถต่อยอดสินค้าและบริการที่หลากหลายขยายสาขาและขยายธุรกิจในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไปได้ อีกทั้งร่วมกันปรับตัวตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจจากกลยุทธ์ Omnichannel เพื่อสร้างประสบการณ์ครบวงจรให้กับลูกค้าไปด้วยกัน



### แนวทางการบริหารจัดการ



1. บริษัทฯ ยึดร้านค้าเป็นศูนย์กลางหรือ Tenant Centric Business Partnership โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พื้นที่ กิจกรรมทางการตลาด สื่อประชาสัมพันธ์ และความร่วมมือต่าง ๆ รวมทั้งการให้บริการให้กับทุกกลุ่มผู้ประกอบการ สอดคล้องตามนโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า เพื่อให้ร้านค้าได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ได้ผลประโยชน์ที่ดีที่สุด คู่ค้าในการเลือกเปิดร้านในพื้นที่ของบริษัทฯ ภายใต้การปฏิบัติตามสัญญา หรือข้อตกลงอย่างเป็นธรรม มีความปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัย ชีวิต และทรัพย์สิน
2. ขับเคลื่อนตามกลยุทธ์การเป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิต Center of Life โดยจัดสรรและบริหารพื้นที่ร้านค้าตามประเภทธุรกิจ ด้วยการแบ่งโซนการเดินทางให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ในรูปแบบผสมผสานระบบนิเวศทางธุรกิจที่เกื้อกูลระหว่างกัน ส่งผลให้ลูกค้ามาใช้บริการและจับจ่ายใช้สอยในร้านค้าอย่างต่อเนื่องตลอด 365 วัน
  - เชื่อมโยงผู้ประกอบการร้านค้าให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ดอกเบี้ยต่ำ
  - เชื่อมโยงผู้ประกอบการร้านค้าให้เข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าผ่านแอปพลิเคชัน The 1 Biz เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
  - สร้างความร่วมมือในด้านความยั่งยืน ผ่านโครงการ Green Partnership โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการใช้พลังงาน และลดขยะฝังกลบ
3. กำหนดมาตรฐานคู่มือการเปิดร้านของบริษัทฯ และระเบียบปฏิบัติงานมาตรฐานในการดูแลการปฏิบัติการของร้านค้า ครอบคลุมตั้งแต่ก่อนการเปิดดำเนินการ ไปจนถึงการให้บริการเมื่อร้านค้าเปิดดำเนินการแล้ว รวมถึงการตรวจประเมินการปฏิบัติการประจำปี ในประเด็นเรื่องระบบสาธารณสุข โภค การจัดการและกำจัดของเสีย และการดูแลความปลอดภัย และเหตุการณ์ผิดปกติ
- 3.1) นำมาตรฐาน ISO 9001 มาใช้ในการดูแลเรื่องการให้บริการร้านค้า ISO 14001 มากำหนดกระบวนการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและของเสียให้กับร้านค้า และ ISO 45001 มาใช้ในการดูแลเรื่องความปลอดภัยของร้านค้า

- 3.2) นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ในการดูแลการปฏิบัติการร้านค้าเพื่อเพิ่มความสะดวก ความรวดเร็ว และความสามารถในการติดตามผลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นภายใต้ระบบ Smart Property ที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชัน SERVE และโปรแกรม Enterprise Resource Planning โดยตรง อีกทั้งกำหนดให้การปิดใบสั่งงาน (Incident Notification) ที่เกิดขึ้นในระบบ เป็นอีกหนึ่งตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ให้บริการ
- 3.3) ออกข้อกำหนดมาตรฐานสาธารณูปโภคอาคารและงานระบบในคู่มือการบริหารศูนย์การค้า และขอความร่วมมือจากร้านค้าในการตกแต่งร้านค้าให้สอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานอาคารเขียว ครอบคลุมในเรื่องระบบไฟฟ้าแสงสว่าง ระบบปรับอากาศระบบระบายอากาศ ระบบควัน ระบบความปลอดภัย ระบบสุขาภิบาล ระบบแก๊ส และควบคุมการใช้ไฟฟ้า
4. กำหนดกระบวนการรับฟังเสียงของร้านค้า ผ่านช่องทางความร่วมมือของร้านค้า นำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยบูรณาการร่วมกับประเด็นที่ได้รับจากลูกค้าและชุมชนในเรื่องที่ใกล้เคียงหรือเชื่อมโยงกัน
5. มีการพัฒนาและจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการร้านค้า เรื่องการจัดร้าน การวางสินค้า และพัฒนาโปรแกรมส่งเสริมการขายและการตลาดในรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของร้านค้า เพื่อผลักดันยอดขายให้ดีขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานของร้านค้า



6. พัฒนา โครงการเซ็นทรัลพัฒนาลีด - LEAD (Leading Entrepreneur Advanced Development Program) ซึ่งเป็นโครงการอบรมเชิงลึกสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และโปรแกรมรีเทลอะคาเดมีสำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อสร้างผู้ประกอบการ Local Hero ที่โดดเด่นและมีศักยภาพในแต่ละจังหวัด

7. ดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงานผู้ประกอบการร้านค้าและพนักงานของผู้เช่าสำนักงานโดย
  - 7.1) นำผลจากการตรวจประเมินการปฏิบัติการประจำปี และผลจากการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนแบบรอบด้าน มาวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงและแผนในการพัฒนาเพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
  - 7.2) กำหนดแผนงานการดูแลคุณภาพชีวิตพนักงานร้านค้า ได้แก่
    - 1) ด้านสุขภาพและความปลอดภัย โดยการจัดห้องพยาบาลในสถานประกอบการเพื่อให้บริการครอบคลุมถึงพนักงานของร้านค้า การตรวจควบคุมคุณภาพอากาศภายในอาคารให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน รวมถึงติดตั้งเครื่องตรวจวัดปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์และเครื่องกรองอากาศคุณภาพ MERV 16 ซึ่งเกรดสูงกว่ากฎหมายกำหนด
    - 2) ด้านความเป็นอยู่ โดยจัดสรรพื้นที่สำหรับให้พนักงานร้านค้าได้พักในช่วงเบรก จัดห้องอาหารพนักงานสำหรับรับประทานอาหารที่มีคุณภาพในราคาที่ย่อมเยา และจัดสรรที่จอดรถสำหรับพนักงานร้านค้าโดยเฉพาะตามพื้นที่ที่เอื้อให้ดำเนินการในแต่ละโครงการ
  - 7.3) กำหนดแผนงานดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงานผู้เช่าสำนักงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานอาคารเขียว ซึ่งครอบคลุมในเรื่องคุณภาพอากาศภายในอาคาร คุณภาพน้ำใช้อุปโภคในห้องน้ำและห้องชะล้าง คุณภาพของแสง อาทิ
    - 1) คำนึงถึงแสงธรรมชาติ โดยใช้ Skylight และ Sidelight เพื่อเปิดให้แสงธรรมชาติส่องเข้ามาภายในอาคารและเปิดมุมมองออกสู่ทัศนียภาพภายนอก
    - 2) ส่งเสริมบรรยากาศและสร้างความใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยเพิ่มพื้นที่สวนภายในอาคารและใช้วัสดุธรรมชาติตกแต่งภายในอาคาร เช่น ไม้หรือวัสดุที่มีลวดลายเลียนแบบวัสดุธรรมชาติ
    - 3) กำหนดการเข้าถึงและนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการ ตามกฎกระทรวง

## เป้าหมาย



- ✓ S2 ผู้ประกอบการร้านค้ามีความพึงพอใจสูงสุด หรือ

**Net Promotor  
Score (NPS)**

ร้อยละ

**49**

- ✓ ไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัย และการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย

## ผลการดำเนินงานที่สำคัญ



1. ร้านค้ามีความพึงพอใจสูงสุด หรือ NPS ที่ร้อยละ 51 เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ 4 และเพิ่มขึ้นจากปี 2566 ที่ร้อยละ 19 ทั้งนี้บริษัท มีการประเมินชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงานร้านค้า ซึ่งได้คะแนน NPS ที่ร้อยละ 47 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากคะแนนที่ได้ในปี 2566

### ร้านค้ามีความพึงพอใจสูงสุด

Net Promotor  
Score (NPS) ที่ร้อยละ

**51** เพิ่มขึ้นจากปี 2566  
ที่ร้อยละ 19

2. สรุปประเด็นข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากร้านค้าที่ได้รับผ่าน SERVE จำนวน 602 รายการ และได้ดำเนินการแก้ไขแล้วคิดเป็นร้อยละ 85 จากทั้งหมด ทั้งนี้ รายการที่ยังค้างในระบบนั้นได้ดำเนินการปรับปรุง บรรเทา และเยียวยาตามความเหมาะสมเรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างกระบวนการตรวจสอบเพื่อปิดรายการในระบบเท่านั้น
3. บริษัทฯ ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการร้านค้ารายย่อยและท้องถิ่นให้ยังคงสามารถเปิดร้านค้าปลีกแบบโมเดิร์นเทรดได้จำนวน 5,886 ร้าน (นับซ้ำแบรนด์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2566 ที่ร้อยละ 2 เมื่อเทียบขนาดพื้นที่พบว่ามีการจัดสรรให้เพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 4 จากปี 2566 เป็นไปตามกลยุทธ์ความยั่งยืนในการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยและท้องถิ่น



4. จำนวนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่จะเข้าร่วมโครงการ LEAD ทั้งสิ้น 179 ราย ต่อยอดดำเนินธุรกิจเปิดร้านค้ากับบริษัทฯ ที่ร้อยละ 72 ของทั้งหมด ค่าผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการ LEAD อยู่ที่ร้อยละ 120 (นับแบบสะสมตั้งแต่ปี 2562-2567) ในปี 2567 เป็นการดำเนินการต่อเนื่องถึง LEAD รุ่นที่ 5 โดยแบรนด์ที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมประจำปี รวม 5 แบรนด์ ได้แก่ Kim&Co., Self. Smoothie, Bottomless, Cove Luggage, Holen

5. ดำเนินการปรับปรุงระบบหมุนเวียนอากาศในร้านค้า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งตามแผนการขอรับรองมาตรฐานอาคารเขียว TREES โดยตั้งเป้าหมายในการขอรับรองทั้งสิ้น 4 โครงการใหม่ (นับปี 2565-2567) ผลสัมฤทธิ์อยู่ที่ร้อยละ 25
6. จัดกิจกรรมในพื้นที่ส่วนกลางเพื่อสนับสนุนคุณภาพชีวิตของพนักงานผู้เช่าสำนักงาน เช่น การเล่นโยคะ กิจกรรมนันทนาการ กีฬา บำบัด โดยประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน centralwOrld Office และ G Land Offices

## โครงการที่สำคัญ



1. บริษัทฯ พัฒนาระบบนิเวศทางการตลาด เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าเกิดการจับจ่ายในร้านค้าเพิ่มขึ้นทั้งในช่วงเทศกาลและช่วงนอกเทศกาล เพื่อกระตุ้นยอดขายให้กับร้านค้าตลอดทั้งปี โดยการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งเงินสนับสนุนกับยอดขายของร้านค้า และแพลตฟอร์มในการสะสมคะแนน เช่น The 1 Biz ซึ่งในแต่ละแคมเปญจะมียอดการประกอบในส่วนของการตกแต่งพื้นที่ศูนย์การค้า กิจกรรมอีเวนต์ กิจกรรมออกร้าน กิจกรรมเวิร์กช็อป และกิจกรรมแลกเปลี่ยนของสมนาคุณ อาทิ แคมเปญตรุษจีน ช่วงต้นปี แคมเปญ The Greatest Grand Sale ช่วงกลางปี และแคมเปญ The Great Celebration ช่วงปลายปี และ มีการจัดแคมเปญทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายในแต่ละหมวดหมู่สินค้า (Category Campaign) ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสการขายและสร้างการเติบโตให้กับคู่ค้าที่หลากหลาย ครอบคลุมกลุ่มร้านค้าประเภทแฟชั่น กลุ่มร้านค้าประเภทร้านอาหาร และกลุ่มร้านค้าประเภท Specialty



2. เพื่อเป็นการเสริมสร้างความร่วมมือด้านความยั่งยืน บริษัทฯ ได้เชิญชวนร้านค้าที่มีความมุ่งมั่นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้าร่วมโครงการ Green Partnership ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างศูนย์การค้า และร้านค้า ตลอดจนกิจกรรมการ

เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมี ดร.พิรุณ สัยยะสิทธิ์พานิช อธิบดีกรมฯ เป็นประธานในพิธี พร้อมร่วมปาฐกถาเน้นย้ำวิสัยทัศน์และความร่วมมือของภาคธุรกิจ ในการสนับสนุนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ

โครงการนี้มุ่งลดการใช้พลังงานและขยะฝังกลบ โดยจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้เช่าและผู้ประกอบการเกี่ยวกับแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของศูนย์การค้า พร้อมหารือแนวทางลดการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ปี 2567 มีร้านค้าสนใจเข้าร่วมกว่า 165 แปรณต์ รวมกว่า 2,600 ร้านค้า เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ถึง 3.6 เท่า ส่งผลให้สามารถลดการใช้

ไฟฟ้ารวมกว่า 4.4 ล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมง คิดเป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่า 200,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินโครงการ 'ร้านค้านำร่องลดการใช้พลังงาน' โดยสนับสนุนการสำรวจด้านพลังงานเชิงลึกสำหรับตัวแทนแบรนด์ในกลุ่มธุรกิจอาหาร แฟชั่น และอื่น ๆ พร้อมจัดทำแผนมาตรการลดการใช้พลังงานให้กับร้านค้า รวมถึงอยู่ระหว่างการจัดทำคู่มือประหยัดพลังงานและลดก๊าซเรือนกระจกสำหรับร้านค้า เพื่อส่งเสริมการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อม

## S3 การบริหารจัดการ และสร้างความผูกพันกับบุคลากร

### ความสำคัญ



ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ของบุคลากรคือทุนมนุษย์ที่องค์กรหาวิธีการจัดการบริหารและพัฒนาเพื่อให้แต่ละคนในองค์กรได้ใช้ศักยภาพความรู้ความสามารถที่มีก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อตนเอง ต่อลูกค้า และต่อองค์กร การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงาน สร้างให้เกิดความผูกพันกับองค์กร และบริหารจัดการบุคลากรให้อยู่กับองค์กรได้ในระยะยาว จะส่งผลให้เกิดความต่อเนื่องทั้งการดำเนินงานและการเติบโตของบริษัทฯ การส่งเสริมและพัฒนาความสามารถและศักยภาพของบุคลากร จะช่วยให้องค์กรพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันทางธุรกิจอยู่เสมอและทำให้คุณภาพของสินค้าและการให้บริการดีขึ้น ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าที่จะนำไปสู่ผลกำไรและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ การจัดสรรสวัสดิการและค่าตอบแทนรวมถึงสภาพการทำงานที่เป็นธรรม การดูแลอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และสนับสนุนความเท่าเทียมในองค์กรให้ตรงกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของแต่ละบุคคล จะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพในการทำงานซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์กรทั้งในด้านผลประโยชน์และภาพลักษณ์ที่ดี อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ช่วยดึงดูดพนักงานที่มีศักยภาพให้อยากเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

### แนวทางการบริหารจัดการ



- กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร ได้แก่ นโยบายการปฏิบัติต่อพนักงาน นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นโยบายป้องกันการฟอกเงิน นโยบายการมีส่วนร่วมทางการเมือง นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ นโยบายการเคารพกฎหมาย และหลักสิทธิมนุษยชน ดำเนินการบริหารจัดการภายใต้แนวทาง ILO UNGC และกฎหมายข้อบังคับของประเทศไทย และระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรด้วยพฤติกรรมตาม 4 ความเชื่อขององค์กร และค่านิยมในโลกสมัยใหม่ตามแนวทางความยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรในดวงใจของพนักงาน
- กำหนดกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการบุคลากร ภายใต้แผนการปฏิรูปองค์กร โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีส่วนช่วยในการบริหารจัดการบุคลากรในกระบวนการต่าง ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีของพนักงาน (Employee Experience) ในการสรรหา พัฒนา รักษา ประเมิน สื่อสาร และสร้างวัฒนธรรมองค์กร
- เคารพหลักสิทธิมนุษยชนของพนักงานโดยปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม และส่งเสริมให้พนักงานปกป้องสิทธิของตนเองโดยสามารถร้องเรียนผ่านระบบ Whistle Blower หากพบเจอเหตุการณ์ที่ไม่เหมาะสม

4. นำระบบการจัดการทรัพยากรบุคคลแบบดิจิทัล ภายใต้ชื่อ CneXt มาเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและดูแลบุคลากร พร้อมเก็บข้อมูล วิเคราะห์ ประมวลผล และนำสู่การพยากรณ์อนาคตเพื่อให้การบริหารจัดการสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิผลมากขึ้น
5. กำหนดแนวทางในการสรรหาบุคลากรสอดคล้องตามนโยบายสิทธิมนุษยชนของบริษัท กำหนดแผนงานการวางอัตรากำลังคน และกลยุทธ์สรรหาและเสริมสร้าง (Build & Buy) โดยมีการวิเคราะห์และทำนายชุดข้อมูลบนระบบ CneXt ผ่านช่องทางการสรรหาทั้งจากภายในบริษัท และกลุ่มบริษัทเครือข่าย และภายนอกองค์กร
6. กำหนดแนวทางการพัฒนาบุคลากรเป็น 3 ส่วน คือ
  - 1) การพัฒนาสมรรถนะความสามารถและความรู้เฉพาะฝ่ายงาน (Functional Competency) 2) การพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership Development) และ 3) การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพและผู้สืบทอดตำแหน่ง ด้วยโมเดลการเรียนรู้ 70-20-10 โดยให้พนักงานได้วางแผนการพัฒนาตนเอง และกำหนดเป้าหมายในสายอาชีพบนระบบ CneXt
7. ใช้เครื่องมือบริหารเป้าหมายและติดตามผลลัพธ์สำคัญตามวัตถุประสงค์ (OKR- Objectives and Key Results) ในการวัดและประเมินผลงานของพนักงานในทุกระดับ โดยบรรจุกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานรายบุคคลกรดังกล่าวไว้บนระบบ CneXt โดยมีกระบวนการเริ่มต้นตั้งแต่การตั้งเป้าหมาย OKRs ไปจนถึงการพิจารณาการปรับเงินเดือน และเชื่อมโยงข้อมูลกับกระบวนการกำหนดเป้าหมายในสายอาชีพ และการพัฒนาตนเองในระบบ CneXt
8. ดูแลเอาใจใส่บุคลากรในองค์กร สร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ตอบเจตคติการทำงานในแต่ละวัน โดย
  - 8.1) กำหนดนโยบายในการทำงานและสวัสดิการในสถานที่ทำงาน
  - 8.2) จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ สภาพภาพแรงงานเพื่อผลักดันนโยบายด้านสวัสดิการของพนักงาน และคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) ทั้งในระดับองค์กรและในระดับสาขาเพื่อผลักดันนโยบายและแผนงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน
  - 8.3) จัดตั้งหน่วยงาน Workplace เพื่อดูแลสภาพความเป็นอยู่ และปรับปรุงสถานที่ทำงานตามความคิดเห็น และข้อมูลป้อนกลับที่ได้จากช่องทางการรับฟังเสียงของพนักงาน
  - 8.4) จัดกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ภายใต้แนวทาง YOU ดี มี สุข ครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ สุขภาพกาย สุขภาพจิต สุขภาพทางการเงิน และสุขภาพจิตใจและความสัมพันธ์
9. เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้แข็งแกร่ง ตามความเชื่อ 4 ประการ โดยบูรณาการให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มีธรรมาภิบาล วัฒนธรรมที่เคารพในสิทธิมนุษยชน วัฒนธรรมการจัดการความเสี่ยง ภายใต้การบริหารจัดการแบบ GRC (Governance, Risk Management & Internal Control and Compliance) และวัฒนธรรมความปลอดภัยในองค์กร ควบคู่กันไป
10. ประเมินความผูกพันต่อองค์กร หรือ CG Voice ทุกปี เพื่อรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของพนักงาน ในมิติ
  - 1) ความพึงพอใจและยึดมั่นในองค์กร 2) ประสิทธิภาพการทำงาน 3) วัฒนธรรมองค์กร 4) ความสุขและการจัดการความเครียด 5) หัวหน้างาน 6) คุณค่าและเป้าหมายในการทำงาน เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ผลการประเมินความผูกพันและปัจจัยที่ส่งผลต่อคะแนนความผูกพันจะถูกนำไปวิเคราะห์ และพัฒนาแผนงานยกระดับความผูกพันของบุคลากร กำหนดโดยทีมบริหารจัดการของแต่ละหน่วยงาน และบรรจุเป็นเป้าหมาย OKR สำหรับหัวหน้างานที่มีผู้ใต้บังคับบัญชา

### เป้าหมาย



☑ S3.1 คะแนนความผูกพันพนักงานต่อองค์กรมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ

**80**

☑ ไม่มีข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานที่ไม่เป็นธรรม

☑ พนักงานทุกระดับผ่านบททดสอบการเรียนรู้หัวข้อ จรรยาบรรณองค์กร รวมถึงได้รับการพัฒนาตามแผนการพัฒนาศักยภาพร้อยละ 100

☑ S3.2 ผลผลิตภาพของพนักงานเพิ่มขึ้นร้อยละ

**5**

จากปี 2566



## ผลการดำเนินงานที่สำคัญ



| ผลการดำเนินงานในปี 2567             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การสรรหา                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| การสรรหาบุคลากรจากภายในองค์กร       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เติมนตำแหน่งงานที่ว่างจากโปรแกรม 'โอนย้ายภายใน' ได้ 959 อัตรา คิดเป็นร้อยละ 49.3 ของตำแหน่งงานที่เปิดรับ</li> <li>• ดำเนินการต่ออายุบุคลากรเกษียณอายุ จำนวน 27 คน</li> <li>• รับพนักงานโอนย้ายจากโปรแกรม 'โอนย้ายภายในกลุ่มเซ็นทรัล' จำนวน 21 คน</li> <li>• บรรจุพนักงานจากโปรแกรม 'ผู้บริหารรุ่นใหม่กลุ่มเซ็นทรัล' หรือ Central Group Management Associate (MA) จำนวน 3 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 14.29 ของจำนวน MA ทั้งหมดในโครงการ (21 คน) และมี MA จำนวน 3 คนที่จบหลักสูตร รุ่นปี 2567 และบรรจุเข้าหน่วยงาน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| การสรรหาบุคลากรจากภายนอกองค์กร      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• สรรหาผ่านสื่อและช่องทางออนไลน์ <a href="https://careers.centralgroup.com/centralpattana">https://careers.centralgroup.com/centralpattana</a> และ Job Board ได้จำนวน 1,328 อัตรา โดยค่าใช้จ่ายในการสรรหาเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.18 จากปี 2566 และค่าใช้จ่ายต่ออัตราจ้างต่อคนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2 และใช้เวลาในการสรรหาว่าจ้างเฉลี่ยเร็วขึ้นจากปี 2566 ร้อยละ 9.1</li> <li>• มีการจ้างงานนักศึกษาฝึกงาน จำนวน 18 คน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| การพัฒนาบุคลากร                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• วางแผนผู้สืบทอดสำหรับผู้บริหารระดับสูงในตำแหน่งสำคัญ ตามแผนที่กำหนดไว้คิดเป็นร้อยละ 88 ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีการติดตามความคืบหน้าผลการพัฒนาในทุกไตรมาส</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| การพัฒนาผู้นำ                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• รับผู้บริหารภายใต้โปรแกรม GM Trainee ทั้งสิ้นจำนวน 10 คน ซึ่งทั้ง 10 คนนี้กำลังอยู่ในระหว่างการประเมินผลปฏิบัติงานผ่านการปฏิบัติงานจริง ในตำแหน่ง Acting Assistant General Manager</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| การอบรมและพัฒนาความสามารถของบุคลากร | <ul style="list-style-type: none"> <li>• จัดอบรมทั้งสิ้นจำนวน 282 หลักสูตร เป็นหลักสูตร e-Learning จำนวน 45 หลักสูตร และเป็นหลักสูตร Classroom จำนวน 237 หลักสูตร ทั้งนี้ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการฝึกอบรมโดยรวมเท่ากับร้อยละ 79 (ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2566) และจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของบุคลากรอยู่ที่ 20 ชั่วโมงต่อคนต่อปี</li> <li>• เสริมทักษะและจิตสำนึกด้านความยั่งยืน โดยจัดอบรมออนไลน์ e-Learning ในหลักสูตร <ul style="list-style-type: none"> <li>- การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ผู้เข้าร่วม 5,393 คน</li> <li>- การป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) รวมผู้เข้าร่วม 805 คน</li> <li>- หลักสูตรอบรมด้านความปลอดภัย รวมจำนวนผู้เข้าอบรม 1,724 คน (นับซ้ำคน)</li> <li>- หลักสูตรอบรมด้านสิ่งแวดล้อม รวมจำนวนผู้เข้าอบรม 275 คน (นับซ้ำคน)</li> <li>- หลักสูตรพื้นฐานด้านความยั่งยืนของธุรกิจ (Preliminary to Corporate Sustainability) (P01) จำนวน 262 คน และหลักสูตรพื้นฐานความรู้ด้านความยั่งยืน (ESG 101) จำนวน 276 คน ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมจำนวนผู้เข้าอบรม 538 คน (นับซ้ำคน)</li> </ul> </li> <li>• ให้อุปกรณ์ปริ้นเตอร์ จำนวน 2 ชุด</li> </ul> |
| การประเมินบุคลากร                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การประเมินผลงานของบุคลากร เป็นการประเมินด้วยระบบ CneXt ทั้งสิ้น มีการให้คำแนะนำและให้ข้อมูลป้อนกลับ รวมไปถึงการประเมินแบบ 360 องศาในระบบ รวมไปถึง 180 Multi-rater Leadership Survey อีกทั้งมีการพูดคุยทบทวนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในมุมมองตนเองและหัวหน้างานนอกเหนือจากการประเมินในระบบ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| การดูแลบุคลากร                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• มีพนักงานร่วมเป็นคณะกรรมการสวัสดิการ ทั้งสิ้นจำนวน 10 คน</li> <li>• มีการแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยฯ (คปอ.) ในศูนย์การค้าแต่ละสาขา และสำนักงานใหญ่ รวมจำนวนทั้งสิ้น 386 คน เป็นตัวแทนนายจ้าง 163 คน และเป็นตัวแทนลูกจ้าง 223 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ของพนักงานทั้งหมด (ไม่รวมพนักงานสัญญาจ้าง)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

1. พนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ร้อยละ 83 และยินดีที่จะแนะนำให้เพื่อนมาสมัครงานกับบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 85 โดยมีพนักงานร่วมทำแบบประเมินคิดเป็นร้อยละ 95 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลสุดยอดนายจ้างดีเด่นแห่งประเทศไทย ประจำปี 2567 จากบริษัท คินเซนทริก (ประเทศไทย) อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากการพิจารณา 4 มิติหลัก ได้แก่ ความผูกพันของพนักงานในองค์กรที่สูง การให้ความสำคัญกับบุคลากรที่มีความสามารถ การมีส่วนร่วมของผู้นำองค์กร และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ยืดหยุ่น ทั้งนี้ยังได้รับรางวัลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น รางวัลองค์กรที่ดึงดูดใจพนักงานที่สุด จากบริษัท Future Trends
2. ผลผลิตภาพของพนักงาน (Employee Productivity) เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากปี 2566
3. ไม่พบข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานที่ไม่เป็นธรรม
4. พนักงานทุกระดับผ่านบททดสอบการเรียนรู้หัวข้อ จรรยาบรรณองค์กร รวมทั้งได้รับการพัฒนาตามแผนการพัฒนานุเคราะห์ ร้อยละ 100
5. บริษัทฯ ได้รับรางวัลที่ได้รับเกี่ยวกับงานด้านทรัพยากรบุคคล ประจำปี 2567 ดังนี้



รางวัล Future Trends 2024

สาขา Most Attractive Employer Under 30 ปี และสาขา Most Attractive Employer



รางวัล HR Excellence Award 2024

ด้าน Excellence in the Use of HR Tech Gold Awards จากงาน HR Excellence Awards 2024 จัดโดย Human Resources Online ประเทศสิงคโปร์ โดยคัดเลือกจากองค์กรในประเทศไทยที่มีความโดดเด่นในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารงานด้านทรัพยากรบุคคลครอบคลุมในทุกมิติ ทั้งในด้านการปฏิบัติงาน การปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานของพนักงาน ตลอดจนการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างกำไรให้กับองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง



รางวัล Kincentric Best Employers 2024

รางวัลสุดยอดนายจ้างดีเด่นแห่งประเทศไทย ประจำปี 2567 (Kincentric Best Employers 2024) โดย คินเซนทริก ประเทศไทย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ตอกย้ำการเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับความผูกพันของพนักงาน และมีแนวทางพัฒนานุเคราะห์เพื่อขับเคลื่อนผลลัพธ์ทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

## โครงการที่สำคัญ



### โครงการ YouดีMeสุข

โครงการที่จัดขึ้นสำหรับพนักงานในการดูแลด้านสุขภาพกาย และสุขภาพจิตในทุกมิติ ที่ส่งเสริมให้พนักงานสุขภาพดีและมีความสุขไปพร้อมกัน โดยแบ่งกิจกรรมออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ สุขภาพกาย สุขภาพใจ การเงิน และสังคม

#### ด้านสุขภาพกาย (Physical Wellbeing): ร่างกายดี

- Step up Challenge กิจกรรมส่งเสริมการดูแลสุขภาพ ผ่านการนับจำนวนก้าวประจำวันด้วยการออกกำลังกาย เล่นกีฬา หรือเพียงลุกออกมาขยับร่างกายระหว่างทำงานตามไลฟ์สไตล์ แต่ละคน จัดกลุ่มการร่วมกิจกรรม 3 กลุ่ม คือ กลุ่มคนขยัน กลุ่มคนเก่ง และกลุ่มคนแกร่ง การจัดกิจกรรมครั้งนี้ พนักงานสามารถเข้าร่วมได้ทุกสาขา



พนักงานร่วมกิจกรรม

**1,723 คน**

- กิจกรรมออกกำลังกายหลังเลิกงาน



พนักงานจากสำนักงานใหญ่ร่วมกิจกรรม

**501 คน**

- Central Pattana League & ICARE Games กิจกรรมกีฬา ภายในบริษัท และบริษัทในกลุ่มเซ็นทรัล ส่งเสริมสุขภาพ และความสัมพันธ์ภายในหน่วยงานและระหว่างบริษัท จัดการแข่งขันกีฬา 5 ประเภท ได้แก่ ฟุตบอล บาสเก็ตบอล วอลเลย์บอล แบดมินตัน และเทเบิลเทนนิส



พนักงานร่วมกิจกรรม

**590 คน**

- การนวดบำบัดโดยผู้ฝึกทางสายตา เพื่อช่วยบำบัดอาการออฟฟิศซินโดรมให้กับพนักงานประจำสำนักงานใหญ่ทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ อาคารเซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศเศส อาคารปิ่นเกล้า อาคารจิตาเวอร์ สำนักงานใหญ่ GLAND สำนักงานใหญ่ สยามพิวเจอร์



พนักงานได้รับการบริการทั้งสิ้น

**1,242 คน**

#### ด้านสุขภาพจิต (Mental Wellbeing): ชีวิตสดใส

- Mental Counseling by I-Strong จัดหาบริการและกิจกรรม เพื่อการดูแลสุขภาพจิตให้พนักงาน สามารถใช้บริการตรวจเช็คสุขภาพจิตผ่านแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเอง รวมไปถึงบริการให้คำปรึกษาจากนักจิตบำบัด และเว็บินาร์ (Webninar) ให้ความรู้ในการดูแลใจตัวเอง



พนักงานร่วมกิจกรรม

**722 คน**

- กิจกรรมบำบัดจิต-ฝึกสมาธิ (Hello Mindfulness) ที่ร่วมมือกับสวนโมกข์



พนักงานร่วมกิจกรรม

**45 คน**

#### ด้านการเงิน (Financial Wellbeing): เข้าใจการเงิน

- สัมมนาการเงิน เรื่องกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดย บลจ.กรุงศรีฯ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัทฯ และ ความรู้การออมเงินที่สามารถทำได้ง่าย



พนักงานให้ความสนใจร่วมรับฟัง

**250 คน**

- สัมมนาการลงทุนและการจัดการภาษี โดยธนาคารเกียรตินาคินภัทร กิจกรรมให้ความรู้ทางการเงินด้านการลงทุน และการจัดการภาษี



มีพนักงานสนใจเข้าฟัง

**154 คน**

#### ด้านสังคม (Social Wellbeing): เสริมสร้างความสัมพันธ์

- Happy Club คลับกิจกรรมสำหรับพนักงาน เพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีผ่านกิจกรรมที่พนักงานชื่นชอบนอกเหนือจากการทำงาน โดยปัจจุบันมีจำนวน 6 คลับ ได้แก่ Runner Club / Hand2Heart / Fantasy Premiere League / คนรักฟุตบอล / Badminton Academy / Social Racqueteeing (เทนนิส)



พนักงานร่วมกิจกรรม

**269 คน**

- สร้างบรรยากาศความสุข และการเฉลิมฉลองตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น ตรุษจีน สงกรานต์ ไหว้พระจันทร์ ด้วยการมอบขนมของที่ระลึกให้กับพนักงาน รวมถึงจัดกิจกรรมในสำนักงาน เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานและสร้างความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

# S4

## การบริหารจัดการด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย

### ความสำคัญ



บุคลากรถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญสูงสุด ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน ร้านค้า ผู้รับเหมา หรือพันธมิตรทางธุรกิจ ทุกกลุ่ม ซึ่งหากเกิดอุบัติเหตุ และอันตรายในสถานประกอบการ ต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง อาจส่งผลกระทบให้เกิดการล่าช้าหรือขัดข้องในการดำเนินงาน การสูญเสียทรัพย์สิน หรือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ตลอดจนการสูญเสียค่าปรับ ค่าสินไหมชดเชยจากการเยียวยา เป็นต้น ในทางกลับกัน การที่บริษัทฯ สามารถดูแลความเป็นอยู่ที่ดีให้กับบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการทำงานให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

### แนวทางการบริหารจัดการ



1. บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การก่อสร้างโครงการ จนถึงการให้บริการลูกค้า มีการกำหนด นโยบายด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย และกำกับควบคุมให้พนักงาน และคู่ค้าผู้รับเหมา มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด มีการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ตลอดห่วงโซ่คุณค่า และระเบียบปฏิบัติเรื่องการแก้ไข และป้องกันสำหรับคู่ค้าและผู้รับเหมา พร้อมบทลงโทษ อย่างชัดเจนหากฝ่าฝืนหรือละเมิด
2. นำระบบมาตรฐานการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001 มาปรับใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย และผนวกการบริหารจัดการด้านคุณภาพ ความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (Quality, Security, Safety, Occupational Health and Environment : QSHE) เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการ ประเด็นความเสี่ยงอย่างรอบด้าน และมาตรการตรวจสอบ การปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ครอบคลุมเรื่องอุบัติเหตุ ความปลอดภัย ความไม่พร้อมของบุคลากร และทรัพยากร รวมไปถึงโรคติดต่อ ทั้งนี้มีการบันทึกอุบัติเหตุดังกล่าวในระบบ Smart Property เก็บรวบรวมสถิติอุบัติเหตุดังกล่าวต่อพนักงาน ผู้รับเหมา พนักงาน ร้านค้า และลูกค้า เพื่อติดตามกระบวนการแก้ไขเยียวยา พิจารณาระดับผลกระทบ เหตุปัจจัย และแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวซ้ำ ๆ รวบรวมรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อปรับปรุงเป็นแนวทางและแผนป้องกันทั่วทั้งองค์กรต่อไป
3. กำหนดเกณฑ์ในการบ่งชี้อันตราย และประเมินความเสี่ยง รวมไปถึงการตรวจสอบ ป้องกัน และเฝ้าระวัง แบ่งตามห่วงโซ่คุณค่าในขั้นตอนการพัฒนาโครงการก่อสร้าง การบริหารโครงการ และศูนย์การค้า และการดูแลสภาพแวดล้อมการทำงาน โดยมีการเลือกตั้ง คณะกรรมการความปลอดภัยฯ (คปอ.) ในศูนย์การค้าแต่ละสาขา



และสำนักงานใหญ่ ซึ่งเป็นตัวแทนจากนายจ้างและลูกจ้าง มีการประชุมเป็นประจำทุกเดือน เพื่อรายงานอุบัติเหตุ และแผนงานด้านความปลอดภัยสำหรับกรณีที่เกิดขึ้นป้องกันการเกิดซ้ำ หรือร่วมกับหน่วยงาน Security & Safety รายงานต่อผู้บริหารสูงสุดของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อพิจารณาประเด็นภัยและความเสี่ยง นำมากำหนดเป็นมาตรการความปลอดภัย พิจารณาจัดลำดับความสำคัญและแผนปฏิบัติการ ตลอดจนสื่อสารให้แต่ละสาขานำไปปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน ครอบคลุมพนักงานทุกระดับในองค์กร รวมไปถึงผู้รับเหมาช่วง และคู่ค้า และรวบรวมรายงานต่อคณะกรรมการบริหาร ความเสี่ยง และคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยงตามลำดับชั้น

4. นำระบบ Color-Code Condition\* มาใช้ในการประเมินสถานการณ์ความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งในสถานประกอบการและเหตุที่เกิดขึ้นภายในประเทศ ในแต่ละปีจะมีการถอดบทเรียน และจัดทำมาตรการป้องกันความปลอดภัย และลดความเสี่ยงที่อาจทำให้เกิดเหตุการณ์ในลักษณะใกล้เคียงกัน อาทิ การติดตั้งบันไดเลื่อนที่มีระบบเทคโนโลยี Safety Sensors การจัดทำ 'คู่มือปฏิบัติการกรณี Active Shooter' เป็นต้น
5. นำระบบเฝ้าระวังมาใช้ในการป้องกันภัย มีการจัดหมวดหมู่ การเฝ้าสังเกตแต่ละจุดในแต่ละช่วงเวลาตามเครื่องมือ-นาฬิกา อาชญากรรม และนำระบบ CCTV มาใช้ในการสังเกตพฤติกรรมบนจอมอนิเตอร์ 32 จอ ปัจจุบัน บริษัท ได้ทำการติดตั้งระบบ CCTV แล้วทั้งสิ้นจำนวน 8,711 ตัว ในทุกโครงการ และมีการติดตั้งจุดรับเรื่องฉุกเฉินในลานจอดรถ หรือ Call Point Service จำนวน 3,035 จุด ใน 36 โครงการ
6. บรรลุประเด็นด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย รวมอยู่ในกระบวนการประเมินเรื่อง ESG อย่างรอบด้าน ซึ่งบรรจุในกระบวนการสอบทานธุรกิจก่อนการควมรวมกิจการ การซื้อกิจการ การเข้าถือหุ้น กิจการร่วม และการลงทุน
7. กำหนดหลักสูตรให้พนักงานอบรมด้านความปลอดภัย การเผชิญเหตุ ดับเพลิง และการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน รวมไปถึงการซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี และดับไฟเบื้องต้นให้กับร้านค้าและผู้เช่าอาคารสำนักงานเป็นประจำทุกปี
8. เปิดช่องทางในการแจ้งเหตุฉุกเฉินในจุดต่าง ๆ ในศูนย์การค้า อาทิ แจ้งผ่าน Call Point Service ในลานจอดรถ แจ้งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำจุดในทุกชั้น แจ้งพนักงานประชาสัมพันธ์ แจ้งทางโทรศัพท์ซึ่งมีประชาสัมพันธ์ในทุกศูนย์การค้า หรือแนะนำผ่านช่องทางออนไลน์ สำหรับร้านค้าสามารถแจ้งผ่านแอปพลิเคชัน SERVE
9. ร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ของรัฐในการเตรียมมาตรการคุมเข้มความปลอดภัยอย่างรัดกุม สำหรับการจัดงานกิจกรรม



ทางการตลาดขนาดใหญ่ เช่น งาน centralWorld Bangkok Countdown โดยสนธิกำลังกับเจ้าหน้าที่ตำรวจจากกองบัญชาการตำรวจนครบาล เจ้าหน้าที่จากหน่วยเก็บกู้และตรวจพิสูจน์วัตถุระเบิด หรือ EOD พร้อมสุนัข K9 และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของบริษัท มาประจำการพร้อมมาตรการตรวจสอบที่เข้มงวดทั้งบุคคลและยานพาหนะ เพื่อให้ผู้ร่วมงานได้รับความปลอดภัยสูงสุด

10. คำนึงถึงสุขภาพ และสุขอนามัยในการคัดเลือกและดูแลพนักงานไปจนถึงแรงงานในกิจกรรมจ้างเหมาช่วง โดยกำหนดการตรวจเอ็กซเรย์ปอด และวัคซีนสำหรับพนักงานประจำทุกอัตราก่อนเข้าทำงาน และมีแพ็คเกจให้เลือกตรวจเชื้อ HIV สำหรับการตรวจสุขภาพประจำปี อีกทั้งกำหนดมาตรการฉีดพ่นป้องกันยุงทุก ๆ 2 เดือนในไซต์งานก่อสร้าง และให้ความรู้ถึงอันตรายและวิธีป้องกันโรคไข้เลือดออก และมาลาเรีย สอดคล้องตามแนวคิดในการจัดการสุขภาพโลก อีกทั้งมีมาตรการจัดการกรณีเกิดโรคระบาด ซึ่งเป็นแผนที่กำหนดขึ้นเพื่อรองรับกับสถานการณ์โควิดที่ผ่านมา

**หมายเหตุ :** \* ระบบ Color-Code Condition 5 ระดับ ได้แก่ ระดับปลอดภัย-สีเขียว ระดับป้องกัน-สีน้ำเงิน ระดับเสี่ยง-สีเหลือง ระดับสูง-สีส้ม และระดับรุนแรง-สีแดง เพื่อใช้ในการสื่อสารและปรับเปลี่ยนมาตรการรักษาความปลอดภัยของศูนย์การค้าและของร้านค้าตามสถานการณ์ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ เมื่อเกิดภาวะวิกฤติคณะกรรมการศูนย์สั่งการในภาวะวิกฤติของบริษัทฯ และกลุ่มเซ็นทรัลจะทำหน้าที่ติดตามสถานการณ์ควบคุมและประเมินภาวะวิกฤติร่วมกันกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยจากภายนอกและจากบริษัทภายในกลุ่มเซ็นทรัล

## เป้าหมาย



✔  
**S4**  
อัตราการเสียชีวิต

✔  
อัตราการบาดเจ็บ  
ขั้นรุนแรง

✔  
อัตราการเจ็บป่วย  
ด้วยโรคจากการ  
ทำงาน

ของพนักงานและผู้รับเหมาในสถานประกอบการ

**“ศูนย์”**

## ผลการดำเนินงานที่สำคัญ



| ระบบจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยขององค์กร                                                      | ความครอบคลุม                   |                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------|
| ระบบจัดการความปลอดภัย และอาชีวอนามัยขององค์กรที่ผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานภายใน                    | ร้อยละ 100                     |                |
| การขอรับรองมาตรฐาน ISO 45001 ที่ผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานภายนอก                                   | ร้อยละ 9.6 ของจำนวนสาขาทั้งหมด |                |
| อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (กรณี)                                                                 | พนักงาน                        | ผู้รับเหมา     |
| ทั้งหมด (Recordable) : ขึ้นหยุดงาน (LTIFR) : ขึ้นรุนแรง (High-consequence) : เสียชีวิต (Fatality) | 5 : 3 : 0 : 0                  | 23 : 4 : 0 : 0 |
| อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงาน (กรณี)                                                         | พนักงาน                        | ผู้รับเหมา     |
| ทั้งหมด (Recordable) : เสียชีวิต (Fatality)                                                       | 0 : 0                          | 0 : 0          |

ในปี 2567 บริษัทฯ มีสถิติอุบัติเหตุของพนักงานทั้งหมด จำนวน 5 กรณี โดยเป็นอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานของพนักงาน 3 กรณี จากชั่วโมงการทำงานรวมกว่า 12 ล้านชั่วโมง คิดเป็นอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน 0.25 กรณี ต่อ 1 ล้านชั่วโมงทำงาน โดยสาเหตุหลักมาจากความไม่ระมัดระวังของผู้ปฏิบัติงาน และสภาพแวดล้อมการทำงานที่ไม่เหมาะสม เช่น การลื่นจากคราบน้ำ และพื้นที่ห้องเครื่องจักรอับอากาศ อย่างไรก็ตาม ไม่มีกรณีอุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้น ทั้งนี้ เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุซ้ำ บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงมาตรการพื้นที่ปฏิบัติงานให้เหมาะสมทันที พร้อมมอบกรมเพิ่มความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยให้กับพนักงาน รวมถึงกำหนดมาตรการตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสภาพแวดล้อมการทำงานอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกรณีอุบัติเหตุของผู้รับเหมา มีอุบัติเหตุจากส่วนของศูนย์การค้า 17 กรณี และผู้รับเหมาของร้านค้า 6 กรณี โดยเป็นอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน 4 กรณี จากชั่วโมงการทำงานรวมกว่า 29 ล้านชั่วโมง คิดเป็นอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน 0.14 กรณี ต่อ 1 ล้านชั่วโมงทำงาน สาเหตุหลักเกิดจากความขัดข้องของวัสดุอุปกรณ์ ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการร่วมกับผู้รับเหมาเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างเข้มงวด ทั้งในด้านการตรวจสอบอุปกรณ์ก่อนใช้งาน การเพิ่มข้อกำหนดการปฏิบัติงาน และการตรวจสอบที่รัดกุมยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญสูงสุดกับความปลอดภัยของพนักงานผู้รับเหมา และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ด้วยเป้าหมายสูงสุดในการลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุในการทำงานให้เป็น “ศูนย์” แม้ว่าบางสถานการณ์อาจอยู่นอกเหนือการควบคุม แต่บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นลดความเสี่ยงให้เหลือน้อยที่สุดผ่านมาตรการป้องกันที่เข้มงวดและการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยอย่างเป็นระบบ โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

1. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยฯ (คปอ.) ในศูนย์การค้าแต่ละสาขาและสำนักงานใหญ่ รวมจำนวนทั้งสิ้น 386 คน เป็นตัวแทนนายจ้าง 163 คน และเป็นตัวแทนลูกจ้าง 223 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ของพนักงานทั้งหมด (ไม่รวมพนักงานสัญญาจ้าง)
2. บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 45001:2018 ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล หาดใหญ่ เซ็นทรัล พระราม 3 เซ็นทรัล พระราม 9 เซ็นทรัล จันทบุรี และอาคารสำนักงาน เซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศ เพื่อยกระดับสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ลดความเสี่ยง และเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยให้กับพนักงาน ตอกย้ำมาตรฐานการดำเนินงานที่ถูกต้องเหมาะสม พร้อมบูรณาการแนวทางปฏิบัติอย่างเป็นระบบในทุกศูนย์การค้า ได้แก่
  - 1) การประเมินและบริหารความเสี่ยง ป้องกันอุบัติเหตุ และควบคุมความเสี่ยงในทุกกระบวนการ
  - 2) การพัฒนาบุคลากร ผ่านการจัดอบรมเสริมความรู้ด้านความปลอดภัยให้พนักงานทุกระดับ
  - 3) การตรวจสอบและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรฐานถูกนำไปปฏิบัติจริง

3. การพัฒนาหลักสูตร In-House Training “ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานสำหรับลูกจ้างทั่วไปและลูกจ้างเข้าทำงานใหม่” ซึ่งออกแบบหลักสูตรขึ้นจากประสบการณ์และกรณีศึกษา เพื่อเสริมทักษะการป้องกันและรับมือด้านความปลอดภัยที่เฉพาะเจาะจงสำหรับธุรกิจ ศูนย์การค้า เสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงและอันตราย และส่งเสริมการควบคุมการปฏิบัติงาน โดยอิงแนวทาง ISO 45001
4. เพิ่มช่องทางการเข้าถึงระบบดูแลสุขภาพออนไลน์ Tops Care Telehealth โดยพนักงานที่ป่วยไม่รุนแรง สามารถปรึกษาหมอออนไลน์และรับยาที่ Tops Care ในสาขาที่ใกล้และสะดวก
5. ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พระราม 3 ผ่านการรับรองระดับ Platinum จาก สถาบันส่งเสริมความปลอดภัยฯ (สสพท.) ในโครงการพัฒนาสถานประกอบกิจการตามมาตรฐานระบบการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตอกย้ำความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและยั่งยืน
6. ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เชียงใหม่แอร์พอร์ต ได้รับประกาศนียบัตร “ดาวแห่งความยั่งยืน” ระดับ 5 ดาว จากโครงการ STAR: Sustainable Tourism Acceleration Rating จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เชิดชูเกียรติในด้านความปลอดภัยและความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

## S5 การดูแล และพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน

### ความสำคัญ



บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชนในทุกพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดจากการดำเนินงานของบริษัทฯ พร้อมสร้างสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ผ่านการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และเยียวยาให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น สอดคล้องตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับจากช่องทางการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้เสีย สร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างโอกาสให้คนในพื้นที่ทุกกลุ่ม สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ หรือพัฒนาศักยภาพให้สามารถเปลี่ยนบทบาทเป็นลูกค้า พนักงาน ผู้ประกอบการ หรือพันธมิตรทางธุรกิจได้ในอนาคต ซึ่งเป็นปัจจัยบวกทั้งต่อรายได้ของบริษัทฯ และต่อชุมชนเอง ส่งผลให้สามารถดำเนินโครงการเหล่านี้ได้ต่อไปในระยะยาว

### แนวทางการบริหารจัดการ



1. ดำเนินการตามนโยบายด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม และแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมกันกับชุมชน หรือ Creating Shared Value - CSV บนพื้นฐานความเชื่อขององค์กร “ก้าวไปด้วยกัน ผูกพันยั่งยืน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบเชิงลบ และ/หรือสร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่ชุมชน สอดคล้องกับนโยบายของกลุ่มเซ็นทรัล ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน สังคม และประเทศ เพื่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่ายบนหลักการความยั่งยืน
2. จำแนกการดูแล และพัฒนาชุมชนแบ่งตามนิยามของชุมชนออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
  - 2.1 ชุมชนโดยรอบโครงการในรัศมี 8-10 กิโลเมตรจากที่ตั้งโครงการ

- 2.2 ชุมชนในพื้นที่จังหวัดที่ตั้งโครงการและจังหวัดใกล้เคียง
- 2.3 กลุ่มเปราะบางที่มีความจำเป็นต้องการการใส่ใจเป็นพิเศษ กลุ่มทุพพลภาพ กลุ่มที่ต้องการโอกาสในสังคม ชนพื้นเมือง ชาวเขา ชนเผ่า กลุ่มเด็กและเยาวชนในจังหวัดชายแดน
- 2.4 สังคมในภาพรวม รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐ สมาคม และหน่วยงานไม่แสวงหาผลประโยชน์อื่น ๆ
3. รับฟังเสียงจากชุมชนผ่านช่องทางทั้งของบริษัทฯ และ กลุ่มเซ็นทรัล จำแนกตามหมวดหมู่ของผลกระทบ พิจารณา ความสามารถในการตอบสนอง และดำเนินการแก้ไข พัฒนา บรรเทา และเยียวยา โดยหน่วยงาน และ/หรือ คณะกรรมการที่รับผิดชอบ
4. กำหนดแผนงานและดำเนินการลดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชน ออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงระหว่างการก่อสร้างและภายหลัง การเปิดบริการแล้ว โดยมีกลไกในการลดผลกระทบ แบ่งออกเป็น การป้องกัน การรับฟัง การแก้ไข การเยียวยา และการปรับปรุงสำหรับโครงการต่อไป
5. กำหนดแผนงานและดำเนินการสร้างผลกระทบเชิงบวก ตามแนวทางในการสร้างคุณค่าร่วมกันกับชุมชน หรือ CSV แบ่งตามรูปแบบการสนับสนุน คือ การสนับสนุนในรูปแบบ ที่ไม่ใช่ตัวเงิน และการสนับสนุนในรูปแบบตัวเงิน และ ทรัพยากร

### แสดงรูปแบบการสนับสนุนตามแนวทาง CSV

| วัตถุประสงค์                                         | รูปแบบที่ไม่ใช่ตัวเงิน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | รูปแบบตัวเงิน และทรัพยากร                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เพื่อการเป็นศูนย์กลางของชุมชน และเพื่อสาธารณประโยชน์ | <p>การจัดสรรและสนับสนุนพื้นที่ฟรี หรือให้ส่วนลดพิเศษ เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกในด้าน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การบริการประชาชนของภาครัฐ</li> <li>• การสนับสนุนสุขภาพที่ดี</li> <li>• การศึกษาและเยาวชน</li> <li>• การส่งเสริมวัฒนธรรมอันดี</li> <li>• การระดมทุน หรือรับบริจาคเพื่อประโยชน์ในวงกว้าง</li> </ul>                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การสร้างสาธารณประโยชน์ให้กับชุมชน</li> <li>• การช่วยเหลือและเยียวยากรณีประสบภัย</li> <li>• สนับสนุนกิจกรรมจิตอาสา</li> </ul>                                                                   |
| เพื่อสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• จัดจุดจำหน่ายสินค้าชุมชนถาวร</li> <li>• จัดกิจกรรมทางการตลาดสำหรับชุมชน เพื่อจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการบนพื้นที่หมุนเวียน</li> <li>• เปิด “ตลาดจริงใจ ฟาร์มเมอร์มาร์เก็ต” สำหรับจำหน่ายสินค้าเกษตร</li> <li>• จัดสรรพื้นที่ฟรีให้กับผู้พิการได้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยถูกต้องตามกฎหมาย และคำนึงถึงประโยชน์ของผู้พิการเป็นที่ตั้ง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• จัดซื้อ/จัดจ้าง โดยตรงจากหน่วยงาน เพื่อผู้ด้อยโอกาส วิชาหลักชุมชน เป็นต้น</li> <li>• โครงการ Go Local Love Local เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัด</li> <li>• โครงการปลูกป่าชุมชน</li> </ul> |

6. ดำเนินการร่วมกับเซ็นทรัลท่า และบริษัทกลุ่มเซ็นทรัล ภายใต้แนวคิด Centrality และ CSV เพื่อสร้างโอกาสและพัฒนาชุมชน ในด้าน (1) การศึกษา (2) เศรษฐกิจชุมชน (3) สิ่งแวดล้อม (4) ลดความเหลื่อมล้ำ (5) บรรเทาสาธารณภัย และ (6) เศรษฐกิจหมุนเวียน
7. เชิดชูอัตลักษณ์ท้องถิ่นในการออกแบบและตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอาคารโดยเฉพาะในอาคารประเภท ศูนย์การค้า เพื่อเป็นแลนด์มาร์กของจังหวัด รวมไปถึงการผลิต
8. ร่วมมือกับภาครัฐ มูลนิธิ และหน่วยงานไม่แสวงหาผลประโยชน์ ในการพัฒนาคุณค่าร่วมให้เกิดกับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง รวมไปถึงการสนับสนุนกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับประเทศ ผ่านการบริจาคหรือช่วยเหลือเพื่อความยั่งยืน เพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการสมาคม และเพื่อการกุศล

9. กำหนดมาตรการช่วยเหลือชุมชนเมื่อเกิดภัยพิบัติ หรือ วิกฤติ เพื่อบรรเทาผลกระทบ และเยียวยาผู้ประสบภัย อาทิ การเปิดพื้นที่อาคารจอดรถเพื่อบริการจอดรถฟรีให้กับประชาชน ที่ประสบภัยน้ำท่วม การเป็นศูนย์กลางรับบริจาค และ กระจายความช่วยเหลือกรณีเกิดอุทกภัย การเปิดพื้นที่เพื่อ ชีตวัคซีนป้องกัน กรณีเกิดการระบาดใหญ่ เป็นต้น

## เป้าหมาย

- ✓ **S5.1 จัดสรรพื้นที่เพื่อชุมชนในสัดส่วน ร้อยละ 1.3**  
เมื่อเทียบกับพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า
- ✓ **S5.2 ชุมชนสามารถสร้างรายได้อย่างน้อย 300 ล้านบาท**  
จากกิจกรรมทางการตลาดเพื่อชุมชนที่จัดขึ้นในศูนย์การค้า
- ✓ **S5.3 ดำเนินการจัดการข้อร้องเรียน**ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ชุมชนสำเร็จเรียบร้อย หรือปิดเคสได้ร้อยละ 100



## ผลการดำเนินงานที่สำคัญ



บริษัทฯ รายงานผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชน โดยประยุกต์ใช้แนวทางการรายงานของ Business for Societal Impact (B4SI) ร่วมกับ แนวทางการรายงาน CSV ที่กำหนดขึ้นเองเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กร

| วัตถุประสงค์            | รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>การลงทุนในชุมชน</b>  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>ด้านบริการภาครัฐ</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดตั้งศูนย์บริการประชาชนให้ได้รับความสะดวกในการทำธุรกรรมทางราชการ ปัจจุบันจัดตั้งแล้วทั้งสิ้น 34 แห่ง ได้แก่ ศูนย์บริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ (G Point, Government Center, อำนวยยิ้ม) 15 แห่ง สำนักงานหนังสือเดินทางชั่วคราว 11 แห่ง สำนักงานสัญชาติและนิติกรณ์ 1 แห่ง สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง 2 แห่ง สำนักงานขนส่ง 3 แห่ง และ จุด BMA Express Service จุดบริการด่วนมหานครแห่งใหม่ อีก 2 แห่ง</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>ด้านสาธารณสุข</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดตั้งศูนย์บริการด้านสุขภาพ อนามัย หน่วยบริการทางการแพทย์ และศูนย์รับบริจาคโลหิตถาวร ปัจจุบันจัดตั้งแล้ว 11 แห่ง ได้แก่ หน่วยบริการทางการแพทย์ 9 แห่ง และศูนย์รับบริจาคโลหิตแบบถาวร 2 แห่ง</li> <li>ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัลจัดพื้นที่ชั่วคราวเพื่อรับบริจาคโลหิตทั่วประเทศ อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 36 ภายใต้ โครงการ “Central Tham Give Blood Give Love” โดยยอดบริจาคโลหิตอยู่ที่ 16.88 ล้านซีซี คิดเป็น ร้อยละ 83 ของยอดบริจาคทั้งหมดในโครงการ</li> </ul> <div style="text-align: center;">  <p><b>โครงการ “Central Tham Give Blood Give Love”</b><br/>ยอดบริจาคโลหิตอยู่ที่<br/><b>16.88 ล้านซีซี</b></p>  </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>ให้พื้นที่แก่กรุงเทพมหานครในการจัดโครงการตรวจสุขภาพฟรี 1 ล้านคน ครอบคลุมโรคสำคัญ เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง ไขมันในเลือดสูง โรคไต โรคหัวใจ ตรวจวัดสายตา ภาวะซึมเศร้า เป็นต้น ในศูนย์การค้าอีก 7 แห่ง</li> </ul> |

| วัตถุประสงค์                                 | รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ด้านบริการสังคม                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>ปรับปรุงห้องน้ำ ป้อมยาม และไม้กั้นภายในสวนลุมพินีเนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ หรือ 72 พรรษา</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ด้านการศึกษา                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนา และปรับปรุงโรงเรียนทั้งสิ้น 30 แห่ง ใน 11 จังหวัด ได้แก่ กระบี่ ขอนแก่น ชัยภูมิ เชียงราย เชียงใหม่ นครราชสีมา น่าน พระนครศรีอยุธยา ภูเก็ต สุรินทร์ และอุบลราชธานี เพื่อเพิ่มโอกาสในการศึกษา จำนวน 9,000 คน ใน 10 จังหวัด และสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับนักเรียน และนักศึกษาในระดับมัธยมศึกษา - อาชีวศึกษา รวมจำนวน 784 คน ใน 22 จังหวัด</li> <li>ร่วมกับหอการค้าไทยจัดพื้นที่ในการติวนักเรียนระดับมัธยมปลายเพื่อเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษา ภายใต้โครงการ UTCC Tutor ติวทั่วไทย พิษิตมหาลัยในฝัน ในศูนย์ประชุมของเซ็นทรัล 7 แห่ง ทั่วประเทศ ได้แก่ เวสต์เกต ฮอลล์ อุดรธานี ฮอลล์ สุราษฎร์ธานี ฮอลล์ หาดใหญ่ ฮอลล์ นครสวรรค์ ฮอลล์ ระยอง ฮอลล์ และโคราช ฮอลล์</li> <li>ร่วมลงนามความร่วมมือกับกระทรวงศึกษาธิการ ภายใต้โครงการ “เรียนดี มีความสุข สู่นาคตที่สดใส” เพื่อเปิดพื้นที่ให้เด็กและเยาวชนได้มีโอกาสเรียนรู้นอกห้องเรียน เริ่มกิจกรรมแรกด้วยการจำหน่ายเด็ก และผลิตภัณฑ์จากนักเรียนอาชีวะ บนพื้นที่ศูนย์อาหาร Food Park / Food Patio / Food Ville / FoodwOrld จำนวนทั้งสิ้น 44 จุดทั่วประเทศ</li> </ul> |
| ด้านกีฬา                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนจัดการแข่งขันของสมาคมกีฬาเทเบิลเทนนิสแห่งประเทศไทย 9 รายการ ใน 7 จังหวัด ได้แก่ อยุธยา เชียงใหม่ นนทบุรี นครราชสีมา ขอนแก่น สุราษฎร์ธานี และอุบลราชธานี โดยร่วมเป็นเจ้าภาพ ภายใต้ชื่อ Central All Thailand ใน 2 รายการ</li> <li>โครงการส่งเสริมกีฬาเทเบิลเทนนิสในโรงเรียน เพื่อยกระดับมาตรฐานนักกีฬาระดับโรงเรียน โดยจัดซื้ออุปกรณ์กีฬา และส่งผู้ฝึกสอนไปยัง 11 โรงเรียน ใน 8 จังหวัด ได้แก่ ปราจีนบุรี อยุธยา นครราชสีมา ขอนแก่น เชียงใหม่ ชุมพร ภูเก็ต และกรุงเทพฯ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ด้านการมีส่วนร่วมของคอนักกลุ่ม Inclusion     | <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดสรรพื้นที่ฟรีให้คนพิการได้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล จำนวน 46 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1 ต่อพนักงานทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าทางสังคมเท่ากับ 10.16 ล้านบาท</li> <li>จัดสรรพื้นที่ฟรีในการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อคนพิการ อาทิ ร่วมกับกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (พก.) ภายใต้กระทรวงพัฒนา สังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) จัดงาน “DEP for Love” สนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้า จากชมรมผู้ปกครองคนพิการทางสติปัญญา จ.อยุธยา โดยมีสมาชิกครอบครัวคนพิการทางสติปัญญาหมุนเวียนเข้าจำหน่ายสินค้ากว่า 20 ครอบครัว</li> <li>สนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้า และให้บริการนวดผ่อนคลายโดยคนพิการ สมาคมคนพิการ จ.นครสวรรค์</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ด้านการดูแลสุขภาพ สาธารณภัย Emergency Relief | <ul style="list-style-type: none"> <li>เยี่ยมเยียนชุมชนผู้ประสบอุทกภัยใน 12 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ พิษณุโลก สุโขทัย น่าน พะเยา จันทบุรี สงขลา นครศรีธรรมราช และ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมอบถุงยังชีพ และอุปกรณ์ที่จำเป็นในยามวิกฤติให้กับผู้ประสบภัยจำนวน 5,300 ครอบครัว หรือมากกว่า 20,000 คน</li> <li>เปิดพื้นที่จอดรถฟรีให้กับประชาชนทั่วไปได้จอดรถฟรีในช่วงวิกฤติ ในจังหวัดที่ศูนย์การค้าตั้งอยู่โดยกำหนดเป็นมาตรการเยี่ยมเยียนที่ดำเนินการได้ทันทีตามสถานการณ์</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ด้านการกุศล                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ในรูปแบบบริจาคแก่มูลนิธิ และองค์กรไม่แสวงหาผลประโยชน์ต่าง ๆ อาทิ สนับสนุนศูนย์กระตุ้นและส่งเสริมพัฒนาการเด็ก ให้กับโรงพยาบาลตำรวจอย่างต่อเนื่อง เพื่อการจัดการสวนสาธารณะ-สวนปทุมวันนารักษ์ รวมไปถึงเพื่อการกุศล และการสมาคมอื่น ๆ</li> <li>อำนวยความสะดวกให้กับมูลนิธิ สมาคม และหน่วยงานไม่แสวงหาผลประโยชน์ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมเพื่อระดมทุน และตั้งกล่องรับบริจาค อาทิ ยูนิเซฟ ไทยแลนด์ มูลนิธิเด็กโสสะแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิเพื่อสุนัขในซอย (ซอยด็อก) มูลนิธิเตียงจิวาธิวัฒน์ และมูลนิธิเพื่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

| วัตถุประสงค์                               | รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ด้านเศรษฐกิจ<br/>และศิลปวัฒนธรรม</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดจุดจำหน่ายสินค้าชุมชนถาวร จัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อชุมชน เช่น งาน OTOP งานของดีประจำจังหวัด งาน Sacit เฟลลิน Craft งานโครงการหลวง งานจำหน่ายผลไม้ประจำจังหวัด งานจำหน่ายผัก ผลไม้ล้นตลาด รวมทั้งสิ้นจำนวน 2,709 กิจกรรม</li> <li>เปิดตลาดจริงใจ ฟาร์มเมอร์มาร์เก็ตแบบถาวรจำนวน 32 แห่ง และจัดกิจกรรม “จริงใจมหานคร” เต็มพื้นที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์เป็นครั้งแรก รวมไปถึงการร่วมออกนิทรรศการ Thailand Rice Fest เพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ข้าวซึ่งเป็นผลผลิตจากการปมเพาะและช่วยสนับสนุนเกษตรกรภายใต้ความร่วมมือกับเซ็นทรัลท่า</li> </ul> <div data-bbox="462 627 1416 925">  </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนพื้นที่ฟรีให้กับกิจกรรมเพื่อการทำนุบำรุง เผยแพร่ศาสนา วัฒนธรรมและประเพณีอันดีในชุมชน อาทิ “มีเทศน์ มีทอล์ค” มหกรรมเทศนาธรรมครั้งยิ่งใหญ่ ณ ศูนย์ประชุม อุดร ฮอลล์ รวมไปถึงการนิมนต์พระมารับบิณฑบาต จัดพื้นที่เพื่อกิจกรรมทำบุญตักบาตรในวันพระใหญ่ จัดกิจกรรมสงฆ์น้ำพระในวันสงกรานต์ งานเทศกาลประจำจังหวัด งานอนุรักษ์มรดกไทย ประกวดเทวีศรีสยาม จัดงานการอ่านคัมภีร์อัลกุรอานในศาสนาอิสลาม</li> </ul> |
| <b>การจัดซื้อ/จัดจ้างจากชุมชน</b>          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>ด้านการดำเนินการ<br/>ของบริษัท</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดซื้อสินค้าสิ้นเปลืองภายในท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจระดับภูมิภาค รวมไปถึงการจัดซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเครือข่ายชุมชน ตัวอย่างเช่น การจัดซื้อน้ำตาลจาก ปทุม ออร์แกนิก ลิฟวิ่ง รายได้ปันกลับสู่ชุมชนมูลค่า 3.79 ล้านบาท และการจัดจ้าง Organizer จัดกิจกรรมทางการตลาดระดับท้องถิ่น</li> <li>จัดจ้างและผลิตของขวัญปีใหม่ของบริษัท ภายใต้แนวคิด “ของขวัญทำดี” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยร่วมมือกับหลากหลายหน่วยงานและชุมชน อาทิ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาลัยชุมชนหาดกระแสน้ำที่แยกเก็บในการผลิตกระเป๋าสานกระจุจธรรมชาติ และเส้นสานรีไซเคิล จากการรวบรวมฝาชวดน้ำที่แยกเก็บโดยพนักงานบริษัท เป็นระยะเวลา 2 ปี ส่งให้ทางมหาวิทยาลัยใช้เป็นส่วนประกอบ Thermo Plastic Natural Rubber และส่งต่อให้ชุมชนทางใต้สานเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>ด้านการมีส่วนร่วม<br/>ของคนทุกกลุ่ม</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดจ้างผู้พิการทางสายตาในกิจกรรมนวดบำบัดสำหรับพนักงานออฟฟิศ รวมอัตราจ้างทั้งสิ้น 15 คน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>ด้านสิ่งแวดล้อม –<br/>ปลูกป่า</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมกับกรมป่าไม้ จัดจ้างผู้ชำนาญการและคนในชุมชนในการปลูกและดูแลป่า ภายใต้ “โครงการปลูกป่าซักรับบอน 1 ล้านต้น” เพื่อชดเชยการปล่อยคาร์บอนขององค์กร โดยดำเนินการปลูกป่าแล้วในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าคลองตะเคียน จังหวัดชลบุรี พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าดอยหลวง ป่าน้ำยาวและป่าน้ำซ้อ จังหวัดเชียงราย และพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าลุ่มน้ำวังทองผ่องขวัญ จังหวัดพิษณุโลก รวม 1,000 ไร่</li> <li>ร่วมกับมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในโครงการจัดการคาร์บอนเครดิตในป่าเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ระยะที่ 4 ในพื้นที่ป่าชุมชนรวม 142 ชุมชน ครอบคลุม 4 จังหวัดได้แก่ จังหวัดลำปาง เชียงใหม่ เชียงราย และน่าน โดยจัดสรรพื้นที่ป่าเพื่อขึ้นทะเบียน T-VER จำนวน 3,000 ไร่</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| วัตถุประสงค์                               | รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อชุมชน</b>         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>ด้านการดำเนินงานของบริษัท</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>นำอัตลักษณ์อันโดดเด่นของท้องถิ่นมาผสมผสานในกระบวนการออกแบบโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม และการตกแต่งภายในและภายนอกอาคารเพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น และเผยแพร่อัตลักษณ์ของท้องถิ่นในวงกว้าง รายละเอียดบนเว็บไซต์</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>ด้านเศรษฐกิจ</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมกับเซ็นทรัล ทำ ในการสร้างระบบนิเวศการค้าปลีกทางการเกษตร โดยพัฒนา และส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร และชุมชนในการผลิตผลผลิตทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์ Upcycling บนแนวทางความยั่งยืนให้ได้มาตรฐาน ตอบโจทย์ผู้บริโภค มีการจัดจ้างที่ปรึกษา และผู้ชำนาญการในการทำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยในเรื่องการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ยืดอายุผลิตภัณฑ์ และออกแบบผลิตภัณฑ์และหีบห่อให้ทันสมัย ไปจนถึงจัดช่องทางการจำหน่าย ผ่านตลาดจริงใจ ฟาร์มเมอร์มาร์เก็ต จำนวน 32 แห่ง และธุรกิจเพื่อสังคม - Goods Goods จำนวน 2 ร้าน ในปี 2567 สามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้กว่า 10,522 ครัวเรือน และสร้างรายได้หมุนเวียนสู่ชุมชนท้องถิ่นกว่า 250 ล้านบาท</li> <li>สนับสนุนให้เกิดระบบนิเวศการท่องเที่ยวท้องถิ่น ภายใต้โครงการ Go Local Love Local โดยผลักดันร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการประชาสัมพันธ์เมืองรอง ให้เกิดการจับจ่ายในจุดท่องเที่ยว และร้านค้าท้องถิ่น เชื่อมโยงกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน ผ่านการสนับสนุนเซ็นทรัล ทำ ในโครงการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ อาทิ ศูนย์การเรียนรู้ผ้าทอนาหมื่นศรี ศูนย์การเรียนรู้พุน้ำดินเค็มเกษตรอินทรีย์ไร่เชิญตะวัน โครงการกาแฟภูชี้เดือน โครงการวิถีชีวิตยั่งยืนแม่ทาชุมชนริมน้ำตลาดทรัพย์สินท่าไข่ และเชื่อมโยงผ่านการทำการตลาดเชิงเอาใจใส่สังคม ผู้ใช้บริการและซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการท้องถิ่นในศูนย์การค้า โดยเริ่มในจังหวัดนครศรีธรรมราช อุบลราชธานี และเตรียมแผนงานอีก 2 จังหวัด คือ อยุธยา และจันทบุรี</li> </ul> <div data-bbox="459 1123 933 1425"> </div> <div data-bbox="941 1123 1416 1425"> </div> |
| <b>ด้านสิ่งแวดล้อม – การคัดแยกขยะชุมชน</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมกับ Startup และผู้ประกอบการรายย่อยท้องถิ่นด้านการจัดการและคัดแยกขยะในประเทศไทย ในการจัดตั้งจุดคัดแยกขยะชุมชน หรือ Recycle Stations ในศูนย์การค้าแล้วจำนวน 9 แห่ง</li> </ul> <div data-bbox="459 1585 573 1666"> </div> <div data-bbox="592 1581 771 1666"> <p>ลดขยะฝังกลบได้<br/><b>801 ตัน</b></p> </div> <div data-bbox="833 1585 912 1666"> </div> <div data-bbox="924 1581 1153 1666"> <p>มีจำนวนผู้เข้าร่วมกว่า<br/><b>3,550 คน</b></p> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดกิจกรรม One Recycling Drop a Month ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรม “6 Actions for One Planet” เพื่อเชิญชวนพนักงาน ร้านค้า และผู้เช่าอาสาเข้าร่วมคัดแยกขยะที่บ้าน สำนักงาน และร้านค้า นำมารีไซเคิล ณ จุดรับแลกคะแนนสะสม The 1 ทุกวันพุธ และพฤหัสบดี สุดท้ายของทุกเดือน ในทุกสาขาทั่วประเทศ ลดขยะฝังกลบได้ 51 ตัน มีพนักงานอาสาเข้าร่วมแยกขยะกว่า 2,504 คน (นับซ้ำคน)</li> <li>จัดกิจกรรม ขยะกำพร้าสัญจร ในการรับขยะครัวเรือนประเภทที่สามารถนำไปทำขยะเชื้อเพลิงได้จำนวน 2 จุด ณ เซ็นทรัล เวสต์วิลล์ และเซ็นทรัล ศรีราชา สามารถลดขยะฝังกลบได้ 17 ตัน มีจำนวนผู้เข้าร่วมกว่า 806 ราย</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

รายงานการลงทุนในชุมชนปี 2567 ตามกรอบแนวทางการรายงานของ Business for Societal Impact (B4SI)

| ➡ การสนับสนุน                    |  | ล้านบาท | ร้อยละ |
|----------------------------------|--|---------|--------|
| แบ่งตามรูปแบบ                    |  | 546.8   | 100    |
| ■ ตัวเงิน                        |  | 125.2   | 23     |
| ■ ที่มีใช้ตัวเงิน                |  | 395.3   | 72     |
| ■ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน       |  | 26.3    | 5      |
| แบ่งตามวัตถุประสงค์              |  | 520.5   | 100    |
| ■ เพื่อการกุศล                   |  | 21.2    | 4      |
| ■ เพื่อการลงทุนในชุมชน           |  | 87.9    | 17     |
| ■ เพื่อชุมชนในเชิงพาณิชย์        |  | 395.3   | 76     |
| ■ เพื่อการสมาคม                  |  | 16.1    | 3      |
| แบ่งตามหมวดกิจกรรม               |  | 520.5   | 100    |
| ■ การศึกษา                       |  | 9.2     | 2      |
| ■ สุขภาพ                         |  | 5.5     | 1      |
| ■ การพัฒนาเศรษฐกิจ               |  | 212.2   | 40     |
| ■ สิ่งแวดล้อม                    |  | 14.5    | 3      |
| ■ สวัสดิการสังคม และบริการภาครัฐ |  | 175.7   | 34     |
| ■ การมีส่วนร่วมของคนทุกกลุ่ม     |  | 10.2    | 2      |
| ■ การบรรเทาสาธารณภัย             |  | 2.8     | 1      |
| ■ อื่น ๆ                         |  | 90.4    | 17     |
| แบ่งตามภูมิศาสตร์ : ประเทศไทย    |  | 520.5   | 100    |

| ➡ ผลลัพธ์ / ประโยชน์                                      |                         |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------|
| มิติชุมชน                                                 |                         |
| ■ ประโยชน์ทางตรงที่เกิดขึ้น                               | 2,824 โครงการ / กิจกรรม |
| ■ จำนวนหน่วยงานที่ได้รับประโยชน์โดยตรง                    | 240 หน่วยงาน            |
| ■ จำนวนผู้ที่ได้รับประโยชน์โดยตรง                         | 9,951,522 ราย           |
| ■ เงินบริจาคที่สามารถระดมทุนได้                           | 7.1 ล้านบาท             |
| ■ ปริมาณโลहितที่รวบรวมได้จากการบริจาค                     | 16.88 ล้านซีซี          |
| มิติองค์กร                                                |                         |
| ■ รายได้ที่บริษัทฯ พลาดโอกาสได้รับ                        | 347.6 ล้านบาท           |
| ■ เบี่ยงเสียที่พนักงานไม่ได้รับจากการสละเวลาทำกิจกรรมอาสา | 1.1 ล้านบาท             |
| ■ พื้นที่ที่จัดสรรเพื่อชุมชน                              | 12.3 ล้านตารางเมตร-วัน  |

## ผลกระทบ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ จำนวนผลลัพธ์ที่นำมาพิจารณา</li> <li>■ รายได้ที่ชุมชนได้รับจากการจัดกิจกรรมในศูนย์การค้าของเซ็นทรัล และจากโครงการตลาดนัดจริงใจ</li> <li>■ จำนวนผู้ที่ได้รับการพัฒนาผ่านโครงการของเซ็นทรัลพัฒนา และเซ็นทรัล ท้า</li> <li>■ จำนวนผู้ที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเชิงบวกจากการเข้าร่วมกิจกรรม One Recycling Drop a Month และขยะกำพร้าสัญจร</li> </ul> | <p>2,824 โครงการ / กิจกรรม</p> <p>3,697 ล้านบาท</p> <p>140,291 ราย</p> <p>3,310 ราย</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|

หมายเหตุ: 1) บริษัทฯ รวมการรายงานในหมวดการจัดซื้อ/จัดจ้างจากชุมชน และนวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อชุมชน หมวดการลงทุนในชุมชนแล้ว ตามบริบทการรวบรวมข้อมูลของบริษัทฯ มิได้แยกรายงานเพื่อรองรับรอง Business for Societal Impact (B4SI)  
2) การดำเนินการทั้งหมดเกิดขึ้นในประเทศไทยทั้งสิ้น

1. บริษัทฯ ดำเนินการแก้ไขเพื่อลดผลกระทบเชิงลบที่ได้รับแจ้งจากช่องทางการรับฟังเสียงร้องเรียนออนไลน์ ครบร้อยละ 100 โดยผลกระทบที่ได้รับแจ้งส่วนใหญ่เกี่ยวกับการได้รับบริการมลพิษจากกลิ่น และเสียง ไม่มีข้อร้องเรียนใดจัดเป็นผลกระทบที่รุนแรง
2. จัดสรรพื้นที่เพื่อชุมชนในสัดส่วนร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า คิดเป็นผลสัมฤทธิ์เท่ากับร้อยละ 54 จากเป้าหมายที่กำหนด ส่วนหนึ่งมาจากกระบวนการเก็บข้อมูล

อยู่ในช่วงการปรับเปลี่ยนระบบ และการเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลยังไม่ได้ตามที่คาดหวัง โดยมีแผนในการปรับปรุงกระบวนการเก็บข้อมูลให้มีประสิทธิภาพขึ้นในปี 2568

3. ชุมชนสามารถสร้างรายได้มากกว่า 3,402 ล้านบาทจากกิจกรรมทางการตลาดเพื่อชุมชนที่จัดขึ้นในศูนย์การค้า ซึ่งเกินกว่าเป้าหมายที่กำหนด ส่วนหนึ่งมาจากค่าประมาณการด้านรายได้ที่ชุมชนได้รับซึ่งต่ำกว่ารายได้ที่ชุมชนได้รับจริง

## S6 การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน

### ความสำคัญ

การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการเคารพสิทธิมนุษยชน ช่วยส่งเสริมความเท่าเทียมในที่ทำงาน อีกทั้งยังช่วยสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับความหลากหลาย รับฟังความคิดเห็น เคารพซึ่งกันและกันในทุกช่วงอายุ ไม่เลือกปฏิบัติแม้จะมีความแตกต่าง นอกจากสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานทั้งขององค์กร ร้านค้า และคู่ค้าแล้ว ยังเป็นการลดความเสี่ยงของการละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทานที่อาจนำไปสู่การต่อต้านของพนักงาน คู่ค้าและลูกค้า จนเป็นเหตุให้ธุรกิจขัดข้อง สูญเสียชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย



### แนวทางบริหารจัดการ



1. บริษัทฯ ดำเนินงานภายใต้นโยบายการเคารพกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน และสอดคล้องหลักการเคารพสิทธิมนุษยชน ในนโยบายการปฏิบัติต่อพนักงาน นโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทาน นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า นโยบายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด อีกทั้งกำหนดในจรรยาบรรณและหลักการกำกับดูแลกิจการ หน้าที่ 29 และจรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติของคู่ค้า หน้าที่ 6 สอดคล้องตามกฎหมายข้อบังคับในประเทศที่ดำเนินการ หลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNDPs) ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global

Compact: UNGC) ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) และองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Standards: ILO)

- ส่งเสริมสภาพการทำงานที่ดี เน้นการดูแลและปฏิบัติต่อบุคลากรอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม และเหมาะสม ดำเนินการสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชนของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง พนักงาน ร้านค้า พนักงานของร้านค้า คู่ค้า พนักงานของคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และกลุ่มเปราะบาง โดยดูแลมิให้ธุรกิจของบริษัทฯ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชนตามกฎหมาย และข้อกำหนดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- ดำเนินการตามกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านทุก 4 ปี และประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทุก 2 ปี โดยวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนแบ่งตามห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การได้มาซึ่งธุรกิจการออกแบบ พัฒนา ก่อสร้าง การบริหาร การปฏิบัติการ การดูแลองค์กร และการดูแลกลุ่มเปราะบางที่ต้องใส่ใจเป็นพิเศษ

ทั้งนี้ ประเด็นในแต่ละรอบการประเมินจะอ้างอิงตามนโยบายและจรรยาบรรณฯ ของบริษัทฯ และมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมตามบริบทขององค์กร และข้อมูลป้อนกลับจากครั้งก่อนหน้า

- จำแนกลักษณะของผลกระทบ และแนวทางในการลดผลกระทบ ดังนี้

#### ผลกระทบ

- บริษัทฯ รับทราบและเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนดังกล่าวโดยตรง
- บริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากการละเมิดสิทธิมนุษยชนดังกล่าว
- บริษัทฯ ไร้ซึ่งระบบในการรับทราบถึงการละเมิดสิทธิมนุษยชนนั้น

#### แนวทางในการลดผลกระทบ

- ดำเนินการแก้ไขผลกระทบที่มีความรุนแรง และต่อการทำธุรกิจของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
- บูรณาการมาตรการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตในแผนการดำเนินงานธุรกิจ
- จัดทำมาตรการบรรเทาและฟื้นฟูผู้ได้รับผลกระทบจากการดำเนินการของบริษัทฯ

- ตรวจสอบ และประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในกระบวนการทำงานครอบคลุมการทำงานในทุกกลุ่มธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนในกระบวนการรวบรวมกิจการ การซื้อกิจการ การเข้าถือหุ้น กิจการร่วม และการลงทุน โดยรวมอยู่ในกระบวนการประเมินเรื่อง ESG อย่างรอบด้าน ซึ่งบรรจุในกระบวนการสอบทานธุรกิจก่อนการรวบรวมกิจการ
- นำเครื่องมือตามหลักสากลมาประยุกต์ใช้สอดคล้องตามหลักป้องกัน เคารพ และเยียวยาของสหประชาชาติ และทบทวนแผนงานตามหลักการดังกล่าวทุกปี

### เป้าหมาย

- ☑ S6 ไม่มีข้อพิพาทในเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน



- ☑ สัดส่วนผู้ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ของพนักงานทั้งหมด



### ผลการดำเนินงานที่สำคัญ



- นำรูปแบบแนวทางการตรวจสอบสถานะสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านสำหรับบริษัทจดทะเบียน ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ร่วมกับคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาใช้ในการประเมินฯ รอบปี 2567-2568 โดยทำการประเมินเป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มย่อยผู้ชำนาญการ เพื่อกรองประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญอย่างมีนัยออกมาก่อน และจึงนำประเด็นเหล่านั้นมาบรรจุในแบบประเมินออนไลน์ กำหนดกลุ่มผู้ให้การประเมิน คือ พนักงานทั้งหมด (รวมบริษัทย่อย บริษัทร่วมทุน และบริษัทควบคุมกิจการ) และผู้รับเหมาช่วง (กลุ่มตัวอย่าง) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน และหลักการวิเคราะห์ อ้างอิงตามหลักการของ UNDP- United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights และ DIHR - Danish Institute for Human Rights หรือ สถาบันสิทธิมนุษยชนเดนมาร์ก และตามหลักการขององค์กร Community Insights Group และ HRIA Toolkit ควบคู่กันไป โดยมีพนักงานร่วมประเมินคิดเป็นร้อยละ 23 ของพนักงานทั้งหมด หรือร้อยละ 230 จากเป้าหมายที่ตั้งไว้
- นำประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สรุปได้จากการสำรวจออนไลน์จำนวน 10 ประเด็นมาวิเคราะห์ร่วมกับผลที่ได้จากการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านทั้ง 8

ประเด็น (แบ่งตามหมวดหมู่) เพื่อสรุปเป็นประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในระดับสูง (Salient Issues) ได้แก่

- 1) ด้านสิทธิมนุษยชน : การควบคุม ดูแล ป้องกัน ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
  - 2) ด้านสิทธิแรงงาน และสิทธิมนุษยชน : การเคารพ คุ้มครอง และส่งเสริมการคุ้มครองบุคคลให้ได้รับความเสมอภาค ความเท่าเทียม และการไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการใช้อำนาจหน้าที่ในทางมิชอบ
  - 3) ด้านสิทธิแรงงาน : การมีสิทธิเสรีภาพในการเจรจาต่อรองรวมกลุ่ม หรือการเรียกร้องสวัสดิการ และแจ้งการกระทำอันไม่เป็นธรรมด้านแรงงาน
3. บริษัทฯ แบ่งแผนงานออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) แผนการบรรเทาผลกระทบเพื่อตอบสนองต่อประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่

มีความเสี่ยงในระดับสูง คือประเด็นด้านความปลอดภัย ในโครงการที่มีความเสี่ยงสูง คิดเป็นร้อยละ 28 ของจำนวนโครงการศูนย์การค้าและคอมมูนิตีมอลล์ทั้งหมด และ (2) แผนงานป้องกัน เฝ้าระวัง แก้ไข และเยียวยาหากมีการละเมิด เพื่อตอบสนองต่อประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิแรงงาน และสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร ไปจนถึงห่วงโซ่อุปทาน ในกลุ่มที่ประเมินแล้วมีความเสี่ยงในการละเมิดสูง

4. บริษัทฯ กำหนดคณะทำงานด้านการสื่อสารบรรษัทภิบาล และการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะทำงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานรวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบทำหน้าที่ผลักดัน ดำเนินการ และตรวจสอบตามแผนงานที่กำหนด ให้เป็นไปตามกระบวนการและมาตรการสืบสวน ป้องกัน แก้ไข สื่อสาร และติดตาม ของบริษัทฯ

| ประเด็นสิทธิมนุษยชน                                                                                                                                | การดำเนินงาน และมาตรการป้องกันและแก้ไข                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน</b><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมเชิงลึก หรือ Environmental &amp; Safety Compliance Assessment (ESCA) ในศูนย์การค้าและคอมมูนิตีมอลล์ที่เปิดดำเนินการอยู่จำนวน 17 แห่ง</li> <li>ผลักดันแผนการบรรเทาผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน โดยดำเนินการบรรเทา แก้ไข ปรับปรุงให้สอดคล้องตามประเด็นที่ตรวจเจอ</li> <li>กำหนดให้ผู้รับเหมาทุกราย ต้องดำเนินการอบรมด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงานให้กับแรงงานทุกคน พร้อมส่งรายงานความปลอดภัย และเอกสาร SIR-Safety Improvement Request ภายในระยะที่กำหนด เพื่อรายงานการปรับปรุงแก้ไขกรณีตรวจพบเจอ</li> <li>ดำเนินการร่วมกับมูลนิธิเครือข่ายพัฒนาบ้านเด็ก ในการผลักดันให้ผู้รับเหมาในโครงการใหม่ 1 โครงการ คือ บริษัท เพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) เข้าร่วมโครงการคณะทำงานปฏิบัติการสร้างเสริมผลลัพธ์ที่ดีทางสังคม (Building Social Impact Initiative) ในการทำแบบสำรวจคุณภาพชีวิตภายในแคมป์พักก่อสร้าง ครอบคลุมในเรื่องสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย มีความปลอดภัยมากขึ้น มีระบบจัดการของเสีย มีน้ำสะอาด สุขาภิบาล และสุขอนามัยที่ดี มีการจัดกิจกรรมทางสังคมและพื้นที่ปลอดภัยสำหรับเด็ก สนับสนุนในเรื่องความเป็นอยู่ที่ดี สุขภาพ อนามัย สนับสนุนการเข้าถึงวัคซีน และมาตรการด้านสุขภาพขั้นพื้นฐาน และการสนับสนุนเด็กในการเข้าถึงการศึกษาในโรงเรียนและนอกโรงเรียน</li> </ul> |
| <b>ด้านสิทธิมนุษยชน และด้านแรงงาน</b><br>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ ทำงานร่วมกับหน่วยงานที่ปรึกษาภายนอกในการตรวจสอบนโยบาย และการปฏิบัติงานด้านสิทธิมนุษยชน และด้านแรงงาน ครอบคลุมพนักงานบริษัท บริษัทร่วมทุน บริษัทควบรวมกิจการ และบริษัทผู้รับเหมา ผู้รับเหมาช่วง โดยเป็นแผนงานต่อเนื่องปี 2567-2568</li> <li>คณะทำงานด้านการสื่อสารบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน นำเสนอช่องทางในการขออนุวัติการลาภกิจกรณีพิเศษ เพื่อการสมรสเท่าเทียม เพื่อการดูแลภรรยาคลอดบุตร เพื่อการดูแลบิดามารดา เป็นต้น โดยพนักงานสามารถดำเนินการขออนุวัติได้ตามขั้นตอนการลาปกติซึ่งจะมีการพิจารณาเป็นรายกรณีไป</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| ประเด็นสิทธิมนุษยชน                                                                                                        | การดำเนินงาน และมาตรการป้องกันและแก้ไข                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ด้านสิทธิมนุษยชน และด้านแรงงาน</b><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทฯ เครื่องจักรและศูนย์ตรวจสอบเอกสารยืนยันการจ้างแรงงานถูกกฎหมาย ณ ไซต์โครงการก่อสร้างโดยทีมที่ปรึกษา และศูนย์ตรวจสอบจากแรงงานจังหวัด เพื่อให้เป็นไปตามมาตรการขึ้นทะเบียนและตรวจแรงงานผิดกฎหมาย โดยแรงงานต่างชาติจะต้องขึ้นทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย และแจ้งขึ้นทะเบียนกับผู้จัดการบริหารโครงการทุกราย ซึ่งในปี 2567 มีการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างชาติในไซต์งานที่เปิดดำเนินการจากผู้รับเหมาจำนวน 4 ราย (นับข้าราชการ) แบ่งออกเป็นสัญญาติ กัมพูชาร้อยละ 22 สัญชาติเมียนมาร์ร้อยละ 39 และสัญชาติไทย ร้อยละ 39</li> <li>เปิดช่องทางการสื่อสาร People Help Desk เพื่อให้พนักงานสอบถามเรื่องสวัสดิการ และข้อสงสัยอื่น ๆ ผ่านระบบออนไลน์ตลอด 24 ชม.</li> <li>เพิ่มช่องทางการเข้าถึงระบบดูแลสุขภาพออนไลน์ Tops Care Telehealth โดยพนักงานที่ป่วยไม่รุนแรง สามารถปรึกษาหมอออนไลน์และรับยาที่ Tops Care ในสาขาที่ใกล้และสะดวก</li> </ul> |

## โครงการที่สำคัญ



- ได้รับรางวัล “องค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2567” ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ระดับดีเด่น เป็นปีแรก สะท้อนการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ผ่านนโยบายและวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญด้านสิทธิมนุษยชนที่เข้มแข็ง จัดโดยกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม
- ได้รับรางวัล “อรรธนารีศวร” ด้านส่งเสริมสิทธิมนุษยชน ของชุมชนหลากหลายทางเพศ ประเภทหน่วยงานภาคธุรกิจ จัดโดย สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย และพันธมิตรภาคประชาสังคม
- จัดกิจกรรม “Central Pattana x Unicef : Human Rights Initiatives for being Respectful Workplace” โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญจากยูนิเซฟ – กองทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ จัดเวิร์กช็อป ภายใต้แนวคิด ‘Respectful Workplace’ มาทำงานก็แฮปปี้ กลับบ้านไปก็แฮปปี้ ปูพื้นฐานและสร้างความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชน และการดูแลจิตใจ พร้อมส่งเสริมสุขภาวะจิตให้กับพนักงาน ได้เรียนรู้และเข้าใจอารมณ์ตนเองของผู้อื่น ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพกันและกัน ซึ่งได้รับการตอบรับจากพนักงานกว่า 50 ราย ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ประชาสัมพันธ์และได้รับความอนุเคราะห์ถ่ายทอดเรื่องราว #TheSoundofHappiness จากแคมเปญ The Sound of Happiness ของ Unicef กรมสุขภาพจิต และ JOOX ในช่องทางสื่อสารภายในองค์กรอีกด้วย
- จัดกิจกรรม Central Group Corporate Governance Day กิจกรรมเสวนาภายใต้แนวคิด สุขใจทุกการทำงานกับ “WorkJoy” ความเท่าเทียมกันที่ยั่งยืน โดยเชิญบุคลากรที่เชี่ยวชาญของแต่ละบริษัท ในกลุ่มเซ็นทรัล ร่วมแบ่งปัน

ประสบการณ์การทำงานในด้านสิทธิมนุษยชนภายในองค์กร ให้กับพนักงานที่สนใจในทุกบริษัทในกลุ่มเซ็นทรัล มีพนักงานสนใจเข้าร่วมฟังออนไลน์ทั้งสิ้น 2,071 คน (นับเฉพาะในวาระเรื่องสิทธิมนุษยชน)



- จัดกิจกรรม Thailand's Pride Celebration 2024 “Pride For All” ฉลอง Pride Month ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลทั่วประเทศ รวมกว่า 46 งาน ใน 20 จังหวัด ซึ่งจัดต่อเนื่องมากกว่า 5 ปี พร้อมผลักดันประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงาน World Pride 2030 และร่วมประกาศความภาคภูมิใจของประเทศไทยที่ได้เป็นประเทศแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีกฎหมายสมรสเท่าเทียม ในทุกสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ
- จัดสรรพื้นที่ฟรีให้กับผู้พิการ ได้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยถูกต้องตามกฎหมายและคำนึงถึงประโยชน์ของผู้พิการเป็นที่ตั้ง โดยในปี 2567 มีผู้พิการจำนวน 46 ราย เข้าร่วมโครงการดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.6 ต่อพนักงานทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าทางสังคมเท่ากับ 7.9 ล้านบาท

7. จัดจ้างผู้พิการทางสายตาให้บริการในกิจกรรมนวดบำบัดสำหรับพนักงาน ซึ่งจัดเป็นประจำทุกเดือน รวมอัตราจ้างทั้งสิ้น 15 คน โดยเปิดกว้างให้พนักงานจากบริษัทคู่ค้าที่ทำงานในพื้นที่สำนักงาน เช่น พนักงานทำความสะอาด และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สามารถเข้ารับบริการได้เช่นกัน
8. สนับสนุนสิทธิในการได้รับการเรียนรู้ในเด็กเล็ก โดยเปิดธุรกิจใหม่ “First Class Preschool” ศูนย์พัฒนาเด็กปฐมวัยสองภาษา ที่มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่สำคัญในช่วง 1-6 ปี เสริมสร้างตัวตนเด็ก ๆ พร้อมทักษะสมอง Executive Functions (EF) วินัยเชิงบวก และการพัฒนารอบด้านทั้งด้านร่างกาย สังคม อารมณ์ และการสื่อสารทั้งสองภาษา ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญสู่ความสุขและความสำเร็จในอนาคต ณ เซ็นทรัล เวสต์วิลล์
9. สนับสนุนสิทธิ และคุณค่าของคนวัยเกษียณ โดยร่วมกับธุรกิจเพื่อสังคม-ยังแอสปี และมูลนิธิสุทธิรัตน์ อยู่วิทยา จัดกิจกรรมทางการตลาด ‘Eldergy Festival บูลฟลิ่งเก่าเติมคุณค่าไม่มีหมด’ ณ ศูนย์การค้าเอสพลานาด รัชดา จัดเทศกาลเพื่อชาวสูงวัย ร่วมเติมคุณค่าในตัวเอง สู่การเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดียิ่งขึ้น ในคอนเซปต์ ‘สนุก มีคุณค่า พึ่งพาตัวเองได้’ ซึ่งประกอบด้วย โซนสนุก - มินิคอนเสิร์ต เวิร์กช็อปและกิจกรรมมากมาย โซนมีคุณค่า - บูลฟลิ่งงานบวก ด้วยนิทรรศการแสดงผลงานโครงการส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุพลังแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคมเมือง จากมูลนิธิสุทธิรัตน์ อยู่วิทยา และโซนพึ่งพาตนเองได้ - เพิ่มพลังการสร้างสรรค์ด้วยตลาดนัดวัยเก่า ช้อปของดีราคาไม่แพง พร้อมมองหาโอกาสสร้างอาชีพใหม่ ๆ



# Strong Governance



### 3.5 การจัดการความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล

แบ่งเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

## G1 การกำกับดูแลกิจการและการบริหารความเสี่ยง

#### ความสำคัญ



บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินงานตามหลักบรรษัทภิบาล ตั้งแต่การก่อตั้งบริษัทฯ มีการขับเคลื่อนสู่ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร รวมถึงการพัฒนาต่อยอดเป็นแนวทางการขับเคลื่อนความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน โดยกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบในเรื่อง 1) การกำกับดูแล 2) การบริหารความเสี่ยง และ 3) การพัฒนาอย่างยั่งยืน อยู่ภายใต้สายงานการเงินบัญชี และบริหารความเสี่ยง เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงทั้ง 3 แนวทางไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดการผลักดันที่เป็นรูปธรรม และเห็นผลลัพธ์ในรูปแบบผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินหรือเทียบเท่าที่ชัดเจน โดยจะมีการรายงานภาพรวมต่อคณะกรรมการตามลักษณะงาน ได้แก่ คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะกรรมการการตรวจสอบและธรรมาภิบาล คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยง โดยรายงานรายละเอียดแนวทางการบริหาร และผลการดำเนินงานใน หมวด 6 นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และหมวด 2 การบริหารจัดการความเสี่ยง



แนวทางการบริหารจัดการ



1. บริษัทฯ กำหนดนโยบายกำกับดูแล เพื่อให้เกิดความโปร่งใสเป็นธรรมและตรวจสอบได้ให้กับกิจกรรมที่สำคัญ และ/หรือมีความเสี่ยงในการดำเนินการที่ขัดต่อกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ โดยในบางกระบวนการจะนำแนวทางหรือมาตรฐานสากลมาใช้ในการกำกับดูแล และบางกระบวนการจะกำหนดเป็นคู่มือ มาตรฐาน และแบบประเมินโดยหน่วยงานภายใน

การกำกับดูแลตลอดห่วงโซ่คุณค่า

| 01                                                                                                                         | 02                                                                                                                                                         | 03                                                         | 04                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------|
| ส่วนการลงทุน                                                                                                               | ส่วนการพัฒนาธุรกิจและก่อสร้าง                                                                                                                              | ส่วนการบริหารอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า/จำหน่าย และการตลาด | ส่วนการสนับสนุนองค์กร |
| ← ดำเนินธุรกิจและกำกับดูแลภายใต้จรรยาบรรณ นโยบายและหลักการกำกับดูแลกิจการ →                                                |                                                                                                                                                            |                                                            |                       |
|                                                                                                                            | ผลักดันให้ผู้มีส่วนได้เสียโดยเฉพาะคู่ค้าดำเนินธุรกิจระหว่างกันภายใต้จรรยาบรรณ และแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า                                                 |                                                            |                       |
| วิเคราะห์สถานะ สอบทานธุรกิจ และประเมินความเสี่ยงทางธุรกิจระยะสั้น และระยะยาว (ESG) ด้วยกระบวนการ Due Diligence ภายในองค์กร |                                                                                                                                                            |                                                            |                       |
|                                                                                                                            | เปิดช่องทางในการร้องเรียน ตั้งคณะกรรมการการสืบสวน แก้ไข เยียวยา รายงานต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องตามลำดับชั้น และเปิดเผยข้อมูลตามขอบเขตที่เหมาะสมสู่สาธารณะ |                                                            |                       |

2. แสดงเจตจำนงสอดคล้องตามหลักการสากล 10 ประการ ในด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านคอร์รัปชัน โดยเข้าร่วมเป็นสมาชิก [UN Global Compact](#) ในนามกลุ่มบริษัทเซ็นทรัล
3. กำกับดูแลภายใต้ โครงสร้างการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบและธรรมาภิบาลเป็น คณะกรรมการสูงสุดรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท

เป้าหมาย



- ☑ G1 ดำเนินการปิดข้อร้องเรียน ได้ครบร้อยละ

100

😊
- ☑ ทบทวน ติดตามและจัดทำ แผนความเสี่ยงสำคัญ (Key Risks) ของบริษัทฯ ทุกไตรมาส

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ



รายงานใน บทที่ 6 นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และบทที่ 2 การบริหารจัดการความเสี่ยง

# G2

## การบริหารจัดการนวัตกรรม

### ความสำคัญ



บริษัทฯ บูรณาการการบริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรมในกระบวนการทำงานภายในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร อีกทั้งปรับปรุงหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ และ/หรือกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการหรือพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้เสีย รวมไปถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือมูลค่าใหม่ให้กับผู้มีส่วนได้เสีย เพิ่มความคล่องตัวรวดเร็ว ลดความล่าช้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และส่งเสริมภาพลักษณ์ความเป็นองค์กรที่ปรับตัวรองรับตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง สอดคล้องตาม 4 ความเชื่อของบริษัทฯ และมีมิติความยั่งยืน ESG ทั้ง 3 ด้าน

### แนวทางการบริหารจัดการ



1. นำหลักการจัดการ Kaizen และ PDCA มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน กอปรกับการวิเคราะห์ข้อมูลข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และปัญหาของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น
2. ติดตามความเคลื่อนไหวและการพัฒนานวัตกรรมของโลก รวมถึงความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจแบบเชิงรุก เพื่อนำมาใช้ในการตอบสนองเป้าหมายและกลยุทธ์ของบริษัทฯ
3. ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียโดยเฉพาะคู่ค้าในการสรรหา พัฒนา ทดลอง นำร่อง และต่อยอดนวัตกรรม เทคโนโลยี หรือผลิตภัณฑ์/บริการ ที่ส่งเสริมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชน สังคม และประเทศตามแนวทาง BCG Model
4. สร้างนวัตกรรมเป็นวัฒนธรรมทั่วทั้งองค์กร ผ่านโครงการ Power of Dream เพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการนำเสนอสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และตอบโจทย์การใช้งานของตนเองอย่างแท้จริง ภายใต้โจทย์ที่เกี่ยวข้องกับ ESG กำหนดหลักสูตรอบรมให้ความรู้ด้านนวัตกรรมให้พนักงานอยู่เสมอ เพื่ออัปเดตเทรนด์ และเกิดการทำงานตามกรอบแนวคิด Design Thinking
5. ประเมินผลสำเร็จของนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องด้วยตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม อาทิ ต้นทุนที่ประหยัดขึ้น ความรวดเร็วในการ

ให้บริการที่เพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้า และการเข้าถึงประโยชน์ของสาธารณชน เป็นต้น เพื่อวางแนวทางการพัฒนาต่อยอดและขยายผลทั่วองค์กรต่อไป

6. แบ่งหมวดหมู่ประเภทนวัตกรรมภายในองค์กร ตามกลไกการเกิดนวัตกรรมและดำเนินการออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่
  - 1) นวัตกรรมทางเทคโนโลยีดิจิทัล เน้นในการพัฒนาแอปพลิเคชัน และการทำตลาดแบบ Omnichannel เพื่อตอบสนองผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ได้แก่ ลูกค้า ร้านค้า คู่ค้า และพนักงาน ให้เกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจยิ่งขึ้น สร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้น และอำนวยความสะดวกให้ลูกค้ามากขึ้น อีกทั้งนำมาจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลสารสนเทศและการวิเคราะห์ข้อมูลบิ๊กดาต้า ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น
  - 2) นวัตกรรมที่เกิดจากหน่วยงานภายในองค์กร หรือ โครงการ Power of Dream คือ โครงการที่สนับสนุนความเชื่อองค์กร 'พัฒนาสิ่งใหม่อย่างไม่หยุดนิ่ง' มาดำเนินการให้เกิดขึ้นจริงเป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพและยกระดับมาตรฐานการทำงานอย่างต่อเนื่อง สร้างบรรยากาศแห่งการแลกเปลี่ยน และการแบ่งปันความรู้ให้เกิดขึ้นซึ่งจัดต่อเนื่องทุกปี ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา
  - 3) นวัตกรรมที่เกิดจากความร่วมมือกับคู่ค้าหรือหน่วยงานภายนอก เกิดจากการนำผลที่ได้จากการรับฟังเสียงผู้มีส่วนได้เสียหลักมาวิเคราะห์ร่วมกับคู่ค้าในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการ เพื่อแก้ไขและนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ โดยใช้วิธีการทดลองนำร่องรับความคิดเห็น ปรับปรุง วนซ้ำ แล้วจึงขยายผล

### เป้าหมาย



- ☉ G2 ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจากผลลัพธ์ของการทำโครงการ Power of Dream คิดเป็น 3 เท่า ของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

และมีจำนวนพนักงานเข้าร่วมโครงการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ



# 18.5

ของพนักงานทั้งหมด

## ผลการดำเนินการที่สำคัญ



### 1) นวัตกรรมทางเทคโนโลยีดิจิทัล ในรูปแบบแอปพลิเคชัน

| โครงการ / รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ผลสัมฤทธิ์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ดำเนินการปรับปรุงและขยายผล 4 เครื่องมือสำคัญ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 'Central Offices' เพื่ออำนวยความสะดวกผู้ใช้อาคารสำนักงาน ในด้านต่าง ๆ อาทิ ข่าวสารข้อมูล โปรโมชันและกิจกรรม รวมถึงบริการเฉพาะด้าน เช่น บริการ Tops Care Telehealth ซึ่งเป็นบริการปรึกษาแพทย์และเภสัชกรผ่านทางออนไลน์พร้อมรับและส่งยาแบบมืออาชีพ บริการห้องปฐมพยาบาล บริการที่จอดรถจักรยานและสกู๊ตเตอร์ บริการห้องอาบน้ำและล็อกเกอร์ ห้องให้นมบุตร บริการให้ยืมที่ชาร์จแบตเตอรี่ โทรศัพท์มือถือสำรอง บริการยืมรถเข็นสำหรับผู้พิการ บริการห้องน้ำสำหรับผู้พิการ เป็นต้น และเพิ่มประสิทธิภาพระบบอำนวยความสะดวกสำหรับพื้นที่ทำงานร่วมกัน หรือ Co working spaces at wOrk ให้รวดเร็วขึ้น ด้วยระบบ จอง จ่าย จบ</li> <li>2. โครงการ 'Front-Operation Implementation &amp; Transformation (Project FIT)' ซึ่งดำเนินการต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ Salesforce ในกระบวนการขายและให้เข้าพื้นที่ การบริหารจัดการพื้นที่ การส่งมอบพื้นที่เช่า และการพิจารณาอนุมัติการขายและส่วนลดต่าง ๆ ในระบบเดียว ให้เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมขึ้น</li> <li>3. เพิ่มเติม ระบบ All Request และ ระบบ All Service เพื่อเชื่อมกับแอปพลิเคชันอื่นๆ ในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับเหมา ผู้เช่าร้านค้า ผู้เช่าบริการ เพื่อช่วยลดขั้นตอนและลดการใช้เอกสารพร้อมทั้งเก็บข้อมูลต่าง ๆ และ ทำธุรกรรมผ่านทางออนไลน์ และ ระบบ QR Code ได้โดยสะดวก</li> <li>4. ปรับปรุงระบบการเบิกจ่ายสวัสดิการพนักงาน เช่นค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าเบี้ยเลี้ยง ในระบบ Smart Expense โดยเพิ่มรูปแบบการเบิกเป็นทวีป ให้สะดวก รวดเร็ว ลดขั้นตอนการดำเนินงานให้สั้นลง</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Project FIT <ul style="list-style-type: none"> <li>• เพิ่มประสิทธิภาพ กระบวนการทำงาน ด้านการขายกว่า</li> </ul> <p><b>55,000 สัญญา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productivity ของทีมขายเพิ่มขึ้น กว่าร้อยละ 25 จากปี 2566</li> <li>• ลดระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติ กว่าร้อยละ 70</li> <li>• ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร อัตราค่าเช่า และลดความเสี่ยงด้านการสูญเสียรายได้จากการเปิดร้านล่าช้า กว่ากำหนดของผู้ประกอบการ</li> </ul> </li> <li>3. ระบบ All Request มีส่วนช่วย ในการลดใช้กระดาษโดยลดลงได้ถึง</li> </ol> <p><b>79,788 แผ่น/ปี</b></p> <p>และช่วยประหยัดเวลา ในการดำเนินธุรกรรมกว่า 1,200 ใบบาง ใน 5 สาขานำร่อง</p> |



## 2) โครงการ Power of Dream

| โครงการ / รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ผลสัมฤทธิ์                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>แบ่งกระบวนการออกเป็น 3 เฟส ได้แก่</p> <p><b>Phase 1: Idea Acquiring</b><br/>           ประชาสัมพันธ์ และเปิดรับไอเดียทั่วทั้งองค์กร กลั่นกรองตามเกณฑ์การตัดสินโดย คณะกรรมการฯ และประกาศผลไอเดียที่ผ่านรอบ Idea Pitching Awards</p> <p><b>Phase 2: Make it happen</b><br/>           โครงการที่ผ่านรอบคัดเลือกรอบแรกจะได้รับการสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การอบรม<sup>1</sup> และได้รับคำแนะนำจากผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนการดำเนินงาน เพื่อให้ลงมือทำจริงตามแผนจนเกิดผลลัพธ์</p> <p><b>Phase 3: Awarding &amp; Generalization</b><br/>           นำเสนอผลการดำเนินงานบนเวทีประกวดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และให้เกิด การขยายผลทั่วทั้งองค์กร</p> | <p><b>พนักงานเข้าร่วมทั้งสิ้น</b><br/> <b>1,063 คน</b><br/>           คิดเป็นร้อยละ 20.4<br/>           ของพนักงานทั้งหมด</p> <p><b>มีโครงการที่ได้รับรางวัลทั้งสิ้น</b><br/> <b>16 โครงการ</b><br/>           คาดการณ์ผลประโยชน์ได้ 9 ล้านบาทต่อปี<br/>           คิดเป็นผลตอบแทนการลงทุนที่ 6.6 เท่า</p> |



## 3) นวัตกรรมที่เกิดจากความร่วมมือกับลูกค้า หรือหน่วยงานภายนอก

รายงานเพิ่มเติมใน หัวข้อ G4 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

<sup>1</sup> พนักงานได้พัฒนาและเพิ่มทักษะการเรียนรู้ผ่านการอบรมในหลักสูตร Project Management Training, Power Automate Training รวมทั้งการอบรมภายนอก รวมไปถึงจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจและการมีส่วนร่วมเชิงลึก อาทิ กิจกรรม TPOD Dreamer Coffee Talk, The Power of Dream Boost Camp รวมทั้งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และศึกษาอบรมทักษะเพิ่มเติมกับองค์กรชั้นนำภายนอก

### โครงการที่โดดเด่นภายใต้โครงการ Power of Dream

- 'Data Analysis Improvement for Sustainable Growth Support in Business' คือการนำ Power BI มาพัฒนา Report Dashboard ใช้ในการบริหารศูนย์การค้า
- 'Metaverse Matching' คือ การจำลองพื้นที่ให้กับลูกค้าได้เห็น ภาพจริง ประกอบการขาย/ให้เช่าพื้นที่
- 'Power C with Automation' คือ การนำ Power Automate มาปรับกระบวนการแจ้งหนี้บางหมวดรายการให้เป็นระบบอัตโนมัติ
- 'ส่งความสุข ผ่านผืนไวนิลป้ายโฆษณา สู่กระเป๋าลายเดียวในโลก' คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากป้ายไวนิลโฆษณาของศูนย์การค้าเพื่อกิจกรรมทางสังคม

## G3 ความปลอดภัยระบบสารสนเทศ ความมั่นคงทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

### ความสำคัญ



บริษัทฯ นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ โดยปรับกระบวนการทำงานให้เป็นดิจิทัล เปลี่ยนจากการใช้แรงงาน เป็นการใช้เทคโนโลยี (Technology Enablers) เพื่อประโยชน์ในการใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์และการคาดการณ์ รวมไปถึงสอดคล้องตามกลยุทธ์ Omnichannel ในการสร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อให้กับลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า ร้านค้า รวมไปถึงลดความเสี่ยงทางธุรกิจ เพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินการกับคู่ค้าและการทำงานของพนักงาน อย่างไรก็ตาม ประโยชน์ที่ได้รับนั้น มาพร้อมกับความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจากการโจรกรรมข้อมูล อาชญากรรมทางไซเบอร์ รวมถึงการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ความหละหลวมหรือการไร้ประสิทธิภาพในการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ รวมถึงการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งอาจจะทำให้เกิดการชะงักงันของธุรกิจ การสูญเสียทรัพยากร การร้องเรียนฟ้องร้อง และนำไปสู่ความเสื่อมเสียชื่อเสียง และลดทอนความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียในการทำธุรกรรมกับบริษัทฯ

### แนวทางการบริหารจัดการ



1. บริษัทฯ กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยสารสนเทศ นโยบายความเป็นส่วนตัว นโยบายคุกกี้ นโยบายการบันทึกการรายงาน และการเก็บรักษาข้อมูล และมาตรฐานความปลอดภัยสารสนเทศ เป็นแนวทางในการปฏิบัติของพนักงานทั้งองค์กรและกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
2. พัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดการความปลอดภัยด้านสารสนเทศ โดยใช้มาตรฐาน ISO 27001:2013 และ NIST SP800-53 เป็นกรอบในการดำเนินการซึ่งครอบคลุมการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ ทั้งระบบ Hardware, Software และ Network ของบริษัทฯ
3. ดำเนินการขออนุญาตรวบรวม จัดเก็บ การใช้ข้อมูล และส่งต่อข้อมูลส่วนบุคคลตามความเหมาะสม รวมทั้งกำหนดแนวปฏิบัติรองรับการใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลและมาตรการจัดการเมื่อเกิดอุบัติเหตุที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสมและรัดกุม
4. เก็บรวบรวมฐานข้อมูลลูกค้าโดยคำนึงถึงความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลอย่างเคร่งครัด ด้วยนโยบายและแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
5. ให้ความรู้และสร้างความตระหนักแก่บุคลากรทั่วทั้งองค์กรผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภัยคุกคามและผลกระทบทางไซเบอร์ อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงวางแผนพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่ผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัท ตามกรอบการพัฒนาที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง
6. จัดทำประกันภัยด้านไซเบอร์เพื่อถ่ายโอนความเสี่ยงและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงมีการซ้อมแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan - BCP) การรับมือเมื่อเกิดเหตุให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและระบบที่ใช้ในปัจจุบัน
7. กำหนดหน่วยงานดูแลด้านความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ทำหน้าที่กำกับดูแลเสถียรภาพของข้อมูลและระบบสารสนเทศ โดยมีคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบและธรรมาภิบาล ผู้บริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ หน่วยงานตรวจสอบภายใน หน่วยงานบริหารความเสี่ยง และหน่วยงานระดับชำนาญการรับผิดชอบ



อย่างใกล้ชิด กำกับดูแลครอบคลุมในเรื่องการจัดการระบบสารสนเทศ การรักษาความปลอดภัยด้านเครือข่ายองค์กรและสถาปัตยกรรมความมั่นคงสารสนเทศ โดยมีการประชุมหารือระหว่างหน่วยงานรายเดือนและรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทุกไตรมาส

8. เตรียมความพร้อมด้านนโยบายและการดำเนินงานในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ ในกระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทฯ รวมถึงการสื่อสาร และจัดอบรมพนักงานให้มีทักษะความรู้ความเข้าใจขั้นพื้นฐานในเรื่องดังกล่าว
9. เปิดช่องทางในการแจ้งข้อร้องเรียนกรณีโดนบริษัทฯ ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลได้ทั้งช่องทางกรรณการร้องเรียนออนไลน์บนเว็บไซต์ และทางศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Call Center) หมายเลข +66 (0) 2-667-5555 โดยข้อร้องเรียนดังกล่าวจะได้รับการ

ตรวจสอบโดยหน่วยงานตรวจสอบภายใน และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและธรรมาภิบาล และส่งยังหน่วยงานที่รับผิดชอบแก้ไข หากตรวจสอบแล้วสาเหตุเกิดจากการดำเนินการของบริษัทฯ จริง บริษัทฯ จะแสดงความรับผิดชอบในส่วนการชดเชยหรือเยียวยาตามความเหมาะสม

## เป้าหมาย



- ☑ **G3 ไม่มีข้อร้องเรียน** ด้านการละเมิดความเป็นส่วนตัวของลูกค้า การทำข้อมูลลูกค้ารั่วไหลหรือสูญหาย หรือด้านผลกระทบจากการละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้มีส่วนได้เสีย

## ผลการดำเนินการ



|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>การรักษาความปลอดภัยด้านเครือข่ายองค์กร</b> | <p>บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการใช้อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ที่ไม่ล้าสมัยและซอฟต์แวร์ที่ถูกกฎหมาย รวมถึงมีการดูแลตรวจสอบและอัปเดตแพตช์เป็นประจำทุกเดือน สำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ เราเน้นความปลอดภัยของเว็บแอปพลิเคชันตามมาตรฐาน OWASP และทำการทดสอบเจาะเครือข่ายโดยหน่วยงานกลางเพื่อเพิ่มความปลอดภัย</p> <p>ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ทำการทดสอบ Phishing Simulation ผ่านอีเมลบริษัทฯ โดยพบว่า พนักงานตระหนักรู้ และมีรายงาน Suspicious Emails 3.96% เพื่อช่วยป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียต่อบริษัทฯ</p> <p>มี Incident Case เกิดขึ้นทั้งหมด 5 เคส ซึ่งได้รับการแก้ไขและไม่ก่อให้เกิดความเสียหายใด ๆ ต่อองค์กร</p> <p>มีการสื่อสารให้กับพนักงานมีความตระหนักรู้ เพื่อช่วยป้องกัน และแจ้งเหตุด้านความปลอดภัยทางสารสนเทศ อย่างสม่ำเสมอ</p>                                                                                                 |
| <b>ความมั่นคงทางไซเบอร์</b>                   | <p>จัดอบรมออนไลน์เรื่องความมั่นคงทางไซเบอร์ทั้งสิ้น 5 หลักสูตร มีจำนวนผู้เข้าอบรมทั้งสิ้น 4,538 คน ผ่านการอบรมคิดเป็นร้อยละ 75 ของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด</p> <p>มีการแยกระบบ WIFI บริษัทฯ จำกัดให้บริการเฉพาะคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ เท่านั้น ออกจากระบบ WIFI ทั่วไปที่ให้บริการคอมพิวเตอร์ส่วนตัว/โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต เพื่ออำนวยความสะดวกให้พนักงาน แต่ยังคงความสามารถในการดูแลความปลอดภัยทางไซเบอร์</p> <p>ไม่พบการละเมิดระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ หรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์อื่น ๆ ถึงขั้นรุนแรง หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทฯ</p> <p>ไม่พบการละเมิดข้อมูล อันประกอบด้วย การรั่วไหล การโจรกรรม และการสูญหายของข้อมูลส่วนบุคคล</p> <p>ไม่มีพนักงานถูกปรับหรือได้รับบทลงโทษอันมีสาเหตุจากการละเมิดระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศหรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์อื่น ๆ</p> |
| <b>การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล</b>             | <p>ไม่พบข้อร้องเรียนอันมีหลักฐานรองรับด้านการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลใด ๆ</p> <p>ไม่พบข้อมูลรั่วไหล การโจรกรรม หรือการสูญหายของข้อมูลลูกค้า</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

## โครงการที่สำคัญ

1. บริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดูแลงานด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศรวมกันภายใต้หน่วยงาน กลยุทธ์องค์กร นวัตกรรม และดิจิทัลเทคโนโลยี มีผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงาน ดำรงตำแหน่งเทียบเท่า Chief Information and Technology Officer และเป็นประธานคณะกรรมการชุดย่อยดูแลเรื่องการจัดการปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งรายงานตรงต่อคณะกรรมการจัดการของบริษัทฯ ทำหน้าที่ขับเคลื่อนโครงการ และกิจกรรมที่เกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ และความปลอดภัยสารสนเทศภายในองค์กร และติดตามความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากปัญญาประดิษฐ์ร่วมกันกับหน่วยงานบริหารและจัดการความเสี่ยงองค์กร รายงานต่อคณะกรรมการจัดการความเสี่ยงองค์กร
2. เตรียมความพร้อม และเพิ่มทักษะให้พนักงานมีความสามารถในการเข้าใจ เข้าถึง และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านหลักสูตรการอบรม ดังนี้

**หลักสูตร Central Group Cyber Awareness 2024**  
ร่วมปกป้ององค์กรและเป็นการปฏิบัติตามนโยบายรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ



รวมทุกหลักสูตร

**4,538 คน (นับซ้ำ)**

**หลักสูตรปัญญาประดิษฐ์ AI 101: AI Literacy e-Learning**  
ความรู้เบื้องต้นเรื่อง AI และ AI 102: Co-pilot Workshop  
วิธีการใช้ AI ได้ในทุกวัน

**หลักสูตร Retail Trends & Tech Talk: MERCHANDISE**  
Panel Talk ที่ช่วยเปิดมุมมอง และแลกเปลี่ยนประสบการณ์การนำ Future Technology มาใช้ในการทำงานจากผู้บริหารสายงาน Merchandise พร้อมอัปเดต เทรนด์ใหม่ของเทคโนโลยีกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจาก Central Digital



## G4 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

### ความสำคัญ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือพื้นฐานในการสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และตอบสนองความหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ตั้งแต่การออกแบบอาคาร การก่อสร้าง ไปจนถึงการบริหารศูนย์การค้า การส่งมอบสินค้าและบริการให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ในปัจจุบันการเพิ่มมิติด้านความยั่งยืนในการบริหารห่วงโซ่อุปทานเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยป้องกันความเสี่ยงจากการหยุดชะงักในห่วงโซ่อุปทาน สนับสนุนให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและผลผลิต อีกทั้งเพิ่มความสะดวกรวดเร็วยิ่ง

สร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย สนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการออกแบบและก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ ให้มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานอาคารเขียว พร้อมส่งมอบอาคารให้กับผู้เช่าและหน่วยงานบริหารอาคารตรงตามระยะเวลาที่กำหนด ในส่วนการบริหารจัดการ

ห่วงโซ่อุปทานในกระบวนการบริหารอสังหาริมทรัพย์นั้นจะมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างผลผลิตภาพในการดำเนินงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายทั้งขององค์กรและของผู้เช่า อีกทั้งมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ ประทับใจในการใช้บริการของลูกค้าเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำ

## แนวทางการบริหารจัดการ



1. ดำเนินธุรกิจร่วมกันกับคู่ค้าอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ลดผลกระทบต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัย โดยกำหนดนโยบายด้านการจัดซื้อจัดจ้างและการปฏิบัติต่อคู่ค้า และจรรยาบรรณ พร้อมทั้งแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า อ้างอิงแนวทางการปฏิบัติกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และสากล อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน United Nations Global Compact (UNGC) Universal Declaration of Human Rights (UDHR) และ International Labor Organization (ILO)
2. กำหนดแผนงานการบริหารจัดการคู่ค้าออกเป็น 1) การพัฒนาธุรกิจและก่อสร้าง 2) การบริหารศูนย์การค้า การตลาด และ 3) การบริหารองค์กร ทั้งนี้ได้แบ่งย่อยออกเป็น 12 กลุ่มตามหมวดหมู่การให้บริการของคู่ค้า โดยนำมิติด้านความยั่งยืนเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้า คิดเป็นสัดส่วนน้ำหนักร้อยละ 30-100 ของเกณฑ์การคัดเลือกทั้งหมด ขึ้นกับประเภทของสินค้าและบริการ และมีการกำหนดให้คู่ค้าจัดทำแผนงานปฏิบัติแก้ไข และบทลงโทษชัดเจนจนถึงขั้นตัดซื้อออก หากละเมิดหรือละเลยจนก่อให้เกิดความเสียหายขั้นรุนแรง
3. ลดความเสี่ยงโดยการให้คู่ค้าหลายราย และระบุข้อกำหนดผลิตภัณฑ์/บริการ สำรองหรือเทียบเท่าเพื่อให้สามารถเปลี่ยนใช้สินค้า/บริการอื่นได้ทันทีไม่ก่อให้เกิดการหยุดชะงักกันของธุรกิจ
4. กำหนดมาตรฐานในการส่งมอบสินค้า/บริการ/โครงการในสัญญาการซื้อขายหรือจัดจ้างโดยมีข้อตกลงระดับการให้บริการ หรือ SLA ที่ชัดเจนในด้านคุณภาพ การส่งมอบ และการให้บริการ พร้อมมีมาตรการตรวจสอบและประเมินผลการทำงานของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง
5. สร้างระบบฐานข้อมูลเพื่อจัดการข้อมูลคู่ค้าอย่างมีประสิทธิภาพ มีการประเมินคู่ค้าอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านคุณภาพ การส่งมอบ ความน่าเชื่อถือ และประเมินผลกระทบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยอาชีวอนามัย ผ่านการประเมินพนักงานและเชิงวิเคราะห์เอกสาร อีกทั้งติดตามความเสี่ยงและตรวจสอบ

สถานะทางการเงินของคู่ค้าตามรอบกำหนด และกำหนดแผนสำรองรับมือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินหรือเหตุการณ์วิกฤติเพื่อมิให้กระทบต่อการส่งมอบสินค้าและบริการของคู่ค้า

6. บูรณาการมิติด้านความยั่งยืนในการสรรหาและจัดจ้าง การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า และการพัฒนาคู่ค้า มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานโดยหน่วยงานต้นสังกัด และหน่วยงานจัดซื้อจัดจ้าง สอดคล้องตามเป้าหมายและตัวชี้วัดองค์กรและไม่ขัดต่อจรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติของคู่ค้าหรือแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร รายงานผลต่อผู้บังคับบัญชาสูงสุดของสายงาน และรายงานตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดองค์กรต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน
7. มีการอบรมและให้ความรู้กับคู่ค้าในมิติความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดการขยะ การจัดการความปลอดภัยและสุขอนามัยในไซต์งานก่อสร้างหรือในศูนย์การค้า การให้บริการจากใจ (Service with the Heart) การจัดการด้านความเป็นอยู่ให้เหมาะสมตามหลักสิทธิมนุษยชน
8. แบ่งการบริหารจัดการและการรายงาน ออกเป็น
  - 1) การบริหารความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน
  - 2) การปรับปรุงกระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตภาพในการบริหารต้นทุน ผ่านการจัดหาเชิงกลยุทธ์ การจัดซื้อเชิงกลยุทธ์ การจัดการสินค้าคงคลัง และการปรับปรุงระบบจัดซื้อ/จัดจ้าง
  - 3) การพัฒนาและสนับสนุนคู่ค้าสู่พันธมิตรทางธุรกิจ

## เป้าหมาย



- ☑ G4.1 มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างจากคู่ค้าท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 30 ของมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างทั้งหมด
- ☑ G4.2 ดำเนินโครงการพัฒนาประสิทธิภาพของคู่ค้า เพิ่ม 10 ราย ภายในปี 2568



- ☑ G4.3 ตรวจสอบเป็นคู่ค้าด้านการพัฒนาโครงการ และปฏิบัติการครบ
- ☑ G4.4 ตรวจสอบเป็นคู่ค้า ณ สถานประกอบการสำหรับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญให้ได้ครบ



ร้อยละ  
**100**



ร้อยละ  
**100** ตามเป้าหมาย

ผลการดำเนินการที่สำคัญ



| ผลการดำเนินงานปี 2567                                                         | จำนวนคู่ค้า (ราย)                                                                                                          | มูลค่าการจัดซื้อ (ล้านบาท) | สัดส่วนต่อจำนวนคู่ค้าทั้งหมด (ร้อยละ) | สัดส่วนต่อมูลค่าทั้งหมด (ร้อยละ) |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
| คู่ค้าทั้งหมดที่ทำธุรกรรมระหว่างกันในปี 2567 (Tier-1)                         | 4,479                                                                                                                      | 12,710                     | 100                                   | 100                              |
| มากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป                                                      | 38                                                                                                                         | 7,680                      | 1                                     | 60                               |
| มากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท                                      | 108                                                                                                                        | 2,312                      | 2                                     | 18                               |
| มากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท                                       | 665                                                                                                                        | 2,103                      | 15                                    | 17                               |
| น้อยกว่า 1 ล้านบาท                                                            | 3,668                                                                                                                      | 615                        | 82                                    | 5                                |
| คู่ค้าหลักที่สำคัญ (Significant Tier 1)                                       | 129                                                                                                                        | 5,992                      | 3                                     | 47                               |
| คู่ค้าทางอ้อมที่สำคัญ (Significant Non-Tier 1)                                | 0                                                                                                                          | 0                          | 0                                     | 0                                |
| คู่ค้าที่ผ่านการคัดกรอง ESG รวมแบบออนไลน์ และการประเมิน Prequalification      | 162                                                                                                                        |                            | 4                                     |                                  |
| คู่ค้าที่ผ่านการประเมินความเสี่ยง                                             | 208                                                                                                                        |                            | 5                                     |                                  |
| 1) เชิงวิเคราะห์เอกสาร                                                        |                                                                                                                            |                            |                                       |                                  |
| 2) ประเมิน ณ สถานที่ปฏิบัติงาน หรือสถานที่ผลิต                                |                                                                                                                            |                            |                                       |                                  |
| ผลจากการประเมิน                                                               |                                                                                                                            |                            |                                       |                                  |
| 1) คู่ค้าที่มีความเสี่ยงในการสร้างผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ | 114                                                                                                                        |                            | 3                                     |                                  |
| 2) คู่ค้าที่จัดทำแผนงานปฏิบัติการแก้ไข                                        | 41                                                                                                                         |                            | 1                                     |                                  |
| 3) คู่ค้าที่ถูกยกเลิกสัญญา                                                    | 0                                                                                                                          |                            | 0                                     |                                  |
| คู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคู่ค้า                                           | 10                                                                                                                         |                            |                                       | 100%                             |
| มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างจากคู่ค้าท้องถิ่น                                      | คิดเป็นร้อยละ 71 ของมูลค่าการจัดซื้อ จัดจ้างในส่วนบริหารศูนย์การค้า หรือผลสัมฤทธิ์อยู่ที่ ร้อยละ 236 เมื่อเทียบกับเป้าหมาย |                            |                                       |                                  |

หมายเหตุ: แสดงข้อมูลเฉพาะคู่ค้าในส่วนการพัฒนาโครงการศูนย์การค้าและคอมมูนิตีมอลล์ และส่วนการบริหารศูนย์การค้า และการตลาดเท่านั้น

โครงการที่สำคัญ



1.

ปรับเปลี่ยนรูปแบบการรับฟังเสียงจากคู่ค้าผ่านการจัดประชุม Supplier Management Meeting เป็นการประชุมสนทนากลุ่มเชิงลึกแทน โดยเชิญตัวแทนจากคู่ค้าหลักที่สำคัญเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย ทั้งในส่วนของพัฒนาธุรกิจและก่อสร้าง และส่วนการบริหารศูนย์การค้า และการตลาด โดยข้อมูลป้อนกลับที่สำคัญที่ได้จากการประชุม ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว การจัดจ้างแรงงานโดยเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน การเพิ่มประสิทธิภาพในการชำระหนี้ และจัดการแหล่งเงินทุนสำรองให้คู่ค้า ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ผนวกรวมข้อมูลป้อนกลับดังกล่าวในการทำแผนงานด้านความยั่งยืนในปีถัดไป โดยแยกตามประเด็นที่เกี่ยวข้อง
2.

ปรับปรุงกระบวนการ Procure to Pay เพื่อรองรับการใช้งานระบบใบกำกับภาษีหรือใบเสร็จในรูปแบบออนไลน์ตามความต้องการของคู่ค้าที่เริ่มใช้งานมากขึ้น เพื่อความถูกต้องแม่นยำ ตั้งแต่ต้นทางจนปลายทาง
3.

ดำเนินการตรวจเยี่ยม และตรวจประเมินหน้างานในกลุ่มผู้รับเหมาที่ดำเนินการก่อสร้างรอบปี 2567 จำนวน 6 ราย (ครอบคลุมครบร้อยละ 100 ของคู่ค้าหลักที่สำคัญ) และในกลุ่มคู่ค้าในส่วนการบริหารศูนย์การค้า จำนวน 6 ราย (จากเป้าหมาย 10 ราย คัดสรรจากกลุ่มคู่ค้าหลักที่สำคัญ และกลุ่มคู่ค้าด้าน ESG ที่สำคัญ) เพื่อตรวจสอบกระบวนการคุณภาพอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น อีกทั้งประเมินความเสี่ยง

ในการสร้างผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินงานระหว่างกันที่มีนัยสำคัญ และหาหรือความร่วมมือหรือข้อตกลงในการพัฒนาการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ได้ประโยชน์ร่วมกันควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าร่วมให้กับสังคม สิ่งแวดล้อม

4. ดำเนินการต่อเนื่องจากปีที่แล้ว ในการสรรหาช่องทางสนับสนุนทางการเงินร่วมกับ บริษัท อินเวสทรี (ไทยแลนด์) จำกัด\* ให้กับลูกค้า โดยสามารถนำไปส่งชื่อของบริษัทฯ ค่าประกันวงเงินได้ มีลูกค้าเข้าร่วมโครงการ 7 ราย วงเงิน 54 ล้านบาท อีกทั้งขยายผลแนะนำไปยังลูกค้าของบริษัท เซ็นทรัล รีเทล จำกัด (มหาชน) เพิ่มเติมอีกด้วย

\* บริษัท อินเวสทรี (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นผู้ให้บริการระบบคลาวด์พื้นดินภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใด ๆ กับบริษัทฯ

5. หนึ่งในผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการจัดซื้อและจัดหาเชิงกลยุทธ์ คือ การปรับเปลี่ยนใช้กระดาษทิชชูแบบ Center Pull ซึ่งช่วยควบคุมปริมาณการใช้งานต่อครั้งอย่างเหมาะสม โดยมีการให้ข้อมูลป้อนกลับผู้ผลิตเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้าในการช่วยลดขยะกระดาษทิชชูและติดตั้งเครื่องเป่ามือคุณภาพสูง ซึ่งมีตัวกรอง HEPA ดักจับร้อยละ 99.95 ของอนุภาคขนาดเล็กถึง 0.1 ไมครอน ทำให้มือแห้งด้วยลมสะอาด อย่างรวดเร็วและประหยัดพลังงาน
6. นำแนวคิดการแก้ปัญหาในโครงการ Power of Dream มาปรับใช้ในการแก้ปัญหาขาดแคลนลูกค้าบางหมวดบริการในบางจังหวัด เช่น ออกแก๊สเซอร์จัดงานอีเวนต์ งานติดตั้งระบบไฟฟ้า งานระบบปรับอากาศ งานระบบสุขาภิบาล งานก่อสร้างสถาปัตยกรรมงานตกแต่งภายในงานตีเส้นจราจร งานทำพื้น Epoxy กันซึม เป็นต้น ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย เฟสบุ๊กของสาขาเป็นหลัก สามารถเพิ่มลูกค้าท้องถิ่นรายใหม่รวมทั้งสิ้น 17 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้าท้องถิ่นในภาคใต้ และภาคตะวันออก ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 20 ของธุรกรรมที่เกิดขึ้นกับลูกค้าใหม่เหล่านี้
7. การหมุนเวียนนำกลับมาใช้ซ้ำ อาทิ การนำรั้วโครงการที่รื้อถอน และวัสดุไม้กันรั้วกันรั้วร้อยละ 50 จากโครงการ เซ็นทรัล เวสต์วิลล์ ไปใช้ต่อที่โครงการก่อสร้างเซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์ (ชื่อเดิม) และโครงการเซ็นทรัล นครปฐม ตามลำดับ การนำหม้อแปลงไฟฟ้าชั่วคราวจากเซ็นทรัลอยุธยา มาใช้ที่เซ็นทรัล นครปฐม จากนั้นนำไปใช้ต่อที่โครงการใหม่ที่กำลังก่อสร้าง

8. การกำจัดขยะก่อสร้าง อาทิ ร่วมมือกับ บริษัท เอสซีซี ดิสทริบิวชัน จำกัด ในโครงการ Waste Management Solutions โดยการนำเศษหั่วเสามาบดย่อยเป็น RCA - Recycled Concrete Aggregate แล้วนำกลับมาเป็นส่วนผสม แทนหินธรรมชาติในการผลิต RCA Lean Concrete เพื่อใช้ในงานโครงสร้างอาคารอีกครั้งหนึ่ง โดยการทำถนนและคอนกรีตรองฐานราก และขยายผลกับคู่ค้ารายอื่น ๆ ในการนำมาใช้เป็นชั้นรองพื้นทางช่วงก่อสร้าง และกันดินทลายบริเวณที่ขุดแบบลาดเอียง (Cut Slope) หรือนำไปบริจาคให้องค์กรที่เหมาะสมและในบริเวณใกล้เคียงโครงการ ในโครงการเซ็นทรัล กระบี่ เซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์ (ชื่อเดิม) และโครงการใหม่ที่กำลังก่อสร้าง
9. สนับสนุนให้ผู้รับเหมามีการจัดการและแยกประเภทขยะและเศษปูน ในการก่อสร้าง โดยร่วมกับบริษัท สถานีโซเคิล วงษ์พาณิชย์สุวรรณภูมิ จำกัด ในการจัดการขยะภายในสถานที่ก่อสร้าง การคัดแยกประเภทขยะอย่างถูกวิธี นำไปรีไซเคิลและทำลายอย่างถูกวิธีเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และใช้แอปพลิเคชันในการจัดเก็บบันทึกข้อมูลปริมาณขยะแยกประเภทได้อย่างแม่นยำ คำนวณและรายงานการลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนจากการจัดการขยะ
10. ร่วมมือกับ บริษัท ฟอรัม บิม อคติเทค จำกัด ในการใช้เทคโนโลยี BIM (Building Information Modeling) ช่วยในการวางแผนและจัดการ การใช้วัสดุก่อสร้างที่คำนวณปริมาณได้อย่างแม่นยำ ลดการสูญเสียเศษวัสดุและลดขยะวัสดุในงานก่อสร้าง
11. ร่วมมือกับ สถาบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยในการจัดอบรมหลักสูตรแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ภายในโครงการก่อสร้างอาคารของเซ็นทรัล สามารถทำการเก็บข้อมูลการปล่อยคาร์บอนในระหว่างการก่อสร้าง เพื่อนำไปคำนวณ Embodied Carbon เพื่อเป็นแนวทางในการลดการใช้พลังงานและการเลือกวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
12. สนับสนุนให้ผู้รับเหมา เข้าร่วมโครงการคณะทำงานปฏิบัติการสร้างเสริมผลลัพธ์ที่ดีทางสังคม (Building Social Impact Initiative) ในการทำแบบสำรวจคุณภาพชีวิตภายในแคมป์พักก่อสร้าง (รายงานเพิ่มเติมใน S6 การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน)