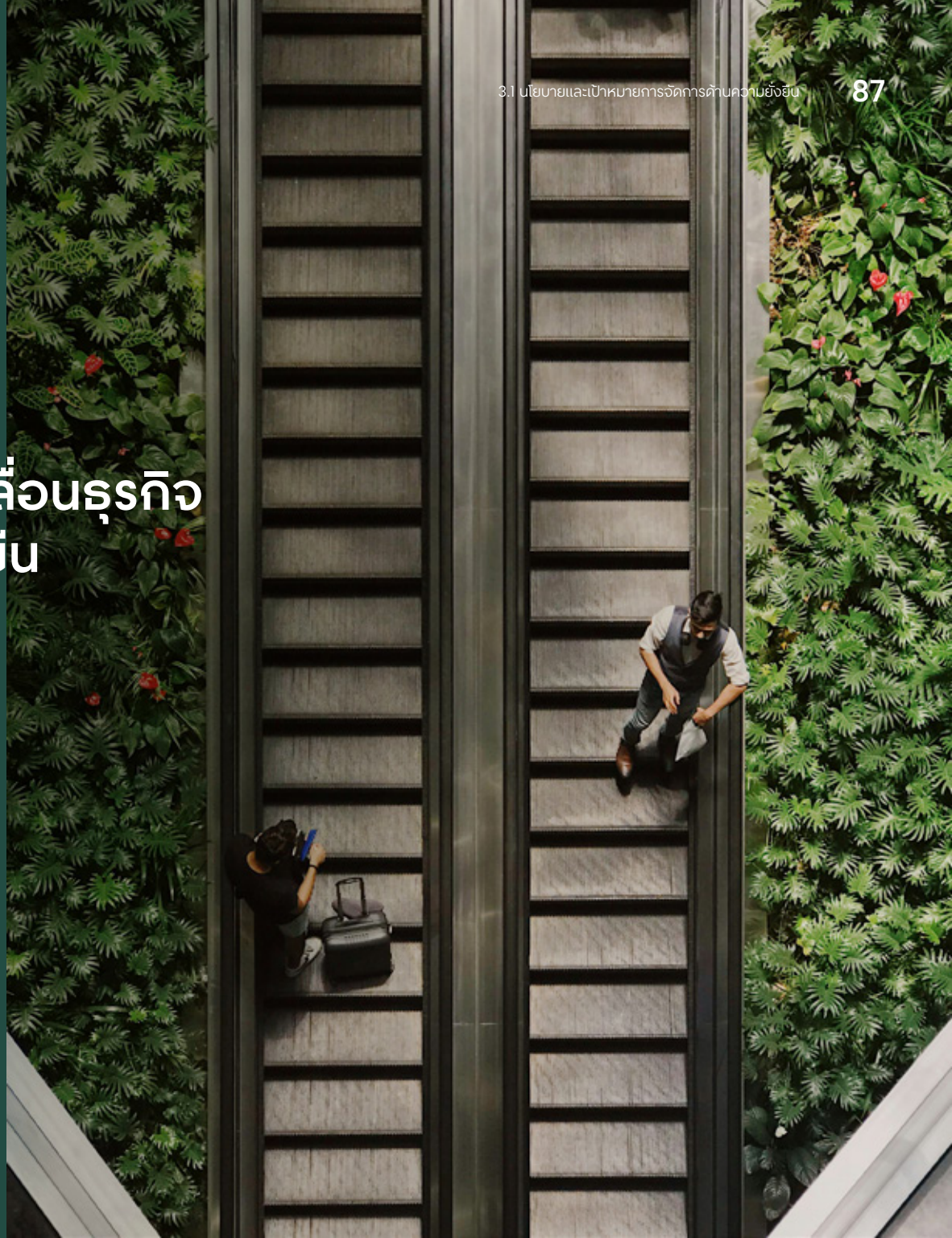


03

การขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืน



เกี่ยวกับเชิกรัลพัฒนา

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาและบริหารอสังหาริมทรัพย์ประกอบด้วย 5 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ 1) ศูนย์การค้าและธุรกิจอื่นที่สนับสนุนธุรกิจศูนย์การค้าและศูนย์อาหาร ซึ่งเป็นรายได้หลักของบริษัทฯ โดยมีสัดส่วนรายได้มากกว่าร้อยละ 82 2) อาคารสำนักงาน 3) โรงแรม 4) โครงการที่พักอาศัย และ 5) การลงทุนในกองทุนรวม

สิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์ โดยทั้ง 5 กลุ่มธุรกิจเชื่อมโยงกันเป็นระบบนิเวศของบริษัทฯ กิจกรรมของบริษัทฯ กว่าร้อยละ 99 ตั้งอยู่ในประเทศไทย (สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ) มี 1 โครงการศูนย์การค้าตั้งอยู่ในประเทศมาเลเซีย

บริษัทฯ ยึดหลักบรรษัทภิบาลในการดำเนินธุรกิจ มุ่งเน้นความโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามมุมมองด้านความยั่งยืนใน 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยนำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ตามกรอบองค์การสหประชาชาติเป็นแนวทางในการกำหนดเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อผลักดันให้เกิดการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมตลอดห่วงโซ่มูลค่าของบริษัทฯ ดังรายละเอียดในเว็บไซต์ www.centralpattana.co.th/th/sustainability/sustainability-strategy/at-a-glance

ปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นสมาชิก Dow Jones Sustainability Indices กลุ่มดัชนีโลก (DJSI World) ในหมวดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 เป็นสมาชิกของ S&P Global Sustainability Yearbook ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 โดยได้รับคัดเลือกด้วยคะแนนสูงสุดเป็นอันดับ 1 หรือ Top 1% S&P Global CSA Score ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้รับการประเมิน MSCI ESG Ratings ในระดับ BBB และเป็นสมาชิกในหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ในระดับ AA ในส่วนทรัสต์เพื่อการลงทุนในสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ CPN รีเทล โกรท หรือ CPNREIT ได้รับการประเมินความยั่งยืนจาก GRESB ซึ่งเป็นมาตรฐานวัดด้านความยั่งยืนเฉพาะกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ในระดับ 2 ดาว

Member of

Dow Jones Sustainability Indices

Powered by the S&P Global CSA



MSCI
ESG RATINGS

BBB

CCC B BB **BBB** A AA AAA

3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

กลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจโดยการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจเพื่อดูแลการใช้ชีวิตแบบ 360 องศา เพื่อสร้างพื้นที่แห่งอนาคตที่ยั่งยืนสำหรับทุกคน “The Place Making for Sustainable Future” ที่ตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย โดยบูรณาการเข้ากับการดำเนินงานตามหลัก ESG (Environment, Social and Governance) ในมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล ตลอดจนการดำเนินธุรกิจในช่วงโซ่มูลค่า ภายใต้แนวทางการขับเคลื่อนเพื่อความยั่งยืนของบริษัทฯ ประกอบด้วย

- Strong Governance : สร้างธุรกิจเติบโตตามหลักบรรษัทภิบาล
- Better People : สร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น
- Better Planet : สร้างโลกและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น



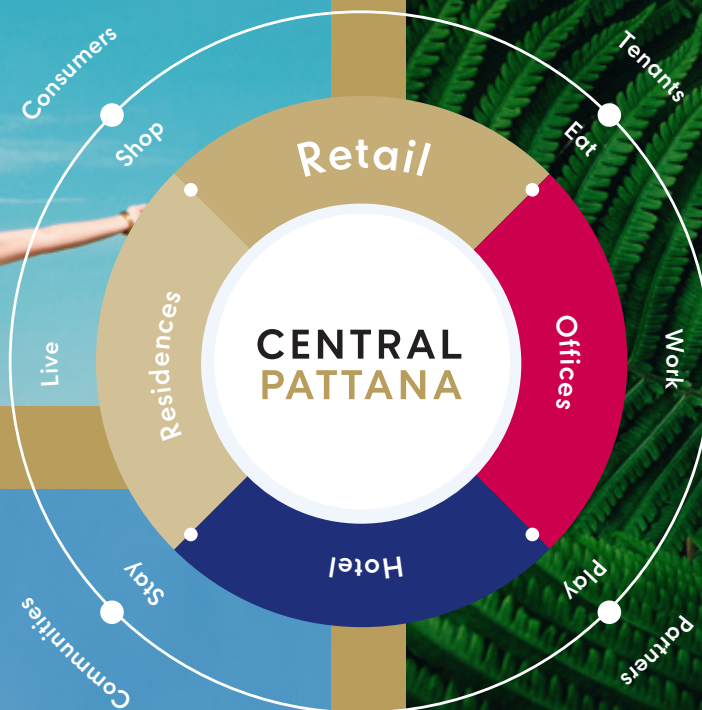
Better
People

เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น โดย
มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วม Creating
Shared Value ให้ทุกกลุ่มทุกฝ่าย
มีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

- สร้างพื้นที่สำหรับส่วนรวม
- สร้างและกระจายรายได้สู่ชุมชน
- สร้างสังคมที่มีคุณภาพเป็นอยู่ที่ดี
- สนับสนุนและครอบคลุมทุกกลุ่ม
ทุกความหลากหลาย

เพื่อสร้างโลกที่ดีขึ้น ตั้งเป้าสู่การเป็น
องค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิ
เป็นศูนย์ในปี 2593

- มุ่งสู่องค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิ
เป็นศูนย์
- สนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน
- นำมาตรฐานอาคารเขียวและอาคาร
เพื่อสุขภาวะที่ดีมาปรับใช้
- สรรหาความร่วมมือและนวัตกรรม
เพื่อโลกที่ดีขึ้น



Strong
Governance

ภายใต้การดำเนินการตามหลักบรรษัทภิบาล
เพื่อพัฒนาธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน

ดำเนินการตามหลักบรรษัทภิบาล
และการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ

Better
Planet

กระบวนการกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

1

ระบุและกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

- ดำเนินการสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี ควบคู่ไปกับการกำหนดประเด็นความเสี่ยงองค์กร ตามกรอบแนวคิด COSO ERM Framework 2017 ครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญและประเด็นความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ ตามมาตรฐาน TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)
- เริ่มจากการเข้าใจบริบทองค์กร โดยการวิเคราะห์กิจกรรมในห่วงโซ่มูลค่าเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจในระบบนิเวศเชิงธุรกิจ
- เชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 8 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า ร้านค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชน ภาครัฐ เจ้าหนี้ ผู้ถือหุ้น และความเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียเหล่านี้ตามช่องทางการมีส่วนร่วม
- อ้างอิงมาตรฐานการจัดทำรายงาน GRI Standards 2021 และเกณฑ์สากล UN SDGs, DJSI, GRESB, MSCI, SET ESG Rating, UNGC และเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกทางวิทยาศาสตร์ Science Based Targets

2

วิเคราะห์ ประเมิน และจัดลำดับความสำคัญ

- วิเคราะห์ผลกระทบของประเด็นสำคัญที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยบริษัทฯ ได้ผนวกแบบสำรวจประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนทางธุรกิจ ในการสำรวจความพึงพอใจกับผู้มีส่วนได้เสียประจำปี โดยในปี 2566 ได้ส่งแบบประเมินออนไลน์ไปยังกลุ่มลูกค้า ร้านค้า ผู้เช่าอาคาร คู่ค้า นักลงทุน และพนักงาน ได้ผลตอบรับโดยรวมที่ 20,565 ตัวอย่าง ซึ่งบริษัทฯ ได้นำมาวิเคราะห์เพิ่มเติมร่วมกับผลที่ได้จากการประชุม สัมภาษณ์ กับผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง และข้อมูลที่ได้จากหน่วยงานที่รับผิดชอบกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียโดยอ้อม

ด้านมาก > 1 > 2 > 3 > 4 > 5 > ด้านน้อย

- วิเคราะห์ผลกระทบของประเด็นสำคัญที่มีต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยผนวกในกระบวนการประเมินความเสี่ยง และกระบวนการกำหนดกลยุทธ์องค์กร โดยใช้เกณฑ์การประเมินโอกาสเกิดและผลกระทบ ตามเกณฑ์ประเมินประเด็นความเสี่ยงองค์กร

โอกาสเกิด ภายในระยะเวลา 1-2 ปีข้างหน้า	โอกาสเกิดไม่เกินร้อยละ 50	โอกาสเกิดมากกว่าร้อยละ 50
มูลค่าผลกระทบ เกือบเทียบเคียงได้ของธุรกิจ	ไม่เกินร้อยละ 3	มากกว่าร้อยละ 3 ขึ้นไป
ขอบเขตของผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ไม่มี - มีบ้าง	มีผลกระทบต่อทุกกลุ่ม
ความรุนแรงของผลกระทบ	ไม่มีความรุนแรง	ส่งผลกระทบต่อวงกว้าง ต่อสิ่งแวดล้อม ประชาชน ความปลอดภัย ชื่อเสียง และเศรษฐกิจ
ความสามารถในการเยียวยา	เยียวยาได้บางส่วนภายใต้เวลา น้อยกว่า 1 เดือนขึ้นไปตามลำดับ	มากกว่า 2 ปี

- จัดลำดับความสำคัญ โดยประเมินผลกระทบทั้งทางบวกและลบ ตามความรุนแรง และโอกาสที่จะเกิด ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและมีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต ต่อผลกระทบด้านการเงินของบริษัทฯ อาทิ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุน และค่าใช้จ่าย รายได้ ความเสี่ยง โอกาสทางธุรกิจ และผลกระทบด้านที่ไม่ใช่การเงิน อาทิ สิ่งแวดล้อม สังคม สิทธิมนุษยชน ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ สอดคล้องกับหลักการทวิสารัตถภาพ (Double Materiality)
- นำประเด็นสำคัญที่ได้มา ผนวกรวมในกระบวนการพัฒนาแผนกลยุทธ์องค์กรระยะสั้น ระยะยาว แผนการบริหารความเสี่ยง และแผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน นำเสนอเพื่อขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหาร ตามลำดับขั้น เพื่อพัฒนาเป็นแผนงาน ตัวชี้วัด และเป้าหมายองค์กร

3

ทวนสอบเปิดเผยข้อมูลและขอรับรอง

- นำประเด็นสำคัญและผลกระทบจากการประเมิน เข้ามาเชื่อมโยงกับเป้าประสงค์องค์กร แนวทางการขับเคลื่อนเพื่อความยั่งยืน และเป้าประสงค์การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN SDGs) แล้วนำมารายงานและเปิดเผยข้อมูลตามแนวทางการรายงานขององค์กรความร่วมมือว่าด้วยการรายงานสากลด้านความยั่งยืน (GRI) และการรายงานตามแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report)
- ขอรับรองกระบวนการมีส่วนร่วมและการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนจากหน่วยงานอิสระภายนอก ตามแนวทาง AA1000AS v3 ดังแสดงผลการรับรองในท้ายเล่มรายงานประจำปี

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ปี 2566

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อบริษัท	ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
มิติด้านเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล		
01 การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตาม กฎหมายครอบคลุม • การกำกับดูแลกิจการ • จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ • การบริหารจัดการความเสี่ยงและรับมือกับวิกฤต ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง คู่ค้าทางธุรกิจ พนักงาน ลูกค้า ร้านค้า หน่วยงานภาครัฐ ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ และชุมชน	+ การดำเนินงานด้านกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่องและมีจรรยาบรรณทางธุรกิจ ส่งผลให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ดี และลดผลกระทบจากความเสี่ยงด้านกฎหมายและข้อพิพาทต่าง ๆ + การวางกลไกในการบริหารจัดการความเสี่ยง และแผนรับมือกับภาวะวิกฤต ตลอดจนการจัดเตรียมแนวทางสำหรับลดโอกาสในการเกิดผลกระทบจากสถานการณ์ที่ไม่เป็นปกติต่าง ๆ ช่วยให้ธุรกิจสามารถก้าวข้ามผ่านสถานการณ์ต่าง ๆ ไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ - การสูญเสียความไว้วางใจและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียต่อองค์กรหากบริษัทฯ ไม่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือมีการละเมิดจรรยาบรรณทางธุรกิจ อันอาจนำไปสู่การทุจริตคอร์รัปชันและเกิดความไม่โปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ	+ การดำเนินงานด้านกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีจรรยาบรรณ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการให้ตอบสนองตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม และสามารถดึงดูดพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ ๆ มาสู่บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียด้วย - ความเสี่ยงด้านการเงินที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อราคาค่าตอบแทนให้กับพนักงานและผู้ถือหุ้น รวมไปถึงความสามารถในการชำระหนี้สินที่ต่ำลง
02 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการ และการสร้าง ประสบการณ์ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง คู่ค้าทางธุรกิจ พนักงาน ลูกค้า ร้านค้า ผู้ถือหุ้น และชุมชน	+ การที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม และคำนึงถึงความปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัย ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง + การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นที่พึงพอใจต่อลูกค้าทุกกลุ่ม ช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องสามารถขยายสู่ธุรกิจรูปแบบอื่น ช่วยกระจายความเสี่ยงด้านการลงทุนให้กับบริษัทฯ + การร่วมลงทุนกับคู่ค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้เกิดการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ความเชี่ยวชาญสนับสนุนซึ่งกันและกัน ส่งเสริมการเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว	+ ลูกค้าได้รับประสบการณ์การเข้าใช้บริการเป็นที่น่าพึงพอใจ/ตรงตามความคาดหวัง + การร่วมลงทุนกับคู่ค้าเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามความเชี่ยวชาญ ช่วยให้ลูกค้าขยายธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ และเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ + กระจายความเจริญในแต่ละพื้นที่ ช่วยสร้างงานและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้กับคนในท้องถิ่น นำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจในระดับประเทศ + การบริหารจัดการศูนย์การค้าที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลเชิงบวกต่อร้านค้า ผู้เช่า และพนักงานรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพ เกิดความผูกพันต่อองค์กร

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อบริษัท	ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
03 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง คู่ค้าทางธุรกิจ พนักงาน ลูกค้า ร้านค้า หน่วยงานภาครัฐ ผู้ถือหุ้น และชุมชน	+ ดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ + เพิ่มความคล่องตัว ลดต้นทุนการดำเนินงาน ผ่านการพัฒนากระบวนการและปรับปรุงกระบวนการทำงาน + ช่วยลดการปล่อยคาร์บอนจากการขนส่งระยะไกลโดยคู่ค้า ผ่านการจัดซื้อจัดจ้างผู้ประกอบการท้องถิ่น - การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ไม่มีประสิทธิภาพ และไม่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน อาจทำให้เกิดการร้องเรียนต่อหน่วยงานภาครัฐจนก่อให้เกิดความขัดข้อง หยุดชะงักของธุรกิจ จนนำไปสู่การสูญเสียรายได้ ชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย	+ สนับสนุนการสร้างรายได้ให้ชุมชนผ่านการจัดซื้อจัดจ้างผู้ประกอบการท้องถิ่น + สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน อาทิ ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น + ช่วยพัฒนาศักยภาพคู่ค้าในด้านคุณภาพ การบริการ และการดำเนินงานด้านความยั่งยืน - อาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการลูกค้าของพนักงาน หากเกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ
04 การบริหารจัดการนวัตกรรม ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง คู่ค้าทางธุรกิจ พนักงาน ลูกค้า ร้านค้า หน่วยงานภาครัฐ ผู้ถือหุ้น เจ้าหน้าที่ และชุมชน	+ สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือพฤติกรรมของลูกค้า/คู่ค้า ผ่านนวัตกรรมที่ช่วยพัฒนาคุณภาพการบริการ อาทิ การพัฒนาแอปพลิเคชัน การทำการตลาดในรูปแบบ Omnichannel เป็นต้น + การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับปรุงพัฒนากระบวนการทำงานภายใน ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างคล่องตัว ลดความล่าช้า และช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน + ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความเป็นองค์กรที่มีความทันสมัย ปรับตัวรวดเร็วตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	+ ลูกค้าได้รับการบริการที่ดี มีคุณภาพ สะดวกสบายตรงตามความคาดหวัง + พนักงานได้รับการส่งเสริมในการใช้นวัตกรรมเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการทำงาน + ร้านค้าและคู่ค้าทางธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรที่สูงขึ้น การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นผ่านการร่วมพัฒนานวัตกรรมกับทางบริษัทฯ + สร้างความเชื่อมั่นให้แก่คู่ค้าทางธุรกิจรวมถึงนักลงทุนและผู้ถือหุ้น
05 ความปลอดภัยระบบสารสนเทศ ความมั่นคงทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง คู่ค้าทางธุรกิจ พนักงาน ลูกค้า ร้านค้า หน่วยงานภาครัฐ และผู้ถือหุ้น	+ การป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะลดความเสี่ยงทางธุรกิจ จากการถูกโจรกรรมข้อมูลสำคัญ หรือถูกโจมตีจากผู้ประสงค์ร้าย + ได้รับความไว้วางใจจากร้านค้า คู่ค้า และลูกค้า ในการให้ข้อมูล ใช้บริการ และทำธุรกิจร่วมกับบริษัทฯ	+ สร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียได้แก่ พนักงาน ร้านค้า คู่ค้า และลูกค้า ในการทำงานร่วมกับบริษัทฯ ให้ข้อมูลหรือเข้าใช้บริการของบริษัทฯ - การหละหลวมในการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์อาจส่งผลให้ข้อมูลสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียรั่วไหลสู่ภายนอกได้

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อบริษัท	ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
	- การรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะข้อมูลด้านการเงิน (ของลูกค้า ร้านค้า และคู่ค้า) อาจนำไปสู่การร้องเรียน หรือฟ้องร้องต่อหน่วยงานภาครัฐ อันจะนำไปสู่การเสื่อมเสียชื่อเสียง และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย - เมื่อผู้มีส่วนได้เสียขาดความเชื่อมั่น จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ จากการที่ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งแทน อีกทั้งร้านค้าและคู่ค้า จะยกเลิกการทำธุรกิจร่วมกับบริษัทฯ - อาจทำให้เกิดความไม่สะดวกในการใช้งานหรือการเข้าถึงข้อมูลของพนักงาน และต้องใช้เวลาและทรัพยากรในการฝึกอบรม - การลงทุนในระบบความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง	

มิติด้านสังคม		
06	การบริหารจัดการความสัมพันธ์และพัฒนาร้านค้า	
ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ลูกค้า ร้านค้า และผู้ถือหุ้น	+ การส่งเสริมพัฒนาร้านค้า เป็นการช่วยสนับสนุนให้ร้านค้ามีการเติบโตและจะส่งผลดีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ + เมื่อร้านค้ามีการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ สามารถส่งมอบประสบการณ์การให้บริการที่ดี/ตรงตามความต้องการลูกค้าได้ ก็จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในศูนย์การค้าของบริษัทฯ เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำและมีการแนะนำบอกต่อ - การบริหารจัดการความสัมพันธ์และพัฒนาร้านค้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้ร้านค้าขาดศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ และกระทบกับการชำระค่าเช่าหรือการยกเลิกสัญญาเช่าก่อนกำหนด	+ ร้านค้าทั้งรายใหญ่ รายย่อย และร้านค้าท้องถิ่น ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากบริษัทฯ ทั้งในด้านการเงิน การตลาด ช่องทางการขาย ช่วยให้สามารถเพิ่มยอดขาย ลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ สามารถขยายแบรนด์ได้รวดเร็วขึ้น + ช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้กับร้านค้า ผ่านการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติ ถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ + ร้านค้าได้รับการอำนวยความสะดวกในการเช่าใช้พื้นที่ของบริษัทฯ + ลูกค้าได้รับประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้าที่ครบวงจรและเป็นที่พึงพอใจ - การบริหารจัดการความสัมพันธ์และพัฒนาร้านค้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ อาจสร้างความไม่พึงพอใจต่อทั้งร้านค้าและลูกค้าที่เข้าใช้บริการ จนตัดสินใจเปลี่ยนไปใช้บริการจากคู่แข่งแทน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อบริษัท	ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
07 การบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากร ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง พนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และหน่วยงานภาครัฐ	+ การสนับสนุนความเท่าเทียมในองค์กร จะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กรที่ดี รวมถึงการยอมรับความเห็นต่าง จะช่วยให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน ซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์กร + การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงานและทำให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กร + การบริหารจัดการพนักงานให้อยู่กับองค์กรได้ในระยะยาว จะส่งผลให้เกิดความต่อเนื่องทั้งการดำเนินงานและการเติบโตของบริษัทฯ + การส่งเสริมการพัฒนาความสามารถ และศักยภาพของพนักงานช่วยให้องค์กรพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ทำให้คุณภาพของสินค้าและการให้บริการดีขึ้น ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าที่จะนำไปสู่ผลกำไร และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ช่วยดึงดูดพนักงานที่มีศักยภาพให้อยากเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร + สร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี - การละเมิดสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อพนักงานที่ไม่เป็นธรรม อาจส่งผลให้เกิดการร้องเรียน การต่อต้านของลูกค้าและลูกค้า จนเป็นเหตุให้ธุรกิจขัดข้อง สูญเสียชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย - การไม่ใส่ใจในความต้องการ/ความคาดหวังของพนักงาน อาจเพิ่มแนวโน้มที่จะทำให้พนักงานตัดสินใจลาออก ซึ่งส่งผลต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและการสร้างกำไรของบริษัทฯ ในระยะยาว เนื่องจากต้องใช้ทรัพยากรทั้งเงินทุน และเวลาในการสรรหาและอบรมพนักงานใหม่และความเสี่ยงในการปรับตัวของพนักงานใหม่ต่อวัฒนธรรมองค์กร - การไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ทำให้พนักงานใหม่ไม่สามารถปฏิบัติงานทดแทนพนักงานที่ลาออกหรือเกษียณได้ อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ	+ การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการเคารพสิทธิมนุษยชน ช่วยส่งเสริมความเท่าเทียมในที่ทำงาน อีกทั้งยังช่วยสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับความหลากหลาย รับฟังความคิดเห็น เคารพซึ่งกันและกันในทุกช่วงอายุ ไม่เลือกปฏิบัติแม้จะมีความแตกต่าง + การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ช่วยให้พนักงานได้รับค่าตอบแทน สวัสดิการ และการเติบโตในสายอาชีพที่เหมาะสมตามความสามารถ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น + การพัฒนาศักยภาพบุคลากร ช่วยให้พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการทำงานมากขึ้น และเพิ่มโอกาสให้พนักงานได้ก้าวหน้าในสายอาชีพ นอกจากนี้ยังอาจทำให้เกิดการเผยแพร่องค์ความรู้ ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น นับเป็นการยกระดับตลาดแรงงานและเกิดการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องตามความคาดหวังของหน่วยงานภาครัฐ

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อธุรกิจ	ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
08 การดูแล และพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง คู่ค้าทางธุรกิจ ลูกค้า ร้านค้า หน่วยงานภาครัฐ ผู้ถือหุ้น และชุมชน	+ สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชนผ่านการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาเปลี่ยนแปลงชุมชนไปในทางที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ได้รับการยอมรับสนับสนุน อุดหนุนเข้าใช้บริการจากคนในท้องถิ่น + สร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี ผ่านการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน อันจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของลูกค้า ผู้ถือหุ้น และหน่วยงานภาครัฐ - หากบริษัทฯ ดำเนินกิจกรรมที่อาจนำไปสู่การละเมิดคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนโดยรอบ อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและภาพลักษณ์บริษัทฯ	+ คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ และระดับรายได้ที่ดีขึ้น (อาทิ การได้รับโอกาสทางการศึกษา การส่งเสริมด้านสาธารณสุข การได้รับโอกาสทางธุรกิจ การจ้างงานในท้องถิ่น ฯลฯ) + ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นที่รู้จักและมีมูลค่าสูงขึ้น + พนักงานมีความภาคภูมิใจในงานที่ทำจากการช่วยสร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่ชุมชน ผ่านการมีส่วนร่วมในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
09 การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง พนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และหน่วยงานภาครัฐ	- การละเมิดสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม อาจส่งผลให้เกิดการร้องเรียน การต่อต้านของพนักงาน คู่ค้า และลูกค้า จนเป็นเหตุให้ธุรกิจขัดข้อง สูญเสียชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย	+ การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการเคารพสิทธิมนุษยชน ส่งเสริมความเท่าเทียมในที่ทำงาน ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับความหลากหลาย รับฟังความคิดเห็น เคารพซึ่งกันและกันในทุกช่วงอายุ ไม่เลือกปฏิบัติ
10 การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง พนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และหน่วยงานภาครัฐ	+ ลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุและเหตุการณ์ไม่ปกติในสถานประกอบการ - การละเลยในด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอาจส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุและอันตรายในสถานประกอบการ จนเป็นเหตุให้เกิดการล่าช้าหรือขัดข้องในการดำเนินงาน การสูญเสียทรัพย์สินหรือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ	+ การบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ส่งเสริมให้เกิดสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ปลอดภัย ปราศจากเหตุการณ์ผิดปกติ ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการทำงานให้แก่พนักงานและคู่ค้า - การบริหารจัดการความปลอดภัยที่ไม่เหมาะสมนอกจากจะเป็นอันตรายต่อพนักงาน ลูกค้า ร้านค้า คู่ค้าที่อยู่ในสถานประกอบการแล้ว ยังอาจส่งผลกระทบทางอ้อมต่อชุมชนโดยรอบ อาทิ เหตุการณ์ไฟไหม้ อันนำไปสู่ความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สิน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อบริษัท	ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
มิติด้านสิ่งแวดล้อม		
11 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง คู่ค้าทางธุรกิจ พนักงาน ลูกค้า ร้านค้า หน่วยงาน ภาครัฐ ผู้ถือหุ้น และชุมชน	+ ช่วยลดความรุนแรงจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Risks) และเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transitional Risks) + แม้ในระยะเริ่มต้นการลงทุนในการดำเนินมาตรการที่จะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจะค่อนข้างสูง แต่ในระยะกลางถึงยาวจะช่วยประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดจากกฎระเบียบหรือมาตรการภาครัฐในอนาคต + มีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตร เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ + การจัดทำผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมจะช่วยดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน + การที่บริษัทฯ มีการใช้มาตรการหรือดำเนินกิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม - หากบริษัทฯ ไม่มีการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ดีและทันทั่วทั้งที่อาจทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ อันเนื่องมาจากผลกระทบทางกายภาพ อาทิ น้ำท่วมภัยแล้ง การขาดแคลนวัตถุดิบ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นต้น - ในอนาคตเมื่อมีการบังคับ/ประกาศใช้กฎหมายหรือมาตรการในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อาจส่งผลให้บริษัทฯ มีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้น (อาทิ ค่าธรรมเนียม ภาษีคาร์บอน) หากไม่สามารถดำเนินมาตรการได้ดีพอหรือลดก๊าซเรือนกระจกได้มากพอกับที่องค์กรปล่อยออกมา	+ การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ช่วยส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงต่อการดำเนินชีวิต สุขภาพ และความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า + ช่วยตอบสนองตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม + สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย - คู่ค้าและร้านค้าต้องมีการลงทุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคาร์บอนต่ำ ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาวของบริษัทฯ ในการบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ - อาจส่งผลให้ลูกค้าและร้านค้าต้องเผชิญกับราคาสินค้า/บริการ/ค่าเช่าที่ปรับตัวสูงตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบต่อบริษัท	ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
	- หากการบริหารจัดการด้านการปรับตัวด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้นเกินความจำเป็น กระทบต่อความสามารถในการทำกำไร - อาจส่งผลให้การดำเนินงานของบริษัท มีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น จากราคาสินค้า วัตถุดิบ และบริการต่าง ๆ ของคู่ค้าที่มีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
12 การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม • การบริหารจัดการการใช้พลังงาน • การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง • การบริหารจัดการขยะ • การบริหารจัดการคุณภาพอากาศ • การบริหารจัดการระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง คู่ค้าทางธุรกิจ พนักงาน ลูกค้า ร้านค้า หน่วยงานภาครัฐ ผู้ถือหุ้น และชุมชน	+ การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้พลังงานหมุนเวียน จะช่วยลดความรุนแรงจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว + การบริหารจัดการขยะให้สามารถนำไปแปรรูปหรือใช้ซ้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด แทนการฝังกลบได้นั้น นอกจากจะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังช่วยลดต้นทุนและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัท + ช่วยลดความเสี่ยงจากการร้องเรียนถึงหน่วยงานภาครัฐ จากคนในชุมชน + สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร - การบริหารจัดการพลังงานและน้ำที่ไม่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น จนอาจนำไปสู่การหยุดชะงักของธุรกิจได้	+ การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ช่วยสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า อาทิ การลดมลพิษทางอากาศและการบริหารจัดการน้ำซึ่งลดโอกาสในการขาดแคลนน้ำและการจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยสู่สาธารณะ อันจะส่งผลต่อสุขภาพและความปลอดภัยของแรงงานและชุมชนโดยรอบในระยะยาว + ช่วยสร้างประโยชน์ให้กับสังคมและผู้ด้อยโอกาส ผ่านการคัดแยกขยะและส่งต่อไปให้พันธมิตรนำไปแปรรูปเป็นสินค้า/ผลิตภัณฑ์เพื่อสังคม + สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย + รักษาความหลากหลายทางชีวภาพในชุมชนให้คงอยู่ - การบริหารจัดการทรัพยากรที่ไม่มีประสิทธิภาพก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้น ส่งผลต่อระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่และก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิของคนในชุมชน อาทิ การดึงน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติในชุมชนมาใช้ดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จนอาจเกิดการขาดแคลนการปนเปื้อนของแหล่งน้ำสาธารณะและมลพิษทางอากาศในชุมชน

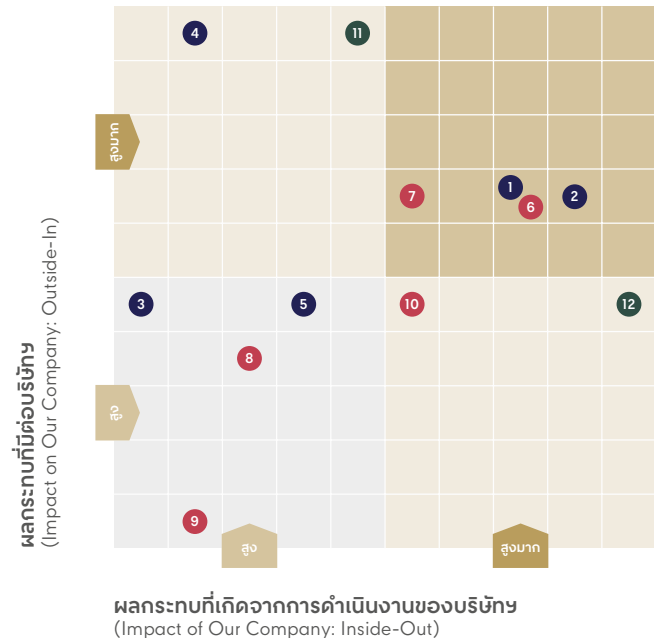
หมายเหตุ : + แสดงถึงผลกระทบเชิงบวก
- แสดงถึงผลกระทบเชิงลบ

การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ นำประเด็นด้านความยั่งยืนทั้ง 12 ประเด็น มาจัดลำดับความสำคัญ ภายใต้หลักการทวิสารัตถภาพ (Double Materiality Principle) ซึ่งวิเคราะห์ใน 2 มุมมอง คือ Inside-Out เป็นการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการของบริษัท ที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยนำผลจากแบบสำรวจประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนทางธุรกิจที่สอบถามผู้มีส่วนได้เสียมาวิเคราะห์ และ Outside-In เป็นการพิจารณาโอกาสและความเสี่ยงของประเด็นเหล่านั้นที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยสอดคล้องตามกลยุทธ์ และผลจากการประเมินความเสี่ยงองค์กร

การจัดลำดับความสำคัญ

- 1 การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎหมายครอบคลุม
- 2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ และการสร้างประสบการณ์ลูกค้า
- 3 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- 4 การบริหารจัดการนวัตกรรม
- 5 ความปลอดภัยระบบสารสนเทศ ความมั่นคงทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล
- 6 การบริหารจัดการความสัมพันธ์และพัฒนาร้านค้า
- 7 การบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากร
- 8 การดูแลและพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน
- 9 การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน
- 10 การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
- 11 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 12 การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม



บริษัทฯ นำประเด็นที่ถูกจัดลำดับว่ามีความสำคัญสูงมากที่เหมาะสมไปกำหนดเป็นตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนและ/หรือตัวชี้วัดด้านความเสี่ยง และกำหนดเป็นเป้าหมายองค์กรแบ่งเป็นระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งนำไปเป็นตัวชี้วัดในการกำหนดค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง (N ถึง N-3) จากนั้นจะถ่ายทอดเป้าหมายระยะสั้นสู่เป้าหมายสำหรับส่วนงาน ระดับฝ่าย และ/หรือระดับแผนก เพื่อพัฒนาแผนงาน โดยอาจมีการติดตามและประเมินความสำเร็จตามลำดับขั้น ซึ่งผลการดำเนินงานที่ได้จะถูกนำไปประกอบการประเมินผลงานและกำหนดค่าตอบแทนตามลำดับขั้นของตัวชี้วัดในรอบการประเมินผลงานประจำปี รวมถึงการเลื่อนขั้น/เลื่อนตำแหน่งของพนักงานทุกระดับขั้น

บริษัทฯ มีการรายงานผลการดำเนินงานและการลดผลกระทบที่มีความสำคัญสูงมาก ตามเกณฑ์ GRI และเกณฑ์ 56-1 One Report ในส่วนที่จัดว่ามีความสำคัญสูง จะมีการรายงานตามความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย และเกณฑ์ประเมินด้านความยั่งยืนระดับสากลตามเหมาะสม และมีการเปิดเผยสู่สาธารณะ ผ่านการรายงานประจำปี 56-1 และเว็บไซต์ของบริษัทฯ

เชิงกลยุทธ์พัฒนา มุ่งมั่นสร้างสรรค์สิ่งที่ดีเพื่ออนาคตที่ยั่งยืนสำหรับทุกคน



Strong Governance ดำเนินการตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อพัฒนาธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ตัวชี้วัด (หน่วย)	เป้าหมายปี 2566	เป้าหมายปี 2573	ผลดำเนินงานปี 2566
การกำกับดูแลกิจการและการบริหารความเสี่ยง	ผลประเมินการกำกับดูแลกิจการ (ระดับ)	ดีเลิศ	ดีเลิศ	ดีเลิศ
คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการและการสร้างประสบการณ์ลูกค้า	Net Promoter Score (% NPS Score)	59%	62%	เป็นแบรนด์อันดับ 1 ในใจลูกค้า
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างจากคู่ค้าท้องถิ่น (ล้านบาท)	3,000	3,635	เป็นแบรนด์อันดับ 1 ในใจคู่ค้า
การบริหารจัดการนวัตกรรม	มีโครงการนวัตกรรมในทุกศูนย์การค้า (โครงการ)	39	161	สร้างนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนให้เกิดขึ้น
ความปลอดภัยระบบสารสนเทศความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล	ไม่มีการละเมิดที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท ยับยั้งแรง	ไม่มีการละเมิด	ไม่มีการละเมิด	ไม่มีการละเมิด ในขั้นรุนแรง

Better People สร้างคุณค่าร่วม เพื่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ตัวชี้วัด (หน่วย)	เป้าหมายปี 2566	เป้าหมายปี 2573	ผลดำเนินงานปี 2566
การบริหารจัดการความสัมพันธ์และพัฒนาร้านค้า	Net Promoter Score (% NPS Score)	29%	34%	เป็นแบรนด์อันดับ 1 ในใจคู่ค้า
การบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากร	คะแนนความผูกพันพนักงาน (%)	≥78%	78%	เป็นองค์กรในดวงใจของพนักงาน
การดูแลและพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน	- ยอดผู้ใช้บริการในพื้นที่เพื่อชุมชน (ล้านคน) ¹ - รายได้ที่ชุมชนได้รับจากกิจกรรมทางการตลาดเพื่อชุมชน (ล้านบาท) ¹	3	3.9	ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน หรือ SROI เท่ากับ 20 เท่า
การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน	การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (%)	100% ของพนักงานและผู้รับเหมาช่วง	70% ของกลุ่มตัวอย่าง	
การคำนึงถึงความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	ไม่มีอุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้นในสถานประกอบการ (ราย)	ไม่มีอุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้น	ไม่มีอุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้น	ไม่มีอุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้นกับพนักงาน

Better Planet ตั้งเป้าสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ตัวชี้วัด (หน่วย)	เป้าหมายปี 2566	เป้าหมายปี 2573	ผลดำเนินงานปี 2566
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 2 และ 3 ที่ลดลง เทียบกับปีฐาน ² (%) ¹	12%	21.6%	46.2%
การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม	- ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ลดลง เฉพาะในส่วนที่ควบคุมได้ เทียบกับปีฐาน ² (%) ¹ - สัดส่วนพลังงานทางเลือก เทียบกับพลังงานทั้งหมดที่ใช้ (%) - ปริมาณการใช้น้ำที่ลดลง เทียบกับปีฐาน ² (%) - ปริมาณขยะฝังกลบที่ลดลง เทียบกับปริมาณขยะทั้งหมด (%) ¹	12% 3.9% 12% 35%	20% 20% 20% 50%	ตามเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางวิทยาศาสตร์ หรือ SBTi

หมายเหตุ : ¹ ตัวชี้วัดระดับองค์กร² ปีฐาน คือปี 2562

การมีส่วนร่วมและการรับฟังเสียงผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ

บริษัทฯ แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 8 กลุ่ม โดยกำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบในการสื่อสาร การรับฟัง และการดูแลผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อข้อคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม ครบถ้วน และทัน่วงที่ สร้างการมีส่วนร่วมพร้อมรับฟังข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากผู้มีส่วนได้เสีย และนำมาพัฒนาเป็นแนวทางบริหารจัดการทั้งในระดับนโยบาย ขององค์กรและในระดับปฏิบัติการ ผ่านการจัดทำแบบสอบถามและการประชุมสัมมนา การสื่อสารภายในและภายนอก และการบริหาร ความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ ยังมีการตรวจสอบ พัฒนา และปรับปรุงกระบวนการทำงานและผลิตภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของผู้มีส่วนได้เสียตามความเหมาะสม สำหรับในกลุ่มพนักงานมีการจัดการประชุมพบปะระหว่างผู้บริหารระดับสูง กับพนักงานเป็นประจำทุกครึ่งปี และรายไตรมาส และมีการประเมินความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมในกลุ่มพนักงาน และดำเนินการ จัดการสนทนากลุ่มเพื่อรับทราบข้อเสนอแนะ อีกทั้งเปิดช่องทางรับข้อร้องเรียนจากทุกกลุ่มบนเว็บไซต์ของบริษัท www.centralpattana.co.th/th/corporate-governance/whistle-blowing-complaints

ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของบริษัท	ช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วม
ลูกค้า		
- คุณภาพในการให้บริการ - ความสะอาดและปลอดภัยในการใช้บริการ - ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า - ความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลและข่าวสาร	- การมอบประสบการณ์ที่ดี และแตกต่าง โดดเด่น ครอบคลุม - การให้บริการที่เป็นเลิศ สะดวกปลอดภัย - พัฒนาบุคลากรภายใต้โครงการ Service with the Heart - พัฒนาระบบนิเวศเชิงธุรกิจ - พัฒนา Omnichannel - พัฒนานวัตกรรม	- การสำรวจพฤติกรรมของลูกค้า ก่อนการพัฒนาโครงการใหม่ - การสำรวจความพึงพอใจประจำปี - กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาด - แอปพลิเคชัน Central Life X - การสื่อสารออนไลน์และโซเชียลมีเดีย - Call Center +66 (0) 2021 9999 - เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ - ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์
ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้เช่าอาคาร ลูกค้าโครงการที่พักอาศัย		
- ส่งมอบตึก อาคาร พื้นที่ และบริการที่ได้คุณภาพ ตรงเวลา - คุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพในการบริหารโครงการ - การอำนวยความสะดวก และคำนึงถึงความปลอดภัย - ช่องทางการทำธุรกรรมระหว่างกันที่สะดวกและรวดเร็ว - การสร้างคุณค่าเพิ่มหรือคุณค่าร่วม	- ส่งมอบสินค้าคุณภาพและตรงเวลา - การให้บริการที่เป็นเลิศ สะดวกปลอดภัย - พัฒนาระบบนิเวศเชิงธุรกิจ เชื่อมโยงถึงกลุ่มธุรกิจ หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอื่นที่เกี่ยวข้อง - พัฒนานวัตกรรม - พัฒนาแอปพลิเคชันเฉพาะกลุ่ม - รับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ - นำปัญหาและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข พัฒนาร่วมกัน - เยียวยาและช่วยเหลือเมื่อประสบวิกฤติ - พัฒนาและอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพ - ได้รับข้อมูลข่าวสารและแนวทางปฏิบัติอย่างครบถ้วนและรวดเร็ว	- การติดต่อโดยตรง - การสำรวจความพึงพอใจประจำปี - การจัดประชุมประจำปี - การจัดอบรม และกิจกรรมทางการตลาด - แอปพลิเคชัน SERVE - การสื่อสารออนไลน์และโซเชียลมีเดีย - Call Center +66 (0) 2021 9999 - ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์

ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของบริษัทฯ	ช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วม
พนักงาน		
- สวัสดิการและค่าตอบแทนที่ดีและเป็นธรรม - ความมั่นคงและความก้าวหน้า - การพัฒนาศักยภาพ ความรู้ความสามารถ - การมีสุขภาพที่ดี - การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็นและรับฟัง - ประสบการณ์นอกเหนือจากการทำงาน - ความภาคภูมิใจในการเป็นพนักงานของบริษัทฯ - ความปลอดภัยทางไซเบอร์	- จัดสรรผลตอบแทนที่ดีเหมาะสมและเปรียบเทียบกับตลาด - พัฒนาระบบการประเมินผล และเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งที่เป็นธรรม - จัดกิจกรรมนอกเวลางานตามไลฟ์สไตล์ - จัดหลักสูตรอบรมตรงตามแผนงานพัฒนาความก้าวหน้าพนักงาน - จัดระบบ Business Partner เพื่อช่วยเหลือแบบ One Stop Service - รับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และให้ข้อมูลป้อนกลับ	- การประเมินความผูกพันองค์กร CG Voice ประจำปี - การทำแบบสำรวจออนไลน์ในเรื่องต่าง ๆ - การจัดสนทนากลุ่ม - การประชุม Townhall, Communication Day, Management Information Meeting, Annual Management Conference - กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ - แพลตฟอร์ม CNext, Workplace, MS Viva Connection - แพลตฟอร์มอบรมออนไลน์และออฟไลน์ - ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์
ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ		
- ความเสมอภาคเท่าเทียม และโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ - แนวทางการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน - ข้อเสนอแนะเชิงลึกเพื่อพัฒนานวัตกรรมในการทำธุรกิจร่วมกัน - การบริหารและชำระเงินครบถ้วนตรงเวลา	- การแข่งขันที่เป็นธรรม โปร่งใส - ระบบเปรียบเทียบขั้นต่ำ 3 ราย - ชำระเงินตรงเวลา และครบถ้วนตามกำหนด - รับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ให้ข้อมูลป้อนกลับ และช่วยเหลือเพื่อบรรเทาปัญหา - พัฒนานวัตกรรมร่วมกัน	- การประชุมประจำปี - การอบรมให้ความรู้ - การประเมินคุณค่า - ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์
ชุมชน / ตัวแทนชุมชน รวมหน่วยงานกำกับ ภาครัฐ ภาคการศึกษา องค์กรอิสระ		
- ให้ความสำคัญในเรื่องผลกระทบต่อชุมชน ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ความเป็นอยู่ และความปลอดภัย - การพัฒนาเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันกับชุมชน - ข้อร้องเรียนได้รับการดูแลอย่างเป็นธรรม - ความร่วมมือเพื่อการบริหารจัดการองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน - ความร่วมมือเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม - การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน - การพัฒนาบุคลากรร่วมกัน	- การลงพื้นที่ช่วยเหลือชุมชน - การให้พื้นที่เพื่อประโยชน์แก่ภาครัฐและชุมชน - การร่วมกิจกรรมจิตอาสากับชุมชน - ประชุมหารือและรับฟังความคิดเห็น อาทิ การจัดการจราจร การจัดการขยะ - เปิดพื้นที่เพื่อการดูงาน - ลงนามความร่วมมือระหว่างกัน - สนับสนุนในด้านทรัพยากรตามต้องการอย่างเหมาะสม	- ติดต่อโดยตรง - ติดต่อผ่านกลุ่มเซ็นทรัลและหน่วยงานเซ็นทรัลทำ - การสำรวจผลกระทบกับชุมชนโดยรอบ - การประชุมและจัดอบรม - ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์

ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของบริษัท	ช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วม
ผู้ถือหุ้น		
- การเติบโตทางธุรกิจของบริษัท - ความคาดหวังให้บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจตามแนวทางความยั่งยืน - การกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส - การบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ	- การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามหลักบรรษัทภิบาล - การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่น และผลตอบแทนสูงสุด - การเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ครบถ้วน ต่อเนื่อง - ปฏิบัติตามสัญญาภายใต้เงื่อนไขหลักเกณฑ์ และตามกฎหมาย - การตอบแบบประเมินทางความยั่งยืน	- ติดต่อโดยตรง - ประชุมชี้แจงนักลงทุนรายไตรมาส ผ่านงาน Opportunity Day ของตลาดหลักทรัพย์ฯ - การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี (AGM) - การสำรวจความคิดเห็น - การเปิดเผยข้อมูล - การเปิดเผยข้อมูล/แจ้งข่าวผ่านเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ และ/หรือสำนักข่าว - ช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์
เจ้าหน้าที่		
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี บริหารด้วยความโปร่งใส - การบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ - วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของบริษัท - ผลประโยชน์และโครงการในอนาคต - ศักยภาพในการชำระหนี้	- การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามหลักบรรษัทภิบาล - การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่น และผลตอบแทนสูงสุด - ชำระหนี้ครบถ้วนตามเวลา	- ติดต่อโดยตรง - ประชุมชี้แจงรายไตรมาส ผ่านงาน Opportunity Day ของตลาดหลักทรัพย์ฯ - การเปิดเผยข้อมูล/แจ้งข่าวผ่านเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์ฯ และ/หรือเว็บไซต์บริษัทฯ - การติดต่อกับหน่วยงานบริหารการเงิน

ห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ



ส่วนการพัฒนาธุรกิจและก่อสร้าง

- การสรรหาที่ดิน
- การออกแบบและพัฒนาโครงการ
- การจัดจ้างผู้รับเหมาและจัดซื้อจัดหาวัสดุก่อสร้าง



ส่วนการจำหน่าย การตลาดและการบริหารอสังหาริมทรัพย์

- ช่องทางการจัดจำหน่ายและการให้บริการ
- การทำการตลาด
- การบริหารจัดการโครงการ



ส่วนการสนับสนุนองค์กร และการจัดการองค์กรส่วนสนับสนุน

- การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
- การบริหารจัดการทางการเงิน
- การกำกับดูแลกิจการ
- การบริหารจัดการความเสี่ยง

ดูรายละเอียดได้ที่ www.centralpattana.co.th/th/sustainability/sustainability-strategy/stakeholder-engagement/supplier

แนวทางการจัดทำรายงานในส่วนการพัฒนายั่งยืน

บริษัทฯ จัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืนและเปิดเผยรวมในรายงานประจำปีเป็นปีที่ 11 เพื่อแสดงผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประยุกต์ตามแนวทางการรายงานขององค์กรความร่วมมือว่าด้วยการรายงานสากลด้านความยั่งยืน (Global Reporting Initiative (GRI) Standards) มาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000:201 Guidance on Social Responsibility) แนวทางการให้ความเชื่อมั่นตามมาตรฐาน AA1000AS หลักสากล 10 ประการ ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ และเชื่อมโยงการดำเนินงานที่สอดคล้องต่อเป้าประสงค์การพัฒนาความยั่งยืนของโลก

ขอบเขตของรายงาน

รายงานฉบับนี้ครอบคลุมผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุม บริษัทย่อยทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ สอดคล้องกับหลักรายงานทางการเงินของบริษัทฯ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2566 โดยรายงานความคืบหน้าและผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องตามประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญและขอบเขตของรายงานในส่วนผลการดำเนินงานด้านธุรกิจและด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมเฉพาะการบริหารศูนย์การค้าทั้ง 40 แห่ง รวมธุรกิจที่เกี่ยวข้องและส่งเสริมกันภายใต้การบริหารงานของบริษัทฯ ทั่วประเทศ ดังที่รายงานประจำปี บทที่ 1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้การรายงานในด้านสิ่งแวดล้อมจะครอบคลุม 38 โครงการ แบ่งเป็น 37 โครงการในประเทศ (โดยไม่รวม เมกา บางนา และ เซ็นทรัล เวสต์วิลล์) และต่างประเทศ 1 อาคาร คือ เซ็นทรัล ไลฟ์ ประเทศมาเลเซีย พื้นที่ค้าปลีกในโครงการ คอนโดมิเนียมเบิ้ล แกรนด์ พระราม 9 โครงการอาคารสำนักงาน 10 แห่ง รวมถึงสำนักงานของบริษัทฯ 4 แห่ง ศูนย์การค้าขนาดเล็กที่บริษัทฯ บริหารเอง 15 แห่ง (ไม่รวม ดี อเวนิว รัชโยธิน และ เหม่งจ๋าย) และโรงแรมแบรนด์ โก! โฮเทล 4 แห่ง ที่บ่อวิน บ้านฉาง ศรีราชา และชลบุรี โดยไม่รวมโครงการที่พักอาศัยเพื่อขาย หรือภายใต้บริษัทย่อย คือ บจ. ซีพีเอ็น เรซซิเด็นซ์

การดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ร้านค้า ลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ พนักงาน คู่แข่งทางการค้า สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม องค์กรภาครัฐ องค์กรอิสระและองค์กรอื่น ๆ ในสังคม โดยเนื้อหาและรายละเอียดในรายงานฉบับนี้เป็นการเปิดเผยผลการดำเนินงานของบริษัทฯ บริษัทร่วม และบริษัทย่อยที่เกี่ยวข้องที่มีสัดส่วนการถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 50 หรือบริษัทที่ เซ็นทรัลพัฒนามีอำนาจในการบริหาร รวมทั้งบริษัทที่ต้องการเปิดเผยข้อมูลสามารถอ้างอิงขอบเขตและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ตามรายละเอียดที่เปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ www.centralpattana.co.th/th/sustainability/sustainability-reporting-library

การควบคุมคุณภาพของรายงาน

แผนกพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจ ฝ่ายบริหารความเป็นเลิศและการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นหน่วยงานกลางควบคุมคุณภาพการจัดทำรายงานให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ มีคณะทำงานจัดทำรายงานประจำปี และรองกรรมการผู้จัดการใหญ่สายงานบัญชีการเงินและบริหารความเสี่ยงเป็นผู้ตรวจสอบการเผยแพร่ข้อมูล

การให้ความเชื่อมั่นต่อรายงาน

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจรับรองรายงานฯ และตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่สำคัญโดยหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจรับรองและให้ความเชื่อมั่นอย่างอิสระต่อผลปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ เพื่อความน่าเชื่อถือ โปร่งใส และสอดคล้องตามแนวทางการรายงานของ GRI - Standards และแนวทางการให้ความเชื่อมั่นตามมาตรฐาน AA1000AS ดังรายละเอียดการรับรองความเชื่อมั่นในท้ายเล่ม สามารถอ้างอิงข้อมูล GRI Content Index ที่ www.centralpattana.co.th/th/sustainability/sustainability-reporting-library เพื่อให้สอดคล้องตามนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศ และสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ในการลดการใช้กระดาษ รายงานฉบับนี้ไม่มีการพิมพ์เป็นรูปเล่ม ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาเพิ่มเติมและดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ www.centralpattana.co.th/th/investor-relations/publications/report/one-report

สามารถให้ข้อมูลป้อนกลับและสอบถามเพิ่มเติมได้ที่

แผนกพัฒนาความยั่งยืนทางธุรกิจ

ฝ่ายบริหารความเป็นเลิศและการพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)

ชั้น 10 อาคารเซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศเศส

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

3.2 รายงานความยั่งยืนการจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม

Strong Governance

สร้างธุรกิจเติบโตตามหลัก
บรรษัทภิบาล



การดำเนินการตามหลักบรรษัทภิบาลเพื่อพัฒนาธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย

01

การกำกับดูแลกิจการและการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินงานตามหลักบรรษัทภิบาลมาตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ มีการพัฒนาต่อยอดเป็นแนวทางการขับเคลื่อนความยั่งยืนขององค์กรควบคู่ไปกับการบริหารความเสี่ยงขององค์กรตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร โดยกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบในเรื่องการกำกับดูแล การบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน อยู่ภายใต้สายงานการเงิน บัญชี และบริหารความเสี่ยง เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงทั้ง 3 แนวทางไว้ด้วยกันเพื่อให้เกิดการผลักดันที่เป็นรูปธรรม เห็นผลลัพธ์ในรูปแบบผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินหรือเทียบเท่าที่ชัดเจน และรายงานภาพรวมต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะกรรมการตรวจสอบและธรรมาภิบาล คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยง ตามลำดับ และตามลักษณะงาน โดยรายงานรายละเอียดแนวทางการบริหารและผลการดำเนินงาน ในบทที่ 6 นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และบทที่ 2 การบริหารจัดการความเสี่ยง โดยมีโครงสร้างการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน ภายใต้คณะกรรมการและคณะทำงานต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริษัท ระดับองค์กร และระดับปฏิบัติการ ดังแสดงรายละเอียดในหน้า 224

เพื่อตอกย้ำความมุ่งมั่นและแสดงเจตจำนงในการมีส่วนร่วมของบริษัทฯ สอดคล้องตามหลักการสากล 10 ประการในด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านคอร์รัปชัน

**บริษัทฯ ในนามกลุ่มเซ็นทรัล
ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก
UN Global Compact
ในปี 2566**



**United Nations
Global Compact**



02

คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ และการสร้างประสบการณ์ลูกค้า

ความสำคัญ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ตัวอาคาร พื้นที่กิจกรรมทางการตลาด และงานบริการที่เป็นเลิศ เพื่อตอบสนองและเติมเต็มความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มโดยคำนึงถึงความปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัย ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและยินดีที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง การสร้างประสบการณ์เพื่อตอบสนองต่อลูกค้าได้หลากหลายกลุ่มจะช่วยให้สามารถขยายไปยังธุรกิจรูปแบบอื่นและส่งผลดีต่อการกระจายความเสี่ยงด้านการลงทุนให้กับบริษัทฯ

การบริหารจัดการความสัมพันธ์ที่ดีและเข้มแข็งจะนำมาซึ่งความผูกพันระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ การรักษาฐานลูกค้าถือเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ธุรกิจมีความเติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าและการให้บริการที่เป็นเลิศ โดยมีการยกระดับมาตรฐานการให้บริการอย่างจริงจัง มีการนำผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มีการสำรวจเป็นประจำทุกปีมาพัฒนาและทำแผนงานปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางและเป็นแรงบันดาลใจในทุก ๆ การออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างประสบการณ์และให้บริการแก่ลูกค้าทุกกลุ่มให้สอดคล้องตามนโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ สินค้า และบริการที่มีคุณภาพ เกิดความประทับใจภายใต้การปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเป็นธรรม มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ อนามัย ชีวิต และทรัพย์สิน ตามกลยุทธ์การเป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิต และ Omnichannel เพื่อเป็นแบรนด์ที่ 1 ในใจของลูกค้า โดยมีกระบวนการในการรับฟังเสียงของลูกค้าตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลังการใช้บริการผ่านช่องทางการมีส่วนร่วมต่าง ๆ ของลูกค้า โดยมีการบูรณาการในการตอบสนองร่วมกับประเด็นด้านความยั่งยืนในมิติสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล อาทิ การขอรับรองมาตรฐานอาคารเขียว อาคารสุขภาวะดี อาคารปลอดภัย การนำเสนอกิจกรรมทางการตลาดที่สนับสนุนความเท่าเทียมและสนับสนุนเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น และการให้บริการที่อำนวยความสะดวกให้กับคนทุกกลุ่มโดยแบ่งแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 การเป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิต Center of Life ที่ตอบโจทย์ครบ 360 องศา

บริษัทฯ มุ่งเน้นการตอบสนองและเติมเต็มความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตให้ครบครันและสะดวกสบายที่สุดด้วยการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม โดยมีศูนย์กลางการค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ร่วมด้วยโรงแรม ที่พัก อาศัย และอาคารสำนักงาน พร้อมส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เพื่อให้โครงการกลายเป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิตที่ตอบโจทย์ครบทุกแง่มุมของการใช้ชีวิตแบบ Omnichannel สำหรับ Shop-Eat-Work-Play-Stay-Live ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง 365 วัน ทุกที่ทั่วประเทศ

ในส่วนการพัฒนาพื้นที่ศูนย์การค้าซึ่งเป็นหัวใจหลัก มีการออกแบบพื้นที่และเสริมด้วยกิจกรรมทางการตลาดตามแนวคิดในการสร้างเดสทินชัน เพื่อบริหารและจัดสรรพื้นที่รองรับมากกว่า 24,000 ร้านค้า 4,500 แบรนด์ ในการให้บริการลูกค้ากว่า 1.3 ล้านคนต่อวัน เพื่อให้ศูนย์การค้ากลายเป็นจุดหมายในการมาใช้บริการของคนทุกกลุ่ม ทุกโอกาส ทุกเทศกาล

จัดสรรพื้นที่
รองรับร้านค้ากว่า

4,500

แบรนด์

ให้บริการลูกค้ากว่า

1.3 ล้านคน

ต่อวัน



แฟมิลีเดสทินเนชั่น



ฟู้ดเดสทินเนชั่น



แฟชันเดสทินเนชั่น



ไลฟ์สไตล์เดสทินเนชั่น



เพทเดสทินเนชั่น



สปอร์ตเดสทินเนชั่น



ทัวริสเดสทินเนชั่น



ศูนย์กลางสำหรับชุมชน

2.2 การให้บริการที่เป็นเลิศ

บริษัทฯ ได้นำประเด็นที่ได้รับจากลูกค้าผ่านกระบวนการรับฟังเสียงมาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีการบูรณาการร่วมกับประเด็นที่ได้รับจากร้านค้าและชุมชนในเรื่องที่ใกล้เคียงหรือเชื่อมโยงกัน

กระบวนการรับฟังเสียงจากลูกค้าตามคู่มือบริหารศูนย์การค้าของบริษัทฯ

ช่องทางการรับฟังเสียงจากลูกค้า



แจ้งโดยตรง



แบบสำรวจ

กิจกรรม
ลูกค้าสัมพันธ์กิจกรรม
ทางการตลาดช่องทางการแจ้ง
ข้อร้องเรียนออนไลน์

สื่อโซเชียลมีเดีย



Call Center

จำแนกหมวดหมู่ของประเด็น
ที่ได้รับโดยเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

ข้อร้องเรียน

ข้อเสนอแนะ

ชมเชย

รวบรวมประเด็น วิเคราะห์ นำเสนอผู้จัดการศูนย์การค้าในแต่ละเดือน เพื่อแก้ไข ปรับปรุง และให้ข้อมูลป้อนกลับ

สรุปรายงานประจำเดือน
นำเสนอต่อที่ประชุมผู้บริหารศูนย์การค้า

รวบรวมประเด็นในทุกสาขา สรุปนำเสนอ
ต่อที่ประชุมผู้จัดการทั่วไปศูนย์การค้าตามวาระ

รายงานต่อคณะกรรมการบริษัท

โดยประเด็นที่ลูกค้าให้ความสำคัญด้านบริการและบริษัทฯ ดำเนินการตอบสนอง ได้แก่

1) การเดินทางมายังศูนย์การค้าและพื้นที่จอดรถ

บริษัทฯ มีความพร้อมในการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการเดินทางมายังศูนย์การค้าและพื้นที่ที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ โดยการเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่มีการคมนาคมสะดวก เชื่อมโยงกับระบบขนส่งสาธารณะในระยะเดินได้ไม่เกิน 10 นาที (ในพื้นที่ที่อำนวยความสะดวก) รวมถึงมีแผนงานในการจัดการจราจรอย่างมืออาชีพ เพื่อลดระยะเวลาการจราจรของประชาชน ทั้งบริเวณทางเข้า-ออก และพื้นที่โดยรอบ และมีการบูรณาการแผนงานการจราจรร่วมกับตำรวจจราจรและอาสาจราจรในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีบริการและกิจกรรมที่สนับสนุนแคมเปญส่งเสริมการเดินทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ บริการจุดจอดรถจักรยาน จักรยานไฟฟ้า รวมถึงบริการรถรับส่งจากสถานีใกล้เคียงมายังโครงการ

บริการด้านพื้นที่จอดรถและจราจร



พื้นที่จอดรถสำหรับ
ผู้ต้องการเป็นพิเศษ
ในทุกโครงการ

974

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถ
สำหรับสุภาพสตรี
ใน 5 โครงการ

319

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถสำหรับ
ครอบครัวที่มีรถเข็นเด็ก
ใน 32 โครงการ

270

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถชาร์จไฟฟ้า
ใน 37 โครงการ

521

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถซูเปอร์คาร์
ใน 36 โครงการ

317

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถบิ๊กไบค์
ใน 15 โครงการ

516

ช่องจอด



พื้นที่จอดรถจักรยาน
ใน 23 โครงการ

4,650

คัน

- บริการจองที่จอดรถผ่านแอปพลิเคชัน (Reserved Parking) ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์
- บริการแจ้งช่องจอดรถอัจฉริยะ จำนวน 27,415 จุด ใน 10 โครงการ
- บริการจุดร่วมขนส่ง ใน 8 โครงการ
- บริการรถ รับ-ส่ง ตามจุด ใน 11 โครงการ
- บริการพื้นที่จอดรถสำหรับรถดีลิเวอรี่ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์
- บริการรถ รับ-ส่ง แท็กซี่สำหรับผู้สูงอายุ ณ เซ็นทรัล บางนา
- ระบบชำระค่าบริการจอดรถแบบไร้เงินสด ณ เซ็นทรัลเวิลด์ และเซ็นทรัล ลาดพร้าว
- บริการ "QR Smart Help+" อำนวยความสะดวกแจ้งเหตุในลานจอดรถ เช่น หาที่จอดรถไม่เจอ มีรถจอดขวาง จำทางออกไม่ได้ และแจ้งรถขัดข้อง หรือเมื่อต้องการความช่วยเหลือฉุกเฉินจากเจ้าหน้าที่ในทุกโครงการ

2) บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่คำนึงถึงคนทุกกลุ่มระหว่างการใช้บริการภายในศูนย์การค้า

สำหรับกลุ่มครอบครัวและผู้ที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ



ห้องให้นมบุตร

82

จุด ใน 36 โครงการ



ห้อง/จุดเปลี่ยนผ้าอ้อม

266

ห้อง/จุด ใน 36 โครงการ



ห้องน้ำเด็กแบบแยกห้อง

203

ห้อง ใน 35 โครงการ



รถเข็นเด็กเล็ก

331

คัน ใน 38 โครงการ



รถสำหรับเด็ก-ขับเคลื่อนโดย
ตัวเด็กเอง หรือ Kiddy Car

657

คัน ใน 38 โครงการ



รถเข็นสำหรับสัตว์เลี้ยง

117

คัน ใน 10 โครงการ



รถไฟ Happy Train

26

คัน ใน 25 โครงการ



เก้าอี้ล้อเลื่อน-รถเข็น สำหรับ
ผู้ที่ต้องการเป็นพิเศษ

560

คัน ใน 38 โครงการ



ห้องน้ำสำหรับคนพิการ

357

ห้อง ใน 38 โครงการ

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว

เคาน์เตอร์สำหรับ
กรุ๊ปทัวร์ใน

7

โครงการ

ศูนย์บริการ
นักท่องเที่ยว

11

จุด ใน 9 โครงการ

บริการรับฝากและขนส่ง
กระเป๋าเดินทาง (ทั้งแบบมี/
ไม่มีค่าใช้จ่าย) ใน

17

โครงการ

สำหรับกลุ่มอื่น ๆ



พื้นที่สีเขียว

242,954

ตร.ม.



ห้องละหมาด

23

จุด ใน 23 โครงการ



ที่นั่งพัก (Rest Area)

119

จุด ใน 28 โครงการ

ที่นั่งสำหรับทำงาน
พร้อมปลั๊กไฟ

73

จุด ใน 36 โครงการ

สัญญาณอินเทอร์เน็ต
ไร้สายฟรี ใน

10

โครงการ



ตู้ชาร์จโทรศัพท์มือถือ

12

ตู้ ใน 6 โครงการ

ให้บริการยืมแบตเตอรี่
สำรอง (Power Bank)

120

เครื่อง ในทุกโครงการ



Concierge Service

36

โครงการ

จุดบริการรับทิ้งและคัดแยกขยะ
รีไซเคิล แบบ Drive & Drop ใน

15

โครงการ

2.3 มาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ

1) บริษัทฯ พัฒนามาตรฐานการให้บริการบรรจุในคู่มือการบริหาร ศูนย์การค้า โดยยึดแนวทางการพัฒนาระบบบริหารคุณภาพองค์กรตามข้อกำหนดของ ISO 9001 เพื่อให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติในทุกศูนย์การค้า เน้นเป้าหมายในการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ลดข้อร้องเรียน และลดประเด็นที่เกิดขึ้น สร้างวัฒนธรรมการให้บริการจากใจ หรือ “Service with the Heart” โดยในปี 2566 มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

- กำหนดมาตรฐานการคัดเลือกบุคลากรในส่วนงานรักษาความปลอดภัยและรักษาความสะอาด โดยจัดประชุมร่วมกับผู้บริหารของผู้รับเหมาช่วง เพื่อแจ้งให้ทราบถึงนโยบายและมาตรฐานบุคลากรที่บริษัทฯ กำหนด
- การฝึกอบรมพนักงานผู้รับเหมาช่วงในทุกเดือน เป็นการอบรมภาคปฏิบัติเพื่อเน้นทฤษฎีและการจำลองสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึงการศึกษาหน้างานเพื่อให้พนักงานคุ้นเคยกับที่ตั้งร้านค้าในศูนย์การค้าและออกเสียงชื่อร้านค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน
- การประเมินบริการของพนักงานรักษาความปลอดภัยและพนักงานรักษาความสะอาดทุกเดือนโดยลูกค้านิรนาม (Mystery Shopper) โดยให้พนักงานต่างสาขาเป็นผู้ประเมินการให้บริการของพนักงานผู้รับเหมาช่วงตามรายการตรวจสอบที่กำหนดเพื่อวัดมาตรฐานการให้บริการประจำจุดสัมผัสบริการต่าง ๆ

- การสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานรับเหมาช่วงในทุก ๆ สัปดาห์ที่ 4 ของทุกเดือน แยกรายสาขา โดยกำหนดให้เป็นสัปดาห์แห่งการมอบรางวัลชื่นชม และมีจัดกิจกรรมมอบรางวัลปฏิบัติงานดีเยี่ยมประจำปี มีมอบเข็มเชิดชูและบัตรกำนัลของขวัญชื่นชมโดยผู้จัดการทั่วไปในแต่ละสาขา

- 2) บริษัทฯ ขอรับรองมาตรฐานระบบการบริหารจัดงานประชุมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างยั่งยืน หรือ ISO 20121 Event Sustainability Management System สำหรับการบริหารและจัดการพื้นที่ศูนย์ประชุมอเนกประสงค์ ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนพัฒนาและประชาสัมพันธ์ส่งเสริมมาตรฐานศูนย์ประชุมอเนกประสงค์เพื่ออุตสาหกรรมไมซ์ - MICE (Meeting Incentives Conventions Exhibitions) แล้วทั้งสิ้น 9 ศูนย์ประชุม และขอรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย หรือ TMVS ทั้งประเภทห้องประชุมและการจัดงานนิทรรศการ ซึ่งรับรองโดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB แยกเป็นประเภทห้องประชุม 12 แห่ง ประเภทนิทรรศการ 4 แห่ง ประเภทกิจกรรมทางการตลาด 6 แห่ง และขอรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน หรือ AMVS จำนวน 3 แห่ง

ผลงานโดดเด่นในรอบปี 2566

- การเปิดโครงการ “เซ็นทรัล เวสต์วิลล์” ด้วยโมเดล Semi-Outdoor พร้อมใส่ใจสิ่งแวดล้อม ด้วยการเป็นศูนย์การค้าคาร์บอนต่ำ หรือ Low Carbon Mall มีพื้นที่ใกล้ชิดธรรมชาติ เป็นพื้นที่ของครอบครัวและสัตว์เลี้ยง รวมไปถึงมีการบริหารพลังงานไฟฟ้าและน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการขยะอย่างถูกวิธี และการมีพื้นที่สีเขียว



- การร่วมทำโปรเจกต์กับ TEDxBangkok 2023 เพื่อสร้างสรรค์กรุงเทพฯ ภายใต้อิทธิพล “การรับฟังเสียง” และสะท้อนความต้องการใช้ชีวิตของผู้คนในทุกเจเนอเรชันเพื่อช่วยกันผลักดันสังคมและนำไปต่อยอดจริง โดยผลลัพธ์จากการสำรวจพบว่าลูกค้ามีความต้องการพื้นที่สีเขียว ต้นไม้ธรรมชาติ อากาศบริสุทธิ์ ซึ่งบริษัทฯ มีแผนในการนำความต้องการของลูกค้าไปพัฒนาเป็นโครงการในอนาคต อาทิ โครงการ “ดิสต์ เซ็นทรัลพาร์ค” ที่มีสวนบนดาดฟ้าขนาด 7 ไร่ เชื่อมต่อกับสวนลุมพินีเพื่อสร้างปอดขนาดใหญ่ให้กับเมือง

ผลการดำเนินงาน

1. ผู้มาใช้บริการศูนย์การค้ามีความพึงพอใจสูงสุด หรือ Net Promoter Score ที่ร้อยละ 62 เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ 105 ซึ่งมีหลักการคิดคือการนำจำนวนร้อยละของลูกค้าที่พึงพอใจมากที่สุดให้คะแนน 9-10 (Promoters) ลบด้วยจำนวนร้อยละของลูกค้าที่ไม่พึงพอใจที่ให้คะแนน 0-6 (Detractors) ทั้งนี้คะแนน NPS เฉพาะความพึงพอใจในพื้นที่ส่วนกลาง และบริการอยู่ที่ร้อยละ 66 และร้อยละ 73 เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ที่ร้อยละ 3 และร้อยละ 5 ตามลำดับ
2. สรุปประเด็นข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะที่ได้รับผ่านกระบวนการรับฟังเสียงจากลูกค้า จากทุกช่องทาง ดำเนินการแก้ไขแล้วทั้งหมดร้อยละ 100 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74 ของจำนวนรับแจ้ง 1,673 รายการ โดยสัดส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 26 เป็นการชมเชย การเสนอแนะ และการขอความช่วยเหลือ
3. บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับ Thailand's Most Admired Company 2022-2023 จาก BrandAge โดยติดอันดับ 1 บริษัทที่น่าเชื่อถือที่สุดในกลุ่มศูนย์การค้า
4. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ได้รับรางวัล “The Winner THAILAND SOCIAL AWARDS” ระดับ Gold 2 ปีซ้อน รางวัลสุดยอดแบรนด์ยอดเยี่ยมแห่งปีบนโซเชียลมีเดีย จาก THAILAND SOCIAL AWARDS ครั้งที่ 11

อันดับ



**Thailand's
Most Admired
Company
2022-2023**

จาก BrandAge

**The Winner
THAILAND
SOCIAL AWARDS
ระดับ Gold**

2
ปีซ้อน



03

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ความสำคัญ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานคือพื้นฐานในการสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุน และตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ตั้งแต่ช่วงการออกแบบอาคาร ช่วงระหว่างการก่อสร้าง การบริหารศูนย์การค้า หลังจากเปิดให้บริการแล้ว รวมไปถึงการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ในปัจจุบันการเพิ่มมิติด้านความยั่งยืนในการบริหารห่วงโซ่อุปทานเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยป้องกันความเสี่ยงจากการหยุดชะงักในห่วงโซ่อุปทาน สนับสนุนให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและผลผลิตภาพ อีกทั้งเพิ่มความสะอาดปลอดภัย สร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

แนวทางการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการออกแบบและก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์ให้มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐานอาคารเขียว พร้อมส่งมอบอาคารให้กับผู้เช่าและหน่วยงานบริหารอาคารตรงตามระยะเวลาที่กำหนด ในส่วนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในกระบวนการบริหารอสังหาริมทรัพย์นั้นจะมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างผลผลิตภาพในการดำเนินงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายทั้งขององค์กรและของผู้เช่า อีกทั้งมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ประทับใจในการใช้บริการของลูกค้าเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำ

บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ลดผลกระทบต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน และความปลอดภัย โดยมีแผนงานการบริหารจัดการคู่ค้าตลอด

ห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจโดยจำแนกเป็นการพัฒนาธุรกิจและก่อสร้าง การบริหารศูนย์การค้ารวมการตลาด และการบริหารองค์กร ทั้งนี้ได้แบ่งย่อยออกเป็น 12 กลุ่ม ตามหมวดหมู่การให้บริการของคู่ค้า กำหนดนโยบายด้านการจัดซื้อจัดจ้างและการปฏิบัติต่อคู่ค้า และจรรยาบรรณพร้อมทั้งแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า อ้างอิงแนวทางการปฏิบัติกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และสากล อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน United Nations Global Compact (UNGC) Universal Declaration of Human Rights (UDHR) และ International Labor Organization (ILO) บริษัทฯ มีการบูรณาการมิติด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าผ่านช่องทางสื่อสารถึงความคาดหวังของบริษัทฯ ให้แก่คู่ค้าในช่วงการสรรหาและจัดจ้าง การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าควบคู่กับการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการสนับสนุนให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน สร้างคุณค่าร่วมกันให้กับสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

3.1 การบริหารความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ แบ่งการบริหารห่วงโซ่อุปทานออกเป็น 3 ส่วน โดยพิจารณาจากความเสี่ยงของกระบวนการในห่วงโซ่คุณค่าที่จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ กระบวนการที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจหยุดชะงักกัน และประเภทธุรกิจ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวซึ่งประกอบด้วย

1) การบริหารห่วงโซ่อุปทานงานพัฒนาธุรกิจและก่อสร้าง

- ศูนย์การค้า และอาคารอื่น ๆ (ยกเว้นธุรกิจที่อยู่อาศัย)
- 2) การบริหารห่วงโซ่อุปทานงานพัฒนาธุรกิจและก่อสร้างธุรกิจที่อยู่อาศัย
- 3) การบริหารห่วงโซ่อุปทานงานการบริหารโครงการ การตลาด และงานการบริหารองค์กรหรือจัดซื้อส่วนกลาง

กระบวนการระบุและประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



1. การคัดกรองคู่ค้า

- คู่ค้ารายใหม่ทุกรายประเมินตนเองด้านความยั่งยืนบนระบบออนไลน์ โดยคู่ค้าบางกลุ่มทำการประเมินคุณสมบัติเบื้องต้น หรือ Prequalification เพิ่มเติม อาทิ 1) ความน่าเชื่อถือของบริษัทและความสามารถทางด้านการบริหารการเงิน 2) เทคนิคและนวัตกรรมทางเทคโนโลยี 3) การบริหารจัดการคุณภาพของงาน และ 4) การคำนึงถึงผลกระทบต่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม และการรับรองมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ
- หน่วยงานต้นสังกัดและ/หรือหน่วยงานจัดซื้อกลางตรวจสอบข้อมูลคู่ค้าเบื้องต้นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล รวมไปถึงชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของคู่ค้า ความเสี่ยงในประเทศ ความเสี่ยงในกลุ่มอุตสาหกรรม ความเสี่ยงในคุณภาพสินค้า บริการ ความเสี่ยงในการให้บริการและส่งมอบงาน

2. การคัดเลือกคู่ค้า

- แบ่งออกเป็น 1) การประมูลแบบเปิดของสอบราคาพร้อมกัน และระบบอิเล็กทรอนิกส์ e-Auction 2) การเปรียบเทียบคู่ค้า 3 ราย โดยทั้ง 2 ระบบ แยกการพิจารณาความสามารถและศักยภาพด้านเทคนิคและความคุ้มค่าของราคา และ 3) การจัดซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยตรงจากระบบทะเบียนสินค้าและบริการ e-Catalog ที่ผ่านการเปรียบเทียบราคาและกระบวนการประเมินคู่ค้ารายปีเรียบร้อยแล้ว
- เกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้า ประกอบด้วย คุณภาพดี ราคาดี บริการดี เงื่อนไขถูกต้อง ปริมาณถูกต้อง เวลาถูกต้อง แหล่งผลิตถูกต้อง และส่งสถานที่ถูกต้อง นอกจากนี้ ในแต่ละส่วนจะมีข้อกำหนดในเรื่องปริมาณงานที่จัดจ้างต่อคู่ค้าหนึ่งรายเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม หลีกเลี่ยงการผูกขาด และกระจายความเสี่ยงในการดำเนินงานและการส่งมอบงานและบริการ เป็นต้น

- พิจารณาคะแนนที่ได้จากการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนประกอบการคัดเลือก โดยคิดเป็นสัดส่วนน้ำหนักร้อยละ 30-100 ของเกณฑ์การคัดเลือกทั้งหมด ขึ้นกับประเภทของสินค้าและบริการ

3. การขึ้นทะเบียนคู่ค้า

- คู่ค้าทุกรายที่ผ่านการคัดกรองและคัดเลือกต้องรับรองการปฏิบัติงานของตนเองตามจรรยาบรรณคู่ค้า

4. การระบุคู่ค้าหลักและคู่ค้าทางอ้อม

เกณฑ์ในการพิจารณา

คู่ค้าหลัก

- มียอดการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าสูง เมื่อผ่านการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย (Spend Analysis)
- ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินการของบริษัท
- บริษัทฯ ต้องพึ่งพาสูง มีคู่ค้าน้อยรายในตลาด

คู่ค้าทางอ้อม

- มีความเสี่ยงหรือโอกาสในห่วงโซ่อุปทานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
- ระบุคู่ค้าทางอ้อมจากคู่ค้าหลัก

5. การประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

คู่ค้าหลักจะถูกประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนเพิ่มเติมเพื่อกำหนดเป็นกลุ่มคู่ค้าหลักที่สำคัญ โดยพิจารณาจาก

- มีนโยบายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องตามทิศทางของบริษัท
- มีระยะเวลาสัญญาของแต่ละธุรกรรมที่ทำระหว่างกันยาวนาน 1 ปี
- มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดและขยายผล
- มีความเสี่ยงหรือโอกาสในห่วงโซ่อุปทานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

6. การตรวจประเมิน

- บริษัทฯ ดำเนินการประเมินตรวจรับสินค้าและบริการกับคู่ค้าทุกรายในทุกครั้งที่รับสินค้าและบริการโดยต้นสังกัดที่ทำการจัดซื้อ/จัดจ้าง โดยสแกนคิวอาร์โค้ดในทุกรายการที่ดำเนินการสั่งซื้อผ่านทางระบบจัดซื้อ/จัดจ้างของบริษัทฯ (เฉพาะรายการที่ผ่านจัดซื้อส่วนกลาง)
- คู่ค้าหลักและคู่ค้าทางอ้อมจะถูกประเมินเชิงวิเคราะห์เอกสารหรือแสดงข้อมูลด้านความยั่งยืนบางรายการตามการร้องขอจากหน่วยงานจัดซื้อกลางและ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- คู่ค้าหลักที่สำคัญที่ได้รับการประเมินว่ามีความเสี่ยงสูงจะถูกตรวจประเมิน ณ สถานที่ปฏิบัติงานเป็นรายสัปดาห์หรือตามระยะเวลาที่กำหนดโดยหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรง และสุ่มตรวจหน้างานโดยผู้บริหารระดับสูงของสายงานที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมกระบวนการก่อสร้าง การผลิต การให้บริการ แนวทางการปฏิบัติการของคู่ค้าในด้านความเป็นธรรม ความปลอดภัย สิทธิมนุษยชน และการสร้างผลกระทบเชิงลบทั้งต่อผู้รับเหมาช่วง ต่อพนักงานของตน ต่อสิ่งแวดล้อม และต่อชุมชนโดยรอบ โดยยึดตามหลักกฎหมาย กฎระเบียบบังคับของบริษัทฯ แนวทางปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า และระเบียบในการส่งมอบงานตามแนวทางความยั่งยืนในเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัย สิทธิมนุษยชน การจัดการขยะก่อสร้าง และการจัดการข้อร้องเรียน
- คู่ค้าหลักที่สำคัญจะถูกตรวจประเมินเฉพาะด้านโดยหน่วยงานผู้เชี่ยวชาญภายนอก อาทิ ด้านความปลอดภัย ด้านการจราจร ด้านผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพ และมาตรฐานอาคารเขียว โดยยึดตามแนวทางมาตรฐานระดับสากลและตามจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทฯ
- คู่ค้าหลักที่สำคัญบางรายจะถูกประเมินเชิงลึกด้วยข้อมูลปฐมภูมิในสถานประกอบการของคู่ค้า เพื่อลดความเสี่ยงในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงพิจารณาศักยภาพในการต่อยอดและความพร้อมในการเข้าสู่การพัฒนาคู่ค้าต่อไป

7. การแก้ไขปรับปรุง

- กำหนดให้คู่ค้าต้องมีการจัดทำแผนงานปฏิบัติการแก้ไข (Corrective Action Plan) เพื่อแก้ไขปัญหาหรือประเด็นที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดและต้องแก้ไขจนกว่าจะได้รับการยืนยันว่าแก้ไขสำเร็จ หากเกิดการละเลยไม่ดำเนินการจะส่งผลต่อการประเมินขึ้นทะเบียนคงสภาพการเป็นคู่ค้าของบริษัทฯ ในปีถัดไป

- มีการกำหนดบทลงโทษอย่างชัดเจนหากคู่ค้าละเลยหรือฝ่าฝืน โดยเฉพาะในเรื่องความปลอดภัยตามแบบประเมินผลความปลอดภัยและกฎระเบียบ (Safety Evaluation Checklist and Discipline/Order)

8. การพัฒนาคู่ค้า

- คู่ค้าหลักที่ผ่านการประเมินเชิงวิเคราะห์เอกสารหรือการประเมิน ณ สถานที่ปฏิบัติงาน จะได้รับการพิจารณาเปรียบเทียบศักยภาพกับคู่ค้ารายอื่นๆ ในหมวดสินค้า/บริการประเภทเดียวกัน เพื่อต่อยอดความร่วมมือพัฒนาจากคู่ค้าสู่พันธมิตรทางการค้าต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน เพิ่มขีดความสามารถหรือศักยภาพให้กับคู่ค้าตามความจำเป็นและความพร้อมของคู่ค้า

9. การทบทวนบัญชีคู่ค้า

- คู่ค้าที่ประพฤติผิดจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทฯ หรือผิดตามเงื่อนไขและไม่ผ่านการตรวจประเมินจะถูกนำเข้าสู่กระบวนการพิจารณาขึ้นบัญชีดำ ผู้ขาย-ผู้รับจ้าง จนกว่าจะสามารถดำเนินการตามแผนแก้ไขได้สำเร็จและผ่านการประเมินโดยหน่วยงานต้นสังกัดและคณะกรรมการฯ พิจารณาขึ้น/ปลดล็อกบัญชีดำตามระเบียบกำหนด
- มีการทบทวนทะเบียนและบัญชีคู่ค้าตามรอบที่กำหนดในแต่ละส่วนงาน ตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการพิจารณาการคงสภาพคู่ค้าเป็นประจำทุกปี

3.2 การปรับปรุงกระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพในการบริหารต้นทุน

วัตถุประสงค์ในการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยง และเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ โดยเพิ่มมุมมองขยายผลตลอดห่วงโซ่คุณค่าในการลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้เช่าสร้างประสบการณ์ประทับใจในการใช้บริการของลูกค้าเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของคู่ค้าหลักที่สำคัญเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าเอง แบ่งออกเป็น การจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดซื้อเชิงกลยุทธ์ การจัดการสินค้าคงคลัง และการปรับปรุงระบบจัดซื้อจัดจ้างออนไลน์

การจัดการเชิงกลยุทธ์	การจัดซื้อเชิงกลยุทธ์	การจัดการสินค้าคงคลัง	การปรับปรุงระบบจัดซื้อจัดจ้างออนไลน์
เพื่อบริหารต้นทุนและลดความเสี่ยงในการพึ่งพาผู้ขายผูกขาด	เพื่อลดความเสี่ยงจากสินค้าขาดส่ง บริหารต้นทุนและเพิ่มความแม่นยำในการบริการ	ลดความเสี่ยงในการจัดการสินค้าคงคลัง และบริหารต้นทุนการจัดเก็บ	- พัฒนาฟังก์ชันช่วยการทำงานด้วยระบบออนไลน์ - การควบคุมวงเงินอนุมัติบนระบบเพื่อลดปริมาณธุรกรรม

3.3 การพัฒนาและสนับสนุนคู่ค้าสู่พันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทฯ นำผลสัมฤทธิ์บางรายการจากแผนงานเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตภาพในการบริหารต้นทุนมาวิเคราะห์ร่วมกับผลการประเมินความสามารถและความพร้อมของคู่ค้าหลักที่สำคัญ เพื่อพัฒนาแผนงานในการพัฒนาคู่ค้าหลักที่สำคัญโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานและเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินการระหว่างกัน อีกทั้งสนับสนุนและผลักดันคู่ค้าสู่พันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถและโอกาสให้กับคู่ค้าได้เติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

หน่วยงานต้นสังกัดนำประเด็นที่ได้รับจากกระบวนการรับฟังข้อคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของตนมาวิเคราะห์และพัฒนาแผนกลยุทธ์โดยผนวกรวมแผนงานในการพัฒนาคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานของตนไว้ด้วยกันเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอย่างเป็นระบบ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานได้อย่างทันทั่วทั้งที่ และต่อยอดสู่การพัฒนาเป็นมาตรฐานในการดำเนินการระหว่างกันได้หรือพัฒนาสู่การสร้างนวัตกรรมและคุณค่าร่วมให้กับสังคมในวงกว้างร่วมกัน สอดคล้องตามนโยบายของบริษัทฯ ด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย นโยบายด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และนโยบายการเคารพกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน

โครงการที่ดำเนินการร่วมกับคู่ค้าและพัฒนาต่อยอดเป็นมาตรฐานหรือแนวทางในการดำเนินการของบริษัทฯ แล้ว ได้แก่

- การนำ Building Information Modeling (BIM) มาใช้ในการสร้างแบบจำลองเสมือนของอาคารในรูปแบบดิจิทัลในงานออกแบบ เช่น โครงสร้างใต้ดิน การบริหารจัดการอาคารสถานที่ การออกแบบร้านค้าปลีก
- การนำเศษเสาคement ที่ตัดทิ้งมาใช้ซ้ำโดยแปลงเป็นวัสดุรีไซเคิลคอนกรีต หรือ RCA- Recycled Concrete Aggregate ทดแทนหินคลุกในการปูถนนชั่วคราวและวัสดุรองทางถนน

- การจัดการคัดแยกขยะในไซต์งานและการแปรรูป อาทิ 1) ทำน้ำหมักชีวภาพใช้เองและแจกจ่ายชุมชน 2) นำเศษอาหารไปเลี้ยงไส้เดือนดิน 3) หมักปุ๋ยใช้เองและแบ่งขาย โดยนำรายได้จากการจำหน่ายมาหมุนเวียนซื้ออาหารและเครื่องเขียนให้เด็กในละแวกใกล้เคียงและแรงงานในไซต์งาน
- การหมุนเวียนนำกลับมาใช้ซ้ำ อาทิ 1) นำผนังกันชั่วคราวหรือหลังคา Metal Sheet มาวนใช้ซ้ำ 2) ขนย้ายดินจากการขุดดินช่วงก่อสร้างไปถมในที่ดินที่เหมาะสมในพื้นที่ของโครงการภายในเครือฯ 3) หมุนเวียนใช้ตู้คอนเทนเนอร์จำนวน 40 ตู้ เป็นสำนักงานโครงการชั่วคราวและบ้านพักคนงาน
- การติดตั้งหลังคาที่จอดรถพลังงานแสงอาทิตย์ หรือ Solar Carport แบบหลังคาอาคารจอดรถหรือแบบหลังคาคลุมเฉพาะช่องจอด และติดตั้งระบบ Solar Lighting ร้อยละ 50 ของระบบไฟส่องสว่างถนนทั้งหมดโดยรอบโครงการ



**ติดตั้งที่จอดรถพลังงานแสงอาทิตย์
Solar Carport**

ร้อยละ

50 รอบโครงการ

- การใช้โปรแกรม Construction Online มาใช้ในการแก้ไขเปลี่ยนแปลงหน้างานทั้งหมด สามารถลดการใช้กระดาษได้ร้อยละ 70 เทียบกับระบบเดิม
- การอบรมมาตรฐานระบบการให้บริการตามปรัชญาการให้บริการด้วยหัวใจ หรือ “Service with the Heart” ให้กับผู้รับเหมาช่วงที่ดูแลงานรักษาความสะอาด และงานรักษาความปลอดภัย

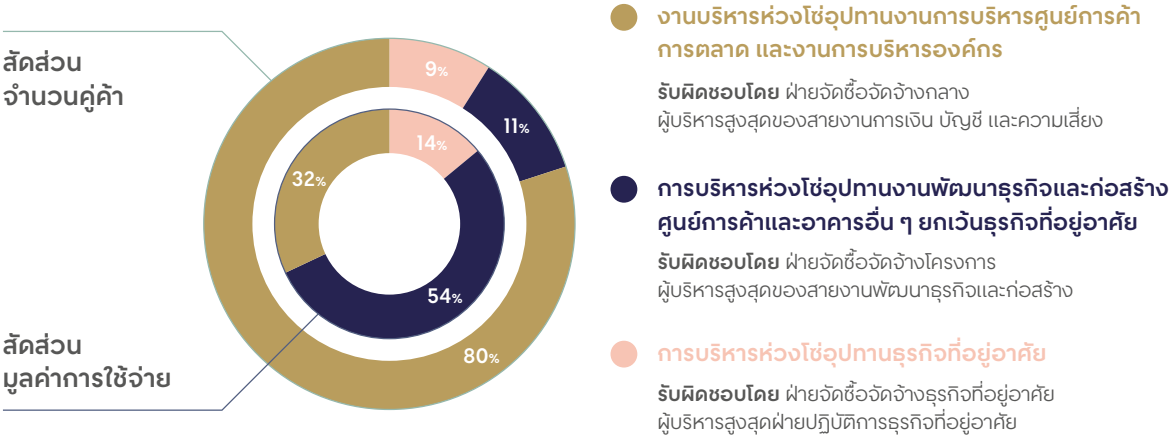
ผลงานโดดเด่นในรอบปี 2566

- กำหนดให้การจัดซื้อจัดจ้างคู่ค้าท้องถิ่นเป็นตัวชี้วัดองค์กร เพื่อสร้างฐานข้อมูลคู่ค้าท้องถิ่นที่มีศักยภาพ พัฒนาไปสู่การวิเคราะห์และพัฒนาให้เป็นคู่ค้าหลักและ/หรือคู่ค้าหลักที่สำคัญต่อไปในอนาคต โดยผลสัมฤทธิ์ในการจัดซื้อจัดจ้างท้องถิ่นอยู่ที่ร้อยละ 121 เมื่อเทียบกับเป้าหมาย
- จัดประชุม Supplier Management Meeting ในกลุ่มคู่ค้า งานการบริหารศูนย์การค้า การตลาด และงานการบริหารองค์กรภายหลังการระงับไปเนื่องจากสถานการณ์โควิด โดยเน้นการให้ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานของคู่ค้าเอง พร้อมได้ทดลองประเมินความเสี่ยงของตนเอง การแนะนำแพลตฟอร์มจัดซื้อจัดจ้างใหม่ หรือ Procure-to-Pay การเปิดตัวจรรยาบรรณคู่ค้าฉบับปรับปรุง และการพัฒนาธุรกิจแนวร่วม โดยเชื่อมระบบนิเวศทางธุรกิจให้คู่ค้าได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ โดยสามารถนำไปสั่งซื้อของบริษัทฯ เป็นหลักฐานประกันการกู้เงินได้ ผลการตอบรับมีคู่ค้าร่วมเข้าประชุมทั้งแบบ Online และ Offline ประเมินความพึงพอใจโดยรวมต่อการจัดงานที่ร้อยละ 91
- ช่วยบริหารเงินทุนต่อยอดธุรกิจให้คู่ค้ารายย่อย โดยสรรหาช่องทางสนับสนุนทางการเงินร่วมกับ บริษัท อินเวสทรี (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้ให้บริการระบบคลาวด์ฟิวดิงภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ มีคู่ค้าเข้าร่วมโครงการ 5 ราย วงเงิน 35 ล้านบาท
- การหมุนเวียนนำกลับมาใช้ซ้ำ อาทิ การนำโครงเหล็กหลังคาลานจอดที่รื้อถอนออกในพื้นที่ก่อสร้าง ไปใช้ซ้ำเป็นโครงเหล็กกับ Solar Carport ในอาคารจอดรถใหม่ของโครงการเซ็นทรัล เวสต์เกต และโครงการเซ็นทรัล นครปฐม การนำหม้อแปลงไฟฟ้าชั่วคราวจากเซ็นทรัล อยุธยา มาใช้ที่เซ็นทรัล นครปฐม การตกแต่งใหม่เพื่อใช้ซ้ำในบางส่วนของงานกระเบื้อง งานเสา งานผนัง งานพื้น และเฟอร์นิเจอร์ โดยพิจารณาตามความเหมาะสม
- การกำจัดขยะก่อสร้าง โดยนำคอนกรีตที่เหลือไปเทเป็นแผ่นคอนกรีตปูพื้น นำไปใช้ในบ้านพักแคมป์คนงาน และถวายวัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม



- ปรับปรุงการส่งรายงานเข้าบริการบำรุงรักษาลิฟต์และบันไดเลื่อนเป็นรูปแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยเริ่มดำเนินการกับบริษัท อิตาซี เอลลิเวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นเฟสแรก และวางแผนพัฒนา e-Service Report เชื่อมต่อเข้ากับระบบจัดซื้อจัดจ้างไปจนถึงกระบวนการจ่ายและขยายผลไปยังผู้ให้บริการหลักรายอื่น ๆ ต่อไป
- ศึกษาการเชื่อมระบบออนไลน์ระหว่างระบบจัดซื้อจัดจ้างกับระบบ Smart Property เพื่อช่วยบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการดูแลเครื่องจักร อุปกรณ์ ทั้งในด้านของความพร้อมใช้ การประเมินค่าเสื่อม และการคาดการณ์ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ผลการดำเนินงาน



ผลการดำเนินงานปี 2566	จำนวนลูกค้า (ราย)	มูลค่าการจัดซื้อ (ล้านบาท)	สัดส่วนต่อจำนวน ลูกค้าทั้งหมด (%)	สัดส่วนต่อมูลค่า ทั้งหมด (%)
ลูกค้าทั้งหมดที่ทำธุรกรรมระหว่างกันในปี 2566 (Tier-1)	5,187	14,997	100	100
มากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป	43	8,470	1	56
มากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	157	3,374	3	23
มากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท	809	2,461	16	16
น้อยกว่า 1 ล้านบาท	4,178	692	80	5
ลูกค้าหลักที่สำคัญ (Significant Tier 1)	92	8,869	2	59
ลูกค้าทางอ้อมที่สำคัญ (Significant Non-Tier 1)	-	-	-	-
ลูกค้าที่ผ่านการคัดกรอง ESG รวมแบบออนไลน์ และการประเมิน Prequalification	4,636	-	89	-
ลูกค้าที่ผ่านการประเมินความเสี่ยง				
1) เชิงวิเคราะห์เอกสาร	4,149	-	80	-
2) ประเมิน ณ สถานที่ปฏิบัติงาน หรือสถานที่ผลิต	37	-	1	-
ผลจากการประเมิน				
1) ลูกค้าที่มีความเสี่ยงในการสร้างผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ	24	-	0.5	-
2) ลูกค้าที่จัดทำแผนงานปฏิบัติการแก้ไข	0	-	0	-
3) ลูกค้าที่ถูกยกเลิกสัญญา	0	-	0	-
ลูกค้าที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาลูกค้า	48	-	52% ของจำนวนลูกค้าหลักที่สำคัญ	สำเร็จ 100% ตามเป้าหมาย
เป้าหมายการพัฒนาลูกค้า ปี 2567	อย่างน้อย 42 ราย หรือมากกว่า 10% ของมูลค่าในการจัดซื้อ/จัดจ้างทั้งหมด			

04

การบริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรม

ความสำคัญ

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

4.1 นวัตกรรมทางเทคโนโลยีดิจิทัล

บริษัทฯ นำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชัน และการตลาดแบบ Omnichannel เพื่อตอบสนองผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ได้แก่ ลูกค้า ร้านค้า คู่ค้า และพนักงาน ให้เกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจยิ่งขึ้น สร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้น และอำนวยความสะดวกให้คล่องตัวมากขึ้น อีกทั้งนำมาจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลสารสนเทศและการวิเคราะห์ข้อมูล Big Data ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ดังนี้



กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	โครงการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีดิจิทัล	ผลสัมฤทธิ์
ลูกค้าใช้บริการศูนย์การค้า 	Central Life X คือ แอปพลิเคชันที่รวบรวมทุกข่าวสารและกิจกรรมเอนต์ โปรโมชัน และสิทธิพิเศษมากมาย https://bit.ly/3Doqd3V	- จำนวนผู้ใช้แอปพลิเคชัน ทั้งหมด 530,000 คน - จำนวนผู้ใช้ที่มีความเคลื่อนไหวต่อเดือน (Monthly Active Users) 100,000 คน - จำนวนผู้ใช้ที่มีความเคลื่อนไหวต่อวัน (Daily Active Users) 8,000 คน
	@centralLife บนแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อสื่อสารและเชื่อมต่อกับลูกค้าแบบ One-on-One เลือกตามไลเคชั่นสาขาที่ลูกค้าใช้บริการ ประกอบด้วยฟังก์ชันหลัก ดังนี้ - ฟังก์ชัน “Shop” สำหรับค้นหาร้านค้า - ฟังก์ชัน “Services” สำหรับการจองบริการต่างๆ เช่น รถสำหรับเด็ก รถเข็นเด็ก เก้าอี้ล้อเลื่อน แบตเตอร์รี่สำรอง - ฟังก์ชัน “Gift for You” สำหรับส่วนลดคุปองพิเศษที่ตรงกับไลฟ์สไตล์เฉพาะบุคคล - ฟังก์ชัน “Smart Chat” สำหรับการค้นหาข้อมูลที่ถูกคำสนใจ	จำนวนเพื่อนในไลน์ OA กว่า 4.1 ล้านคน
	ระบบ Cashless Payment Parking ชำระค่าที่จอดรถแบบดิจิทัลไร้สัมผัส โดยลูกค้าสามารถชำระค่าจอดรถผ่านจุดบริการ Kiosk e-Payment ได้ด้วยตนเอง ให้บริการในศูนย์การค้า 10 แห่ง	- ลดระยะเวลาในการต่อคิวชำระเงิน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อลูกค้ากว่า 23 ล้านคนต่อปี ส่งผลให้การจราจรภายในคล่องตัวขึ้น - ปรับลดอัตราการจ้างในงานที่มีความเสี่ยงด้านสุขภาพ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	โครงการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีดิจิทัล	ผลสัมฤทธิ์
ผู้ใช้บริการ อาคารออฟฟิศ 	ระบบ Access Control ผ่านบัตร QR Code และ Face Scan บน centralwOrld Offices Application สร้าง Customer Experience ที่ประทับใจ และเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้อาคาร เนื่องจากมีระบบเก็บข้อมูลและยืนยันตัวตนของผู้ติดต่อใช้บริการอาคารสำนักงาน	ลดคิวการแลก-คืนบัตร สำหรับผู้ติดต่อใช้บริการอาคารสำนักงาน
ลูกบ้าน 	ระบบ Residents Application เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้ลูกบ้านเชื่อมต่อกับผู้บริหารโครงการได้อย่างใกล้ชิด รวมถึงประโยชน์ในด้านการฝากขายหรือฝากเช่าห้องชุด	- อำนวยความสะดวกให้กับลูกบ้านใน 42 โครงการครอบคลุมกว่า 5,080 ผู้ใช้งาน - เพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ช่วยลดความผิดพลาดในการติดต่อสื่อสาร
ร้านค้า 	- Central Pattana SERVE คือ แอปพลิเคชัน One Stop Service สำหรับผู้เช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพัฒนา ให้บริการในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การตรวจสอบข้อมูลการเช่า ชำระเงินออนไลน์ ขอใบแจ้งหนี้ ใบเสร็จ ใบกำกับภาษี บันทึกยอดขาย สะสมยอดซื้อให้กับลูกค้า และการแจ้งซ่อม - เพิ่มบริการ “รายงานการใช้พลังงานไฟฟ้า” เปรียบเทียบปริมาณการใช้รายแบรด์ รายสาขา รายเดือน และรายปี เพื่อตรวจสอบแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว และใช้ประกอบในการรายงาน และหามาตรการลดการใช้ให้มีประสิทธิภาพขึ้นในระยะยาว - เพิ่มบริการ “e-Coupon” ช่วยให้ลูกค้าและร้านค้าใช้สิทธิประโยชน์พิเศษจากศูนย์การค้าได้สะดวกขึ้น ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการกรอกข้อมูล รวบรวมเอกสาร ลดปัญหาเอกสารสูญหาย การใช้คู่มือซ้ำ เนื่องจากสามารถตัดคู่มือได้แบบ Real Time นอกจากนี้ ยังสามารถรู้ยอดการใช้ง่าย ทำให้ลดระยะเวลาการตรวจสอบข้อมูลในการแลกรับสิทธิประโยชน์พิเศษ - เพิ่มบริการ “ทำบัตรพนักงานร้านค้า” ออนไลน์ช่วยให้การทำบัตรพนักงานของร้านค้าเพื่อเข้าพื้นที่ ง่าย สะดวก และรวดเร็วขึ้น โดยลดขั้นตอนทั้งฝั่งร้านค้า ในการกรอกแบบฟอร์ม และในฝั่งศูนย์การค้า ลดการกรอกซ้ำและลดขั้นตอนทางการเงิน - การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดขั้นตอน ลดเวลา และสามารถดำเนินการได้ง่าย รวดเร็ว โดยนำระบบ RPA มาช่วยอาทิการเป็นตัวแทนหักและนำส่งภาษี ณ ที่จ่าย บริการใบแจ้งหนี้ ใบกำกับภาษี และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านช่องทางอีเมล	- อำนวยความสะดวกให้ร้านค้าที่สมัครใช้แอปพลิเคชันแล้ว จำนวน 3,433 ราย - คะแนนความพึงพอใจจากร้านค้า และคะแนนที่อยากแนะนำบอกต่อเพิ่มขึ้นในระดับที่พึงพอใจ และจำนวนร้านค้าที่เข้าร่วมเพิ่มขึ้นร้อยละ 72 เทียบกับปี 2565 - เพิ่มความรวดเร็วในการใช้งานคู่มือได้ดีขึ้น ร้อยละ 80 เหลือเพียง 1 นาทีต่อครั้ง - ลดต้นทุนต่อ 1 ธุรกรรมลงได้กว่าร้อยละ 87 - อำนวยความสะดวกในการออกบัตรดิจิทัลแล้วกว่า 25,000 ครั้ง ใน 6 เดือนที่เปิดใช้งาน - ลดขั้นตอนและระยะเวลาลงได้ กว่าร้อยละ 80 เหลือเพียง 4 นาทีต่อครั้ง - เพิ่มประสิทธิภาพงานได้กว่าร้อยละ 81

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	โครงการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีดิจิทัล	ผลสัมฤทธิ์
คู่ค้า 	- แอปพลิเคชัน “Vendor Portal” โซลูชันด้าน Procure-to-Pay เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการคู่ค้าทางธุรกิจแบบดิจิทัล ด้วยกลไกการเชื่อมโยงกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างแบบอัตโนมัติ คู่ค้าสามารถตรวจสอบสถานะการจัดซื้อจัดจ้างได้ด้วยตนเอง เช่น การออกใบสั่งซื้อ การวางบิล การจ่ายเงิน - ระบบ Payment Request สำหรับงานจ้างเหมา และตรวจรับวัสดุ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตรวจรับงานให้กับคู่ค้า	- ส่งผลให้การทำธุรกรรมสะดวกขึ้น ลดขั้นตอนและระยะเวลา มีการจัดเก็บข้อมูลเป็นระบบ และเพิ่มความโปร่งใสในการจัดซื้อจัดจ้างมากขึ้น - ลดปริมาณการใช้กระดาษลงได้มากกว่า 10,000 ชิ้น จากการเปิดใช้งาน 3 เดือน - ลดความเสี่ยงจากเอกสารสูญหายระหว่างจัดส่งจากไซต์งานมาที่สำนักงานใหญ่ ลดขั้นตอนในการคีย์ข้อมูลแบบ Manual ทำให้ลดโอกาสในการเกิดความผิดพลาด และลดกระบวนการทำงานที่ซ้ำซ้อน ทำให้มีการตรวจสอบติดตาม และจ่ายเงินคู่ค้าผู้รับเหมาได้เร็วขึ้น
พนักงาน 	- E-Card Web-Application ในไลน์@centralLife อำนวยความสะดวกเฉพาะพนักงานบริษัท เท่านั้น โดยเพิ่มช่องทางการเติมเงินผ่าน e-Wallets สำหรับการชำระเงินในศูนย์อาหารภายใต้การบริหารงานของเซ็นทรัลพัฒนา ซึ่งพนักงานสามารถดำเนินการด้วยตนเอง ตอบโจทย์พนักงานที่ใช้บริการเป็นประจำ ลดการสูญหาย และช่วยลดคิวแลกบัตรสำหรับลูกค้าทั่วไป - ระบบ “Procurement Plus” เป็นการพัฒนาระบบการสั่งซื้อใหม่ทดแทนระบบเดิม ช่วยให้การสั่งซื้อตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น เนื่องจากสามารถค้นหารายการสินค้าโดยระบุคุณสมบัติได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาหน่วยงานจัดซื้อ - โครงการ Front-Operation Implementation & Transformation (Project FIT) ได้นำระบบ Salesforce™ เข้ามาช่วยในกระบวนการวางแผนการขายและให้เข้าพื้นที่ การจัดการบัญชีลูกค้า การบริหารจัดการพื้นที่ การให้ส่วนลด และการวางแผนรายได้ของศูนย์การค้า นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงระบบ Smart Property เพื่อช่วยบริหารจัดการด้านอาคารสถานที่และงานซ่อมบำรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	- พนักงานเข้าใช้บริการแล้วกว่าร้อยละ 50 ของพนักงานทั้งหมด มียอดใช้จ่ายกว่า 82,000 รายการ ในช่วง 5 เดือนหลังเปิดให้บริการ - เพิ่มประสิทธิภาพในการสั่งซื้อได้ร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับระบบเดิม จากเป้าหมายที่ร้อยละ 90 - ทดแทนกระบวนการทำงานแบบเดิมแล้วกว่า 240 สัญญา และลดการจัดทำเอกสารนอกระบบไปแล้วประมาณ 700 ฉบับ - ลดระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการ และการขออนุมัติ เพิ่มการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยให้พนักงานและผู้บริหารสามารถวางแผนและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 นวัตกรรมที่เกิดจากหน่วยงานภายในองค์กรหรือโครงการ Power of Dream

โครงการ Power of Dream คือ โครงการที่นำ 4 ความเชื่อของบริษัทฯ โดยเฉพาะความเชื่อ “พัฒนาสิ่งใหม่อย่างไม่หยุดนิ่ง” มาดำเนินการให้เกิดขึ้นจริงเป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพและยกระดับมาตรฐานการทำงานอย่างต่อเนื่อง สร้างบรรยากาศแห่งการแลกเปลี่ยน และการแบ่งปันความรู้ให้เกิดขึ้นในองค์กร ซึ่งจัดต่อเนื่องทุกปี โดยปี 2566 จัดเป็นปีที่ 13 แล้ว แบ่งเป็น 2 โครงการย่อย แยกตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ ได้แก่



โครงการดรีมทีม

คือ การประกวดโครงการที่ดำเนินการสอดคล้องตามกลยุทธ์ของแต่ละสาขา มีการวิเคราะห์และปรับปรุงอย่างเป็นระบบ เน้นการคิดสร้างสรรค์แนวทางใหม่ที่ขยายผลได้ เห็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมเทียบกับเป้าหมาย บนหลักการ Kaizen และ PDCA (Plan-Do-Check-Act) โดยวัตถุประสงค์ในปี 2566 คือ เพื่อลดการใช้พลังงานและลดค่าใช้จ่าย มีจำนวนโครงการที่ส่งเข้าประกวดทั้งหมด 153 โครงการ มีพนักงานเข้าร่วมคิดเป็นร้อยละ 9 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด ผลสัมฤทธิ์ของทุกโครงการรวมกันอยู่ที่ 1.32 ล้านบาท

โครงการชนะเลิศ ได้แก่ โครงการลดหน่วยการใช้พลังงานไฟฟ้าในพื้นที่ส่วนกลางด้วยการปรับปรุงแผ่นทำความเย็น (Cooling PAD) จากที่ทำงานเซ็นทรัล พระราม 3 โดยมีกระบวนการครบตาม PDCA คือ ศึกษา ออกแบบ ทดลองติดตั้ง และประเมินผล ผลจากการปรับปรุง พบว่าสามารถ

- ลดหน่วยการใช้พลังงานไฟฟ้าปรับอากาศได้ร้อยละ 10 ซึ่งดีกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 5 คิดเป็นผลประหยัดกว่า 140,000 บาทต่อปี มีระยะเวลาคืนทุนภายใน 2 เดือน
- แผ่นทำความเย็นสามารถช่วยลดอุณหภูมิอากาศและความดันก่อนนำเข้าคอนเดนเซอร์ได้ประมาณ 5-8 องศาเซลเซียส ช่วยลดการทำงานของคอมเพรสเซอร์ลงร้อยละ 40-60 และเพิ่มอัตราการทำความเย็นขึ้นได้ ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ประสิทธิภาพของระบบดีขึ้น
- ใช้กันอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการติดตั้งระบบหมุนเวียนน้ำในตัวเอง หากมีการระเหยของน้ำสามารถเติมน้ำรีไซเคิลที่ผ่านการบำบัดแล้วจากระบบใหญ่ได้
- เทียบเท่าการลดการปล่อยปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 70,000 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

โครงการดรีมบิก

คือ โครงการค้นหาไอเดียใหม่ๆ ที่ทำให้เกิดขึ้นได้จริง บนหลักการนวัตกรรมเริ่มได้จากตัวเรา โดยในปี 2566 เป็นการสานต่อโครงการประกวดจากปี 2565 จำนวน 8 โครงการ โดยเพิ่มการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ Power Platform (PowerApps, Power Automate, Power BI) ซึ่งทั้ง 8 โครงการ สามารถใช้ Power Platform มาสร้างแอปพลิเคชันและโปรแกรมในการพัฒนาไอเดียให้เกิดขึ้นจริง ยกตัวอย่างเช่น

- โครงการ Record Sub พัฒนาแอปพลิเคชันบันทึกจำนวนอัตรากำลังคนผู้รับเหมาช่วง (รปภ. แม่บ้าน คนสวน) ให้สามารถดูข้อมูลปัจจุบันและข้อมูลย้อนหลังได้แบบ Real Time ทำให้ลดเวลาในการรวบรวมและทำสรุปข้อมูลประจำเดือนที่ต้องใช้เวลาร่วม 6 ชั่วโมง เหลือเพียง 10 นาที

ทั้งนี้ ในปี 2566 เน้นรับไอเดียและนวัตกรรมที่ลดขั้นตอน ลดการทำซ้ำ และทำให้ง่ายขึ้น ภายใต้หัวข้อ “Everyday Innovation” มีจำนวนโครงการเข้าร่วมประกวด 209 โครงการ และมีการปรับเปลี่ยนโดยผนวกรวมโครงการดรีมบิกและดรีมทีมไว้ด้วยกัน ภายใต้ชื่อโครงการ “The Power of Dream” ปรับวัตถุประสงค์ให้สอดคล้องตามจุดมุ่งหมายขององค์กร วัฒนธรรมขององค์กร และแนวทางความยั่งยืนให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น



โครงการดรีมทีม

จำนวนที่ส่งเข้าประกวด

153 โครงการ



โครงการดรีมบิก

สานต่อโครงการประกวดจากปี 2565 จำนวน

8 โครงการ

Everyday Innovation

ภายใต้โครงการ
Power of Dream
จำนวนที่เข้าร่วมประกวด

209

โครงการ

4.3 นวัตกรรมที่เกิดจากความร่วมมือกับลูกค้า หรือหน่วยงานภายนอก

บริษัทฯ นำผลจากการรับฟังเสียงผู้มีส่วนได้เสียหลักมาวิเคราะห์ร่วมกับลูกค้าในการปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการ เพื่อแก้ไขและนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียนั้น ๆ โดยใช้วิธีการทดลองนำร่องรับความคิดเห็นปรับปรุง วนซ้ำ แล้วจึงขยายผล โดยสามารถจำแนกการบริหารจัดการนวัตกรรมออกได้เป็น

1. การจัดซื้อจัดจ้างเพื่อสนับสนุนนวัตกรรม คือ การจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จัดเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ในท้องตลาด อาทิ
 - หุ่นยนต์ทำความสะอาดเพื่อลดกำลังคนในการทำ ความสะอาดเมื่อศูนย์การค้าปิด
 - จอภาพ Visual Display แบบโปร่งแสงซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ ในท้องตลาด ทดลองติดตั้งในเซ็นทรัล ราชอินทรา

- เครื่องย่อยสลายขยะเป็นน้ำทิ้ง (Grey Water) โดยความร่วมมือภายใต้โครงการ CSR กับบริษัท นาว เอนด์ออฟเวสต์ จำกัด ทดลองติดตั้งในเซ็นทรัล เวสต์เกต
2. ร่วมมือกับลูกค้าเพื่อพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ร่วมกัน อาทิ
 - ร่วมมือกับ บริษัท เอสซีจี บิลดิ้ง แอนด์ ลีฟวิ่งแคร์ คอนซัลติง จำกัด ในการทดลองติดตั้งระบบบำบัดอากาศเสียในเซ็นทรัล อยุธยา เพื่อช่วยทำให้อากาศในอาคารดีขึ้นด้วยการดูดซับมลพิษที่เกิดขึ้นในอาคาร ช่วยให้อากาศภายในอาคารสะอาด และประหยัดพลังงานมากยิ่งขึ้น
 - ร่วมมือกับบริษัท ซีอาร์ซี ไทวีสตูดิโอ จำกัด หรือไทวีสตูดิโอ และ บริษัท กัลฟ์ เอ็นเนอร์จี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ Gulf ในการนำร่องติดตั้งระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าแสงอาทิตย์แบบสัมปทาน โดย Gulf ติดตั้งแผงผลิตพลังงานจากแสงอาทิตย์บนหลังคาอาคาร ไทวีสตูดิโอแล้วจ่ายไฟผ่านสายส่งมาให้กับเซ็นทรัล ศาลายา

05

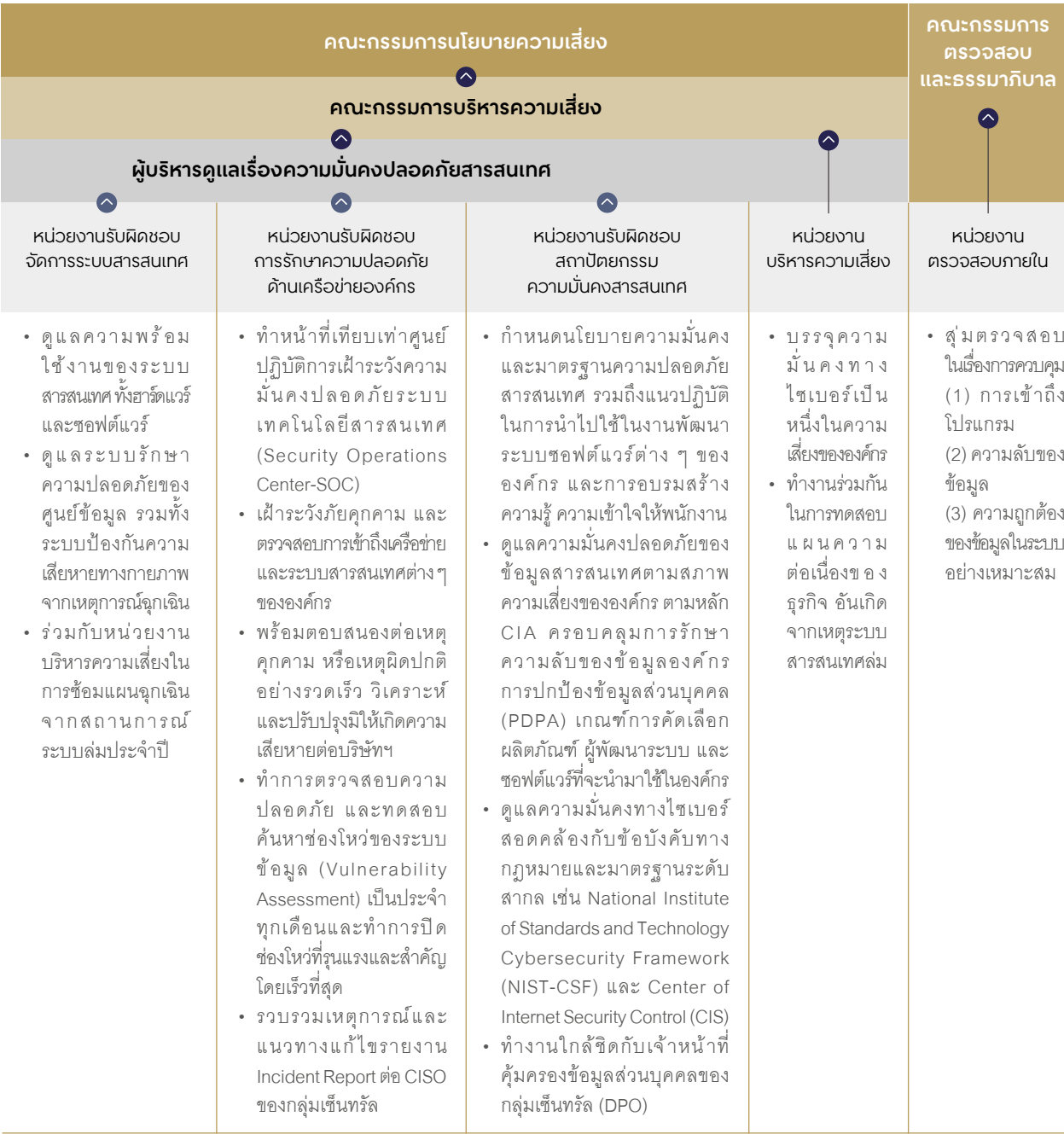
ความปลอดภัยระบบสารสนเทศ ความมั่นคงทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

ความสำคัญ

บริษัทฯ นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ โดยปรับกระบวนการทำงานให้เป็นดิจิทัล เปลี่ยนจากการใช้แรงงานเป็นการใช้เทคโนโลยี (Technology Enablers) เพื่อประโยชน์ในการใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์และการคาดการณ์ รวมไปถึงสอดคล้องตามกลยุทธ์ Omnichannel ในการสร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อให้กับลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า ร้านค้า รวมไปถึงลดความเสี่ยงทางธุรกิจ เพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินการกับคู่ค้า และการทำงานของพนักงาน อย่างไรก็ตาม ก็มีความเสี่ยงเช่นเดียวกัน เช่น ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การโจรกรรมข้อมูล อาชญากรรมทางไซเบอร์ รวมถึงการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ความหละหลวม หรือการไร้ประสิทธิภาพในการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ หรือการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล อาจนำไปสู่การชะงักงันของธุรกิจ การสูญเสียทรัพยากร การร้องเรียนฟ้องร้อง และนำไปสู่ความเสื่อมเสียชื่อเสียง และลดทอนความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียในการทำธุรกรรมกับบริษัทฯ

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยสารสนเทศ นโยบายความเป็นส่วนตัว นโยบายคุกกี้ นโยบายการบันทึก การรายงาน และการเก็บรักษาข้อมูล และมาตรฐานความปลอดภัยสารสนเทศเป็นแนวทางในการปฏิบัติของพนักงานทั้งองค์กร และกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม มีการกำหนดหน่วยงานดูแลด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ทำหน้าที่กำกับดูแลเสถียรภาพของข้อมูล และระบบสารสนเทศ โดยมีคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบและธรรมาภิบาล ผู้บริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ หน่วยงานตรวจสอบภายใน หน่วยงานบริหารความเสี่ยง และหน่วยงานระดับชำนาญการรับผิดชอบอย่างใกล้ชิด กำกับดูแลครอบคลุมในเรื่อง การจัดการระบบสารสนเทศ การรักษาความปลอดภัยด้านเครือข่ายองค์กร และสถาปัตยกรรมความมั่นคงสารสนเทศ โดยมีการประชุมหารือระหว่างหน่วยงานรายเดือน และรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทุกไตรมาส



การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ครอบคลุมถึงร้านค้าปลีก เว็บไซต์ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า ช่องทางการสื่อสารทางออนไลน์ ตลอดจนสถานที่อื่น ๆ ที่ได้มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทฯ ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัล ได้จัดตั้งหน่วยงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และแต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้รับผิดชอบและกำหนดกรอบการทำงานให้สอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลการละเมิดและหาวิธีป้องกันร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

บริษัทฯ มีการประกาศ นโยบายความเป็นส่วนตัว ให้สาธารณชนรับทราบทั้งบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ และบริเวณพื้นที่บริการลูกค้าในศูนย์การค้า และจุดที่มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล และจัดให้มีคู่มือในการบริหารจัดการกิจกรรมที่มีการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในทุกขั้นตอน

ให้สอดคล้องตามกฎหมาย ระเบียบ และนโยบายความเป็นส่วนตัว มีการสื่อสารให้พนักงานทราบ และเข้าใจถึงภัยทางไซเบอร์ มีการจัดอบรมพนักงานออนไลน์ในหลักสูตร CPN-Personal Data Protection Act (PDPA 2019) และ CRC-Personal Data Protection Act มีการจัดทำและเก็บรักษาบันทึกการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Record of Processing Activities) การพัฒนาระบบจัดการความยินยอม (Consent Management) กระบวนการจัดการคำขอใช้สิทธิเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล (Data Subject Rights Management) การกำหนดกรอบระยะเวลาการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (Data Retention Policy) การจัดทำเอกสารทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (เช่น Data Processing Agreement) และการจัดทำกระบวนการดำเนินงานเมื่อเกิดเหตุข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล (Personal Data Breach Procedure)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเปิดช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียน กรณีโดนบริษัทฯ ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ได้ทางช่องทางการร้องเรียนออนไลน์บนเว็บไซต์ และทางศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Call Center) หมายเลข +66 (0) 2-667-5555 โดยข้อร้องเรียนดังกล่าวจะได้รับการตรวจสอบโดยหน่วยงานตรวจสอบภายใน และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและธรรมาภิบาล และส่งไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบแก้ไข หากตรวจสอบแล้วสาเหตุเกิดจากการดำเนินการของบริษัทฯ จริง บริษัทฯ จะแสดงความรับผิดชอบในส่วนการชดเชยหรือเยียวยาตามความเหมาะสม

ผลการดำเนินงาน

การรักษาความปลอดภัยด้านเครือข่ายองค์กร

จากการทดสอบ Penetration Test โดยหน่วยงานชำนาญการภายนอก พบว่ามีการใช้รหัสผ่านสำหรับผู้ดูแลระบบที่ง่ายเกินไป ซึ่งได้ทำการปรับแก้ไขให้มีความซับซ้อนมากขึ้น มีการใช้ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่เก่าหรือไม่สนับสนุนแล้ว จำนวนหนึ่งได้ทำการปิดหรือยกเลิกในอุปกรณ์ที่ไม่ได้ใช้งานแล้ว ส่วนที่ยังคงใช้งานได้ทำการอัปเดต และสแกนเพื่อหาช่องโหว่ในระบบและเครือข่าย จากนั้นทำการทดสอบ Penetration Test อีกครั้งเพื่อให้มั่นใจว่าไม่หลงเหลือฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่เก่าหรือไม่สนับสนุนแล้วอีกต่อไป

มี Incident Case เกิดขึ้นทั้งหมด 3 เคส ซึ่งได้รับการแก้ไข และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายใด ๆ ต่อองค์กร

มีการสื่อสารให้กับพนักงานมีความตระหนักรู้เพื่อช่วยป้องกัน และแจ้งเหตุด้านความปลอดภัยทางสารสนเทศ อาทิ

- รู้จักการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลตลอดวงจรชีวิตข้อมูล
- รู้จักเทคนิคการควบคุมความปลอดภัยข้อมูล หรือ Data Masking
- การตรวจสอบ Phishing Attack และกระบวนการรายงานกรณีรับอีเมล Phishing
- การจัดการผู้ให้บริการภายนอกด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ การจัดหาหมวดหมู่ข้อมูล และเรียนรู้ระบบนิเวศของผู้ให้บริการภายนอกที่ปลอดภัย
- วิธีการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลอย่างไรให้ “ปลอดภัย”
- กฎระเบียบใหม่ภายใต้ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ว่าด้วยเรื่องการเก็บข้อมูลประวัติอาชญากรรม

ความมั่นคงทางไซเบอร์

จัดอบรมออนไลน์เรื่องความมั่นคงทางไซเบอร์ทั้งสิ้น 5 หลักสูตร มีจำนวนผู้เข้าอบรมทั้งสิ้น 2,357 คน ผ่านการอบรมคิดเป็นร้อยละ 62 ของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด

มีการแยกระบบ WiFi บริษัทฯ แบ่งเป็น ระบบจำกัดให้บริการเฉพาะคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ เท่านั้น และระบบ WiFi ทั่วไปที่ให้บริการคอมพิวเตอร์ส่วนตัว/โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต เพื่ออำนวยความสะดวกให้พนักงานแต่ยังคงความสามารถในการดูแลความปลอดภัยทางไซเบอร์

ไม่พบการละเมิดระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ หรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์อื่น ๆ ถึงขั้นรุนแรง หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทฯ

ไม่พบการละเมิดข้อมูลอันประกอบด้วยรั่วไหล การโจรกรรม และการสูญหายของข้อมูลส่วนบุคคล

ไม่มีพนักงานถูกปรับหรือได้รับบทลงโทษอันมีสาเหตุจากการละเมิดระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศหรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์อื่น ๆ

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ไม่พบข้อร้องเรียนอันมีหลักฐานรองรับด้านการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลใด ๆ

ไม่พบข้อมูลรั่วไหล การโจรกรรม หรือการสูญหายของข้อมูลลูกค้า



Better
People

สร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

06

การบริหารจัดการความสัมพันธ์และพัฒนาร้านค้า

ความสำคัญ

การสนับสนุนและพัฒนาร้านค้าให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและเติบโตจะส่งผลดีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ เมื่อร้านค้ามีการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ สามารถส่งมอบประสบการณ์การให้บริการที่ดีและตรงตามความต้องการของลูกค้า ก็จะสร้างความพึงพอใจนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าและมีการแนะนำบอกต่อ ซึ่งก็จะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์บริษัทฯ

บริษัทฯ ส่งเสริมสนับสนุนและผลักดันให้พันธมิตรทางธุรกิจร้านค้าทุกกลุ่มทั้งรายเล็กและรายใหญ่ที่มีศักยภาพให้ร่วมเติบโตในการทำธุรกิจไปด้วยกัน ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับโลก โดยหลายแบรนด์เริ่มจากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรอบรมผู้ประกอบการของบริษัทฯ นำไปสู่การเปิดเป็นร้านค้าขนาดเล็ก พัฒนาไปเป็นแบรนด์ร้านค้าที่เป็นที่รู้จักจนประสบความสำเร็จ สามารถต่อยอดสินค้าและบริการที่หลากหลายขยายสาขาและขยายธุรกิจในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไปได้อีก ทั้งร่วมกันปรับตัวตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจจากกลยุทธ์ Omnichannel เพื่อสร้างประสบการณ์ครบวงจรให้กับลูกค้าไปด้วยกัน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ยึดร้านค้าเป็นศูนย์กลาง หรือ Tenant Centric Business Partnership โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พื้นที่กิจกรรมทางการตลาด สื่อประชาสัมพันธ์ และความร่วมมือต่าง ๆ รวมทั้งการให้บริการให้กับทุกกลุ่มผู้ประกอบการ สอดคล้องตามนโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า เพื่อให้ร้านค้าได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ได้ผลประโยชน์ที่ดีที่สุด คำนึงค่าในการเลือกเปิดร้านในพื้นที่ของบริษัทฯ ภายใต้การปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเป็นธรรม มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ อนามัย ชีวิตและทรัพย์สิน ตามกลยุทธ์การเป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิต และ Omnichannel เพื่อเป็นแบรนด์ที่ 1 ในใจของลูกค้า และสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับร้านค้า โดยมีแนวทางในการบริหารจัดการ ดังนี้



เป็นแบรนด์ที่ 1
ในใจของลูกค้า

และสร้างผลประโยชน์
สูงสุดให้กับร้านค้า

การจัดสรร
และบริหาร
พื้นที่ร้านค้า



การดูแล
ความสัมพันธ์
ร้านค้า



การดูแล
การปฏิบัติการ
ร้านค้า



การพัฒนา
ร้านค้า



การสนับสนุน
ร้านค้า



6.1 การจัดสรรและบริหารพื้นที่ร้านค้า

บริษัทฯ นำข้อเสนอแนะจากช่องทางการมีส่วนร่วมของร้านค้าและความต้องการของผู้ประกอบการรายใหม่ มาพัฒนาเป็นพื้นที่ในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทั้งรายเล็ก รายใหญ่ ระดับท้องถิ่น หรือแบรนด์ระดับโลก และตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งมีการบริหารและจัดวางพื้นที่ร้านค้าในทำเลที่เหมาะสมเป็นสัดส่วน สะดวกสำหรับลูกค้าในการค้นหา และตรงตามกลยุทธ์ในการสร้างเดสทินเนชัน

รูปแบบพื้นที่เพื่อผู้ประกอบการร้านค้าทุกกลุ่ม



แบบห้อง (Shop)



แบบเปิดโล่ง (Open Plan)



แบบป๊อปอัพสโตร์ (Popup Store)



แบบเดสทินเนชัน เช่น Fashion Plus และ Food Park



แบบค้าปลีก ได้แก่ Comma And และ Playhouse



แบบตลาดชุมชน เช่น จรัญใจมารีเก็ต ตลาดนัดมารีเก็ต มารีเก็ต หรือตะลัด ตะลวด



แบบวิถีไทย สโตร์ใหม่ และสินค้าท้องถิ่น เช่น Hug Thai กาดหลวง นอร์ธเทอร์น วิลเลจ



รูปแบบใหม่ปี 2566 แบบ Stand-alone Shop เช่น PET'N ME และ Nana Coffee Roasters ที่เซ็นทรัล เวสต์วิลล์

6.2 การดูแลความสัมพันธ์ร้านค้า

บริษัทฯ ดูแลความสัมพันธ์ร้านค้าตั้งแต่ช่วงก่อน ระหว่าง และ หลังจากการเปิดร้าน โดยสร้างความมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจร่วมกันกับร้านค้าในเชิงลึก ดูแลการเปิดร้านให้ได้ตามมาตรฐานคู่มือการเปิดร้านของบริษัทฯ มีความสอดคล้องกับรูปแบบดีไซน์ของแต่ละโครงการ พัฒนาศักยภาพความรู้ในการจัดร้านและการวางสินค้า พัฒนาโปรแกรมส่งเสริมการขายและการตลาดในรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของร้านค้า เพื่อผลักดันยอดขายให้ดีขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานของร้านค้า บริษัทฯ แบ่งขอบเขตการดูแลออกเป็นระดับร้านค้า และระดับแบรนด์ โดยหน่วยงานฝ่ายขาย ฝ่ายดูแลร้านค้าสัมพันธ์ และฝ่ายการตลาด มีการจัดประชุมร้านค้าระดับสาขาไตรมาสละ 1 ครั้ง และระดับแบรนด์ หรือที่เรียกว่าประชุมร้านค้าประจำปีละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นเวทีในการพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการค้า และรายงานทิศทาง การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ให้ร้านค้าได้รับทราบและเตรียมแผนในการขยายธุรกิจไปด้วยกัน

ในส่วนการพัฒนาแคมเปญทางการตลาดร่วมกับร้านค้า เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าเกิดการจับจ่ายในร้านค้าเพิ่มขึ้นทั้งในช่วงเทศกาลและช่วง Low Season เพื่อกระตุ้นยอดขายให้กับร้านค้าตลอดทั้งปี ซึ่งในแต่ละแคมเปญจะมีองค์ประกอบในส่วนของ การตกแต่งพื้นที่ศูนย์การค้า กิจกรรมอีเวนต์ กิจกรรมออกร้าน กิจกรรมเวิร์กช็อป และกิจกรรมแลกเปลี่ยนของสมนาคุณ อาทิ แคมเปญตรุษจีน ช่วงต้นปี แคมเปญ The Greatest Grand Sale ช่วงกลางปี และแคมเปญ The Great Celebration ช่วงปลายปี

นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังมีการจัดกิจกรรมร้านค้าสัมพันธ์เพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันและเป็นการรับฟังข้อเสนอแนะและหารือพัฒนาความร่วมมือกับร้านค้าในระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ซึ่งดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ตลอดปี 2566 มีการจัดแคมเปญทางการตลาดร่วมกันทั้งสิ้น 18 แคมเปญ ได้แก่ แคมเปญร่วมกับกลุ่มร้านค้าแฟชั่น 4 แคมเปญ กลุ่มร้านอาหาร 5 แคมเปญ กลุ่มสินค้าไอที 1 แคมเปญ กลุ่มสินค้าเบเกอรี่ 2 แคมเปญ กลุ่มสถาบันการศึกษา 2 แคมเปญ และนับรวมการเข้าร่วมแคมเปญใหญ่ตามเทศกาลซึ่งจัดทุกสาขาอีก 4 แคมเปญ

6.3 การดูแลการปฏิบัติการร้านค้า

บริษัทฯ มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติงานมาตรฐานในการดูแล การปฏิบัติการของร้านค้า ครอบคลุมเรื่องการดำเนินการแก้ไข ป้องกัน ตรวจสอบ ติดตามแก้ไข และตรวจประเมินการปฏิบัติการประจำปี ในประเด็นเรื่องระบบสาธารณสุขปลอดภัย การจัดการและ

กำจัดของเสีย และการดูแลความปลอดภัยและเหตุการณ์ ฉุกเฉิน ผลที่ได้จะรวบรวมและวิเคราะห์ร่วมกับประเด็นที่ได้รับ จากกระบวนการรับฟังเสียงของร้านค้ามาปรับปรุงและพัฒนาการ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยบูรณาการร่วมกับประเด็นที่ได้รับจาก ลูกค้าและชุมชนในเรื่องที่ใกล้เคียงหรือเชื่อมโยงกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขอให้ร้านค้าประเมินความพึงพอใจในทุกครั้งที่แจ้ง หรือขอรับบริการจากหน่วยงานปฏิบัติการศูนย์การค้า เพื่อนำผลประเมินที่ได้มาแก้ไข ปรับปรุง และนำไปพัฒนาบริการ หรือนวัตกรรมของบริษัทฯ ในลำดับต่อไป

บริษัทฯ ได้นำมาตรฐาน ISO 9001 มาประยุกต์ใช้ในการดูแล เรื่องการให้บริการร้านค้า ISO 14001 มากำหนดกระบวนการ บริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและของเสียให้กับร้านค้า และ ISO 45001 มาประยุกต์ในการดูแลเรื่องความปลอดภัยของร้านค้า นอกจากนั้น ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ในการ ดูแลการปฏิบัติการร้านค้าเพื่อเพิ่มความสะดวก ความรวดเร็ว และความสามารถในการติดตามผลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ภายใต้ระบบ Smart Property ที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชัน SERVE และโปรแกรม Enterprise Resource Planning โดยตรง อีกทั้งกำหนดให้การปิดใบสั่งงาน (Incident Notification) ที่เกิดขึ้นในระบบ เป็นอีกหนึ่งตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ พนักงานที่ให้บริการ

6.4 การพัฒนาร้านค้า

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพทุกรายได้รับ โอกาสที่จะพัฒนาในธุรกิจร้านค้าปลีก ไม่ว่าจะเป็นรายที่เคย ทำธุรกิจกับบริษัทฯ หรือบริษัทในกลุ่มเซ็นทรัล หรือรายที่ยัง ไม่เคยทำธุรกิจร่วมกันก็สามารถเข้ารับการพัฒนาได้ โดยแบ่ง รูปแบบการพัฒนาออกเป็น 2 รูปแบบ คือ



- 1) โครงการเซ็นทรัลพัฒนาดี - LEAD (Leading Entrepreneur Advanced Development Program) เป็นโครงการที่จัดตั้ง ขึ้นสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่สามารถจัดสรรเวลาใน การเรียนรู้ผ่านการอบรมในห้องเรียนเพื่อเพิ่มทักษะการ

บริหารจัดการในการประกอบธุรกิจแบบโมเดิร์นเทรดและพร้อมที่จะลงมือทดลองทำตลาดเปิดร้านจริง ในปี 2566 จัดเป็น LEAD รุ่นที่ 5 มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่สนใจเข้าร่วม 30 แปรนต์ โดยมี 5 แปรนต์ ที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมในด้านต่าง ๆ ดังนี้



รางวัล New Concept Store
for Business Growth
ได้แก่ แปรนต์ “ซาลาเปาโกอ้วน”
ขยายสู่แปรนต์ใหม่ “โรงชาซงดี”



รางวัล Partnership &
Collaboration for Business Growth
ได้แก่ แปรนต์ “Moreover”



รางวัล Omni Brand & Omnichannel
for Business Growth
ได้แก่ แปรนต์ “Nineties Design”



รางวัล Omni Sustainability for
Business & Community
ได้แก่ แปรนต์ “Tempered”



รางวัล Supply Chain Management
& Scalable for Business Growth
ได้แก่ แปรนต์ “Amatas”

- 2) โปรแกรมรีเทลอะคาเดมี่ (Retail Academy) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการที่ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ และเพิ่มทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจแบบโมเดิร์นเทรด เน้นการปูพื้นฐานให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นในเรื่องที่ยังไม่ชำนาญ เช่น การทำตลาดออนไลน์ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดแต่งหน้าร้านให้ดึงดูดลูกค้า ในปี 2566 เป็นการต่อยอดจากปีก่อนหน้า โดยจัดอบรมใหญ่จำนวน 2 วัน ณ เซ็นทรัล ลาดพร้าว เป็นการอบรม 1 วันและต่อยอดเพิ่มกิจกรรมในส่วน Business Matching อีก 1 วันให้กับผู้ประกอบการที่สนใจเปิดร้านในศูนย์การค้า และขยายผลไปยังทุกภูมิภาค รวมจัดทั้งหมด 5 ครั้งทั่วประเทศ สามารถเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการได้ 142 แปรนต์ หรือ 189 ร้านค้า



โปรแกรมรีเทลอะคาเดมี่

รวมทั้งหมด 5 ครั้ง ทั่วประเทศ
โดยเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ

142 แปรนต์

189 ร้านค้า

6.5 การสนับสนุนร้านค้า

นอกเหนือจากการสนับสนุนส่งเสริมให้ร้านค้ามีรายได้ดีและเจริญเติบโต บริษัทฯ ยังสนับสนุนร้านค้าในด้านต่าง ๆ เพิ่มเติม ดังนี้

1) ด้านการเงิน

โดยเป็นตัวเชื่อมให้ร้านค้าสามารถเข้าถึงสินเชื่อเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำภายใต้เงื่อนไขพิเศษ โดยในปี 2566 ได้ร่วมกับธนาคารยูโอบีในการออกสินเชื่อเพื่อการประหยัดพลังงาน และสินเชื่อเพื่อธุรกิจให้กับร้านค้าที่มีความมุ่งมั่นในการลดการใช้พลังงานและลดขยะฝังกลบ

2) ด้านลูกค้าสัมพันธ์

โดยต่อยอดระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ผ่านแอปพลิเคชัน The 1 Biz โดยลูกค้าที่ใช้จ่ายใช้สอยในร้านค้าที่ร่วมโครงการจะได้รับคะแนน The 1 โดยอัตโนมัติ เพิ่มขีดความสามารถให้กับร้านค้าโดยไม่ต้องลงทุนในระบบที่มีราคาสูง และสามารถจัดการฐานข้อมูลลูกค้าให้มีประสิทธิภาพขึ้น นอกจากนั้น ยังได้เพิ่มบริการ “e-Coupon” ในแอปพลิเคชัน SERVE ช่วยให้ลูกค้าสามารถใช้คูปองส่วนลด หรือคูปองสิทธิประโยชน์พิเศษจากศูนย์การค้ากับร้านค้าโดยตรงได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

3) ด้านคุณภาพชีวิตของพนักงานร้านค้า

บริษัทฯ กำหนดระเบียบปฏิบัติงานมาตรฐานเรื่องการประเมินตนเองด้านตรวจสอบปฏิบัติการซึ่งประเมินทุกปี เพื่อให้หน่วยงานปฏิบัติการศูนย์การค้าสามารถควบคุมและจัดการความเสี่ยงของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าได้ด้วยตนเอง โดยประเด็นที่ประเมินนั้นจะครอบคลุมในด้านคุณภาพชีวิตตามข้อกำหนดและด้านความปลอดภัยของพนักงาน ผลข้อมูลเชิงสถิติที่ได้จากการประเมินจะถูกละเอววิเคราะห์ สอบทาน และรวบรวมนำเสนอต่อที่ประชุมผู้จัดการทั่วไปศูนย์การค้าและสื่อสารผ่านทางอีเมลไปยังผู้เกี่ยวข้องต่อไป ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทฯ ได้กำหนดแผนงานในการขอรับรองมาตรฐานอาคารเขียวสำหรับโครงการใหม่ จึงได้ออกข้อกำหนดมาตรฐานสาธิตอุปโภคอาคารและงานระบบ และการจัดเตรียมรับรองภายใต้เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทย สำหรับการก่อสร้าง หรือ TREES-CS สำหรับร้านค้า เพื่อแจ้งและขอความร่วมมือจากร้านค้าในการตกแต่งร้านค้าให้สอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานอาคารเขียว TREES ครอบคลุมในเรื่องระบบไฟฟ้า แสงสว่าง ระบบปรับอากาศ ระบบระบายอากาศระบายควัน

ระบบความปลอดภัย ระบบสุขาภิบาล ระบบแก๊ส การควบคุมการใช้ไฟฟ้า และการจัดสรรพื้นที่สีเขียวให้เพียงพอและเข้าถึงได้ นอกจากนี้ ยังได้จัดสรรพื้นที่สำหรับให้พนักงานร้านค้าได้พักในช่วงเบรกและห้องอาหารพนักงานสำหรับรับประทานอาหารที่มีคุณภาพในราคาที่ย่อมเยา และจัดสรรที่จอดรถสำหรับพนักงานร้านค้าโดยเฉพาะตามพื้นที่ที่เอื้อให้ดำเนินการในแต่ละโครงการ

4) ด้านความยั่งยืน

เพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือในด้านความยั่งยืน บริษัทฯ ได้เชิญชวนร้านค้าที่มีความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซ

เรือนกระจกเข้าร่วมโครงการ Green Partnership โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการใช้พลังงานและลดขยะฝังกลบเป็นการร่วมมือระหว่างศูนย์การค้าและร้านค้า ซึ่งได้มีการจัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของศูนย์การค้า และหารือในประเด็นลดการใช้พลังงานร่วมกันกับร้านค้าที่สนใจจำนวน 40 ราย ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เพิ่มบริการ “รายงานการใช้พลังงานไฟฟ้า” ในแอปพลิเคชัน SERVE เพื่อให้ร้านค้าสามารถเปรียบเทียบปริมาณการใช้ไฟฟ้าได้ด้วยตนเอง

ผลการดำเนินงาน

การจัดสรรและบริหารพื้นที่ร้านค้า



- บริษัทฯ ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการร้านค้ารายย่อยและท้องถิ่นให้ยังคงสามารถเปิดร้านค้าปลีกแบบโมเดิร์นเทรดได้จำนวน 5,772 ร้าน (นับซ้ำแบรนด์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ที่ร้อยละ 7 จากปี 2565 โดยเมื่อเทียบขนาดพื้นที่พบว่ามีการจัดสรรให้เพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 6 จากปี 2565 เป็นไปตามกลยุทธ์ความยั่งยืนในการสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น



การดูแลความสัมพันธ์ร้านค้า



- ร้านค้ามีความพึงพอใจสูงสุด หรือ Net Promotor Score ที่ร้อยละ 34 เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ 5 และเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ที่ร้อยละ 16

ผู้จัดการร้านค้ามีความพึงพอใจสูงสุด หรือ NPS ที่ร้อยละ 43 เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ 3 และเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ที่ร้อยละ 7

การสนับสนุนร้านค้า



- ดำเนินการปรับปรุงระบบหมุนเวียนอากาศในร้านค้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งตามแผนการขอรับรองมาตรฐานอาคารเขียว TREES โดยตั้งเป้าหมายในการขอรับรองทั้งสิ้น 4 โครงการใหม่ (นับปี 2565-2567) ผลสัมฤทธิ์อยู่ที่ร้อยละ 25



การพัฒนาร้านค้า



- ค่าผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการ LEAD อยู่ที่ร้อยละ 9,600 (นับแบบสะสมตั้งแต่ปี 2562-2566)



การดูแลการปฏิบัติการร้านค้า



- สรุปประเด็นข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากร้านค้าที่ได้รับผ่าน SERVE จำนวน 520 รายการ และได้ดำเนินการแก้ไขแล้วคิดเป็นร้อยละ 80 จากทั้งหมด ทั้งนี้ รายการที่ยังค้างในระบบนั้นได้ดำเนินการปรับปรุง บรรเทาและเยียวยาตามความเหมาะสมเรียบร้อยแล้วอยู่ระหว่างกระบวนการตรวจสอบเพื่อปิดรายการในระบบเท่านั้น

07

การบริหารจัดการและสร้างความผูกพันกับบุคลากร

ความสำคัญ

ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญรวมถึงประสบการณ์ของบุคลากร คือทุนมนุษย์ที่องค์กรต้องหาวิธีการจัดการ บริหาร และพัฒนาเพื่อให้คนในองค์กรได้ใช้ศักยภาพ ความรู้ ความสามารถที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อตนเอง ลูกค้า และองค์กร การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงาน สร้างให้เกิดความผูกพันกับองค์กร และทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการบุคลากรให้อยู่กับองค์กรได้ในระยะยาวซึ่งจะส่งผลให้เกิดความต่อเนื่องทั้งการดำเนินงานและการเติบโตของบริษัทฯ การส่งเสริมและพัฒนาความสามารถและศักยภาพของบุคลากรช่วยให้องค์กรพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันทางธุรกิจอยู่เสมอ ทำให้คุณภาพของสินค้าและการให้บริการดีขึ้น ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าที่จะนำไปสู่ผลกำไร และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้การจัดสรรสวัสดิการและค่าตอบแทน รวมถึงสภาพการทำงานที่เป็นธรรม ดูแลอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และสนับสนุนความเท่าเทียมในองค์กรให้ตรงกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของแต่ละบุคคลจะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพในการทำงานซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์กรทั้งในด้านผลประกอบการและภาพลักษณ์ที่ดี อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ช่วยดึงดูดพนักงานที่มีศักยภาพให้อยากเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร ได้แก่ นโยบายการปฏิบัติต่อพนักงาน นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นโยบายป้องกันการฟอกเงิน นโยบายการมีส่วนร่วมทางสังคม นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบริษัท นโยบายการเคารพกฎหมาย และหลักสิทธิมนุษยชน ดำเนินการบริหารจัดการภายใต้แนวทาง ILO UNGC และกฎหมายข้อบังคับของประเทศไทยและระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรด้วยพฤติกรรมตาม 4 ความเชื่อขององค์กร และคำนึงในโอกาสสมัยใหม่ตามแนวทางความยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรในดวงใจของพนักงาน (Employer of Choice)

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล รวมไปถึงไลฟ์สไตล์และความคาดหวังของบุคลากรที่เปลี่ยนแปลงไป มีส่วนผลักดันให้บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการบุคลากร ภายใต้แผนการปฏิรูปองค์กร (Organizational Transformation) โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีส่วนช่วยในการบริหารจัดการบุคลากรในกระบวนการต่าง ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีของพนักงาน (Employee Experience) ในการสรรหา พัฒนา รักษา ประเมิน สื่อสาร และสร้างวัฒนธรรมองค์กร

7.1 การสรรหาบุคลากร

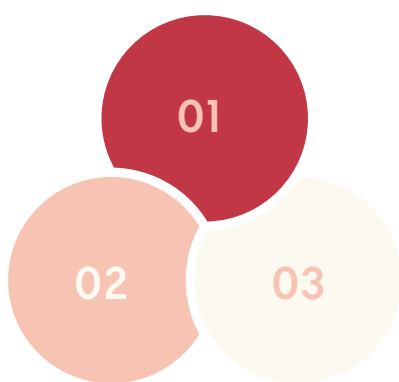
บริษัทฯ มีการกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งงานเพื่อเป็นเกณฑ์ในการสรรหาคัดเลือกทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร โดยไม่เลือกปฏิบัติ เปิดโอกาสให้กับบุคลากรทุกเพศสภาพ ทุกเชื้อชาติ และไม่แบ่งแยกพื้นฐานของแต่ละปัจเจกบุคคล ภายใต้แผนงานการวางอัตรากำลังคน และกลยุทธ์สรรหาและเสริมสร้าง (Build & Buy) โดยมีการวิเคราะห์และทำนายชุดข้อมูลด้วยระบบการจัดการทรัพยากรบุคคลแบบดิจิทัล (CneXt)

ช่องทางการสรรหา	อัตราการบรรจุในปี 2566
การสรรหานักวิชาการจากภายในองค์กร	
โปรแกรม “โอกาสโอนย้ายภายใน”	เติมตำแหน่งงานที่ว่างได้ถึง 784 อัตรา หรือคิดเป็นร้อยละ 42 ของตำแหน่งงานที่เปิดรับ
โปรแกรม “ต่ออายุการทำงานของบุคลากรเกษียณอายุ” เป็นรายปี หรือราย 2 ปี	ดำเนินการการต่ออายุบุคลากรเกษียณอายุในโครงการดังกล่าว จำนวน 10 คน
โปรแกรม “โอนย้ายภายในกลุ่มเซ็นทรัล”	รับพนักงานโอนย้ายจากกลุ่มบริษัทในเครือฯ จำนวน 24 คน
โปรแกรม “ผู้บริหารรุ่นใหม่กลุ่มเซ็นทรัล” หรือ Central Group Management Associate (MA) ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 13	- มีจำนวน MA 2 คน ที่ได้เข้าร่วมงานกับเซ็นทรัลพัฒนาหรือคิดเป็นร้อยละ 12.5 ของจำนวน MA ทั้งหมดในโครงการ - มี MA 2 คนที่จบหลักสูตร รุ่นปี 2564 และบรรจุเข้าหน่วยงาน
- การสรรหานักวิชาการจากภายนอกองค์กรผ่านสื่อและช่องทางออนไลน์ อาทิ - การสรรหาผ่านช่องทางของบริษัทฯ https://careers.centralgroup.com/centralpattana - การสรรหาผ่านบริษัทจัดหางาน - การสรรหาผ่าน Job Board ต่าง ๆ เช่น JobsDB, JobThai, LinkedIn, โปรแกรม Referral	สามารถดำเนินการได้จำนวน 1,328 อัตรา ค่าใช้จ่ายในการสรรหาเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.5 จากปี 2565 และค่าใช้จ่ายต่ออัตราจ้างต่อคนลดลงร้อยละ 11.4

ในปี 2566 ภายใต้กลยุทธ์สรรหาและเสริมสร้าง (Build & Buy) บริษัทฯ ได้นำชุดข้อมูลใบสมัคร การคัดเลือก การลาออก การเคลื่อนย้าย การเลื่อนขั้น ข้อมูลพนักงานเกษียณ ข้อมูลจำนวนพนักงานปัจจุบัน และอัตราว่างงาน มาประมวลผลและวิเคราะห์ร่วมกัน ผลของการวิเคราะห์สามารถช่วยในการพยากรณ์และการสรรหาภายในสำเร็จที่ร้อยละ 42 และการเตรียมกำลังคนเพื่อทดแทนพนักงานระดับบริหารในตำแหน่งสำคัญสำเร็จที่ร้อยละ 88

7.2 การพัฒนาบุคลากร

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการพัฒนาบุคลากรเป็น 3 ส่วน คือ การพัฒนาสมรรถนะความสามารถและความรู้เฉพาะฝ่ายงาน (Functional Competency) การพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership Development) และการพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพ และผู้สืบทอดตำแหน่ง (Talent and Succession) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ รวมถึงการแข่งขันด้านการสรรหาบุคลากรในตลาดแรงงาน



01 การพัฒนาสมรรถนะความสามารถและความรู้เฉพาะฝ่ายงาน (Functional Competency)

- Retail Business Understanding
- Product Portfolio Management
- Branch Positioning

02 การพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership Development)

- Performance Management
- Constructive Feedback
- Team Engagement

03 การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพและผู้สืบทอดตำแหน่ง (Talent and Succession)

- Job Rotation & Expansion
- Individualized Career Plan
- Meaningful ICDP

การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง

- สื่อสารและประชาสัมพันธ์แนวทางการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานกำหนดเป้าหมายทางอาชีพได้ชัดเจน สามารถวางแผนการพัฒนารายบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแผนพัฒนารายบุคคลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- โครงการพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง เพื่อคัดเลือกบุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานดีเยี่ยม และมีศักยภาพในการเติบโตเป็นผู้บริหาร เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้รับการพัฒนาตามแผนพัฒนาศักยภาพรายบุคคล เพื่อส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองของพนักงานให้พร้อมสำหรับการเติบโตภายในองค์กร ทั้งยังเป็นการรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต ทั้งนี้จะมีการติดตามความคืบหน้าผลการพัฒนาของบุคลากรที่อยู่ในโครงการร่วมกับผู้บริหารระดับสูงและหัวหน้างานทุกไตรมาส ซึ่งรวมถึงการพิจารณาผลตอบแทน โอกาสก้าวหน้า และความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร
- ดำเนินการเรื่องการวางแผนผู้สืบทอดสำหรับผู้บริหารระดับสูงในตำแหน่งสำคัญขององค์กรร่วมกับผู้บริหารสูงสุดของสายงาน ในการจัดทำแผนพัฒนา ประกอบด้วย “การวางแผนอาชีพ” (Career Plan) และ “แผนพัฒนารายบุคคล” (Individual Career Development Plan) โดยตำแหน่งสำคัญที่มีผู้สืบทอด และกำลังอยู่ในการพัฒนาตามแผนที่กำหนดไว้คิดเป็นร้อยละ 88 ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีการติดตามความคืบหน้าผลการพัฒนาในทุกไตรมาส
- สนับสนุนหัวหน้างานด้วยการให้เข้าถึงชุดข้อมูลที่ถูกวิเคราะห์ผ่านระบบ Business Intelligence - BI เช่น ระดับความผูกพันของบุคลากร รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ ที่สำคัญ เช่น ข้อมูลแสดงผลตอบแทนของพนักงานที่มีศักยภาพสูง (เพื่อพิจารณาปีละ 2 ครั้ง นอกเหนือจากการปรับเงินเดือนรอบปกติ)

การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูงภายใต้ความร่วมมือในกลุ่มเซ็นทรัล

- โปรแกรมการเรียนรู้เพื่อช่วยเสริมศักยภาพในการบริหารคน
- โปรแกรมการเรียนรู้สำหรับระดับผู้บริหาร เพื่อให้เป็นผู้นำทีมที่มีประสิทธิภาพ ผลักดันทีมให้มีศักยภาพสูงสุด โดยจะได้เรียนรู้แบบ Project-base Action Learning
- โปรแกรมการเรียนรู้สำหรับทีมผู้บริหารระดับสูงโดยเฉพาะ เช่น EDP - Executive Development Program และ MDP - Management Development Program ซึ่งเป็นโครงการรวมผู้บริหารระดับสูงจนถึงระดับกลางในทุกภาคธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล จากไทย เวียดนาม และยุโรป ภายใต้ธีม “Becoming Future-Ready Organization” โดยเน้นแผนการเรียนรู้ในเรื่อง การเตรียมพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่จะมาถึง การเรียนรู้ภาวะการเป็นผู้นำ และการเตรียมพร้อมด้านคนเพื่อพัฒนาและรักษาคนเก่งขององค์กร และผู้สืบทอดตำแหน่งต่อไป

การพัฒนาผู้นำ

- **โครงการ ผู้จัดการทั่วไปศูนย์การค้าฟู้ดพิกัด หรือ GM Trainee** ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปศูนย์การค้า จัดเป็นตำแหน่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจของบริษัทฯ โดยบุคลากรที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกจะได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถและทักษะครอบคลุมความรู้เรื่องการบริหารศูนย์การค้า ควบคู่กับการพัฒนาภาวะผู้นำ เน้นรูปแบบการลงมือปฏิบัติหน้างานจริง และมีผู้จัดการทั่วไปประจำสาขาเป็นพี่เลี้ยงสอน ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องกว่า 7 ปี ในปี 2566 มี GM Trainee ทั้งสิ้นจำนวน 10 คน โดยเป็นการรับจากบุคลากรภายในจำนวน 4 คน จากบริษัทในกลุ่มเซ็นทรัลจำนวน 1 คนและรับใหม่จากภายนอก 5 คน ซึ่งทั้ง 10 คนนี้กำลังอยู่ในระหว่างการประเมินผลปฏิบัติงานผ่านการปฏิบัติงานจริง ในตำแหน่ง Acting Assistant General Manager

การอบรมและพัฒนาความสามารถของบุคลากร

- **การพัฒนาศักยภาพหัวหน้างาน** หรือ People Manager Program เป็นโปรแกรมที่จะช่วยเสริม “ศักยภาพในการบริหารคน” สำหรับหัวหน้างานให้สามารถสร้างความสำเร็จผ่านทีมงานได้มากขึ้นกว่าเดิม โดยเพิ่มบทบาทการบริหารบุคคลให้กับหัวหน้างาน เป็นการเรียนแบบ Micro-learning ผ่านระบบ CneXt และผ่านระบบ Live ในปี 2566 มีผู้เข้าเรียนสำเร็จแล้วคิดเป็นร้อยละ 84 จากกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด
- **การอบรมและเพิ่มทักษะใหม่** ให้กับบุคลากรทุกระดับ ภายใต้การพัฒนารูปแบบ 70:20:10 ในปี 2566 มีการจัดอบรมทั้งสิ้นจำนวน 471 หลักสูตร เป็นหลักสูตร e-Learning จำนวน 216 หลักสูตร และเป็นหลักสูตร Classroom จำนวน 255 หลักสูตร ทั้งนี้ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการฝึกอบรมโดยรวมเท่ากับร้อยละ 76 (ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2565) และจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของบุคลากรในปี 2566 เท่ากับ 20 ชั่วโมงต่อคนต่อปี เพิ่มขึ้น 2 เท่าเมื่อเทียบกับปี 2565 และส่งผลให้แนวโน้มของผลิตภาพขององค์กร (Productivity) ในปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากปี 2565
- **เสริมทักษะและจิตสำนึกด้านความยั่งยืน** โดยจัดอบรมออนไลน์ e-Learning ในหลักสูตร
 - การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน รวมผู้เข้าร่วม 4,856 คน
 - การป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) รวมผู้เข้าร่วม 436 คน
 - หลักสูตรอบรมด้านความปลอดภัย รวมจำนวนผู้เข้าอบรม 1,123 คน (นับซ้ำคน)
 - หลักสูตรอบรมด้านสิ่งแวดล้อม รวมจำนวนผู้เข้าอบรม 226 คน (นับซ้ำคน)
- **โปรแกรม “ทุนปริญญาโท”** จากการเปิดรับบุคลากรที่สนใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท โดยมุ่งเน้นการให้ทุนในหลักสูตรที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีและดิจิทัล และหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับคณะวิทยาศาสตร์ข้อมูล คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะการตลาดดิจิทัล และคณะนวัตกรรมดิจิทัล เป็นต้น ทั้งนี้พนักงานต้องมีอายุงานในบริษัท อย่างน้อย 2 ปี มีผลประเมินการปฏิบัติงานในระดับดีถึงดีมากติดต่อกัน 2 ปี และสามารถจัดสรรเวลาเรียนควบคู่ไปกับการทำงานประจำได้ ปัจจุบัน มีพนักงานที่ได้รับทุนทั้งสิ้น จำนวน 20 คน (ลดลงจากปี 2565 เนื่องจาก 3 คนไม่ใช้สิทธิ์รับทุน) จบการศึกษาแล้วจำนวน 15 คน และอยู่ระหว่างการศึกษาก่อนจบจำนวน 5 คน ทั้งนี้ในจำนวนของพนักงานที่ได้รับทุนเป็นพนักงานที่จัดอยู่ในกลุ่มที่มีศักยภาพสูง จำนวน 8 คน

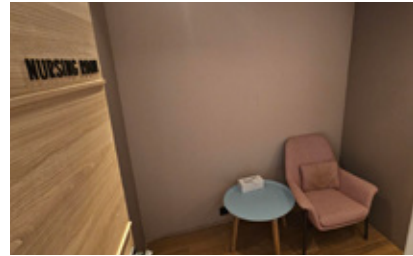
7.3 การประเมินบุคลากร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความชัดเจนแก่พนักงานเกี่ยวกับทิศทางที่บริษัทฯ ต้องการจะผลักดัน รวมไปถึงสร้างให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายองค์กรและความต้องการของพนักงาน บริษัทฯ จึงใช้เครื่องมือบริหารเป้าหมายและติดตามผลลัพธ์สำคัญตามวัตถุประสงค์ (OKR - Objectives and Key Results) ในการวัดและประเมินผลงานของพนักงานในทุกระดับ โดยบรรจุกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานรายบุคคลดังกล่าวไว้บนระบบ CneXt โดยมีกระบวนการเริ่มต้นตั้งแต่การตั้งเป้าหมาย OKRs ไปจนถึงการพิจารณาการปรับเงินเดือน



- ในขั้นตอนการตั้งเป้าหมาย มีการกำหนด OKR เริ่มตั้งแต่ระดับองค์กร ระดับหน่วยธุรกิจ ระดับสายงาน ระดับทีม ลงไปจนถึงระดับพนักงานรายบุคคล ซึ่ง OKRs ในแต่ละระดับจะมีความสอดคล้องและโยงไปสู่เป้าหมายในระดับองค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีการเทียบเคียงเป้าหมายในระดับหน่วยธุรกิจและสายงาน เพื่อผลักดันการทำงานและการประสานงานข้ามหน่วยงาน รวมไปถึงการประเมินผลแบบทีม (Team-based Appraisal) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการผลักดันให้เป้าหมายขององค์กร และสร้างแรงจูงใจให้พนักงานแสดงศักยภาพสูงสุดของตนเอง
- ในขั้นตอนการติดตามความก้าวหน้าของผลปฏิบัติงานระหว่างปี บริษัทฯ มีการนำกระบวนการพูดคุยการประเมินผลงาน (Performance Conversation) ระหว่างหัวหน้างานและผู้ที่บังคับบัญชามาใช้ปีละ 2 ครั้ง โดยปรับใช้วิธีการโค้ช และการให้ฟีดแบ็ก (Coaching and Feedback) เพื่อให้พนักงานทราบถึงสิ่งที่จำเป็นต้องพัฒนาและสิ่งที่ทำได้ดี
- หลังจากการประเมินผลงานปลายปี เมื่อหัวหน้างานประเมินผลงานพนักงานของตนเรียบร้อยแล้ว บริษัทฯ มีการจัดการประชุมเพื่อเทียบเคียงผลการประเมินของพนักงานในระดับหน่วยธุรกิจเดียวกัน (Calibration) เพื่อให้การประเมินผลงานมีมาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน และสะท้อนถึงผลงานของพนักงานอย่างแท้จริง
- ในแต่ละขั้นตอนการประเมินผลงาน จะถูกจัดทำผ่านระบบ CneXt เพื่อให้รวดเร็วและง่ายต่อการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการบริหารจัดการเรื่องอื่น ๆ รวมไปถึงการปรับเงินเดือนและโบนัสได้อย่างเป็นธรรม รวดเร็ว และมีความเป็นระบบ

7.4 การดูแลบุคลากร



บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการดูแลเอาใจใส่บุคลากรในองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้บุคลากรสามารถผ่อนคลายหรือลดแรงกดดันจากการทำงาน ตลอดจนจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ตอบโจทย์การทำงานในแต่ละวัน

1) คณะกรรมการสวัสดิการภายในสถานประกอบการ

บริษัทฯ มีการจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการภายในสถานประกอบการ เพื่อให้มีตัวแทนของบุคลากรในการร่วมปรึกษาร่วมกับองค์กรในการจัดสวัสดิการที่จำเป็น และเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความต้องการสวัสดิการของบุคลากรให้องค์กรทราบ รวมทั้งร่วมปรึกษาร่วมให้ข้อเสนอแนะ ตลอดจนตรวจสอบ ดูแล การจัดสวัสดิการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2) นโยบายในการทำงานและสวัสดิการในสถานที่ทำงาน

บริษัทฯ ส่งเสริมมาตรฐานการทำงานนอกสถานที่ หรือ WFH - Work from Home และจัดสรรโปรแกรมเข้างานแบบไฮบริด คือลดวันเข้าทำงานในสำนักงานลงจากสัปดาห์ละ 5 วัน เป็น 4 วัน ตามความเหมาะสมของลักษณะงาน รวมถึงส่งเสริมการจัดการประชุมออนไลน์ผ่านเครื่องมือต่าง ๆ เช่น Microsoft Teams เพื่อความสะดวกและมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ ได้มีการจัดสรรคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กให้กับพนักงานกว่าร้อยละ 100 (เฉพาะพนักงานที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงาน) พร้อมกันนั้นยังได้มีการจัดเตรียมห้องประชุมเก็บเสียงที่หลากหลายทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงห้องประชุมขนาดใหญ่ พร้อมระบบถ่ายทอดสดออนไลน์สำหรับการจัดงานประชุมบริษัท (Townhall) เพื่ออำนวยความสะดวกในการประชุมทั้งแบบเจอหน้าและแบบออนไลน์ให้กับบุคลากรขององค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการทำงานแบบไฮบริด

นอกจากนั้น ยังคงดำเนินโครงการปรับปรุงสถานที่ทำงานของพนักงานภายใต้ โครงการ “สมาร์ทออฟฟิศ - Smart Office” ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเลือกเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน มีการจัดทำแผนตรวจติดตามสุขอนามัยในที่ทำงานของพนักงาน (ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งจากแผนลดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนของพนักงาน) และเพิ่มพารามิเตอร์ด้านการตรวจคุณภาพอากาศ และตรวจวัดฝุ่นสอดคล้องตามรอบการประเมินคุณภาพอากาศในศูนย์การค้าของบริษัทฯ

บริษัทฯ ยังสนับสนุน และอนุญาตให้พนักงานใช้สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้า เช่น ห้องให้นมบุตร ห้องละหมาด และให้สิทธิพิเศษในการใช้บริการจากผู้ประกอบการร้านค้า เช่น ส่วนลดพิเศษสำหรับการใช้บริการผู้ให้บริการสถานที่ออกกำลังกาย (Fitness) ส่วนลดในการตรวจสุขภาพเพิ่มเติม นอกเหนือจากแผนตรวจสุขภาพประจำปีของบริษัทฯ ให้กับตนเองและครอบครัว การทำประกันสุขภาพโรคร้ายสำหรับพนักงาน การทำประกันสุขภาพสำหรับสมาชิกในครอบครัว ด้วยอัตราพิเศษ และความช่วยเหลือเมื่อต้องการโลหิตกรณียุทธเงิน รวมไปถึงการขยายสวัสดิการเบิกค่ารักษาพยาบาลครอบคลุมโรคออฟฟิศซินโดรม และโรคที่เกี่ยวข้องสุขภาพจิต และจัดโปรแกรมดูแลสุขภาพทางกาย (Physical Wellbeing) ให้พนักงานได้ออกกำลังกายในร่ม เช่น โพล็อกซิ่ง (Piloxing) หรือโยคะ และผ่อนคลายด้วยคอร์สนวดบำบัดโดยคนพิการทางสายตา

บริษัทฯ นำผลประโยชน์ความผูกพันพนักงาน ผลประโยชน์ความเสียด้านสิทธิมนุษยชนของพนักงาน ผลการวิเคราะห์ด้านการบริหารทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ ปรับปรุง และพัฒนาสวัสดิการพนักงาน ได้แก่ สนับสนุนการทำงานแบบสัญญาจ้าง (Part-time) สำหรับตำแหน่งงานที่ว่างโดยเฉพาะการต่ออายุงานพนักงานเกษียณ หรือกรณีจ้างงานศพของคนในครอบครัว ส่งเสริมและให้ความรู้ด้านออมทรัพย์ และการจัดการการเงินแก่พนักงานผ่านสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานกลุ่มเซ็นทรัล และสร้างหลักประกันความมั่นคงให้ครอบครัวหากเสียชีวิตผ่านสมาคมอาปณิกสงเคราะห์สหกรณ์ออมทรัพย์และพนักงานกลุ่มเซ็นทรัล ออกสวัสดิการเบิกเงินเดือนระหว่างเดือน เพื่อช่วยพนักงานที่ประสบปัญหาด้านการเงินกะทันหัน รวมถึงนำร่องในการออกโปรแกรมสนับสนุนให้พนักงานใกล้ชิดเกษียณเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจศูนย์อาหารของบริษัทฯ

ในส่วนกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์นั้น บริษัทฯ เน้นเรื่องการกีฬา และการสมาคมโดยร่วมกับบริษัทในกลุ่มเซ็นทรัลจัดงานกีฬากลุ่มเซ็นทรัล จัดแข่งฟุตบอลระหว่างสาขาภายในเขตภูมิภาคเดียวกัน และจัดปาร์ตี้ (Friday Playtime) หลังเลิกงาน หรืองาน Staff Party และกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทีม (Team Building) กิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น สงกรานต์ เพื่อให้พนักงานได้สังสรรค์และผ่อนคลายตามไลฟ์สไตล์

7.5 การสร้างวัฒนธรรมองค์กร

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญทั้ง 4 มาปรับสู่ลักษณะพฤติกรรมของบุคลากรในการทำงานที่ต้องการให้บุคลากรแสดงออกอย่างสม่ำเสมอ ผ่านกิจกรรมขับเคลื่อน สื่อสาร ทำความเข้าใจ แสดงให้เห็นด้วยการลงมือทำ และแบ่งปันประสบการณ์ของเพื่อนพนักงานด้วยตนเอง ทั้งจากผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และระดับปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง มีการนำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เช่น หลักบรรษัทภิบาล การจัดการความเสี่ยง การบริหารจัดการนวัตกรรม การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน และการคำนึงถึงอาชีวอนามัยและความปลอดภัยมาบูรณาการในแผนงานสร้างวัฒนธรรมองค์กร

- **ด้านสิทธิมนุษยชน:** บริษัทฯ บูรณาการแผนการจัดการผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในแผนการสื่อสารองค์กรปี 2566 ภายใต้ชื่อ “RESPECT!” โดยฝ่ายสำนักเลขานุการบริษัท ร่วมกับ People Group มีการสื่อสารแคมเปญผ่านทางอีเมลภายใน Workplace และ Viva Engage ถึงพนักงานเซ็นทรัลพัฒนา และกลุ่มบริษัทในเครือจำนวน 10 ครั้ง พร้อมจัดงาน Corporate Governance Day 2023 (CG Day) ภายใต้หัวข้อ RESPECT เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2566 ถึงพนักงานทั่วประเทศ มีผู้เข้าร่วมงาน 840 คน

- **ด้านการจัดการความเสี่ยง:** เพื่อเปลี่ยนสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Organization) บริษัทฯ ได้นำระบบเทคโนโลยีบริหารจัดการและจัดการงานบุคคล CneXt มาใช้ในการบริหารจัดการงานบุคคล โดย CneXt สามารถอำนวยความสะดวกในทุกประสบการณ์ของพนักงานในการบริหารจัดการงานบุคคลแบบ Real Time ได้ทุกที่ ทุกเวลา ทุกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะและพกพา ครอบคลุมงานตั้งแต่การสรรหา การต้อนรับพนักงานใหม่ การโค้ชและให้ข้อมูลป้อนกลับผู้ได้บังคับบัญชา การจัดการเวลาทำงาน การเบิกจ่ายสวัสดิการ การมอบหมายงาน เพื่อหมุนเวียนภายในองค์กร การตั้งเป้าหมาย ประเมินและวัดผล การจัดทำแผนพัฒนาส่วนบุคคล การวางแผนผู้สืบทอดการอบรมคอร์สออนไลน์ รวมไปถึงการลาออก
- **ด้านความปลอดภัย:** บริษัทฯ นำมาตรฐาน ISO 45001 มาประยุกต์ใช้ในการบันทึกข้อมูล กำหนดให้มีการแจ้งอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเกิดกับลูกค้า พนักงานร้านค้า พนักงานรับเหมาช่างรวมถึงพนักงานของบริษัทฯ ในระบบ Smart Property เพื่อแจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่ออุบัติเหตุที่นั่นอย่างทันที ทำการบันทึกสถิติการเกิดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น การแก้ไข และการเยียวยา เพื่อสอบสวน ติดตาม แก้ไข และป้องกันมิให้เกิดเหตุดังกล่าวอีกในอนาคต บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) ทั้งในระดับองค์กรและในระดับสาขา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันนโยบายและแผนงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อป้องกันและลดการเกิดอุบัติเหตุ การประสบอันตราย การเจ็บป่วย การเกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญอันเนื่องมาจากการทำงานหรือความไม่ปลอดภัยในการทำงานเสนอต่อนายจ้าง ปัจจุบันบริษัทฯ มีพนักงานร่วมเป็นคณะกรรมการฯ ทั้งสิ้นจำนวน 367 คน แยกเป็นตัวแทนนายจ้างจำนวน 159 คน และเป็นตัวแทนลูกจ้างจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ของพนักงานทั้งหมด (ไม่รวมพนักงานสัญญาจ้าง) มีผู้บริหารระดับสูงเป็นประธานคณะกรรมการความปลอดภัยส่วนกลาง ดูแลภาพรวมในเรื่องดังกล่าว และกำหนดผู้จัดการศูนย์การค่าเป็นประธานคณะกรรมการฯ ในระดับปฏิบัติการ รายงานสถิติดังกล่าวรวมในการรายงานปฏิบัติการต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยงในทุกไตรมาส
- **ด้านความผูกพันองค์กร:** บริษัทฯ ประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หรือ “CG Voice” ปีละ 2 ครั้ง ตามกรอบการประเมินความผูกพันของพนักงานสู่การเป็นองค์กรในหัวใจพนักงาน (Employer of Choice) ของบริษัท ดินเซนทริค (ประเทศไทย) ซึ่งประเมินในมิติต่าง ๆ ได้แก่



โดยผลการประเมินความผูกพันและปัจจัยที่ส่งผลต่อคะแนนความผูกพันจะถูกนำไปวิเคราะห์ และพัฒนาแผนงานยกระดับความผูกพันของบุคลากร กำหนดโดยทีมบริหารจัดการของแต่ละหน่วยงาน และบรรจุเป็นเป้าหมาย OKR สำหรับหัวหน้างานที่มีผู้ได้บังคับบัญชา

ผลการดำเนินงาน

- สรรหาว่าจ้างพนักงานใหม่จากภายนอกเป็นจำนวนทั้งหมด 1,328 คน เพื่อตอบรับกับการดำเนินธุรกิจและการขยายธุรกิจ โดยที่ใช้เวลาในการสรรหาว่าจ้างเฉลี่ยเร็วขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 17
- จัดทำเส้นทางพัฒนาและฝึกอบรม (Training Roadmap) ให้กับพนักงานในแต่ละระดับที่ต้องเข้ารับการอบรม ทั้งความรู้ทางด้านการบริหารจัดการ ภาวะความเป็นผู้นำ และสมรรถนะความสามารถและความรู้เฉพาะฝ่ายงาน โดยสามารถครอบคลุมพนักงานนับเป็นร้อยละ 95 จากพนักงานทั้งหมด รวมถึงมีผลผลิตภาพขององค์กร (Productivity) ในปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากปี 2565
- ดำเนินการเรื่องการวางแผนผู้สืบทอด สำหรับผู้บริหารระดับสูงในตำแหน่งสำคัญ ขององค์กรในการจัดทำแผนพัฒนา ประกอบด้วย “การวางแผนอาชีพ” (Career Plan) และ “แผนพัฒนาสายอาชีพรายบุคคล” (Individual Career Development Plan) โดยตำแหน่งสำคัญที่มีผู้สืบทอด และกำลังอยู่ในการพัฒนาตามแผนที่กำหนดไว้คิดเป็นร้อยละ 88 ของกลุ่มเป้าหมาย
- ดำเนินการโครงการพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูงให้พร้อมสำหรับการเติบโตภายในองค์กร ทั้งยังเป็นการรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต โดยพนักงานในกลุ่มศักยภาพสูงมีระยะเวลาที่ใช้ในการเสริมสร้างศักยภาพ และสมรรถนะให้พร้อมสำหรับบทบาทใหม่รวดเร็วมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17
- พนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ร้อยละ 81 พนักงานยินดีที่จะแนะนำให้เพื่อนมาสมัครงานกับบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 84 โดยมีพนักงานร่วมทำแบบประเมินคิดเป็นร้อยละ 97 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลสุดยอดนายจ้างดีเด่นแห่งประเทศไทย ประจำปี 2566 จากบริษัท คินเซนทริค (ประเทศไทย) อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากการพิจารณา 4 มิติหลัก ได้แก่ ความผูกพันของพนักงานในองค์กรที่สูง การให้ความสำคัญกับบุคลากรที่มีความสามารถ การมีส่วนร่วมของผู้บังคับบัญชา และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ยืดหยุ่น ทั้งนี้ยังได้รับรางวัลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น รางวัลองค์กรที่ดีงูดูใจพนักงานที่สุด จากบริษัท Future Trends



ว่าจ้างพนักงานใหม่
จากภายนอก
เป็นจำนวนทั้งหมด

1,328 คน

พัฒนาและฝึกอบรม
ครอบคลุมพนักงานนับเป็น



ร้อยละ

95

จากพนักงาน
ทั้งหมด

พนักงานมีระดับ
ความผูกพันต่อองค์กร



ร้อยละ

81

08

การดูแลและพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ความสำคัญ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชนในทุกพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดจากการดำเนินงานของบริษัทฯ พร้อมสร้างสัมพันธ์อันดีกับชุมชนผ่านการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และเยียวยาให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น สอดคล้องตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับจากช่องทางทางการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้เสีย สร้างงานสร้างรายได้ และสร้างโอกาสให้คนในพื้นที่ทุกกลุ่ม สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ หรือพัฒนาศักยภาพให้สามารถเปลี่ยนบทบาทเป็นลูกค้า พนักงาน ผู้ประกอบการ หรือพันธมิตรทางธุรกิจได้ในอนาคต ซึ่งเป็นปัจจัยบวกทั้งต่อรายได้ของบริษัทฯ และต่อชุมชนเอง ส่งผลให้สามารถดำเนินโครงการเหล่านี้ได้ต่อไปในระยะยาว

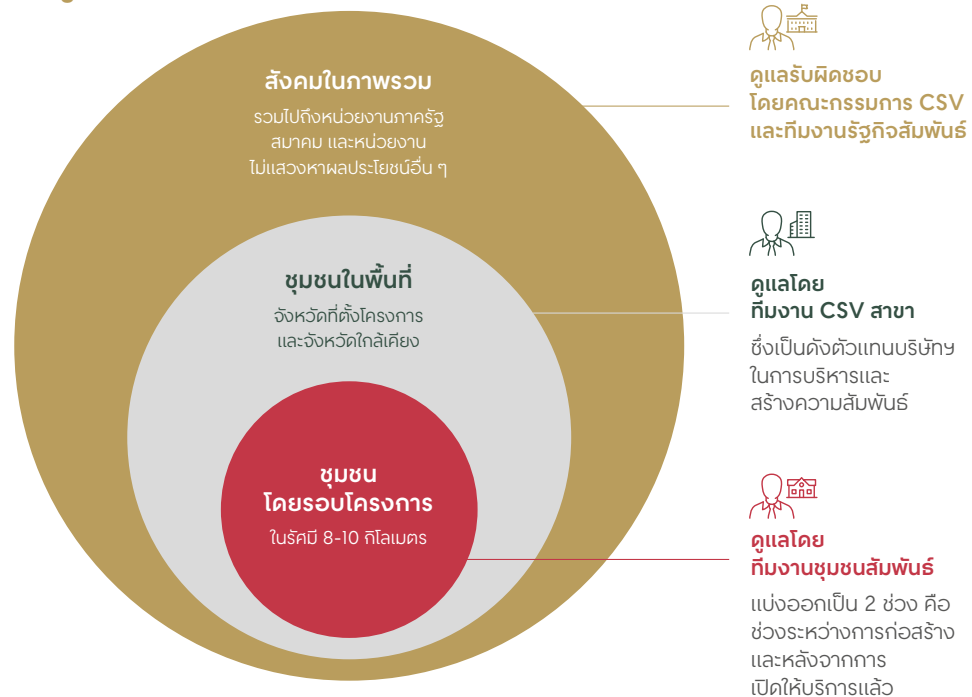
แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ดำเนินการตามนโยบายด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม และแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมกันกับชุมชน หรือ Creating Shared Value - CSV บนพื้นฐานความเชื่อขององค์กร “ก้าวไปด้วยกัน ผูกพันยั่งยืน” โดยวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบเชิงลบหรือสร้างผลกระทบเชิงบวกโดยเฉพาะสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันและนโยบายของกลุ่มเซ็นทรัล ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน สังคม และประเทศ เพื่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย บนหลักการความยั่งยืน จำแนกทีมงานรับผิดชอบดูแลแบ่งตามนิยามของชุมชนออกเป็น 3 กลุ่ม และมีกระบวนการบริหารชุมชนสัมพันธ์ ดังนี้

ทีมงานรับผิดชอบดูแล

แบ่งตามนิยาม
ของชุมชนออกเป็น

3 กลุ่ม





8.1 การลดผลกระทบเชิงลบ

บริษัทฯ กำหนดแผนงานลดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงระหว่างการก่อสร้างและภายหลังการเปิดบริการแล้ว โดยมีกลไกในการลดผลกระทบแบ่งออกเป็น การป้องกัน การรับฟัง การแก้ไข การเยียวยา และการปรับปรุง สำหรับโครงการต่อไป

การป้องกัน

- ประชุมหารือกับตัวแทนภาครัฐและชุมชนเพื่อวางแผนป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้าก่อนการก่อสร้างโครงการ อาทิ ความพอเพียงของระบบสาธารณูปโภค การจัดการขยะ และจรรยาบรรณ

การรับฟัง

- พบปะ ประชุม หารือ โดยทีมงานชุมชนสัมพันธ์ และรัฐกิจสัมพันธ์ผ่านช่องทางแจ้งข้อร้องเรียนออนไลน์และสื่อสารสาธารณะ

การแก้ไข

- วิเคราะห์ปัญหาโดยใช้เกณฑ์การประเมินความเสี่ยง
- ดำเนินการตามกระบวนการบริหารชุมชนสัมพันธ์
- จัดตั้งทีมงาน และคณะกรรมการเฉพาะกิจดูแลและติดตาม กรณีประเมินแล้วมีความเสี่ยงสูง
- แบ่งแผนงานแก้ไขออกเป็นระยะสั้นและระยะยาว

การเยียวยา

- สื่อสารแผนแก้ไขป้อนกลับไปยังกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ
- มอบหมายผู้จัดการทั่วไปเป็นประธานในการดำเนินการ
- พิจารณามาตรการเยียวยาตามความเหมาะสมภายใต้แนวทางของบริษัทฯ และตามกฎหมาย

การปรับปรุง

- นำผลกระทบ และแนวทางแก้ไขที่เกิดขึ้นแจ้งต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องตามลำดับขั้น จนถึงคณะผู้บริหาร
- นำผลกระทบดังกล่าวบรรจุเป็นความเสี่ยงที่ต้องประเมินในโครงการที่มีส่วนคล้ายกันในอนาคต

ผลกระทบเชิงลบในปี 2566 ที่ได้รับแจ้งจากช่องทางการรับฟังเสียงจากชุมชน (เฉพาะจากช่องทางรับข้อร้องเรียนออนไลน์)

- เสียงรบกวนจากการก่อสร้างและการดำเนินงาน
- การก่อสร้างส่งผลกระทบต่อทรัพย์สินของชุมชน
- ปัญหายาเสพติด
- ฝุ่น คาร์บอน และกลิ่น จากการดำเนินการทั้งของบริษัทฯ ผู้เช่า หรือลูกค้าโดยตรง
- ความปลอดภัยในการใช้บริการ

โดยจำนวนรับแจ้งรวมมีอยู่ในจำนวนรับแจ้งจากทุกช่องทางของกระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าแล้ว ภายหลังการประเมินพบว่า มีจำนวนเรื่องที่มีผลกระทบสูงอยู่จำนวน 2 รายการ ซึ่งได้กำหนดคณะทำงานเฉพาะกิจดูแล และสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ร้องเรียนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

8.2 การสร้างคุณค่าร่วมกับกับชุมชน หรือ CSV

บริษัทฯ กำหนดแผนการพัฒนาธุรกิจควบคู่ไปกับกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าร่วมกับกับชุมชน โดยมุ่งมั่นที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และของท้องถิ่นให้เจริญขึ้น เกิดการกระจายรายได้ไปยังจังหวัดต่าง ๆ จนถึงในระดับชุมชนและระดับครัวเรือน รวมไปถึงการเป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดีขึ้น โดยบริษัทฯ ได้นำสินทรัพย์ ทรัพยากร และความสามารถที่องค์กรมีอยู่มาใช้ในการดำเนินการ เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างโอกาส สร้างพื้นที่เพื่อสาธารณประโยชน์ และสร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น

1) การสนับสนุนในรูปแบบที่ไม่ใช่ตัวเงิน โดยการจัดสรรและสนับสนุนพื้นที่ในโครงการเพื่อประโยชน์ร่วมกันทั้งต่อลูกค้า ชุมชน และความยั่งยืนขององค์กร โดยพื้นที่ที่จัดสรร ได้แก่

- พื้นที่เช่าบางส่วนหรือพื้นที่ถาวร (ระยะเวลาการสนับสนุนตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป)
- พื้นที่ทางการตลาดหรือพื้นที่ชั่วคราว (ระยะเวลาการสนับสนุนไม่เกิน 30 วัน)
- พื้นที่อื่น ๆ เช่น พื้นที่ลานด้านหน้า พื้นที่คาเฟ่ พื้นที่ริมระเบียง

เพื่อสาธารณประโยชน์

➤ การบริการประชาชนของภาครัฐ

ร่วมมือกับภาครัฐในการตั้งศูนย์บริการประชาชนเพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชน และลดความแออัดของหน่วยงานราชการที่บางธุรกรรมมีเพียงแค่แห่งเดียวในจังหวัด ปัจจุบันจัดตั้งแล้วทั้งสิ้น 28 แห่ง ได้แก่ ศูนย์บริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ (G Point, Government Center, อำเภออโยธยา) 20 แห่ง สำนักงานหนังสือเดินทาง 5 แห่ง และสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง 3 แห่ง



➤ การส่งเสริมวัฒนธรรมอันดี

สนับสนุนและส่งเสริมการเผยแพร่วัฒนธรรมอันดีในชุมชน อาทิ

- ด้านประเพณี เช่น จัดพื้นที่เพื่อกิจกรรมทำบุญตักบาตรในวันพระใหญ่ จัดกิจกรรมสงฆ์นำพระในวันสงกรานต์ งานเทศกาลประจำปีจังหวัด งานอนุรักษ์มรดกไทย ประเพณีเทวีศรีสยาม
- ด้านศาสนา เช่น ศาสนาพุทธ ได้แก่ จัดงานมีเทศน์มีทอล์ค งานพัฒนาจิตเพิ่มสมดุลชีวิต งาน Mindfulness Habits Fest 1 “New Year New You ฝึกสติให้เป็นนิสัย” รวมไปถึงการนิมนต์พระมารับบิณฑบาต ศาสนาอิสลาม ได้แก่ จัดงานการอ่านคัมภีร์อัลกุรอาน



เพื่อสาธารณประโยชน์

➤ การสนับสนุนสุขภาพที่ดี

ร่วมมือกับโรงพยาบาล สำนักอนามัย หรือสภาวิชาชีพ ในการตั้งศูนย์ให้บริการด้านสาธารณสุขและดูแลสุขภาพ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขให้กับประชาชน ปัจจุบันจัดตั้งแล้วทั้งสิ้น 10 แห่ง ได้แก่ ศูนย์รับบริจาคโลหิตแบบถาวร 2 แห่ง ศูนย์บริการทางการแพทย์ 8 แห่ง ในส่วนการบริจาคโลหิตนั้น บริษัทฯ ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัลในการจัดพื้นที่ชั่วคราวรับบริจาคโลหิตทั่วประเทศต่อเนื่องเป็นปีที่ 37 ภายใต้โครงการ “Central Tham Give Blood Give Love” และจัดสรรพื้นที่ให้หน่วยงานสาธารณสุขในการจัดกิจกรรมตรวจสุขภาพฟรี ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 บริษัทฯ ได้จัดสรรพื้นที่ในการจัดตั้งศูนย์ฉีดวัคซีนโควิด หรือ Provincial Vaccination Centers อย่างต่อเนื่องอีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดสรรพื้นที่ด้านหน้าศูนย์การค้า หรือชั้นดาดฟ้าในโครงการที่เอื้ออำนวย เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายป้องกันก่อนเกิดโรค และร่วมกับสมาคมกีฬาเทเบิลเทนนิส ในการเป็นเจ้าภาพร่วมจัดการแข่งขันกีฬาเทเบิลเทนนิสระดับประเทศ โดยสนับสนุนงบประมาณและพื้นที่ในศูนย์การค้า 7 แห่ง 6 จังหวัด มีผู้เข้าแข่งขันและผู้ชมกว่า 105,300 คน อีกทั้งร่วมสนับสนุนโครงการสอนกีฬาเทเบิลเทนนิสในโรงเรียน จำนวน 6 โรงเรียน 6 จังหวัด สร้างนักกีฬาเยาวชน 163 คน



➤ การศึกษาและเยาวชน

สนับสนุนและให้พื้นที่แก่เยาวชนเพื่อหาความรู้นอกห้องเรียน เช่น ร่วมมือกับ TK Park ในการเปิดพื้นที่แหล่งรวมสาระความรู้และความเพลิดเพลินให้เยาวชนและประชาชนทั่วไป ณ เซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น 8 รวมไปถึงการเปิดพื้นที่ให้เยาวชนได้แสดงออกอย่างสร้างสรรค์ทั้งในด้านความรู้ เช่น แสดงผลงานวิทยานิพนธ์จบการศึกษา การแข่งขันด้านการศึกษา และในด้านสุนันทนาการ เช่น แสดงดนตรี จัดงาน Cosplay แข่งขัน Crossword แข่งขันกีฬาหมากรุก การสอบวัดความสามารถทางวิชาการงานเตรียมตัวสอบเพื่อศึกษาในระดับอุดมศึกษา



เพื่อสร้างงานสร้างรายได้

➤ จุดจำหน่ายสินค้าชุมชน

เป็นการจำหน่ายสินค้าภายในท้องถิ่นที่ผลิตหรือเป็นการเปิดพื้นที่เพื่อจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นแบบข้ามจังหวัดในรูปแบบพื้นที่ถาวร เช่น โซน Hug Craft (ภาคกลาง) ภาคหลวง (ภาคเหนือ) มหานคร (ภาคใต้)

➤ กิจกรรมทางการตลาดเพื่อชุมชน

ได้แก่ กิจกรรมทางการตลาดแบบโอเวนส์ เช่น งาน OTOP งานของดีประจำจังหวัด งาน SACIT เพลิน Craft งาน Farmer Market งานโครงการหลวง งานจำหน่ายผลไม้ประจำจังหวัด งานจำหน่ายผัก ผลไม้ล้นตลาด

➤ “ตลาดจริงใจ ฟาร์มเมอร์มาร์เก็ต”

ร่วมกับเซ็นทรัล ทำ และกลุ่มเซ็นทรัลสนับสนุนเกษตรกรท้องถิ่นที่ปลูกผักและผลไม้แบบอินทรีย์และแบบปลอดภัย ให้ได้มีพื้นที่จำหน่ายสินค้า ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้จัดตั้งตลาดจริงใจ ฟาร์มเมอร์มาร์เก็ต ในศูนย์การค้าของบริษัทฯ แล้วจำนวน 16 สาขา หรือคิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนทั้งหมด

➤ จัดสรรพื้นที่ฟรีให้กับผู้พิการ

ได้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยถูกต้องตามกฎหมาย และคำนึงถึงประโยชน์ของผู้พิการเป็นที่ตั้ง โดยในปี 2566 มีผู้พิการจำนวน 34 ราย เข้าร่วมโครงการดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.6 ต่อพนักงานทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าทางสังคมเท่ากับ 7.9 ล้านบาท

2) การสนับสนุนทรัพยากรและงบประมาณ ได้แก่ งบลงทุน งบดำเนินงาน งบบุคลากร งบรายจ่าย และงบการกุศล

เพื่อสาธารณประโยชน์

➤ การสร้างสาธารณประโยชน์ให้กับชุมชน

- เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับชุมชนและบริษัทฯ ไปพร้อมกัน อาทิ การสร้างสะพานกัลป์รถ สะพานลอย ทางเชื่อมรถไฟฟ้า การขยายช่องจราจร การขุดลอกคูคลอง
- เพื่อประโยชน์แก่ชุมชนเป็นหลัก อาทิ การสร้างสถานีอนามัยในเขตแจ้งวัฒนะ หองน้ำสาธารณะต้นแบบในสวนลุมพินี การสร้างศูนย์กระตุ้นและส่งเสริมพัฒนาการเด็ก

ให้กับโรงพยาบาลตำรวจ สนับสนุนกิจกรรม “Colorful ผดุงกรุงเกษม” ให้แก่กรุงเทพมหานคร

- เพื่อประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ จัดสรรพื้นที่สำหรับสวนสาธารณะในบริเวณใกล้เคียงศูนย์การค้า และจัดกำลังคนและทรัพยากรในการดูแล เช่น เซ็นทรัล พาร์ค เซ็นทรัล พระราม 2 สวนสาธารณะโคราชีเวอร์วอล์ค เซ็นทรัล ไคราช สวนปทุมวันนารักษ์ ณ เซ็นทรัลเวิลด์

➤ กิจกรรมจิตอาสา หรือกิจกรรม Belief in Actions - Community Day

โดยเชิญชวนพนักงานให้ลงมือปฏิบัติจริงในงานอาสาที่สามารถทำได้ในการทำงานประจำวัน อาทิ การสมัครเป็นพนักงานจิตอาสาให้บริการประชาชน ทำหน้าที่ประจำหน่วยบริการจิตเวช งานจิตอาสาช่วยกันบรรจุถุงยังชีพและกระสอบทรายเพื่อช่วยผู้ประสบอุทกภัย งานจิตอาสาช่วยบริจาคโลหิต งานอบรมให้ความรู้การดับเพลิง และวิธีเผชิญเหตุให้กับเยาวชนและนักเรียน กิจกรรมทำความสะอาด Big Cleaning Day ขุดลอกคูคลองและล้างรางใกล้ศูนย์การค้า

➤ การช่วยเหลือและเยียวยากรณีประสบภัย

ดำเนินการภายใต้การบริหารจัดการภาวะภัยพิบัติในชุมชนที่คำนึงถึงการนำสินทรัพย์ที่องค์กรมีอยู่และบุคลากรที่มีความชำนาญมาให้ความช่วยเหลือและเยียวยาชุมชนในยามประสบภัย แบ่งกระบวนการออกเป็น การรับมือเมื่อชุมชนเกิดเหตุ การเยียวยา และการฟื้นฟูชุมชนภายใต้สถานการณ์ภัยจากธรรมชาติ ภัยจากมนุษย์ และโคกนาฏกรรม ซึ่งจะดำเนินการในความร่วมมือกับกลุ่มเซ็นทรัล และมูลนิธิเต็ยจิราธิวัฒน์ โดยในปี 2566 แบ่งเป็น การช่วยเหลือขั้นพื้นฐานโดยสนับสนุนถุงยังชีพให้แก่ผู้ประสบอุทกภัยในจังหวัดลำปาง จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดสุพรรณบุรี กว่า 1,500 ครอบครัว และการช่วยเหลือระยะฟื้นฟู โดยปรับปรุงอาคารและพื้นที่สาธารณประโยชน์ให้กับชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมสูง ในจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดอยุธยา จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดชัยภูมิ กว่า 500 ครอบครัว โรงพยาบาล และเหล่ากาชาด 2 แห่ง กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวและวิสาหกิจชุมชน 3 แห่ง

เพื่อสร้างงานสร้างรายได้

➤ ผ่านการจัดซื้อ จัดจ้าง

- การจัดจ้างและผลิตของขวัญปีใหม่ของบริษัทฯ ภายใต้แนวคิด “ของขวัญทำดี” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เพื่อสานฝันสร้างโอกาส พัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้กับกลุ่มคนที่แสวงหาโอกาสและต้องการการยอมรับในสังคม โดยนำของเหลือใช้หรือทิ้ง เช่น ขวดน้ำ ฝาขวดน้ำ และป้ายโฆษณา มาแปรรูปให้เป็นวัสดุหลัก ผสานอัตลักษณ์และภูมิปัญญาวิถีชุมชนทางภาคใต้ สรรสร้างเป็นของขวัญปี 2567
- การจัดซื้อสินค้าเปลี่ยนเปลือกภายในท้องถิ่นหรือภูมิภาคใกล้เคียงเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจระดับภูมิภาค รวมไปถึงการจัดซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเครือข่ายชุมชน อาทิ การจัดซื้อน้ำยาล้างมือ จาก ปฐม ออร์แกนิก ลิฟวิ่ง การจัดจ้าง Organizer จัดกิจกรรมทางการตลาดระดับท้องถิ่นในภาคใต้ มูลค่ารวมกว่า 26 ล้านบาท
- การจัดซื้อจัดจ้างในกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ อาทิ กิจกรรมมอบบำนาญสำหรับพนักงาน โดยผู้พิการทางสายตาซึ่งจัดเป็นประจำทุกเดือน รวมอัตราจ้างทั้งสิ้น 15 คน

➤ โครงการ Go Local Love Local

ร่วมมือกับการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและภาคีเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวระดับจังหวัด ในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์ โดดเด่น เน้นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ วิถีชุมชนแบบผสมผสานแบบท้องถิ่นและร่วมสมัย และเพื่อให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยกับผู้ประกอบการรายย่อยในระดับท้องถิ่น โดยในปี 2566 ได้เปิดตัว 2 เส้นทาง คือ เส้นทางเขาหินพับผ้า จังหวัดนครศรีธรรมราช และเส้นทางสายมูเตลู จังหวัดนครราชสีมา

➤ โครงการปลูกป่า 1 ล้านต้น

โดยความร่วมมือกับกรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในการจัดจ้างผู้ชำนาญการและคนในชุมชนในการปลูกและดูแลป่า แม้วัตถุประสงค์หลักเพื่อการชดเชยการปลดปล่อยคาร์บอนขององค์กรแต่ได้ประโยชน์ทางอ้อมในการสร้างงานให้กับคนในชุมชน และสร้างความมีส่วนร่วมในการดูแลผืนป่าในอนาคต โดยดำเนินการปลูกป่าแล้วในพื้นที่ป่าอนุรักษ์จังหวัดชลบุรี และพิษณุโลก

เพื่อสร้างโอกาส โดยดำเนินการร่วมกับ เชิงกรั ท้า และกลุ่มเชิงกรั

➤ ด้านการศึกษา

ในปี 2566 ได้ดำเนินการพัฒนาทั้งสิ้น 15 สถานศึกษา ใน 7 จังหวัด ได้แก่ 1) โครงการสนับสนุนฐานการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและห้องเรียนอาชีพ 2) โครงการการจัดการแข่งขันเพื่อพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีหุ่นยนต์ AI 3) โครงการพัฒนาทักษะภาษาจีนและภาษาอังกฤษ 4) โครงการก่อสร้างเรือนนอนสำหรับเด็กที่ไม่มีที่อยู่ 5) สนับสนุนมูลนิธิสถานอนาคตการศึกษาคนเฝ้าที่ดีครอบครัว ครอบครัวยุติธรรม 7,196 คน ครู 300 คน นอกจากนั้นยังได้สนับสนุนทุนการศึกษาผ่านกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา จำนวน 825 ทุน 650 โรงเรียน ใน 20 จังหวัด แบ่งเป็น สนับสนุนทุนการศึกษาผ่านกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษาให้กับนักเรียนยากจนพิเศษ เพื่อเพิ่มโอกาสในการศึกษา จำนวน 710 คน ใน 20 จังหวัด และสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับนักศึกษาในระดับอาชีวศึกษา จำนวน 114 คน ใน 3 จังหวัด ได้แก่ อุดรธานี เชียงใหม่ และ นครราชสีมา

➤ ด้านการพัฒนาชุมชน

- ตลาดจริงใจ ฟาร์มเมอร์มาร์เก็ต ซึ่งในปี 2566 สามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้กว่า 40,000 ราย 10,200 ครัวเรือน และสร้างรายได้หมุนเวียนสู่ชุมชนท้องถิ่นกว่า 300 ล้านบาท
- โครงการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ อาทิ ศูนย์การเรียนรู้ผ้าทอห่านมื่นศรี ศูนย์การเรียนรู้พืชนานาพันธุ์เกษตรอินทรีย์ ไร่เห็ดตะวัน โครงการกาแปงูชี่เดือน โครงการวิถีชีวิตยั่งยืนแม่ทาชุมชนริมน้ำตลาดทรัพย์สินท่าไข่
- การจัดงานแสดงสินค้าเพื่อชุมชนระดับชาติ เช่น งาน Thailand Rice Fest 2023 เทศกาลกินข้าวใหม่และสินค้าข้าวสร้างสรรค์

➤ ด้านการพัฒนาผู้ที่ต้องการโอกาส

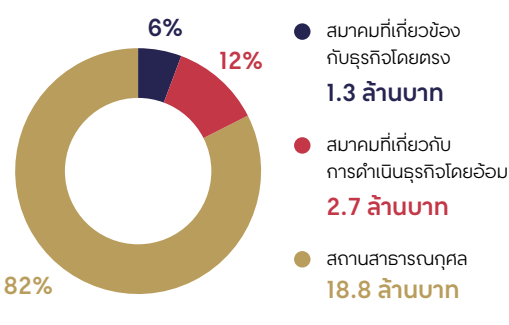
ร่วมกับสโมสรกีฬาเซนต์หลุยส์ สนับสนุนโครงการสวนพระองค์ภา (บีบีจี) เพื่อส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนที่ก้าวพลาด และอยู่ในความดูแลของสถานฝึกอบรม สถานสงเคราะห์ และสถานพินิจ ได้รับการฝึกทักษะกีฬา เพื่อฟื้นฟูจิตใจและร่างกาย เมื่อมีโอกาสสามารถนำทักษะด้านกีฬาที่ฝึกฝนเป็นลม้าอาชีพ ทั้งเป็นนักกีฬาอาชีพ หรือเป็นครู ผู้ฝึกสอนต่อไป โดยมีเด็กเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 218 คน

เพื่อคงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

การเชิดชูอัตลักษณ์ท้องถิ่นในการออกแบบและตกแต่งอาคาร โดยนำสินทรัพย์ที่องค์กรมีอยู่ผสมผสานกับความเชี่ยวชาญของปราชญ์ชุมชน และนำอัตลักษณ์อันโดดเด่นของท้องถิ่นมาผสมผสานประยุกต์ให้ร่วมสมัยและเข้ากับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคปัจจุบัน ในกระบวนการออกแบบโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมและการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอาคารเพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น และเผยแพร่อัตลักษณ์ของท้องถิ่นในวงกว้าง [รายละเอียดบนเว็บไซต์](#)

เพื่อกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ โดยการบริจาคหรือช่วยเหลือความยั่งยืน เพื่อการสมาคม และเพื่อการกุศล

- สมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรงในเรื่องการกำกับดูแลกิจการ และแนวปฏิบัติที่ดีในธุรกิจส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความร่วมมือในภาคธุรกิจ ร่วมกันเป็นตัวแทนเพื่อประชุมหารือเจรจากับภาครัฐ และผลักดันโครงการและกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ร่วมทั้งต่อองค์กร สังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง
- สมาคมที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจโดยอ้อม สนับสนุนเพื่อรับรู้และแลกเปลี่ยนข่าวสาร และส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม
- การบริจาคให้กับสถานพยาบาล สถานศึกษา วัด และสถานสาธารณกุศล



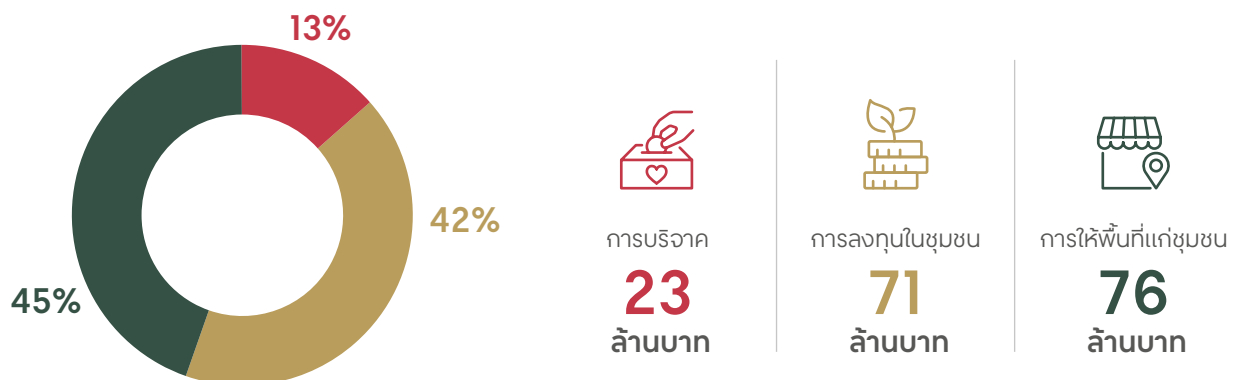
ผลการดำเนินงาน

(รายงานตามแนวทางการรายงาน Business for Societal Impact : B4SI)

เป้าหมายปี 2566	การสนับสนุน (Input)		ผลลัพธ์ที่ได้ (Output)	
จำนวนผู้ใช้บริการในพื้นที่เพื่อสาธารณประโยชน์เท่ากับ 3 ล้านคน (นับเฉพาะจำนวนผู้ใช้บริการ G Center และผู้บริจาคโลหิต)	สนับสนุนพื้นที่ฟรีหรือภายใต้เงื่อนไขพิเศษเพื่อชุมชน คิดเป็นมูลค่าที่ให้การสนับสนุนร่วม 76 ล้านบาท		จัดสรรพื้นที่เพื่อสาธารณประโยชน์ทั้งสิ้น 627,395 ตร.ม.	
			จัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสาธารณประโยชน์ทั้งสิ้น 1,128 กิจกรรม	
			จัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนทั้งสิ้น 517 กิจกรรม	
			ผลกระทบเชิงบวก (Impact)	
ยอดผู้ใช้บริการในพื้นที่เพื่อชุมชนเท่ากับ 3.9 ล้านคน ผลสัมฤทธิ์ร้อยละ 143 เทียบกับเป้าหมาย	ส่งมอบโลหิตที่ได้จากการบริจาคจำนวน 10 ล้านซีซี จากยอดรวม 18 ล้านซีซี	รายได้ที่ชุมชนได้รับจากกิจกรรมทางการตลาดเพื่อชุมชนอยู่ที่ 411 ล้านบาท ผลสัมฤทธิ์ที่ร้อยละ 274 เทียบกับเป้าหมาย		

เป้าหมายปี 2566	การสนับสนุน (Input)	ผลลัพธ์ที่ได้ (Output)
จัดซื้อจัดจ้าง ท้องถิ่นมูลค่า 3,000 ล้านบาท	มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างคู่ค้าท้องถิ่นเท่ากับ 3,836 ล้านบาท ซึ่งผลสัมฤทธิ์เท่ากับร้อยละ 128 เทียบกับเป้าหมาย	จำนวนคู่ค้าท้องถิ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เทียบกับปี 2565
	ผลกระทบเชิงบวก (Impact)	
	ก่อให้เกิดการจัดจ้างแรงงานท้องถิ่น (นับเฉพาะจำนวนแรงงานจากคู่ค้าด้านการให้บริการ) 1,811 คน	
เป้าหมายปี 2566	การสนับสนุน (Input)	ผลลัพธ์ที่ได้ (Output)
ดำเนินการในจังหวัด ที่มีธุรกิจของเชนทรัลพัฒนา ตั้งอยู่ตามแผนพัฒนา <u>ความยั่งยืนของเชนทรัล ทำ</u>	ลงทุนเพื่อสนับสนุนชุมชน เป็นจำนวนเงิน 71 ล้านบาท โดยร่วมกับเซ็นทรัล ทำ คิดเป็นร้อยละ 65 ของงบประมาณ ในการสนับสนุนทั้งหมด	รวมจำนวนโครงการที่ร่วมสนับสนุนทั้งสิ้น 116 โครงการ
	คะแนนการรับรู้ในด้านความยั่งยืน ของแบรนด์อยู่ที่ร้อยละ 91 (นับเฉพาะกลุ่มร้านค้า คู่ค้า และกลุ่มนักลงทุน)	
	ผลกระทบเชิงบวก (Impact)	
	สร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกว่า 155,000 คน	

ประเภทการสนับสนุนชุมชนและสังคมในปี 2566



09

การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน

ความสำคัญ

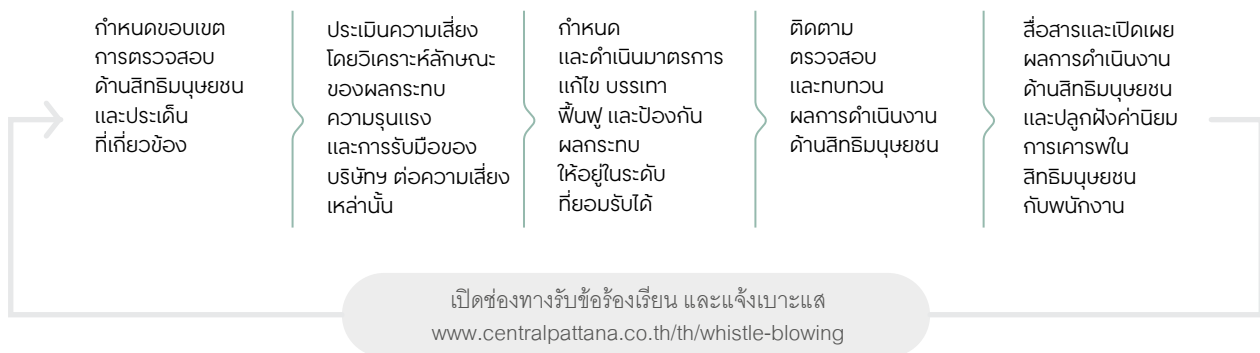
การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการเคารพสิทธิมนุษยชน ช่วยส่งเสริมความเท่าเทียมในที่ทำงาน อีกทั้งยังช่วยสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับความหลากหลาย รับฟังความคิดเห็น เคารพซึ่งกันและกันในทุกช่วงอายุ ไม่เลือกปฏิบัติแม้จะมีความแตกต่าง นอกจากนี้จะสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานทั้งขององค์กร ร้านค้า และคู่ค้าแล้ว ยังเป็นการลดความเสี่ยงของการละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทานที่อาจนำไปสู่การต่อต้านของพนักงาน คู่ค้า และลูกค้า จนเป็นเหตุให้ธุรกิจขัดข้อง สูญเสียชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของ ผู้มีส่วนได้เสีย

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ดำเนินงานภายใต้นโยบายการเคารพกฎหมาย และหลักสิทธิมนุษยชน และสอดคล้องหลักการเคารพสิทธิมนุษยชน ในนโยบายการปฏิบัติต่อพนักงาน นโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทาน นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า นโยบายด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด อีกทั้งกำหนดในจรรยาบรรณและหลักการกำกับดูแลกิจการ หน้าที่ 29 และจรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติของคู่ค้า หน้าที่ 6 สอดคล้องตามกฎหมายข้อบังคับในประเทศที่ดำเนินการ หลักการที่ระบุว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNDPs) ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UNGC) ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) และองค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Standards: ILO) พร้อมทั้งส่งเสริมสภาวะการทำงานที่ดี เน้นการดูแลและปฏิบัติต่อบุคลากรอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม และเหมาะสม ดำเนินการสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชนของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ร้านค้า พนักงานของร้านค้า คู่ค้า พนักงานของคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และกลุ่มเปราะบาง โดยดูแลมิให้ธุรกิจของบริษัทฯ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชนตามกฎหมาย และข้อกำหนดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด สอดแทรกการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในกระบวนการทำงาน ครอบคลุมการทำงานในทุกกลุ่มธุรกิจ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนในกระบวนการรวบรวมกิจการ การซื้อกิจการ การเข้าถือหุ้น กิจการร่วม และการลงทุนโดยประเมินทุกครั้งที่มีการดำเนินงานดังกล่าวเกิดขึ้น



กระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



- บริษัทฯ ดำเนินการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านทุก 4 ปี โดยประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทุก 2 ปี ตามหลักการของ 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 โดยทำการประเมินทั่วทั้งองค์กร รวมบริษัทย่อย และบริษัทควบรวมกิจการ
- ประเด็นในการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชน และประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ ครอบคลุมในเรื่อง
 - การคุ้มครองสิทธิเสรีภาพในการไม่ถูกใช้แรงงานบังคับ หรือถูกเกณฑ์แรงงานในทุกรูปแบบ
 - การคำนึงถึงสิทธิเด็กและคนพิการในกระบวนการทำงาน
 - การมีส่วนร่วมของลูกจ้างและผู้มีส่วนได้เสียในความโปร่งใสขององค์กร รวมถึงการมีเสรีภาพในการจัดตั้งสมาคมและสิทธิในการร่วมเจรจา
 - การจัดให้มีสวัสดิการและหลักประกันตามกฎหมายเป็นธรรม ความเสมอภาค ความเท่าเทียม และไม่เลือกปฏิบัติ
 - สิทธิในการนับถือ/ไม่นับถือศาสนา ความเท่าเทียมระหว่างเพศและเพศสภาพ
 - สิทธิในการดูแล ป้องกัน และคุ้มครองการถูกล่วงละเมิดทางกายและวาจา
 - การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลและสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล
 - สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่ตนคิดค้นขึ้น
 - การคำนึงถึงสิทธิของชุมชนท้องถิ่นและชนกลุ่มน้อย ไม่ละเมิด รุกล้ำ ทำลาย
 - การคำนึงถึงความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
 - สิทธิในการเข้าถึงระบบสาธารณสุขปกติที่ดี
 - การแสดงความรับผิดชอบในการใช้ ดูแล และรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินงาน

ทั้งนี้ ประเด็นในแต่ละรอบการประเมินจะอ้างอิงตามนโยบายและจรรยาบรรณ และหลักการกำกับดูแลกิจการ ของบริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมตามบริบทขององค์กรและข้อมูลป้อนกลับจากปีก่อนหน้า

จำแนกลักษณะของผลกระทบ และแนวทางในการลดผลกระทบ ได้ดังนี้

จำแนกลักษณะของผลกระทบ	แนวทางในการลดผลกระทบ
• บริษัทฯ รับทราบและเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนดังกล่าวโดยตรง • บริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากการละเมิดสิทธิมนุษยชนดังกล่าว • บริษัทฯ ไร้ซึ่งระบบในการรับทราบถึงการละเมิดสิทธิมนุษยชนนั้น	• ดำเนินการแก้ไขผลกระทบที่มีความรุนแรงต่อการทำธุรกิจของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ • บูรณาการมาตรการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตในแผนการดำเนินงานธุรกิจ • จัดทำมาตรการบรรเทาและฟื้นฟูผู้ได้รับผลกระทบจากการดำเนินการของบริษัทฯ

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2566 บริษัทฯ ทำการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในรอบปี 2566-2567 กับพนักงานในทุกกลุ่มธุรกิจ กิจกรรมที่บริษัทฯ ถือหุ้น รวมถึงการค้าร่วม และผู้รับเหมาช่วง ผ่านระบบออนไลน์แบบสุ่มตัวอย่าง มีผู้ตอบรับและให้ความคิดเห็นคิดเป็นร้อยละ 70 ของกลุ่มตัวอย่าง พบประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน 9 ประเด็น ประเมินแล้วมีความเสี่ยงระดับสูง (Salient Issues) 3 ประเด็น บริษัทฯ ได้กำหนดแผนลดความเสี่ยง ตลอดจนวิธีป้องกันเฝ้าระวัง ตรวจสอบ แก้ไข และเยียวยา หากมีการละเมิด โดยมีคณะทำงานด้านการสื่อสารบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะทำงานด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบทำหน้าที่ตรวจสอบให้เป็นไปตามกระบวนการและมาตรการสืบสวน ป้องกัน แก้ไข สื่อสาร และติดตาม ของบริษัทฯ

ประเด็นสิทธิมนุษยชนที่มีความเสี่ยงระดับสูง	แผนการดำเนินงานและมาตรการป้องกันและแก้ไข	ผลการดำเนินงาน
การล่วงละเมิดทางกาย และวาจาจากบุคคลภายนอกองค์กร	ติดตั้งระบบแจ้งเหตุคุกคามฉุกเฉินออนไลน์ จุดเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ และบนอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ตให้กับหน่วยงานลูกค้า และร้านค้าสัมพันธ์ กำหนดระดับการให้ความช่วยเหลือภายใน 3 นาทีหลังแจ้งเหตุ	- มีการแจ้งเหตุผ่านระบบทั้งสิ้น 74 กรณี ได้รับการช่วยเหลือ และเยียวยา ทุกกรณี - มีพนักงานเข้าอบรมออนไลน์หลักสูตร “Non-threatening Workplace การปกป้องดูแลสิทธิของพนักงานจากการคุกคาม” อย่างต่อเนื่อง จำนวน 372 คน ซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 100 จากกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มขึ้นร้อยละ 103 จากปี 2565
การล่วงละเมิดทางกาย และวาจาจากบุคคลภายในองค์กร	จัดตั้งคณะทำงานด้านการสื่อสารบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อสื่อสารและสร้างวัฒนธรรม “RESPECTS” ร่วมสนับสนุนการเคารพในสิทธิของตนเอง ผู้อื่น และองค์กร สร้างสถานที่ทำงานที่ปลอดการบูลลี่ โดยสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ สื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่สำนักงานทุกเดือนต่อเนื่องเป็นเวลา 8 เดือน และจัด Townhall 1 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมจำนวน 247 คน ทั้ง Online และ Onsite	มีข้อร้องเรียนในหมวดการละเมิดสิทธิมนุษยชน ทั้งหมด 4 เรื่อง มีมูลเหตุ 2 เรื่อง ดำเนินการลงโทษตามข้อบังคับบริษัท 1 เรื่อง กำหนดแนวทางแก้ไข 1 เรื่อง
สุขภาพ และความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมาช่วงในสถานปฏิบัติงาน	- กำหนดแผนตรวจติดตามสุขอนามัยในที่ทำงานของพนักงานในทุกสาขา และอนุมัติงบประมาณให้ดำเนินการป้องกันและแก้ไขในโครงการที่ตรวจพบ - บรรจุในหลักสูตร Service with the Heart และจัดการอบรมหลักสูตรความปลอดภัยแบบเข้มข้นสำหรับงานที่มีความเสี่ยงสูง	- ไม่พบประเด็นร้องเรียนด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน และผู้รับเหมาช่วงในสถานปฏิบัติงาน - ไม่มีอุบัติเหตุขั้นร้ายแรงเกิดขึ้นกับพนักงานหรือผู้รับเหมาช่วงอันมีสาเหตุมาจากการละเมิดหรือเพิกเฉยที่จะป้องกันของบริษัทฯ

นอกจากนั้น ในด้านการปฏิบัติงาน บริษัทฯ ยังคงเคร่งครัดและสุ่มตรวจสอบเอกสารยืนยันการจ้างแรงงานถูกกฎหมาย ณ ไซต์โครงการก่อสร้างจากทีมที่ปรึกษาและจากแรงงานจังหวัด เพื่อให้เป็นไปตามมาตรการขึ้นทะเบียนและตรวจแรงงานผิดกฎหมาย โดยแรงงานต่างชาติ จะต้องขึ้นทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย และแจ้งขึ้นทะเบียนกับผู้จัดการบริหารโครงการทุกราย โดยในปี 2566 มีการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างชาติในไซต์งานที่เปิดดำเนินการจากผู้รับเหมาจำนวน 28 ราย แบ่งออกเป็นสัญชาติกัมพูชา ร้อยละ 17 สัญชาติเมียนมาร์ร้อยละ 37 และสัญชาติลาวร้อยละ 1 โดยมีแรงงานสัญชาติไทยร้อยละ 45 จากแรงงานทั้งหมดในทุกไซต์งาน

10

การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

ความสำคัญ

บุคคลถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ลูกค้า พนักงาน พนักงานร้านค้า ผู้รับเหมา หรือพันธมิตรทางธุรกิจทุกกลุ่ม ซึ่งหากเกิดอุบัติเหตุและอันตรายในสถานประกอบการต่อผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง อาจจะส่งผลกระทบให้เกิดการล่าช้าหรือขัดข้องในการดำเนินงาน การสูญเสียทรัพย์สิน หรือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ

ของบริษัทฯ ตลอดจนการสูญเสียค่าปรับ ค่าสินไหมชดเชยจากการเยียวยา เป็นต้น ในทางกลับกัน การที่บริษัทฯ สามารถดูแลความเป็นอยู่ที่ดีให้กับบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการทำงานให้แก่พนักงานและลูกค้า

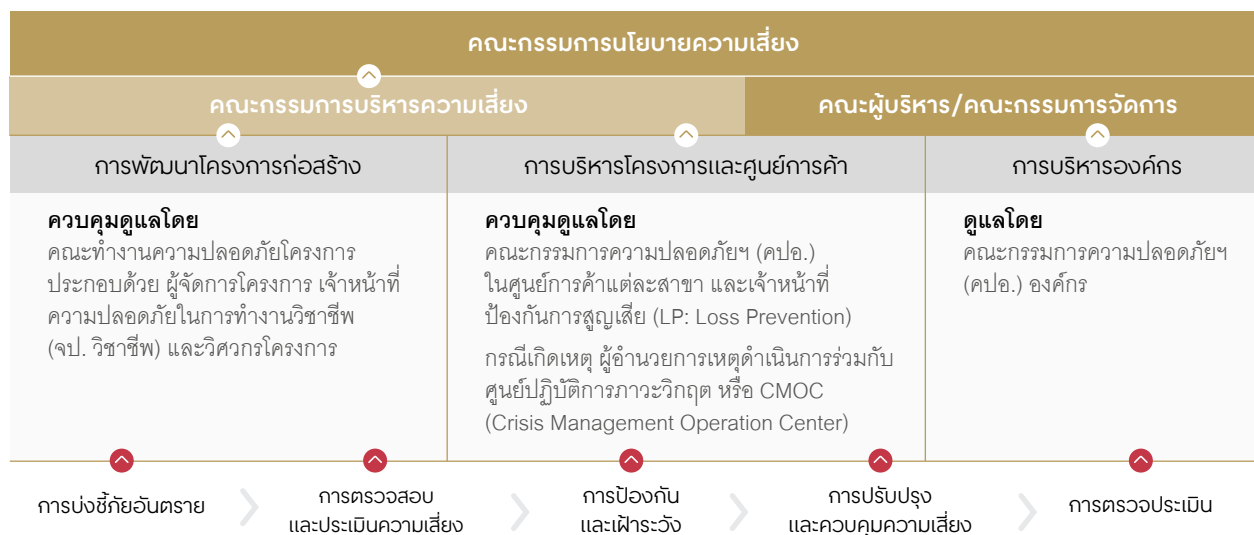
แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การก่อสร้างโครงการจนถึงการให้บริการลูกค้า มีการกำหนดนโยบายด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย และกำกับควบคุมให้พนักงาน และคู่ค้าผู้รับเหมา มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด พร้อมนำระบบมาตรฐานการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัย ISO 45001 มาปรับใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย และแผนกการบริหารจัดการด้านคุณภาพ ความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (Quality, Security, Safety, Occupational Health and Environment: QSHE) เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการ ประเด็นความเสี่ยงอย่างรอบด้าน อาทิ อุบัติเหตุจากความไม่พร้อมของร่างกาย จิตใจ สถานที่ อุปกรณ์ทำงาน สารเคมี มลพิษต่าง ๆ

เช่น ฝุ่นละออง แสง เสียง และโรคติดต่อ เป็นต้น โดยมีการบันทึกอุบัติเหตุ ลงในระบบ Smart Property เก็บรวบรวมสถิติเหตุการณ์ต่อทั้งพนักงาน ผู้รับเหมา พนักงานร้านค้า และลูกค้า เพื่อติดตามกระบวนการแก้ไขเยียวยา พิจารณาระดับผลกระทบ เหตุปัจจัย และแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวซ้ำ ๆ รวบรวมรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อปรับปรุงเป็นแนวทาง และแผนป้องกันทั่วทั้งองค์กรต่อไป

เพื่อแสดงเจตจำนงในเรื่องความปลอดภัยอย่างจริงจัง บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายความปลอดภัยในสถานประกอบการ และอัตราการเสียชีวิตจากการทำงานเป็น “ศูนย์” ทั้งในสถานประกอบการ และพื้นที่โครงการก่อสร้าง ครอบคลุมพนักงาน และผู้รับเหมาช่วง

แนวทางการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ตลอดห่วงโซ่คุณค่า



การบ่งชี้อันตราย และการประเมินความเสี่ยง ประกอบด้วย

- ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับการก่อสร้างและอาคาร
- ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี อุปกรณ์ การบำรุงรักษา และบริการ
- ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับการจัดการกรณีเกิดภัย ภาวะฉุกเฉิน หรือคุกคาม
- ความเสี่ยงที่เกิดจากผู้รับเหมา/ผู้รับเหมาช่วง
- ความเสี่ยงในการปฏิบัติตามพันธสัญญา/กฎหมาย
- ความเสี่ยงที่จุดประสงค์ขององค์กรจะไม่บรรลุ

10.1 การมีส่วนร่วมของพนักงาน

บริษัท มีการแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยฯ (คปอ.) ในศูนย์การค้าแต่ละสาขา และสำนักงานใหญ่ ผ่านการมีส่วนร่วมของพนักงานด้วยการเลือกตั้งตัวแทนจากนายจ้างและลูกจ้างตามสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด ซึ่งในปี 2566 มีคณะกรรมการฯ รวมจำนวนทั้งสิ้น 376 คน เป็นตัวแทนนายจ้าง 173 คน และเป็นตัวแทนลูกจ้าง 203 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ของพนักงานทั้งหมด (ไม่รวมพนักงานสัญญาจ้าง) โดยมีการประชุมเป็นประจำทุกเดือนเพื่อรายงานอุบัติเหตุด้านความปลอดภัยและแผนงานด้านความปลอดภัยสำหรับกรณีที่เกิดขึ้นเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำ หรือร่วมกับหน่วยงาน Security & Safety รายงานต่อผู้บริหารสูงสุดของฝ่ายบริหารทรัพยากร เพื่อพิจารณาประเด็นภัยและความเสี่ยง นำมากำหนดเป็นมาตรการความปลอดภัยพิจารณาจัดลำดับความสำคัญและแผนปฏิบัติการ ตลอดจนสื่อสารให้แต่ละสาขานำไปปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน ครอบคลุมพนักงานทุกระดับในองค์กร รวมไปถึงผู้รับเหมาช่วงและคู่ค้า และรวบรวมผลรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการนโยบายความเสี่ยงตามลำดับขั้น

10.2 การตรวจสอบ ป้องกัน และเฝ้าระวัง

1) ในขั้นตอนการพัฒนาโครงการก่อสร้าง บริษัทฯ ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงมหาดไทยเรื่องความปลอดภัยในการทำงานก่อสร้างว่าด้วยเขตก่อสร้าง และปฏิบัติตามประกาศคำสั่งของทางราชการและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานก่อสร้างทุกฉบับโดยต้องมีเจ้าหน้าที่ จป. วิชาชีพ ดูแลไม่น้อยกว่าตามที่กฎหมายกำหนด และเพียงพอต่อการรักษาความปลอดภัย ทำแผนมาตรการป้องกันอุบัติเหตุ และการจัดการความปลอดภัยในการทำงานก่อสร้าง นำเสนอขออนุมัติต่อวิศวกรผู้บริหารงานก่อสร้างภายใน 30 วัน นับแต่กำหนดเริ่มงานตามสัญญา และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ระเบียบวิธีอย่างเคร่งครัด มีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำสถานที่ก่อสร้างให้เพียงพอเหมาะสมกับขนาดของงานก่อสร้างตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่เว้นวันหยุด จนกว่าการก่อสร้าง

จะเสร็จสมบูรณ์รวมถึงมีการป้องกันความเสียหายและมลภาวะต่าง ๆ ที่เกิดจากงานก่อสร้าง เช่น ฝุ่น เสียง การสั่นสะเทือน น้ำเสีย วัสดุตกหล่น เป็นต้น เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัยข้างเคียง โดยต้องมีการตรวจสอบวัสดุอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพดีสมบูรณ์พร้อมใช้งาน ก่อนนำมาใช้งานตลอดระยะเวลาก่อสร้างโครงการ โดยข้อกำหนดด้านความปลอดภัยที่สำคัญในการก่อสร้าง ประกอบด้วย



นโยบายความปลอดภัย และสุขภาพอนามัยในการทำงาน



การจัดองค์กรความปลอดภัยในงานก่อสร้าง และหน้าที่ความรับผิดชอบ



กฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง



การฝึกอบรมความปลอดภัย



กำหนดมาตรการการป้องกัน และควบคุมอันตราย



การตรวจความปลอดภัยในการทำงานก่อสร้าง



กำหนดกฎความปลอดภัยในการทำงานก่อสร้าง



การควบคุม ดูแลความปลอดภัยของผู้รับเหมาช่วง



การตรวจสอบและติดตามผลความปลอดภัย



การรายงานอุบัติเหตุและการสอบสวนวิเคราะห์อุบัติเหตุ



การรณรงค์ส่งเสริมความปลอดภัย



การปฐมพยาบาล



การวางแผนฉุกเฉิน



กำหนดแผนการจัดการจราจร และรักษาความปลอดภัยงานก่อสร้างร่วมกับทางราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) ในการบริหารโครงการและศูนย์การค้า

- ปรับปรุงศักยภาพในการดูแลด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีอย่างต่อเนื่องตามมาตรฐานสากล ISO 45001 นำร่องโดยเซ็นทรัล หาดใหญ่ ขอการรับรองเป็นแห่งแรก และเตรียมแผนขยายขอบเขตการขอรับรองอีก 3 โครงการในปี 2567 ทั้งนี้ ได้มีการนำแนวทางจัดการดังกล่าว มาจัดทำเป็นระบบมาตรฐานภายในองค์กรเพื่อปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนขอการรับรองต่อไป
- มีการป้องกันโดยเน้นระบบเฝ้าระวัง มีการจัดหมวดหมู่ การเฝ้าสังเกตแต่ละจุดในแต่ละช่วงเวลา ตามเครื่องมือ – นาฬิกาอาชญากรรม และนำระบบ CCTV มาใช้ในการสังเกตพฤติกรรมบนจอมอนิเตอร์ 32 จอ ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ทำการติดตั้งระบบ CCTV แล้วทั้งสิ้นจำนวน 8,711 ตัว ในทุกโครงการ และมีการติดตั้งจุดรับเรื่องฉุกเฉินในลานจอดรถ หรือ Call Point Service จำนวน 3,035 จุด ใน 36 โครงการ

ติดตั้ง CCTV แล้วทั้งสิ้นจำนวน
8,711 ตัว
ในทุกโครงการ

Call Point Service จำนวน
3,035 จุด
ใน 36 โครงการ

- การตรวจเช็คและรับรองคุณภาพความปลอดภัยของถังดับเพลิงทุกถัง โดยผู้ชำนาญการภายนอกร่วมกับการตรวจเช็คของเจ้าหน้าที่ LP ที่มีการตรวจเช็คเป็นหน้าที่ประจำวันอยู่แล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพของตัวถังและระบบเชฟตีวาล์วตามมาตรฐานสากล ป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายใด ๆ กับผู้ใช้งาน
- ปฏิบัติการภายใต้ระบบ Color-Code Condition 5 ระดับ ได้แก่ ระดับปลอดภัย-สีเขียว ระดับป้องกัน-สีน้ำเงิน ระดับเสี่ยง-สีเหลือง ระดับสูง-สีส้ม และระดับรุนแรง-สีแดง ในการติดตามควบคุมและประเมินสถานการณ์ภาวะวิกฤตเป็นประจำทุกเดือน ในปี 2566 จัดอยู่ในระดับสีน้ำเงิน หรือสถานการณ์ป้องกัน เนื่องจากไม่ได้มีเหตุการณ์ความไม่ปลอดภัย หรือความเสียหายในระดับรุนแรงเกิดขึ้นในโครงการภายใต้การดูแลของบริษัทฯ

10.3 การปรับปรุงและควบคุมความเสี่ยง

ผลจากการประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นทั้งในสถานประกอบการ และเหตุที่เกิดขึ้นภายในประเทศภายใต้ระบบ Color-Code Condition บริษัทฯ ได้นำมาถอดบทเรียน และจัดทำมาตรการป้องกันความปลอดภัย และลดความเสี่ยงที่อาจจะทำให้เกิดเหตุการณ์ในลักษณะใกล้เคียงกัน ดังนี้

- ติดตั้งบันไดเลื่อนที่มีระบบเทคโนโลยี Safety Sensors ทั้งหมด 15 จุด เพื่อหยุดการทำงานของระบบทันที กรณีพบสิ่งผิดปกติ รวมถึงมีปุ่มกดหยุดฉุกเฉินด้วยมือเพื่อรักษาความปลอดภัยอีกระดับ ตลอดจนมีฝ่ายช่างและวิศวกรตรวจสอบดูแล และซ่อมบำรุงระบบให้อยู่ในมาตรฐานพร้อมใช้งานอย่างปลอดภัย รวมทั้งมีการสื่อสารเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ให้แก่ผู้ใช้บริการ ศูนย์การค้า โดยจัดทำข้อมูลสื่อสารความรู้สำหรับแนวทางการใช้บันไดเลื่อนที่ปลอดภัย และการแก้ไขเมื่อเกิดเหตุขัดข้องผ่านสื่อทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ นอกจากนี้ ยังมีการติดตั้งเครื่องฆ่าเชื้อด้วยรังสียูวีด้านในตัวเครื่องเพื่อสุขลักษณะที่ดีเพื่อยกระดับความสะอาดมั่นใจแก่ผู้ใช้งาน



- จัดทำ “คู่มือปฏิบัติกรณี Active Shooter” ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ขอบข่าย ผู้เกี่ยวข้องและหน้าที่ความรับผิดชอบ แผนภาพกระบวนการ รายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การปฏิบัติก่อนเกิดเหตุ หรือมาตรการป้องกัน การปฏิบัติระหว่างเกิดเหตุ (มาตรการเผชิญเหตุ) ขั้นตอนการปฏิบัติ 3 ประการ วิ่งหนี-หลบซ่อน-สู้ ขั้นตอนการปฏิบัติของศูนย์การค้า ขั้นตอนการรายงาน การสื่อสาร และการเตรียมอุปกรณ์ระบบสื่อสาร

การปฏิบัติหลังเกิดเหตุ มาตรการฟื้นฟู การควบคุมบันทึกคุณภาพ แบบฟอร์มและอุปกรณ์สำหรับเตรียมความพร้อม เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องและมีหน้าที่ความรับผิดชอบ ตัดสินใจ ดำเนินการช่วยเหลือกรณีเกิดเหตุได้อย่างรวดเร็ว และปลอดภัยที่สุดต่อเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน พนักงานร้านค้า ผู้เช่า ลูกค้า และทุกคนที่อยู่ภายในศูนย์การค้า

ผลการดำเนินงาน

ระบบจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยขององค์กร	ความครอบคลุม	
ระบบจัดการความปลอดภัย และอาชีวอนามัยขององค์กรที่ผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานภายใน	ร้อยละ 100	
การขอรับรองมาตรฐาน ISO 45001 ที่ผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานภายนอก	ร้อยละ 2.5 ของจำนวนสาขาทั้งหมด	
ข้อมูลการเจ็บป่วย และการบาดเจ็บ (กรณี)	พนักงาน	ผู้รับเหมา
การเจ็บป่วยจากการทำงาน : การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน : การเสียชีวิตจากการทำงาน	9 : 1 : 0	0 : 2 : 3



Better Planet

สร้างโลกและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น

11

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความสำคัญ

การนำแนวทางการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ หรือแนวทาง TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures) มาใช้ในการวิเคราะห์ความรุนแรงจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Risks) และเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transitional Risks) ทำให้บริษัทฯ มองเห็นความสำคัญของบริษัท ประเด็นดังกล่าวได้ชัดเจนขึ้น การเตรียมความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ดีและทันทั่วทั้งห่วงโซ่มูลค่ามีความสำคัญทั้งต่อการลดความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ อันเนื่องมาจากผลกระทบทางกายภาพ อาทิ น้ำท่วมภัยแล้ง หรือการขาดแคลนวัตถุดิบ ทั้งต่อต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ และความสามารถในการทำกำไร จากแนวโน้มที่จะมีการประกาศใช้กฎหมายหรือมาตรการในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือจากราคาสินค้า วัตถุดิบ และบริการต่าง ๆ ของคู่ค้าที่มีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมไปถึงส่งเสริมชื่อเสียงและดึงดูดผู้มีส่วนได้เสีย ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ร้านค้า ผู้เช่า สถาบันการเงิน นักลงทุนเจ้าหนี้ คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน จากการจัดทำผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม หรือมีการใช้มาตรการหรือดำเนินกิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

แนวทางการบริหารจัดการ

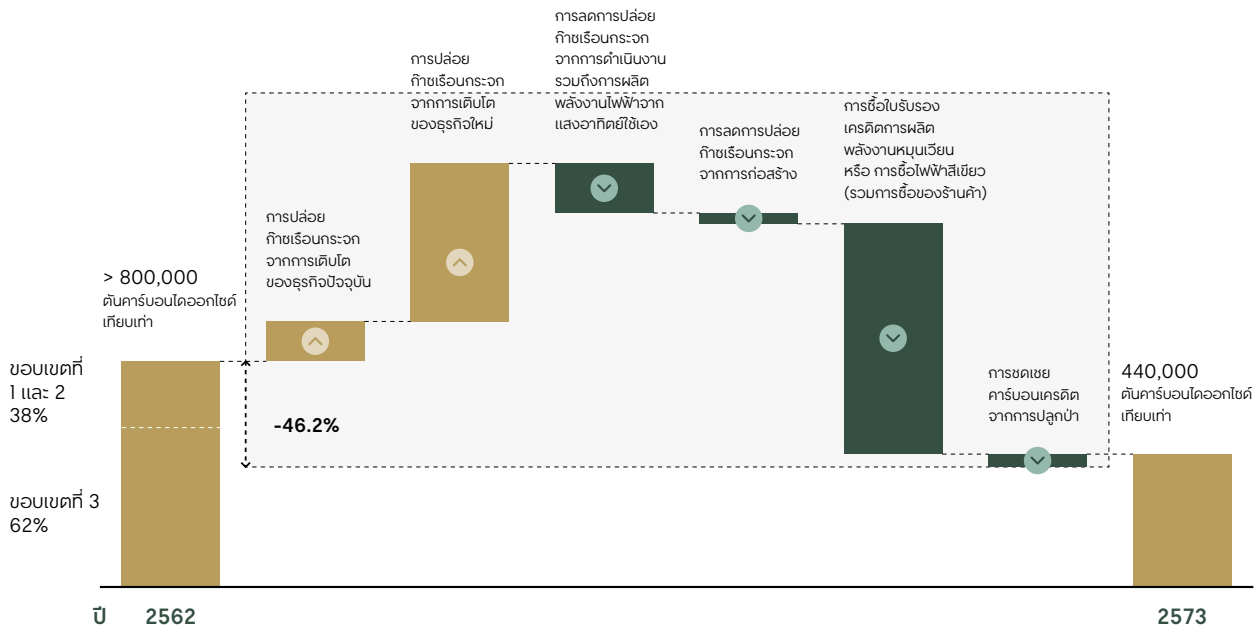
บริษัทฯ ดำเนินงานตามนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และนโยบายอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิ นโยบายการจัดการระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ นโยบายด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม และข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศที่ตั้งโครงการ ภายหลังจากนำผลวิเคราะห์สถานการณ์จำลองความเสี่ยงตามแนวทาง TCFD มาใช้ในการพิจารณาทบทวนนโยบายฯ จึงได้ตั้งเป้าหมายในการลดก๊าซเรือนกระจกภายใต้การกำหนดเป้าหมายโดยอิงหลักวิทยาศาสตร์ ตามแนวทาง SBTs (Science Based Targets) ในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 และกำหนด Net Zero Pathway แบ่งเป็นเป้าหมายระยะใกล้ภายในปี 2573 และระยะไกลภายในปี 2593 ภายใต้กรอบการกำหนดกิจกรรมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกเป็น 3 ส่วน คือ การลดก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน การลดก๊าซเรือนกระจกจากการก่อสร้าง และการชดเชยคาร์บอน โดยยึดแนวทางตามมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานการจัดการก๊าซเรือนกระจก (ISO 14064-1) และแนวทางการบริหารจัดการอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือมาตรฐานอาคารเขียวในระดับนานาชาติ (LEED: Leadership in Energy & Environmental Design) เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงาน และสิ่งแวดล้อมไทย (TREES – Thai's Rating of Energy and Environmental Sustainability) และเกณฑ์การประเมินมาตรฐานอาคารสุขภาวะดีในระดับสากล

11.1 การพัฒนาแผน Net Zero Pathway ตามแนวทาง SBTi

บริษัทฯ ได้ประกาศเป้าหมายในการไปสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 โดยยื่นเจตจำนงกับ Science Based Targets Initiative (SBTi) ในการพัฒนา Net Zero Pathway ภายใต้แนวทางการกำหนดเป้าหมายควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยโลกให้ต่ำกว่า 1.5 องศาเซลเซียส เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยวางแผนขอการรับรองตามแนวทางของ SBTi ให้แล้วเสร็จภายในปี 2568 นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังสนับสนุนนโยบายของประเทศไทยและเป้าหมายของประชาคมโลกภายใต้ความตกลงปารีส ผ่านการดำเนินงานภายใต้เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย ในฐานะ “องค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก” (Climate Action Leading Organization) ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ซึ่งมีเป้าหมายในการผลักดันภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการในประเทศไทย มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยบริษัทฯ ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณองค์กรผู้นำในระดับสูงสุด (ในหมวดตรวจวัด และการลดก๊าซเรือนกระจก) และเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการชุดก่อตั้ง RE100 Thailand Club เพื่อแสดงเจตนารมณ์ที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนการใช้พลังงานหมุนเวียนให้ได้ร้อยละ 100 ให้ได้เร็วที่สุดอีกด้วย

(ร่าง) แผนระยะใกล้ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1,2 และ 3 ภายในปี 2573

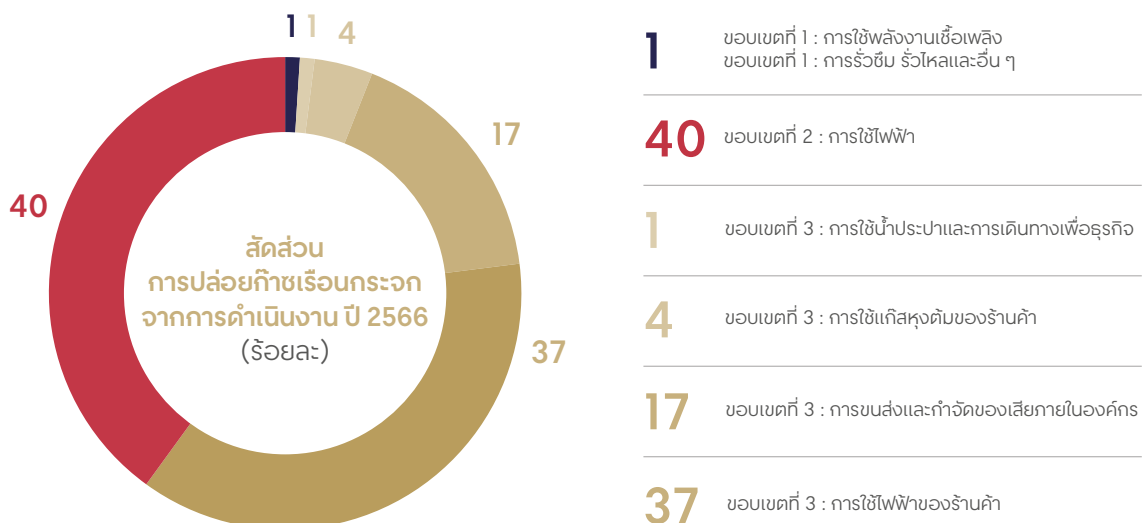
อ้างอิงจากเส้นทางสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 ตามแนวทาง SBTi



11.2 การดำเนินการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

จากการยื่นเจตจำนงในการเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 ตามแนวทาง SBTi ส่งผลให้บริษัทฯ ได้กลับมาทบทวนนโยบายและแผนงานที่จะขับเคลื่อนสู่การเป็นองค์กรฯ ดังกล่าว โดยเฉพาะนโยบายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ครอบคลุมครบทั้งขอบเขตที่ 1, 2 และ 3 และแบ่งกรอบในการดำเนินการเพื่อลดก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 ขอบเขตดังกล่าวออกเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ คือ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานและจากการก่อสร้าง

1) การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน



จากการวิเคราะห์สัดส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน พบว่าส่วนใหญ่มาจากการใช้พลังงานไฟฟ้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงดำเนินมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยเน้นลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและนำพลังงานทดแทนมาใช้เป็นหลัก ตามที่รายงานในหัวข้อ “การบริหารจัดการพลังงานและพลังงานไฟฟ้า” โดยมาตรการตามแผนอนุรักษ์พลังงานในปี 2566 จำนวน 20 มาตรการ (รวมมาตรการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์) คิดเป็นเงินลงทุน 144 ล้านบาท สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 ลงได้ 3,870 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี เมื่อดำเนินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 พบว่ามีค่าลดลง 59,990 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือลดลงร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับปีฐาน ปี 2562



ขอบเขตที่ 1 และ 2

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงได้

59,990

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดลงร้อยละ

18

ในส่วนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 แยกได้เป็นการดำเนินมาตรการลดขยะฝังกลบ ซึ่งสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงได้ 42,913 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าเมื่อเทียบกับปี 2562 ตามที่รายงานในหัวข้อ “การบริหารจัดการขยะ”

อีกส่วนหนึ่ง คือการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าของร้านค้า โดยในปี 2566 บริษัทฯ ได้เปิดตัวโครงการ Green Partnership ปีที่ 1 เพื่อเชิญชวนร้านค้าที่มีการดำเนินงานตามแนวทางความยั่งยืนเข้าร่วมโครงการ โดยการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และลดขยะฝังกลบ มีจำนวนแบรนด์เข้าร่วมทั้งสิ้น 46 แบรนด์ สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 518 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



ขอบเขตที่ 3

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากมาตรการลดขยะฝังกลบลงได้

42,913

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการ Green Partnership

46

แบรนด์

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้

518

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังสนับสนุนการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยใช้เทคโนโลยีที่ช่วยลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในภาคขนส่ง โดยดำเนินการติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Station) สำหรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์การค้าทุกแห่งทั่วประเทศ จำนวน 40 แห่ง รวม 537 ช่องจอด ซึ่งเพิ่มจำนวนช่องชาร์จมากขึ้นจากปีก่อนกว่าร้อยละ 60 และมุ่งเน้นติดตั้งสถานีชาร์จประเภทชาร์จเร็ว (DC Charge) ให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อสนองตอบความต้องการที่มากขึ้น ซึ่งคำนวณเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ช่วยลดได้ประมาณ 3,440 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (คำนวณปริมาณการปล่อยคาร์บอนที่ลดจากการไม่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในระยะทางเท่ากัน) และมีแผนขยายการติดตั้งเพิ่มเติมไปสู่อาคารอื่นๆ นอกเหนือจากศูนย์การค้า อาทิ อาคารสำนักงาน และโรงแรม เป็นต้น



สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า

จำนวน

40 แห่ง

รวม

537

ช่องจอด

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้

3,440

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ในส่วนการสร้างความตระหนักรู้ของพนักงานเกี่ยวกับปัญหาสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง และอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ ได้จัดอบรมให้ความรู้เรื่องก๊าซเรือนกระจกและแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถจำแนกสาเหตุและแหล่งปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีนัยสำคัญ นำไปสู่มาตรการหรือแนวทางการบริหารจัดการเพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยมีผู้สนใจเข้าร่วม 178 คน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับพันธมิตรด้านพลังงานสะอาด จัดกิจกรรมให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับการติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารบ้านเรือน และรณรงค์การใช้พลังงานสะอาดโดยมีผู้สนใจเข้าร่วม 148 คน

2) การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการก่อสร้าง

- ก่อนจะทำการลดก๊าซเรือนกระจกได้นั้น เราจำเป็นต้องรู้ก่อนว่าปริมาณที่ปล่อยไปเป็นเท่าใด ดังนั้น บริษัทฯ จึงเริ่มนำแนวทางการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ หรือ Lifecycle Stages (BSEN 15978:2011) มาใช้ในการวัดปริมาณคาร์บอนแฝง หรือ Embodied Carbon ในการก่อสร้างโครงการเซ็นทรัลเวสต์วิลล์ โดยวัดแบบ Cradle-to-Gate คือ วัดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่รวบรวมข้อมูลตั้งแต่ขั้นตอนการได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบมายังโรงงาน ไปจนถึงการก่อสร้าง

อาคาร โดยไม่รวมผลกระทบในช่วงการใช้งานและการทำลายซากเมื่อหมดอายุ ครอบคลุมโมดูล A1-A5 พบว่ามีการปลดปล่อยคาร์บอนแฝงทั้งหมด 45,488 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลเฉพาะการใช้วัสดุหลักบางตัว (เท่าที่มีข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์) ได้แก่ คอนกรีตเหล็ก และ Precast รวมการเก็บข้อมูลการจัดการขยะก่อสร้าง การขนส่งระหว่างก่อสร้าง การใช้ไฟฟ้าและน้ำในขณะก่อสร้าง เพื่อปูแนวทางในการเก็บข้อมูลดังกล่าวในอนาคต

- การขอรับรองมาตรฐานอาคารเขียวหรืออาคารสุขภาวะดีตามมาตรฐานสากล เพื่อเป็นแนวทางในการตรวจสอบมาตรการต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการก่อสร้าง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานในอนาคต ปัจจุบันบริษัทฯ มีการประเมินและขอรับรองมาตรฐาน ดังนี้ 1) มาตรฐานอาคารเขียวมาตรฐานสากลระดับโลกหรือมาตรฐาน LEED: Leadership in Energy & Environmental Design โดยสภาอาคารเขียวสหรัฐอเมริกา (U.S. Green Building Council: USGBC) 2) เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทย (TREES – Thai's Rating of Energy and Environmental

Sustainability) 3) หลักเกณฑ์การประเมิน ASEAN Energy Awards (AEA) ของอาเซียน 4) Thailand Energy Awards (TEA) ของกระทรวงพลังงาน และ 5) เกณฑ์มาตรฐาน MEA Index (Management of Energy Achievement Index) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดระดับการใช้พลังงานของการไฟฟ้านครหลวง รวมถึงเกณฑ์การประเมินทางด้านคุณภาพอากาศภายในอาคาร (Indoor Air Quality: IAQ) ตามเกณฑ์การให้ตราสัญลักษณ์ของ MEA Energy Awards

ทั้งนี้ หลักเกณฑ์การประเมิน ASEAN Energy Award (AEA) และ Thailand Energy Award (TEA) ประกอบด้วยมุมมองการบริหารจัดการอาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ นวัตกรรมอาคารเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่เป็นพิษ หนุณเวียนและยั่งยืน อีกทั้งมีการศึกษามาตรฐานอาคารสุขภาวะดีหรือ Well Building Standard และมาตรฐาน EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies) สำหรับตลาดเกิดใหม่ของบริษัทเงินทุนระหว่างประเทศ (IFC)

ตัวอย่างอาคารที่ขอรับรองมาตรฐานอาคารเขียว หรืออาคารสุขภาวะดีตามมาตรฐานสากล และเกณฑ์การประเมินอื่น ๆ

อาคาร/พื้นที่ ที่ขอรับรอง	มาตรฐานที่ขอรับรอง/ ระดับที่ได้ หรือคาดว่าจะได้	ปีที่ได้รับการรับรอง/ คาดว่าจะได้รับการรับรอง
ฟู้ดเวลด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์	LEED Platinum	2562
จี ทาวเวอร์ แกรนด์ พระราม 9	LEED Gold	2563
เซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศเศส	LEED Gold	2566
เซ็นทรัล จันทบุรี	TREES	2567
เซ็นทรัล เวสต์วิลล์	TREES	2568
เซ็นทรัล นครสวรรค์	TREES	2568
เซ็นทรัล นครปฐม	TREES	2568
เซ็นทรัล พิชญโลก	AEA	2566
เซ็นทรัล ขอนแก่น	TEA	2566
เซ็นทรัล สุราษฎร์	TEA	2566
เซ็นทรัล พิชญโลก	TEA	2566
รวมมาตรฐานที่ได้รับการรับรองแล้ว	พื้นที่ (ตร.ม.)	สัดส่วนต่อพื้นที่ทั้งหมด (ไม่รวมพื้นที่จอดรถ)
มาตรฐาน LEED หรือ TREES	227,339	ร้อยละ 4.2
มาตรฐาน และเกณฑ์การประเมินอื่น ๆ ¹	3,972,613	ร้อยละ 73.2

หมายเหตุ :¹ โครงการที่ได้รับรางวัล Thailand Energy Awards ในช่วงปี 2553-2565 ประกอบด้วย โครงการศูนย์การค้า 27 แห่ง และอาคารสำนักงาน 2 แห่ง และโครงการที่ได้รับรางวัล ASEAN Energy Awards ในช่วงปี 2553-2565 ประกอบด้วย โครงการศูนย์การค้า 12 แห่ง และโครงการที่ได้รับรางวัล MEA Energy Awards ในช่วงปี 2556-2564 ประกอบด้วย โครงการศูนย์การค้า 11 แห่ง และอาคารสำนักงาน 3 แห่ง

ตัวอย่างอาคารกับการบริหารจัดการอาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โครงการ เซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศเศส



ได้รับการรับรองมาตรฐาน LEED O+M :

Existing Buildings v4.1 – LEED v4.1 ระดับ Gold

เป็นอาคารสำนักงานที่มีความโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อมและอยู่ติดกับศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ โรงแรมระดับ 5 ดาว และมีทางเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าถึง 2 สถานี มีพื้นที่เปิดและตั้งอยู่ท่าเลใจกลางเมืองย่านธุรกิจชั้นหนึ่งของกรุงเทพฯ การออกแบบอาคารได้คำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

- ลดการใช้พลังงานในลิฟต์โดยสาร และเพิ่มความปลอดภัยในการตรวจสอบการเข้า-ออก โดยเลือกใช้ระบบลิฟต์โดยสารแบบกำหนดชั้นจุดหมายปลายทาง และระบบสแกนใบหน้าหรือการใช้คีย์การ์ด
- ปรับปรุงการทำงานของระบบปรับอากาศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟฟ้า พร้อมสร้างสภาวะอากาศที่ผู้ใช้อาคารรู้สึกสบาย และปรับเพิ่มความละเอียดของการกรองอากาศที่ AHU และ PAU เพื่อดักจับฝุ่นละออง และตรวจวัดค่าคุณภาพอากาศในอาคารอย่างสม่ำเสมอ
- เลือกใช้สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ พร้อมอุปกรณ์ปรับอัตราการไหลของน้ำ รวมถึงเลือกใช้โถสุขภัณฑ์แบบฟลัชวาล์วที่ชำระล้างอัตโนมัติหลังจากใช้งานเสร็จสิ้น ช่วยลดการสัมผัส และลดปริมาณการใช้น้ำโดยรวม
- จัดให้มีพื้นที่จอดจักรยาน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก และติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Station)

โครงการเซ็นทรัล พับนุโลก



นำแนวคิดในการประหยัดพลังงานและรักษาสีสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการออกแบบอาคารศูนย์การค้าให้ได้ประโยชน์สูงสุด ตัวอาคารออกแบบในลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีพื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าและหลังอาคาร โดยด้านหลังอาคารและด้านข้างที่เป็นพื้นที่จอดรถเพื่อลดการสร้างอาคารจอดรถและความแออัดในการเข้าจอด มีการปลูกและรักษาด้านไม้ใหญ่รอบอาคารเพื่อให้เกิดความร่มรื่นกับบริเวณโดยรอบ

นอกจากนี้ ยังเลือกใช้เทคโนโลยีประสิทธิภาพสูงช่วยในการประหยัดพลังงาน ได้แก่

- ติดตั้ง Solar Rooftop ขนาด 905.30 kW โดยร้อยละของการนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในการอาคารต่อการใช้พลังงานรวมทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 10
- ติดตั้งโคมไฟฟ้าประสิทธิภาพสูงและหลอดไฟฟ้า LED พร้อมระบบควบคุมการเปิด-ปิด (Motion Sensor)
- เลือกใช้ระบบปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพ ควบคุมผ่านระบบ Chiller Plant Manager (CPM) ซึ่งสามารถควบคุมการใช้งานและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ของ Chiller Plant (Chiller, CHP, CDP และ CT)
- ควบคุมการใช้พลังงานผ่านระบบ Building Automation System (BAS) ครอบคลุมการควบคุมและสั่งการระบบต่าง ๆ 191 จุด เช่น ระบบแสงสว่าง บันไดเลื่อน AHU Make Up, Exhaust หม้อแปลงไฟฟ้า เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีการบริหารจัดการน้ำเสียที่ผ่านการบำบัด โดยน้ำที่ใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ภายในอาคารจะถูกบำบัดด้วยระบบ AS (Activated Sludge Process) และนำกลับไปใช้รดน้ำต้นไม้และล้างลานจอดรถ

11.3 การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบจาก

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

หนึ่งในผลกระทบจากภาวะโลกร้อนและโลกรวนที่ส่งผลกระทบทางลบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ คือ ผลกระทบจากสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 2.5 ไมครอน หรือ PM2.5 ที่มีปริมาณสูงขึ้นในหลายพื้นที่ในประเทศไทยและอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนทั่วไป ตามที่องค์การอนามัยโลก หรือ World Health Organization (WHO) ได้จัดให้ PM2.5 อยู่ในกลุ่มที่ 1 ของสารก่อมะเร็ง ส่งผลให้ลูกค้าอาจหลีกเลี่ยงการเดินทางมาใช้บริการ และส่งผลกระทบต่อระบบการนำอากาศบริสุทธิ์เข้ามาทดแทนในตัวอาคาร ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ออกมาตรการดูแลคุณภาพอากาศภายในศูนย์การค้าให้อยู่ในเกณฑ์ค่ามาตรฐาน มีการตรวจสอบตามรอบที่กำหนดในแผนงาน มีการวัดปริมาณก๊าซพิษแบบที่มีผลต่อร่างกายชนิดเฉียบพลัน กำหนดมาตรการที่เข้มข้น ดังต่อไปนี้

1) มาตรการระหว่างทำการก่อสร้าง

- กำหนดให้ใช้พัดลมดูดฝุ่นพร้อมถุงกรองฝุ่นตลอดช่วงเวลาก่อสร้างเพื่อดูดกรองฝุ่นที่กระจายในพื้นที่ก่อสร้าง ช่วยดูแลสุขภาพที่ดีของคนงานผู้รับเหมาที่ทำงานในโครงการ และควบคุมฝุ่นในพื้นที่ก่อสร้างแบบเต็มรูปแบบตลอดเวลาที่ คลุมผ้าใบกันฝุ่น การฉีดล้างล้อรถก่อนออกจากพื้นที่โครงการก่อสร้าง
- กำหนดการเลือกใช้สีและวัสดุเคลือบผิว (Paint Coating) ที่มีส่วนผสมของสารพิษ หรือไอระเหยในระดับต่ำ เป็นมาตรฐานในการก่อสร้างโครงการใหม่

2) มาตรฐานในการวางระบบและมาตรการทางเทคโนโลยี

- ติดตั้งแผ่นกรองอากาศ MERVE Filter ไว้ที่เครื่องเติมอากาศภายนอก (Outdoor Air Unit: OAU) และเครื่องส่งลมเย็นขนาดใหญ่ (Air Handling Unit: AHU) ในพื้นที่เสี่ยงต่อสถานการณ์หมอกควันและฝุ่นละอองในจังหวัดภาคเหนือ และกำหนดเป็นมาตรฐานการติดตั้งสำหรับโครงการก่อสร้างใหม่และโครงการที่มีการปรับปรุง ปัจจุบันดำเนินการติดตั้งแล้ว 7 โครงการ



ติดตั้งแผ่นกรองอากาศ
MERVE Filter

7

โครงการ

- ติดตั้งระบบตรวจวัดคุณภาพอากาศภายในศูนย์การค้าให้อากาศภายในศูนย์การค้าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และเพิ่มมาตรการตรวจวัดค่า PM2.5 ในการติดตามตรวจสอบคุณภาพอากาศภายในอาคาร

- กำหนดการติดตั้งเครื่องตรวจวัดคุณภาพอากาศแบบอัตโนมัติ ซึ่งสามารถทำการตรวจวัดแบบอัตโนมัติและต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง เป็นมาตรฐานที่ต้องดำเนินการสำหรับโครงการก่อสร้างใหม่และการปรับปรุงโครงการปัจจุบัน เพื่อควบคุมปริมาณฝุ่นละออง PM2.5 ให้อยู่ในระดับที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของผู้เข้าใช้บริการ
- นำเทคโนโลยี HVAC Air Scrubber ซึ่งเป็นระบบบำบัดอากาศที่สามารถระบายอากาศควบคู่กับการดูดซับสารพิษในอากาศ (Ventilation and Scrubbing) มาทดลองติดตั้งในโครงการเซ็นทรัล อยุธยา โดยอากาศภายในอาคารจะไหลเวียนผ่านเครื่องบำบัดเพื่อกำจัดสารปนเปื้อนในอากาศและสามารถดักจับคาร์บอนไดออกไซด์ไปพร้อมกับสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย (VOCs) นอกเหนือจากลดการนำอากาศภายนอกที่อาจมีการปนเปื้อน PM2.5 เข้ามาในอาคารแล้ว ยังช่วยลดการนำความร้อนจากอากาศภายนอกเข้าภายในอาคาร ช่วยลดการใช้พลังงานในระบบปรับอากาศอีกทางหนึ่ง
- ดำเนินการปิดหรือปรับลดปริมาณลมของระบบเติมอากาศหากคุณภาพอากาศภายนอกอาคารมีค่า PM2.5 เกินกว่ามาตรฐาน

3) โครงการและกิจกรรมสนับสนุนเพื่อลดการสร้างมลพิษทางอากาศจากผู้มาใช้บริการ คู่ค้า และพนักงาน

- ติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Station) เพื่อสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีจากพลังงานสะอาด ปัจจุบันมีบริการช่องชาร์จทั้ง AC และ DC Charge มากถึง 537 ช่องชาร์จ ใน 40 โครงการ
- ร่วมกับกรุงเทพมหานคร ในการจัดแคมเปญ รถคันนี้ #ลดฝุ่น “เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและไส้กรอง ลดฝุ่น PM2.5” เพื่อชวนคนกรุงเทพฯ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องรถยนต์ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งในการสร้างปัญหาฝุ่นในกรุงเทพฯ ด้วยการนำใบเสร็จการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและไส้กรองมาแสดงเพื่อแลกกับสิทธิจอดรถฟรีเพิ่ม 2 ชั่วโมง ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัล 8 สาขา ในกรุงเทพฯ



- ขอความร่วมมือผู้ใช้บริการที่จอดรถ กดติดเครื่องยนต์ค้างไว้ในบริเวณลานจอดรถ โดยมีพนักงานรักษาความปลอดภัยในลานจอดรถคอยตรวจตรา
- งดการจุดธูปและการเผาธูปก่อนให้เกิดฝุ่นละอองควันพิษในโครงการที่มีการติดตั้งศาลพระภูมิ องค์พระบูชา และเทวสถาน บริเวณหน้าโครงการ
- ตรวจสภาพรถของบริษัทฯ รถของพนักงานส่งเอกสารของบริษัทฯ ให้อยู่ในสภาพดีไม่ปล่อยมลพิษ และรณรงค์ให้พนักงานตรวจสภาพรถยนต์/รถจักรยานยนต์ส่วนตัว
- สนับสนุนการประชุมออนไลน์ และ Work from Home เพื่อลดการเดินทางสร้างมลพิษเพิ่ม และเพื่อสุขภาพของพนักงาน

ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ไม่มีการปล่อยมลพิษทางอากาศโดยตรง โดยปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่มีการปล่อยออกเป็นการแลกเปลี่ยนเพื่อนำอากาศภายนอกเข้ามาหมุนเวียนภายในอาคารนั้นอยู่ในขั้นปลอดภัย ไม่จัดเป็นมลพิษทางอากาศตามนิยามทางกฎหมาย และตลอดปี 2566 ผลการตรวจคุณภาพอากาศในแต่ละโครงการ เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานและกฎหมายกำหนด

11.4 มาตรการสนับสนุนอื่น ๆ

- 1) มาตรการสนับสนุนด้านการเงิน โดยการออกกรอบหลักเกณฑ์การระดมทุนเพื่อโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือ Green Finance Framework และกรอบหลักเกณฑ์การระดมทุนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน หรือ Sustainability-link Finance Framework และออกหุ้นกู้ และเงินกู้เพื่อสิ่งแวดล้อม และเงินกู้ยืมเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนในปี 2565 และ 2566 ในวงเงิน 2,000 ล้านบาท และ 500 ล้านบาทตามลำดับ พร้อมทั้งเปิดเผยรายละเอียดการใช้เงินตามข้อกำหนดบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ
- 2) มาตรการชดเชยคาร์บอนซึ่งแบ่งออกเป็น โครงการปลูกป่า ๑๖ ล้านไร่ ภายในปี 2573 โดยบริษัทฯ ร่วมกับกรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในการจัดจ้างผู้ชำนาญการและคนในชุมชนในการปลูกและดูแลป่าเพื่อชดเชยการปล่อยคาร์บอนขององค์กร โดยดำเนินการปลูกป่าแล้ว ในพื้นที่ป่าอนุรักษ์จังหวัดชลบุรี และพิษณุโลก รวม 150,000 ต้น และอยู่ระหว่างการสำรวจพื้นที่เพื่อทำเป็นฐานในการขอ T-VER ต่อไป คาดการณ์ปริมาณการดูดซับคาร์บอนกลับจากการปลูกปาดังกล่าวที่ 7,125 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปีที่ 10 ของ

การปลูก นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังดำเนินการซื้อใบรับรองพลังงานหมุนเวียน หรือ I-REC (International Renewable Energy Certificate) และคาร์บอนเครดิต ทั้งการซื้อแบบ Over-the-Counter โดยการซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้ขายโดยตรง และแบบ Exchange Platform โดยการซื้อผ่าน Platform FTIX หรือศูนย์ซื้อขายคาร์บอนเครดิต ที่เป็นความร่วมมือระหว่างองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) กับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยในปี 2566 บริษัทฯ ทำการซื้อ I-REC เป็นจำนวน 500 I-RECs (เทียบเท่า 500 เมกะวัตต์-ชั่วโมง) และคาร์บอนเครดิตภายใต้โครงการ T-VER (The Thailand Voluntary Emission Reduction Program) จำนวน 1,400 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า รวมเป็นการชดเชยทั้งสิ้น 1,650 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยการซื้อทั้งหมดนี้ เพื่อวัตถุประสงค์ในการชดเชยปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยจากการก่อสร้างโครงการ เซ็นทรัล เวสต์วิลล์ (เฉพาะในส่วนที่สามารถวัดได้)



ปลูกป่าแล้วในพื้นที่ป่าอนุรักษ์
จังหวัดชลบุรี และพิษณุโลก

150,000 ต้น

ชดเชยด้วย I-RECS
และคาร์บอนเครดิต

1,650

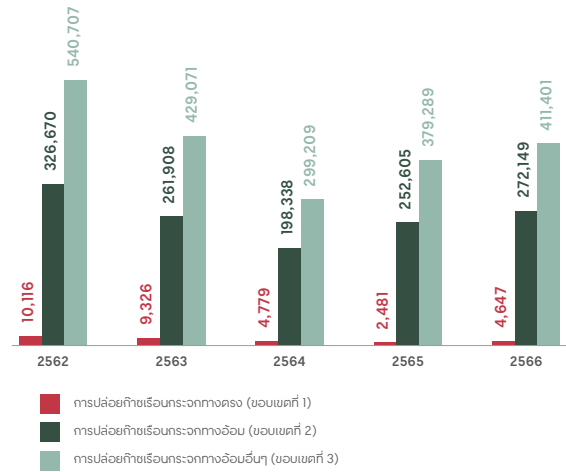
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

- 3) รางวัลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมประจำปี ซึ่งเป็นมาตรการส่งเสริมกระบวนการภายในของบริษัทฯ ซึ่งริเริ่มเมื่อปี 2562 และจัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เป็นการแข่งขันระหว่างศูนย์การค้าภายในบริษัทฯ ซึ่งรางวัลกว่า 50,000 บาท โดยมีเกณฑ์ประเมินจากประสิทธิภาพการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดการใช้น้ำ การบริหารจัดการขยะ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการบริหารจัดการทรัพยากร รวมถึงการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญภายในจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมเป็นคณะกรรมการตัดสิน เพื่อให้ได้มุมมองทั้งในด้านเทคนิคธุรกิจ รวมถึงการนำไปใช้ปฏิบัติได้จริง โดยโครงการที่ชนะเลิศประจำปี 2566 คือ เซ็นทรัล มหานคร

ผลการดำเนินงาน

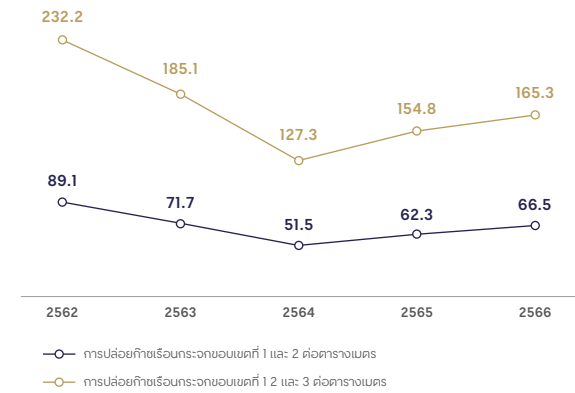
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน ขอบเขตที่ 1 2 และ 3 ขององค์กร

(ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



ดัชนีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน ขอบเขตที่ 1 2 และ 3 ขององค์กร

(กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร)



- หมายเหตุ**
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ประกอบด้วย การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมต่าง ๆ ภายในศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน และธุรกิจโรงแรมทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้
 - จำนวนศูนย์การค้าและโครงการรูปแบบผสม ที่นำมาคำนวณในช่วงปี 2562-2564 เท่ากับ 36 โครงการ และในปี 2565-2566 เท่ากับ 38 โครงการ ทั้งในและต่างประเทศ โดยไม่รวมเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ที่ปิดบริการในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน 2566
 - จำนวนอาคารสำนักงานที่นำมาคำนวณในช่วงปี 2562-2566 เท่ากับ 4 โครงการ (ไม่นับซ้ำอาคารสำนักงานที่รวมในโครงการรูปแบบผสมแล้ว)
 - จำนวนศูนย์การค้าขนาดเล็กที่นำมาคำนวณในช่วงปี 2562-2564 เท่ากับ 14 โครงการ และในปี 2565-2566 เท่ากับ 15 โครงการ
 - จำนวนโรงแรมที่นำมาคำนวณในช่วงปี 2566 เท่ากับ 4 โครงการ
 - ปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่ใช้ในการคำนวณเป็น พื้นที่ให้เช่าทั้งหมด (Net Leasable Area) รวมกับพื้นที่ส่วนกลางตามแนวทางสากล

12

การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

ความสำคัญ

การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้พลังงานหมุนเวียน เป็นประเด็นสำคัญของบริษัทฯ ที่จะช่วยลดความรุนแรงและความเสี่ยงของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในเชิงกายภาพ และเชิงการเปลี่ยนแปลง พร้อมกับช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ซึ่งสนับสนุนให้บริษัทฯ มุ่งสู่การเป็นองค์กรปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ตามเป้าหมายในปี 2593 ได้สำเร็จ

การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพยังเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อการบริหารจัดการต้นทุนในการดำเนินงานของบริษัทฯ เนื่องจากค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคนั้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34 ของต้นทุนในการดำเนินงานทั้งหมด โดยในปี 2566 ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคของบริษัทฯ ซึ่งได้แก่ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ และค่าแก๊สหุงต้ม ที่ใช้ในการดำเนินงานทั้งหมด (รวมการอุปโภคของสำนักงานใหญ่) มีมูลค่า 5,489 ล้านบาท เป็นสัดส่วนค่าไฟฟ้าที่ร้อยละ 91 ของค่าสาธารณูปโภคทั้งหมด โดยสาเหตุที่ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอย่างมีนัย เนื่องมาจากการปรับขึ้นอัตราค่าไฟฟ้าจากแหล่งจ่ายไฟฟ้าของประเทศโดยตรง ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งหาเทคโนโลยีใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง รวมถึงนวัตกรรมที่จะช่วยในการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน ควบคู่กับลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรไปพร้อมกัน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ดำเนินงานด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมตามนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมครอบคลุมการดำเนินงานและการบริหารจัดการพลังงานและพลังงานไฟฟ้า การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง การบริหารจัดการขยะ และการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุดอย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยยึดแนวทางดำเนินงานตามมาตรฐานสากลต่าง ๆ อาทิ มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาตรฐานการจัดการก๊าซเรือนกระจก (ISO 14064-1) มาตรฐานระบบการจัดการด้านพลังงาน (ISO 50001) และแนวทางการบริหารจัดการ “การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ”



12.1 การบริหารจัดการพลังงานและพลังงานไฟฟ้า

1) การใช้พลังงาน

การใช้พลังงานในปี 2566 ในส่วนการใช้พลังงานที่เป็นของบริษัท บริษัทร่วม บริษัทย่อย และบริษัทร่วมค้า ครอบคลุมธุรกิจศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน คอมมูนิตี้ มอลล์ และโรงแรม จากแหล่งพลังงาน 2 ประเภท คือ แหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป และแหล่งพลังงานทดแทน

1.1 จากแหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ได้แก่

- พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งผลิตโดยตรง จากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคและการไฟฟ้านครหลวง จำนวน 1,039,694 เมกะวัตต์-ชั่วโมง หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88 ของพลังงานที่ใช้ทั้งหมด โดยใช้ในการทำงานของระบบปรับอากาศ ไฟฟ้าแสงสว่าง ไฟฟ้าร้านค้าและพื้นที่เช่า และเพื่อกิจกรรมปกติภายในบริษัท
- พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของพลังงานที่ใช้ทั้งหมด ได้แก่ น้ำมันที่ใช้ในการเผาไหม้เครื่องยนต์เพื่อดำเนินกิจกรรมปกติ เช่น การทำงานของเครื่องตัดหญ้า การใช้รถตู้บริษัท รถรับส่งลูกค้า และในการซ่อมแผนเผชิญเหตุจำพวกอุปกรณ์ยุทธภัณฑ์สำหรับซ้อมดับเพลิง นอกจากนี้ ยังสำรองเพื่อใช้งานในกรณีเหตุฉุกเฉิน เช่น การใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิงในเครื่องกำเนิดไฟฟ้าและระบบสูบน้ำดับเพลิง เป็นต้น สำหรับแก๊สหุงต้ม มีการใช้สำหรับกิจกรรมในศูนย์อาหารที่บริหารงานโดยบริษัท ร้านค้าพื้นที่เช่า และในการซ่อมแผนเผชิญเหตุกรณีเกิดเหตุจากครัวร้อน

1.2 จากแหล่งพลังงานหมุนเวียนตามธรรมชาติ

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายใช้พลังงานหมุนเวียนทดแทนพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 20 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด ภายในปี 2573 โดยเริ่มจากตั้งเป้าหมายในการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารศูนย์การค้า อาคารที่จอดรถ และการใช้ไฟฟ้าจากแผงโซลาร์เซลล์ในรูปแบบอื่น ๆ ให้ครบทุกโครงการในปี 2567 และกำหนดเป็นมาตรฐานที่ต้องติดตั้งในทุกโครงการใหม่ ในปี 2566 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตติดตั้ง (Installed Capacity) รวม 29.4 เมกะวัตต์ จาก 28 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 68 ของจำนวนโครงการศูนย์การค้าที่เปิดให้บริการทั้งหมด ณ ปัจจุบัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เริ่มนำร่องโครงการรับซื้อไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนจากภายนอก

โครงการผ่านระบบสายส่ง (Offsite Renewables) ในโครงการเซ็นทรัล ศาลา เป็นแห่งแรก โดยคาดว่าจะภายหลังดำเนินโครงการจะสามารถเพิ่มสัดส่วนปริมาณไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนได้เป็นร้อยละ 20 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งอาคาร รวมถึงได้ขยายผลติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาคลับเฮาส์ของโครงการที่อยู่อาศัยประเภทหมู่บ้าน 6 โครงการ รวมกำลังการผลิตเท่ากับ 32.4 กิโลวัตต์

จากการทำรายงาน TCFD ส่งผลให้ บริษัทฯ ติดตามความเสี่ยงและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เชิงการเปลี่ยนแปลงในด้านกฎหมาย และข้อบังคับอย่างใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทฯ ได้วางแผนศึกษา และทดลองระบบการติดตั้งแผงโซลาร์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเตรียมพร้อมขยายกำลังการผลิตได้ทันทีที่กระบวนการแก้ไขกฎหมายการขออนุญาตการติดตั้งระบบผลิตพลังงานแสงอาทิตย์ชนิดติดตั้งบนหลังคามีผลบังคับใช้ โดยบริษัทฯ กำหนดเกณฑ์สำหรับการติดตั้งโซลาร์เซลล์ออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

แบบติดตั้งบนหลังคาศูนย์การค้า (Solar Rooftop)



แบ่งย่อยเป็น แบบติดตั้งบนหลังคา Metal Sheet (Metal Sheet Solar Rooftop) ซึ่งเหมาะกับโครงการก่อสร้างใหม่ และแบบติดตั้งบนพื้นที่ลาดฟ้า (RC Slab Solar Rooftop) เป็นการนำแผงโซลาร์เซลล์ขึ้นไปติดตั้งบนพื้นที่ลาดฟ้า หรือ Concrete Slab ของอาคารศูนย์การค้า จะเหมาะกับโครงการเดิมที่ไม่ได้เตรียมโครงสร้างหลังคาที่จะรองรับน้ำหนักการติดตั้ง

แบบติดตั้งบนลานจอดรถ



แบ่งย่อยเป็น แบบติดตั้งบนหลังคา Metal Sheet (Metal Sheet Car Shading) เป็นการนำแผงโซลาร์เซลล์ขึ้นไปติดตั้งบนหลังคาเหล็ก (Metal Sheet) หรือหลังคากระเบื้องของที่จอดรถ และแบบติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ทดแทนวัสดุมุงหลังคาที่จอดรถ ซึ่งเหมาะสมกับอาคารจอดรถเดิมหรือสร้างใหม่ที่ยังไม่มีการมุงหลังคา

นอกจากนั้น ในปีที่ผ่านมาบริษัท มีการศึกษาและวิเคราะห์ ความคุ้มค่าในการติดตั้งเพิ่มเติม 3 แบบ ได้แก่ แบบลอยน้ำ (Solar Floating) เป็นการติดตั้งโซลาร์เซลล์บนผิวน้ำ แบบ Building Integrated Photovoltaics (BIPV) ซึ่งเป็นนวัตกรรม การนำแผงเซลล์แสงอาทิตย์มาติดตั้งเพื่อทดแทนหรือเป็นส่วน เดียวกันกับวัสดุอาคาร เช่น หลังคา แนวกันสาด หน้าต่าง ผนังกระจกรอบอาคาร และแบบ Solar Film บนกระจก Skylight

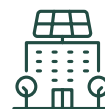
เพื่อลดปริมาณความร้อนที่เข้าสู่ตัวอาคารพร้อมกับการผลิต พลังงานทดแทน ซึ่งบริษัท ยังคงดำเนินการศึกษาเพิ่มเติม ในบางระบบ และรอการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ช่วยสร้าง นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อช่วยลดต้นทุนในการติดตั้ง และอาจ ลดความสำคัญของการทดลองในบางระบบเนื่องจากมีปัจจัย ทางด้านกายภาพที่อาจไม่เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ในปัจจุบัน

ผลการดำเนินงาน

ปี 2566 บริษัท ได้ติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในโครงการศูนย์การค้า 24 โครงการ และมีอีก 4 โครงการอยู่ระหว่างการติดตั้ง สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงาน แสงอาทิตย์ได้รวม 26,011 เมกะวัตต์-ชั่วโมง จากกำลังการผลิต 24.3 เมกะวัตต์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.8 ของพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในโครงการศูนย์การค้า และคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 2.4 ของพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ทั้งหมดของบริษัท ซึ่งผลิตได้เพิ่มขึ้น จากปี 2565 ที่ร้อยละ 18 หรือเพิ่มจากปีฐาน ปี 2562 ที่ร้อยละ 188 และในปี 2567 บริษัท วางแผนจะติดตั้งเพิ่มเติมอีกไม่น้อยกว่า 15 เมกะวัตต์

บริษัท ตั้งเป้าหมายให้ใช้พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน อย่างน้อย ร้อยละ 4.5 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดในอาคารภายในปี 2566 และร้อยละ 20 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดในอาคารภายในปี 2573 อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก ข้อจำกัดทางกายภาพ และด้วยข้อกำหนดหรือเงื่อนไขในการขออนุญาตการติดตั้งระบบ ผลิตพลังงานแสงอาทิตย์ชนิดติดตั้งบนหลังคา และการปรับแผนการติดตั้งโซลาร์ ให้สอดคล้องกับแผนการปรับปรุงอาคารของศูนย์การค้า ทำให้การขยายกำลังการผลิต ของการติดตั้งและผลิตไฟฟ้าด้วยเซลล์แสงอาทิตย์มีความล่าช้ากว่าแผนที่กำหนด

บริษัท ได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มเข้ามาประยุกต์ใช้ในการรวบรวมข้อมูล โดยพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลการผลิต และการใช้พลังงานทดแทน ภายในองค์กร พร้อมระบบที่ช่วยติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย รวมถึงให้ผู้ปฏิบัติงานที่ประจำตามสาขา และทีมงานส่วนกลางสามารถติดตามตรวจสอบ ประสิทธิภาพของการผลิตพลังงานทดแทน เพื่อให้ได้หน่วยผลิตไฟฟ้าสูงสุด และ เข้าแก้ไขปัญหาได้ทันทีหากพบว่าผลผลิตไฟฟ้าไม่เป็นไปตามที่กำหนด โดยปัจจุบัน อยู่ระหว่างการพัฒนาแพลตฟอร์ม และคาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จภายในปี 2567



ติดตั้งและผลิตไฟฟ้า จากพลังงานแสงอาทิตย์

24 โครงการ

อยู่ระหว่างการติดตั้ง
4 โครงการ

ผลิตไฟฟ้าจากพลังงาน แสงอาทิตย์ได้รวม

26,011

เมกะวัตต์-ชั่วโมง

จากกำลังการผลิต

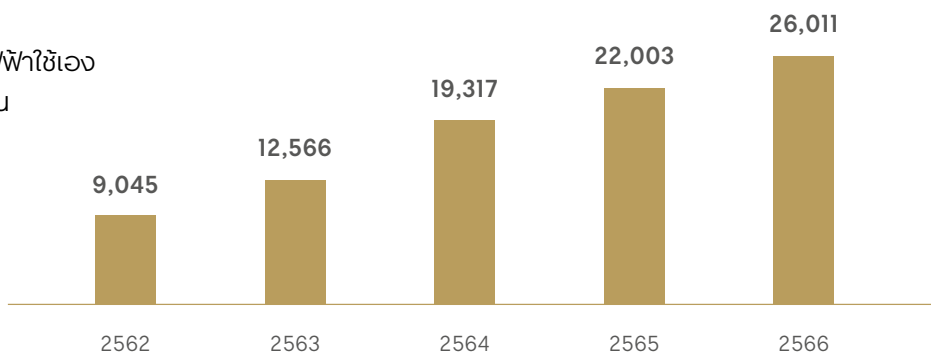
24.3 เมกะวัตต์

ในปี 2567

วางแผนจะติดตั้ง
เพิ่มเติมอีกไม่น้อยกว่า

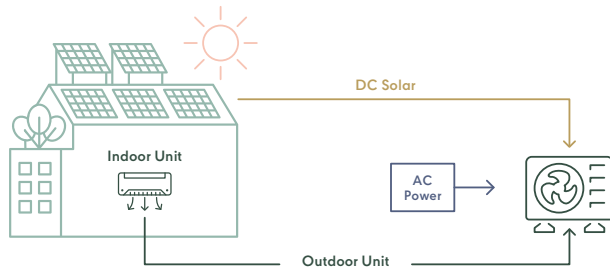
15 เมกะวัตต์

ปริมาณการผลิตพลังงานไฟฟ้าใช้เอง จากแหล่งพลังงานหมุนเวียน (เมกะวัตต์-ชั่วโมง)



โครงการเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ แผงโซลาร์ติดตั้งบนหลังคา Metal Sheet และบนหลังคาที่จอดรถ

โครงการก่อสร้างใหม่ที่มีการใช้ไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์ตั้งแต่เปิดให้บริการเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2566 มีกำลังการผลิตติดตั้งรวม 2.1 เมกะวัตต์พีค (MWp) ซึ่งติดตั้งได้สูงสุดเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น ๆ โดยติดตั้งทั้งบนหลังคา Metal Sheet ของอาคาร และติดตั้งบนหลังคาที่จอดรถ ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากระบบสายส่งตลอดทั้งปีได้มากกว่าโครงการปกติ สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 22 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดในอาคาร รวมถึงเป็นศูนย์การค้าแห่งแรกที่ได้รับไฟฟ้ากระแสตรงจากแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อมาจ่ายไฟฟ้าให้กับเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนที่จ่ายความเย็นให้เครื่องจักรในห้องควบคุมระบบลิฟต์



ไฟฟ้าจากแหล่งผลิตโดยตรง
ผ่านสายส่ง:

1,039,694

เมกะวัตต์-ชั่วโมง



เชื้อเพลิงฟอสซิล:

123,257

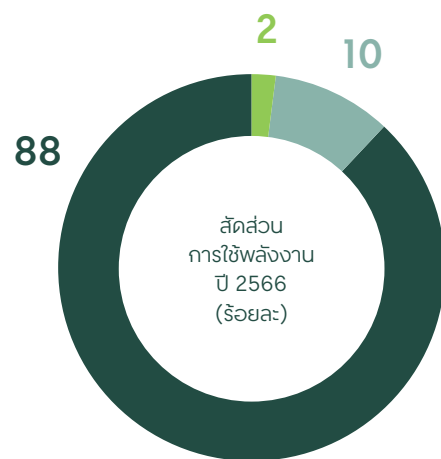
เมกะวัตต์-ชั่วโมง



พลังงานหมุนเวียน- แสงอาทิตย์:

26,011

เมกะวัตต์-ชั่วโมง



* รวมการใช้พลังงานของร้านค้า/ผู้เช่าที่อยู่ในส่วนที่ควบคุมและบริหารจัดการได้โดยบริษัทฯ

■ ไฟฟ้าจากระบบสายส่ง ■ เชื้อเพลิงฟอสซิล ■ พลังงานแสงอาทิตย์

2) การบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพ

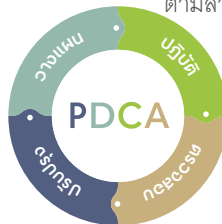
บริษัทฯ กำหนดแนวทางปฏิบัติในการบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพ ใน 3 มิติ ได้แก่ ด้านเทคนิค ด้านกระบวนการ และด้านพฤติกรรม สอดคล้องตามมาตรฐาน ISO 50001 และนำวงจรบริหารงานคุณภาพ PDCA: Plan-วางแผน > Do-ปฏิบัติ > Check-ตรวจสอบ > Act-ปรับปรุง มาใช้ในการปรับปรุงการทำงานอย่างเป็นระบบควบคู่กันไป

วางแผน

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายและแผนการบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้า ควบคู่กับแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทุกปี ตามนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีที่ปรึกษาภายนอก ร่วมกับเจ้าหน้าที่ชำนาญการ ทำการตรวจประเมินด้านพลังงาน (Energy Audit) และให้คำแนะนำ พร้อมวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน และนำเสนอต่อหน่วยงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำการพัฒนาแผนงานในการพัฒนา ปรับปรุงการบริหารและจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าประจำปีร่วมกับทีมงานด้านการจัดการพลังงานรายสาขา และนำเสนอต่อคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการบริษัท และการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามลำดับขั้น เพื่อขออนุมัติดำเนินงาน

ปฏิบัติ

ทีมงานบริหารและทีมงานด้านการจัดการพลังงานรายสาขา ร่วมกันดำเนินการตามแผนการบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้าประจำปี ซึ่งประกอบด้วย เป้าหมายการลดพลังงานไฟฟ้ารายสาขา เทคโนโลยีและมาตรการในการลดพลังงานที่กำหนดโดยส่วนกลาง การติดตามผลแบบ Real Time ผ่านระบบ Building Management System และรายงานผลผ่านระบบเก็บข้อมูลการใช้พลังงานซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลนำเข้าแพลตฟอร์มเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกองค์กร นอกจากนั้น แต่ละสาขาปฏิบัติตามแผนบำรุงรักษาเชิงป้องกัน เกณฑ์ประเมินประสิทธิภาพของแต่ละเทคนิค และแผนการตรวจสอบการใช้งานของระบบในอาคาร โดยผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้ารายสาขา จะถูกนำไปประเมินเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดองค์กร และรายงานต่อคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการบริษัท และการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามลำดับขั้น



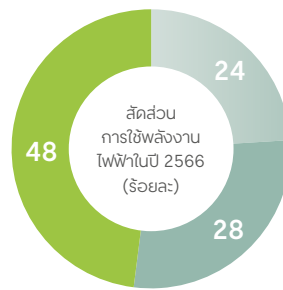
ปรับปรุง

กรณีผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทีมงานส่วนกลางและสาขา จะร่วมกันทำการปรับปรุงการจัดการพลังงาน และนำเสนอในรอบวางแผนถัดไปเพื่อแก้ไข และปรับปรุงตามรอบการตรวจสอบ โดยแผนการปรับปรุงจะแบ่งออกเป็น 6 หมวด ได้แก่ 1) ปรับปรุงกรอบอาคาร 2) ปรับปรุงระบบสมดุลอากาศที่ผ่านเข้าสู่ตัวอาคาร 3) ปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร และเร่งค้นหานวัตกรรมใหม่ๆ 4) ปรับปรุงการควบคุมและปฏิบัติงานของช่างที่รับผิดชอบ 5) การซ่อมบำรุง และ 6) การใช้พลังงานหมุนเวียนนอกจากนั้น บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ โดยกำหนดหัวข้อการลดและประหยัดพลังงาน เป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของโครงการตรียมทีม เปิดโอกาสให้ช่างที่ชำนาญการซึ่งมองเห็นปัญหาจากกระบวนการปฏิบัติและตรวจสอบ คิดหาแนวทางแก้ปัญหา หรือพัฒนาต่อยอดจากการปฏิบัติหน้างาน นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังนำผลการตรวจสอบ และวิเคราะห์ที่ได้ ไปพัฒนาหาแนวทางแก้ไข หรือนวัตกรรมใหม่ ร่วมกันกับคู่ค้าหรือหน่วยงานภายนอก

ตรวจสอบ

บริษัทฯ จัดให้มีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้ารายสาขา ทั้งจากหน่วยงานภายใน ได้แก่ หน่วยงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรสิ่งแวดล้อม หน่วยงานจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อม และหน่วยงานภายนอกซึ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตตรวจสอบและรับรองการจัดการพลังงาน เพื่อติดตามการจัดการพลังงานให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ และนโยบายอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงมีการสุ่มตรวจสอบโดยแผนกตรวจสอบภายในของบริษัทฯ ตามวาระ และจัดส่งรายงานการจัดการพลังงาน และรายงานผลการตรวจสอบและรับรองการจัดการพลังงานต่อกองกำกับและอนุรักษ์พลังงานเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีการเปิดเผยข้อมูลด้านพลังงานต่อสาธารณะ ผลการตรวจสอบจะนำเสนอไปยังทีมงานบริหารรายสาขา และทีมงานด้านการจัดการพลังงานสาขา พร้อมนำเสนอต่อผู้บริหารสูงสุดของฝ่ายบริหารทรัพยากร เพื่อทำการปรับปรุงต่อไป

บริษัทฯ แบ่งการบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าออกเป็น 2 ส่วน ตามความสามารถในการควบคุมและบริหาร ได้แก่ การใช้พลังงานไฟฟ้าโดยบริษัทฯ (พื้นที่ส่วนกลางและระบบปรับอากาศ) และ การใช้พลังงานโดยผู้ประกอบการร้านค้าและผู้เช่าพื้นที่



- โดยบริษัทฯ : พื้นที่ส่วนกลาง
- โดยบริษัทฯ : ระบบปรับอากาศ
- โดยผู้ประกอบการร้านค้าและผู้เช่าพื้นที่

2.1 การใช้พลังงานไฟฟ้าโดยบริษัทฯ ไฟฟ้าในพื้นที่ส่วนกลางและในระบบปรับอากาศ ซึ่งบริษัทฯ ดูแลและควบคุมได้โดยตรง มีการกำหนดนโยบายในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ตั้งเป้าหมายองค์การในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ลงให้ได้ร้อยละ 20 ภายในปี 2568 เทียบกับปีฐานปี 2558 (เฉพาะส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าจากระบบสายส่งโดยบริษัทฯ) และกำหนดเป้าหมายลดการใช้พลังงานลงให้ได้ร้อยละ 12 ในปี 2566 เทียบกับปี 2562 ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการใช้มาตรการต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการใช้และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้ดียิ่งขึ้น โดยมีมาตรการตามแผนอนุรักษ์พลังงานที่สำคัญ ในปี 2566 ทั้งสิ้น 20 มาตรการ คิดเป็นมูลค่า 144 ล้านบาท ซึ่งสามารถลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าลงได้ 7,741 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านเทคนิค และกระบวนการ

มาตรการเกี่ยวกับกรอบอาคาร

- ติดตั้งฉนวนกันความร้อนเพิ่มเติม
- เลือกใช้ Active Skylight ประเภทที่ควบคุมช่องรับแสงธรรมชาติบนหลังคา และลดการส่งผ่านความร้อนได้
- นำแผงโซลาร์มาบังผิวดาดฟ้าอาคารในส่วนหลังคาเมทัลชีท และพื้นคอนกรีต เพื่อเพิ่มความสามารถในการต้านทานความร้อนให้กับหลังคา และลดผลกระทบจากการแผ่รังสีความร้อนเข้ามาภายในกรอบอาคาร

มาตรการเกี่ยวกับระบบปรับอากาศ HVAC อาทิ

- ติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมความเร็วรอบมอเตอร์ (Variable Speed Drive: VSD)
- ปรับเปลี่ยนเครื่องทำน้ำเย็นประสิทธิภาพสูง (High Efficiency Chiller) โดยใช้สารทำความเย็นที่มีผลกระทบต่อสภาวะโลกร้อนในระดับที่ต่ำมาก
- ปรับเปลี่ยนมอเตอร์บีบประสิทธิภาพสูง ติดตั้งระบบควบคุมระบบปรับอากาศ (AC Control System) ให้เหมาะสมกับอุณหภูมิและความชื้นภายนอก
- ติดตั้งระบบ Building Management System (BMS) และระบบ Chiller Plant Management System
- ปรับปรุงกระบวนการทำงานของเครื่องจักรและควบคุมดูแลระบบปรับอากาศให้ทำงานสัมพันธ์กับปริมาณภาระความร้อนในแต่ละช่วงเวลาอย่างเหมาะสม

การพัฒนาพนักงาน ในด้านการอนุรักษ์พลังงาน

ผ่านการอบรมกิจกรรมสื่อสารวันพลังงาน (Energy Day) และโครงการตรีมทิม

- ในปี 2566 ได้จัดอบรมด้านการจัดการพลังงานจำนวน 37 หลักสูตร มีผู้เข้าร่วมจำนวน 1,550 คน (นับซ้ำคน) คิดเป็นร้อยละ 30 ของพนักงานทั้งหมด
- โครงการตรีมทิม ที่นำไปปรับใช้ทั่วทั้งองค์กร ได้แก่ โครงการติดตั้งอุปกรณ์ระบายความร้อน หรือ Cooling Pad สำหรับลดอุณหภูมิในคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ของระบบระบายอากาศ



จัดอบรม
ด้านการจัดการพลังงาน
37 หลักสูตร

มีผู้เข้าร่วมจำนวน
1,550 คน

ด้านนวัตกรรม

- ติดตั้ง HVAC Air Scrubber ในการลดภาระความร้อนเข้าสู่อาคารจากระบบเดิมอากาศ ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- นำร่องติดตั้งระบบปรับอากาศแบบไฟฟ้ากระแสตรงที่รับไฟฟ้าจากแผงโซลาร์เซลล์โดยตรง ซึ่งปัจจุบันทำการติดตั้งทดแทนเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนที่จ่ายความเย็นให้เครื่องจักรในห้องควบคุมระบบลิฟต์
- นำร่องปรับปรุงระบบ Chiller Plant Management ด้วยเทคโนโลยี IoT และ AI ซึ่งจะประมวลผลข้อมูลการใช้พลังงานของอาคารแบบ Real-time จากระบบต่าง ๆ เช่น Building

Management System (BMS), Building Automation System (BAS), Chiller Plant Manager (CPM) และอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น Sensor อุปกรณ์ IoT เพื่อสร้างรูปแบบการใช้พลังงานของอาคาร จากนั้นจึงใช้ AI Software ในควบคุมการทำงานของระบบเครื่องทำน้ำเย็นให้อยู่ในช่วงที่เหมาะสมตามภาระความร้อนที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งจะช่วยลดการใช้พลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบปรับอากาศในขณะเดียวกัน ต้องอยู่ในสถานะที่ผู้ใช้บริการรู้สึกสบาย ไม่ร้อน หรือไม่เย็นจนเกินไป โดยปัจจุบันอยู่ระหว่างการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และคาดว่าจะเริ่มดำเนินการภายในปี 2567

2.2 การใช้พลังงานไฟฟ้าโดยผู้ประกอบการร้านค้าและผู้เช่าพื้นที่ โดยบริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการระบบไฟฟ้าและระบบความเย็นให้แก่ร้านค้าและคิดค่าบริการตามปริมาณการใช้งาน เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านค้าและผู้เช่าพื้นที่สามารถบริหารจัดการการใช้ไฟฟ้าของตนให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ทั้งนี้ ในขั้นตอนการออกแบบและวางระบบไฟฟ้าในร้านค้านั้น ทางบริษัทฯ ได้ระบุเป็นข้อกำหนดมาตรฐานอาคารณโภคอาคารและงานระบบ และการจัดเตรียมการออกแบบให้สอดคล้องกับการรับรองตามแนวทางมาตรฐานอาคารเขียว “TREES-CS (Core and Shell)” เพื่อให้ร้านค้าคำนึงถึงเรื่องการเลือกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงาน เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายของร้านค้า และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม อีกทั้งเชิญชวนร้านค้าเข้าร่วมมาตรการลดการใช้พลังงานต่าง ๆ รวมไปถึงการเข้าร่วมกิจกรรมสื่อสารวันพลังงาน (Energy Day) ในแต่ละสาขา ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ริเริ่มโครงการ Green Partnership ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนแบรนด์ และร้านค้าลดการใช้พลังงาน จากจำนวนแบรนด์ที่เข้าร่วม 46 ราย พบว่าสามารถลดการใช้พลังงานลงได้ 318,169 กิโลวัตต์-ชั่วโมง

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2566 บริษัทฯ ใช้พลังงานไฟฟ้าจากระบบสายส่งทั้งหมดเท่ากับ 1,039,694 เมกะวัตต์-ชั่วโมง แบ่งเป็นการใช้ไฟฟ้าโดยบริษัทฯ เท่ากับ 533,892 เมกะวัตต์-ชั่วโมง และเป็นการใช้ไฟฟ้าโดยผู้ประกอบการร้านค้าเท่ากับ 505,802 เมกะวัตต์-ชั่วโมง หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 และ 49 ตามลำดับ เนื่องจากจำนวนผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเพิ่มขึ้น และการขยายตัวทางธุรกิจขององค์กร ทำให้แนวโน้มการใช้พลังงานของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัว แสวงหานวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการพลังงานให้ดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้ เพื่อให้การวิเคราะห์ และการตั้งเป้าหมายด้านการใช้พลังงานมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องตามการเติบโตขององค์กร บริษัทฯ จึงได้กำหนดดัชนีการใช้พลังงานต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ หรือ Energy Intensity (ในส่วนของพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป) ควบคู่ไปกับการตรวจวัดปริมาณไฟฟ้าที่ลดได้จริง ในปี 2566 ดัชนีการใช้พลังงานต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่โดยรวมทั้งอาคารเท่ากับ 249.8 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตร เฉพาะส่วนของบริษัทฯ (พื้นที่ส่วนกลางและระบบปรับอากาศ) เท่ากับ 128.3 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตร และเฉพาะส่วนของร้านค้าเท่ากับ 121.5 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตร



พลังงานไฟฟ้า
จากระบบสายส่งทั้งหมด
1,039,694
เมกะวัตต์-ชั่วโมง

ใช้ไฟฟ้าโดย

บริษัทฯ
533,892
เมกะวัตต์-ชั่วโมง

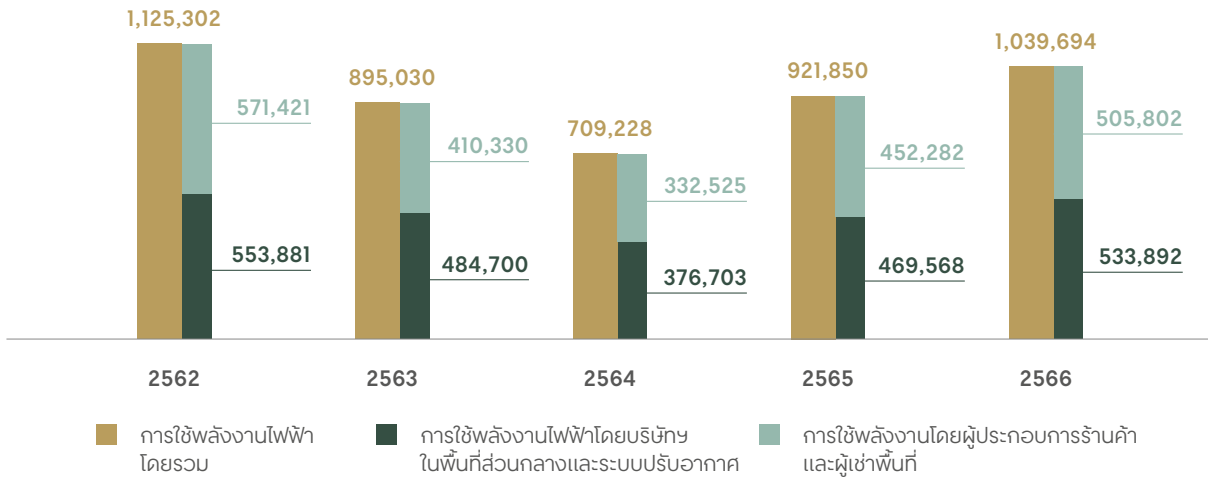
ผู้ประกอบการร้านค้า
505,802
เมกะวัตต์-ชั่วโมง

สัดส่วนร้อยละ



ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่บริษัทฯ ใช้แยกตามกิจกรรม

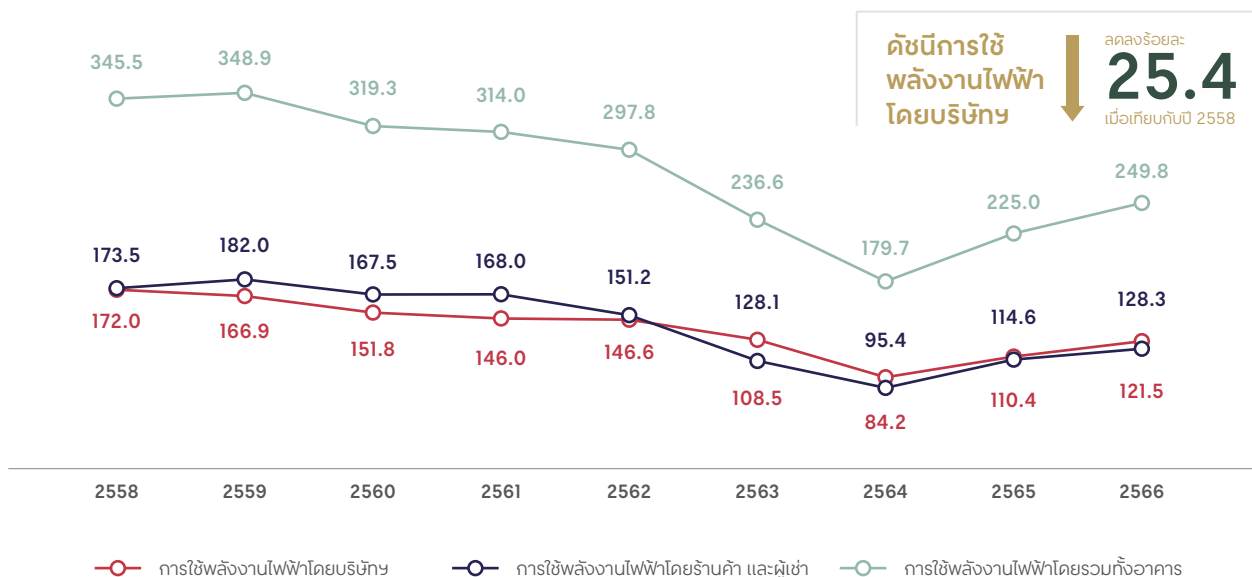
หน่วย: เมกะวัตต์-ชั่วโมง



- หมายเหตุ 1. วิเคราะห์โครงการประเภทธุรกิจให้เข้าประเภทศูนย์การค้า อาคารสำนักงานที่เปิดให้บริการในปีนั้น ๆ ดังนี้
- จำนวนศูนย์การค้าและโครงการรูปแบบผสม ที่นำมาคำนวณในช่วงปี 2562-2564 เท่ากับ 36 โครงการ และในปี 2565-2566 เท่ากับ 38 โครงการ ทั้งในและต่างประเทศ โดยไม่รวมโครงการเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ที่เปิดบริการปลายเดือนพฤศจิกายน 2566
 - จำนวนอาคารสำนักงานที่นำมาคำนวณในช่วงปี 2562-2566 เท่ากับ 4 โครงการ (ไม่นับซ้ำอาคารสำนักงานที่รวมในโครงการรูปแบบผสมแล้ว)
 - จำนวนศูนย์การค้าขนาดเล็กที่นำมาคำนวณในช่วงปี 2562-2564 เท่ากับ 14 โครงการ และในปี 2565-2566 เท่ากับ 15 โครงการ จำนวนโรงแรมที่นำมาคำนวณช่วงปี 2566 เท่ากับ 4 โครงการ
2. ปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่ใช้ในคำนวณเป็น พื้นที่ให้เช่าทั้งหมด (Net leasable area) รวมกับพื้นที่ส่วนกลางตามแนวทางสากล

ดัชนีการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่

(กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตร)



12.2 การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง

1) การบริหารจัดการน้ำ

บริษัทฯ มีการใช้น้ำใน 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 ในพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องน้ำบริการลูกค้า การรดน้ำต้นไม้ การล้างทำความสะอาดสถานที่ การระบายความร้อนของระบบหล่อเย็น และส่วนที่ 2 ในพื้นที่ของร้านค้าผู้เช่า เช่น การประกอบอาหารและล้างทำความสะอาดอุปกรณ์

แหล่งที่มาของน้ำใช้มาจากการประปาส่วนภูมิภาคและการประปานครหลวงเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 98 ของปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด โดยมีการใช้น้ำบาดาลใน 5 โครงการ ได้แก่ โครงการเซ็นทรัล เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เซ็นทรัล เชียงราย เซ็นทรัล เชียงใหม่ เซ็นทรัล สมุย และเซ็นทรัล ภูเก็ต ฟลอเรสต้า ซึ่งมีการประเมินคุณภาพน้ำบาดาลก่อนนำมาใช้ และได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานอนุญาตต่าง ๆ ในพื้นที่ก่อนเจาะน้ำบาดาล ควบคุมปริมาณการใช้น้ำบาดาลให้ไม่เกินค่าที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต และจัดส่งรายงานการใช้น้ำบาดาลต่อพนักงานน้ำบาดาลประจำท้องถิ่นหรือเจ้าหน้าที่ประจำท้องถิ่นในเขตพื้นที่นั้นทุกเดือน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยเป็นหลักซึ่งตั้งอยู่ในลุ่มแม่น้ำโขง

และแม่น้ำเจ้าพระยา (รายงานตาม GRI 303-1) มีระดับความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำปานกลางถึงสูง (Medium-high Risk Level) เป็นลำดับที่ 35 ของโลก ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ความเสี่ยงทางกายภาพที่อาจเกิดขึ้นจากภาวะโลกร้อนพบว่าการขาดแคลนน้ำและภาวะอุทกภัยต่างเป็นปัจจัยเสี่ยงที่บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญโดยพื้นที่ที่เสี่ยงต่อน้ำแล้ง ได้แก่ โครงการที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังรายงาน “ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลต่อภาวะปรากฏการณ์เอลนีโญ” เพื่อลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น บริษัทฯ ได้กำหนดให้เรื่องการบริหารจัดการน้ำเป็นส่วนหนึ่งในแผนเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

นอกจากนี้ บริษัทฯ กำหนดมาตรการดูแลและเตรียมพร้อมรับสถานการณ์ภัยแล้งโดยยึดแนวทางบริหารจัดการตามหลัก 3R คือ ลดการใช้น้ำ (Reduce) ใช้น้ำซ้ำ (Reuse) และนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วมาปรับปรุงคุณภาพและนำกลับไปใช้ใหม่ (Recycle) โดยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและตั้งเป้าหมายในการลดการดึงน้ำจากแหล่งต่าง ๆ ลงให้ได้ร้อยละ 12 ภายในปี 2566 และร้อยละ 30 ภายในปี 2573 เมื่อเทียบกับปีฐาน ปี 2562

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2566 บริษัทฯ ใช้น้ำประปา 11.6 ล้านลูกบาศก์เมตร น้ำบาดาล 0.21 ล้านลูกบาศก์เมตร และน้ำฝน 0.003 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งมาจากการกักเก็บในบ่อน้ำฝน 2 โครงการ คือ เซ็นทรัล ภูเก็ต ฟลอเรสต้า และเซ็นทรัล อุดร รวมปริมาณการดึงน้ำจากแหล่งน้ำภายนอกมาใช้ 11.8 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งลดลงร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2562 (เป้าหมายลดลงร้อยละ 12 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2562)

บริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบผลิตน้ำรีไซเคิลไปแล้ว 18 โครงการ สามารถนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้ใหม่หรือน้ำรีไซเคิล จำนวน 617,371 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็นร้อยละ 5.2 ของปริมาณการดึงน้ำมาใช้ทั้งหมดของบริษัทฯ และร้อยละ 13 ของปริมาณการดึงน้ำมาใช้ทั้งหมดในโครงการที่ติดตั้งระบบรีไซเคิลน้ำ น้ำที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิลแล้วจะถูกนำกลับมาใช้ใหม่ในระบบ Cooling Tower และกิจกรรมที่สามารถใช้ได้ เช่น รดน้ำต้นไม้ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านกายภาพในเรื่องการรับน้ำหนักของพื้นที่สำหรับติดตั้งภายในอาคาร รวมถึงคุณภาพน้ำที่เข้าสู่ระบบรีไซเคิลน้ำ ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตน้ำรีไซเคิลต่ำกว่าเป้าหมาย โดยปัจจุบัน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษาแนวทางในการเพิ่มจำนวนโครงการที่จะติดตั้งระบบน้ำรีไซเคิล และค้นหาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการรีไซเคิล เช่น ใช้ระบบบำบัดน้ำร่วมกับระบบโอโซน ประสิทธิภาพสูง รวมถึงเพิ่มความถี่ของการสูบน้ำมันและไขมัน เพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำและใช้น้ำให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดก่อนระบายออกสู่แหล่งน้ำภายนอก



ติดตั้งระบบ
ผลิตน้ำรีไซเคิล

18 โครงการ

น้ำที่ผ่านการบำบัด
แล้วนำกลับมาใช้ใหม่

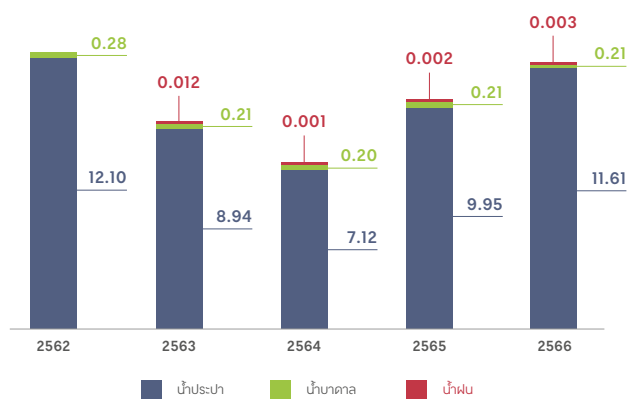
617,371

ลูกบาศก์เมตร

มาตรการที่ใช้	รายละเอียด
 ลดการใช้น้ำ (Reduce)	ติดตั้งสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ ติดตั้งก๊อกประหยัดน้ำและระบบเซ็นเซอร์ตรวจจับการใช้งานในห้องน้ำ ปรับอัตราการไหลของน้ำเพื่อการชำระล้างที่ก๊อกน้ำอ่างล้างหน้าและโถสุขภัณฑ์ ติดตั้งระบบน้ำหยดและระบบสปริงเกอร์แบบประหยัดน้ำในการรดน้ำต้นไม้ในสวนโดยรอบโครงการ และใช้เทคโนโลยีทำความสะอาดพื้นแบบไม่ใช้น้ำ
 การใช้น้ำซ้ำ (Reuse)	ทดลองนำน้ำคอนเดนเสทที่กลั่นตัวจากเครื่องทำความเย็นกลับมาใช้ใหม่
 การนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)	ติดตั้งระบบผลิตน้ำรีไซเคิลสำหรับนำกลับมาใช้ใหม่ภายในศูนย์การค้า โดยปัจจุบันติดตั้งแล้วทั้งสิ้นจำนวนรวม 18 โครงการ สามารถผลิตน้ำรีไซเคิลเพื่อใช้หมุนเวียนได้จำนวน 617,371 ลูกบาศก์เมตร
 การสรรหาแหล่งน้ำทางเลือก	ติดตั้งถังเก็บรวบรวมน้ำฝนและใช้น้ำบาดาลในพื้นที่ที่ได้รับการอนุมัติแล้วทั้งสิ้น 5 โครงการ
 การใช้น้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Water Efficiency)	- นำแนวทางการออกแบบระบบการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพมาปรับใช้โดยคำนึงถึงความต้องการใช้น้ำภายในและภายนอกอาคาร ความเหมาะสมของพื้นที่ในการสร้างอุปกรณ์เก็บกักน้ำ ความคุ้มค่าในการติดตั้งระบบรีไซเคิลน้ำ - ตรวจสอบการใช้งานระบบภายหลังการติดตั้งระบบเสร็จ (Commissioning) และหลังการใช้งานเป็นระยะ ๆ ภายใน 2 ปี - ติดตั้งระบบตรวจจับการรั่วไหลของน้ำ (บางโครงการ) เพื่อการระบายน้ำได้ไวและมีประสิทธิภาพ - ติดตั้งมิเตอร์วัดปริมาณการใช้น้ำในร้านค้าและเรียกเก็บค่าใช้จ่ายตามจริงเพื่อจูงใจผู้เช่าในการใช้น้ำอย่างประหยัด

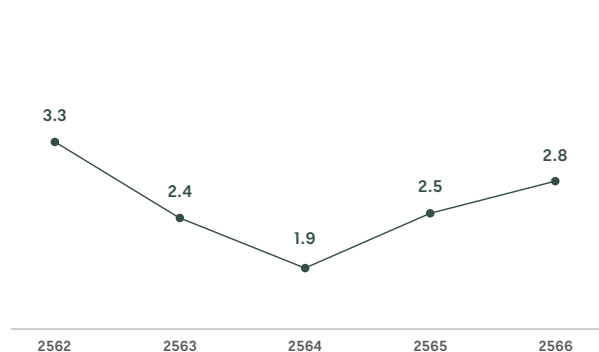
ปริมาณการดื่มน้ำมาใช้ทั้งหมด

(ล้านลูกบาศก์เมตร)

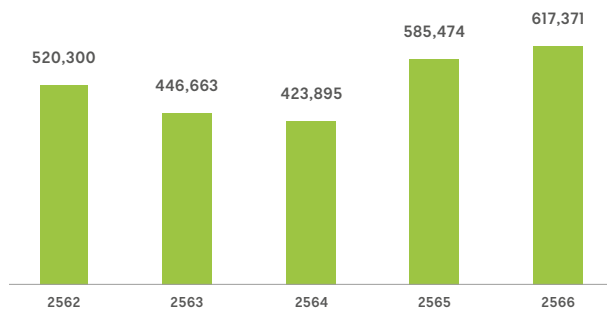


ดัชนีการดื่มน้ำใช้ต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่

(ลูกบาศก์เมตรต่อตารางเมตร)



ปริมาณการผลิตน้ำรีไซเคิล (ลูกบาศก์เมตร)



2) การบริหารจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง

บริษัทฯ มีแนวทางการจัดการและควบคุมระบบระบายน้ำเสียทั้งหมดที่เกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ ภายในศูนย์การค้า โดยน้ำเสียจะเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียขั้นต้นซึ่งเป็นการกำจัดของแข็งที่มีขนาดใหญ่ออกจากน้ำเสียก่อนที่จะปล่อยเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียซึ่งมีรูปแบบการบำบัดน้ำเสีย ดังนี้

- ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียแบบเติมอากาศโดยใช้ระบบตะกอนเร่ง (Sequencing Batch Reactor: SBR)
- ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียแบบเติมอากาศในลักษณะเป็นหลุมลึกในแนวตั้ง (Deep Shaft) แท่นถังตกตะกอนขั้นแรกและถังเติมอากาศ
- นำส่งน้ำเสียที่ผ่านระบบบำบัดน้ำเสียขั้นต้นแล้วเข้าระบบบำบัดน้ำเสียรวมของหน่วยงานราชการในการบำบัด

บริษัทฯ กำหนดระเบียบปฏิบัติงานการควบคุมการระบายน้ำทิ้งโดยมีการบำบัดและควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งให้มีค่าเป็นไปตามที่มาตรฐานกำหนดก่อนระบายออกสู่ภายนอก และมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ อาทิ ค่าบีโอดี (Biochemical Oxygen Demand: BOD) สารแขวนลอย (Suspended Solids: SS) สารที่ละลายได้ทั้งหมด (Total Dissolved Solids: TDS) ความเป็นกรดและด่าง (pH) น้ำมันและไขมัน (Fat Oil and Grease)

เป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง โดยหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการรับรองสากล ISO/IEC 17025 มีการบันทึกและจัดทำรายงาน รวมถึงการดูแลซ่อมบำรุงอุปกรณ์ในระบบบำบัดน้ำเสียต่าง ๆ เช่น ระบบท่อ บ่อดักไขมัน บั้มสำหรับน้ำเสีย บ่อบำบัด บั้มเติมอากาศตามแผนงานซ่อมบำรุงเชิงป้องกันและมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และ ISO 14001 อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ หากผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน แต่ละศูนย์การค้าจะกำหนดแผนติดตาม ดำเนินการหาสาเหตุและรีบดำเนินการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพน้ำให้ผ่านเกณฑ์ตามที่กฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่กำหนดไว้ ก่อนปล่อยน้ำทิ้งลงแหล่งน้ำสาธารณะ ซึ่งหากมีการเฝ้าตรวจพบ จะดำเนินการแก้ไขและรายงานต่อทีมบริหารศูนย์การค้า และรวบรวมรายงานต่อคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมต่อไป นอกจากนี้ ในช่วงก่อสร้างโครงการ บริษัทฯ ยังกำหนดมาตรการดูแลสภาพแวดล้อมโดยรอบพื้นที่ก่อสร้าง โดยเฉพาะเรื่องการดูแลคุณภาพน้ำทิ้งจากบ้านพักคนงานไม่ให้เกินค่ามาตรฐาน หรือส่งกลิ่นเหม็นรบกวนชุมชนรอบข้าง รวมถึงให้ความรู้คนงานในการแยกขยะอินทรีย์ เพื่อไปทำน้ำหมักชีวภาพใช้ดับกลิ่น โดยรอบโครงการอีกด้วย ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนใด ๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง ทั้งในช่วงก่อสร้าง และภายหลังเปิดดำเนินการ โดยมีการปล่อยน้ำเสียสู่แหล่งน้ำสาธารณะ จำนวน 5.13 ล้านลูกบาศก์เมตร สู่แหล่งน้ำสาธารณะ และส่งหน่วยงานภายนอกบำบัด 2.47 ล้านลูกบาศก์เมตร



ในปี 2566

บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนใดๆ

เกี่ยวกับการบริหารจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง ทั้งในช่วงก่อสร้าง และภายหลังเปิดดำเนินการ

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการน้ำในปี 2566

มาตรการ	ความครอบคลุมของมาตรการ (ร้อยละของพื้นที่ขายและส่วนกลาง)	ปริมาณน้ำที่ได้/ ปริมาณน้ำที่ลดได้ (ลูกบาศก์เมตร)	ความคุ้มค่า (% ROI)
การใช้น้ำซ้ำและการใช้น้ำรีไซเคิล	37	617,371	84
การใช้น้ำบาดาล	9	211,116	712
การใช้น้ำฝนจากถังกักเก็บ	5	3,114	-
การติดตั้งสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ และปรับอัตราการไหลของน้ำ	100	810,000	161
การติดตั้งมิเตอร์วัดปริมาณการใช้น้ำ ในร้านค้า	100	-	-
ระบบบำบัดน้ำเสียแบบเดิมอากาศ ภายในโครงการ	100	-	-
ระบบบำบัดน้ำเสียเบื้องต้น	100	-	-

ประเมินความคุ้มค่าตลอดอายุการใช้งานเครื่องจักรและอุปกรณ์เฉลี่ย 10 ปี รวมค่าใช้จ่ายในการซ่อมและบำรุงรักษา

12.3 การบริหารจัดการขยะ

บริษัทฯ นำแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนมาบูรณาการในเส้นทางสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 โดยกำหนดเป้าหมายในการลดปริมาณขยะที่ส่งไปหลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ ภายใต้ชื่อ โครงการ Journey to Net Zero แบ่งการบริหารจัดการขยะตามห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ การบริหารจัดการขยะก่อสร้าง การบริหารจัดการขยะจากการดำเนินการ และการบริหารจัดการขยะที่เกิดจากองค์กร เนื่องจากขยะจากการดำเนินการมีส่วนส่วนมากที่สุด บริษัทฯ จึงกำหนดเป้าหมายระยะสั้นในปี 2568 ในการลดสัดส่วนขยะฝังกลบให้ได้ร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับปริมาณขยะจากการดำเนินการในปีเดียวกัน โดยเป้าหมายในปี 2566 คือ ลดให้ได้ร้อยละ 35 เน้นการดำเนินงานเพื่อผลักดันให้เกิดการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง นำขยะคัดแยกเข้าสู่กระบวนการแปรรูปให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ได้แก่ ลูกค้า ร้านค้า พนักงาน และพันธมิตรทั้งภาครัฐ และเอกชน

1) การบริหารจัดการขยะก่อสร้าง

บริษัทฯ ระบุในข้อกำหนดและขอบเขตการจ้างงาน (TOR) ให้ผู้รับเหมาต้องดำเนินการคัดแยก และจัดการขยะทั้งที่เกิดจากไซต์ก่อสร้าง และบ้านพักคนงานให้เป็นระเบียบอย่างเคร่งครัด

แบ่งประเภทขยะออกเป็น ขยะจากการรื้อถอน ขยะจากเศษวัสดุที่เหลือจากการก่อสร้าง ขยะที่เกิดจากแรงงาน และแบ่งกระบวนการในการจัดการออกเป็น ขยะที่มีมูลค่าขายได้ ขยะที่นำไปแปรรูปได้ ขยะที่นำไปบริจาคได้ และขยะที่นำไปฝังกลบ ในปี 2566 ทำการบันทึกข้อมูลการก่อสร้างโครงการเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ พบว่าสามารถลดสัดส่วนขยะฝังกลบได้ร้อยละ 84 เมื่อเทียบกับปริมาณขยะที่เกิดจากการก่อสร้างทั้งหมด

จากการที่บริษัทฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่ายความร่วมมือองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ Circular Economy in Construction Industry (CECI) จึงได้นำแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนมาบูรณาการในการจัดการขยะก่อสร้าง โดยมาตรการที่โดดเด่น คือ การแปลงเสาคement เป็นวัสดุรีไซเคิลคอนกรีต หรือ RCA- Recycled Concrete Aggregate ใช้เป็นวัสดุทดแทนวัสดุรองทางถนน ซึ่งในบางโครงการนำเสาคement มาใช้ทดแทนหินคลุกในการปูถนนชั่วคราว ปัจจุบันวิธีการนี้ช่วยจัดการให้สามารถนำหั่วเสาคement ที่เป็นขยะก่อสร้างมาหมุนเวียนใช้ใหม่ในโครงการ โดยไม่ต้องขนออก ซึ่งสามารถช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้แล้วกว่า 614 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2) การบริหารจัดการขยะจากการดำเนินการ

ภายใต้โครงการ Journey to Net Zero บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการ Journey to Zero ซึ่งเป็นทีมงานแบบข้ามสายงาน ประกอบด้วยสมาชิกจากสำนักงานใหญ่ และตัวแทนจาก 5 สาขา เข้าร่วมประชุมหารือ แบ่งปันข้อมูล และมาตรการต่าง ๆ ที่แต่ละโครงการปฏิบัติในการจัดการขยะ และรวบรวมนำเสนอต่อคณะกรรมการด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการ CSV โดยมีบทบาทในการร่วมกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ และแนวทางในการจัดการขยะในแต่ละโครงการ แบ่งการดำเนินการออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

2.1 มาตรฐาน และการขอรับรองกระบวนการที่เกี่ยวข้อง

- บริษัทฯ ขอรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ในศูนย์การค้าทั้งหมดแล้ว 35 โครงการ อาคารสำนักงาน 2 โครงการ ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขึ้นรับรองมาตรฐาน ISO 14001 แล้ว คิดเป็นร้อยละ 74 ของพื้นที่ทั้งหมด ครอบคลุมการปรับปรุงกระบวนการและวิธีการคัดแยกจนถึงวิธีการกำจัดขยะ
- บริษัทฯ เข้าร่วมโครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (Low Emission Support Scheme หรือ LESS) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลไกการลดก๊าซเรือนกระจกขององค์การบริหารก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยรับการประเมินด้วยเทคนิควิชาการ และรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงได้จากกิจกรรมการลดขยะ 5 ประเภท คือ การคัดแยกขยะเพื่อการรีไซเคิล การกักเก็บก๊าซมีเทนจากการหมักเศษอาหารแบบไร้อากาศเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ การผลิตปุ๋ยหมักหรือสารปรับปรุงดินจากขยะอินทรีย์ การนำขยะอินทรีย์ประเภทเศษอาหารไปใช้เป็นอาหารสัตว์ และการคัดแยกกล่องประเภทยูเอชทีเพื่อนำไปรีไซเคิลเป็นวัสดุใหม่ ซึ่งได้รับการประเมินว่าสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้จำนวน 37,993 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ลดลงได้มากกว่าปี 2565 กว่าร้อยละ 89



การคัดแยกกล่องประเภทยูเอชทีเพื่อนำไปรีไซเคิล

สามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้จำนวน

6,228

กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2.2 การมีส่วนร่วมของลูกค้า

โครงการที่ดำเนินการโดยเซ็นทรัลพัฒนา ในปี 2566 อาทิ

กิจกรรม

#ช้อปวันพุธหยุดโลกร้อน

Wednesday - เว้นเดย์ - ไม่เว้นช้อป

ภายใต้แคมเปญ “The Greatest Grand Sale 2023”



ด้วยการส่งเสริมพฤติกรรมรักษ์โลกในทุกวันพุธ รับฟรี ถุงผ้า เว้นเดย์ 1 ใบ เมื่อลูกค้าช้อปครบ 2,000 บาทขึ้นไป ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ได้แก่ ADIDAS, ANELLO, BERSHKA, BIRKENSTOCK, CASETIFY, CHARLES&KEITH, COMMA AND, DESIGN HOUSE, H&M, H&M HOME, HUG CRAFT, INNISFREE, JELLY BUNNY, KARL LAGERFELD, KATE SPADE, KEDS, LEVI'S, MANGO, MARC JACOBS, MARIMEKKO, NIKE, PLAYHOUSE, POMELO, PULL&BEAR, SAUCONY, SEPHORA, TEVA, THE BODY SHOP, TOMMY HILFINGER, UNIQLO, YVES ROCHER, ZARA ที่อยู่ในโซนพลางา ภายใต้ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า

กิจกรรม

“เว้นเดย์ เว้นทุกหยุดหยุดโลกร้อน” (ภาคต่อ)

จากความสำเร็จของกิจกรรม #ช้อปวันพุธหยุดโลกร้อน Wednesday - เว้นเดย์ - ไม่เว้นช้อป บริษัทฯ จึงได้ต่อยอดแคมเปญเฉพาะ หรือ Exclusive Campaign โดยมุ่งเน้นขยายผลไปยังกลุ่มร้านค้า Green Partnership กว่า 30 แบรินด์ ที่เข้าร่วมโครงการกับบริษัทฯ ในการประหยัดพลังงาน และคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี ด้วยแคมเปญ “เว้นเดย์ เว้นทุกหยุดหยุดโลกร้อน” (ภาคต่อ) โดยมีกลุ่มร้านค้าเข้าร่วม อาทิ กลุ่มร้านอาหาร ได้แก่ BBQ Plaza, BONCHON, KOI THE, Mo-Mo-Paradise, S&P, โคโค่ อธิบันยะ, ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ, ร้าน On The Table, ร้านลาวญวน, ร้านอาหาร

AKA, ร้านอาหารญี่ปุ่น ZEN, MK Restaurant, แหยมเจริญชีฟู้ด, ฮาจิบัง ราเมง, เปปเปอร์ลันช์, ซาบูตง, Terraces, Yoshinoya, โอโตยะ, เทนยะ, คัตสึยะ และส้มตำนิว รวมถึงกลุ่มร้านค้า ประเภทแฟชั่นและอื่น ๆ ได้แก่ UNIQLO, SABINA, Yves Rocher, MINISO, OWNDAYS, Cut & Curl, พรเกษมคลินิก และห้างทองตำหนักทอง 5 เป็นต้น โดยทุกวันพุธ เพียงลูกค้าซื้อปหรือทานอาหาร ครบ 1,000 บาท ในร้าน Green Store ที่ร่วมรายการสามารถรับฟรี กระเป๋ผ้า เว้นเคยได้เช่นกัน

นอกจากนี้ ลูกค้ายังสามารถสร้างพฤติกรรมรักษ์โลกได้ในทุกวันพุธ และสะสมแต้มรักษ์โลกตลอดทั้งปี เพื่อลุ้นรับของรางวัลภายในสิ้นปี 2566 ด้วยการเป็นเพื่อนกับ Line Official: Journey to Zero แล้วส่งรูปถ่ายกิจกรรมรักษ์โลกใด ๆ ก็ได้ที่ทำทุกวันพุธ เช่น แยกขยะ ใช้ภาชนะหรือแก้วน้ำส่วนตัว หรือใช้รถไฟฟ้า ผ่านทางไลน์เพื่อปลูกฝังแนวคิดรักษ์โลกในชีวิตประจำวันอีกด้วย

กิจกรรม

“Central Pattana Better Futures Project 2023”



บริษัทฯ ร่วมกับพันธมิตรภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรจัดงาน Central Pattana Better Futures Project 2023 เพื่อขับเคลื่อนแนวทางด้านความยั่งยืนผ่านการนำเสนอเรื่องราวการใช้ชีวิตประจำวันที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ระหว่างวันที่ 24-29 พฤษภาคม 2566 ณ เซ็นทรัลเวิลด์ ภายใต้การบูรณาการเรื่องความยั่งยืนในกิจกรรม Eat-Shop-Work-Play-Stay-Live ที่มีส่วนเปลี่ยนแปลงให้โลกดีขึ้นได้ แบ่งเรื่องราวและบุทกิจกรรมออกเป็น 5 เรื่องราว ได้แก่

- Better Stories: เล่าเรื่องผ่าน Art Book of Betterment ผ่านงานศิลปะร่วมสมัย ผลงานจากอิลลัสเตรเตอร์ชื่อดัง คุณปาน นิตตา ประภัสภักดิ์ หรือ Paan Nitta ที่นำเสนอเรื่องความยั่งยืนให้เป็นเรื่องใกล้ตัว และนำเสนอทางเลือกในการเลือกซื้อที่ฟักอภัย ภายใต้ไอเดียบ้านรักษ์โลก จากบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา เรซซิเด็นซ์
- Better Workplace: พื้นที่สำหรับหนุ่มสาวออฟฟิศรุ่นใหม่ ที่ centralwOrld Offices สำนักงานสุดทันสมัยที่ใส่ใจเรื่องความยั่งยืน ได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารเขียวระดับโลก (มาตรฐาน LEED) นำเสนอกิจกรรมเสวนาและเวิร์กช็อปจากพันธมิตรด้านการจัดการพลังงานและขยะอย่างครบวงจร
- Better Environment: กิจกรรมประชาสัมพันธ์จากการไฟฟ้านครหลวงในการแนะนำเทคนิคประหยัดไฟฟ้า และไอเดียลดค่าไฟฟ้าในบ้านที่ผู้บริโภคอาจจะยังไม่เคยรู้มาก่อน พร้อมเสนอบริการต่าง ๆ ที่ครบครัน แบบ One Stop Service
- Better EV: เปิดตัวยานยนต์ไฟฟ้ารุ่นใหม่จาก Lexus และ Volvo
- Better Choice & Better Style: เปิดพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าและบริการรักษ์โลก พร้อมให้ความรู้เรื่อง BCG (Bio-Circular-Green Economy) จากแบรนด์ที่ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม อาทิ Uniqlo, Anello, The Body Shop, Yves Rocher, Axxa



ผลสัมฤทธิ์จากการจัดกิจกรรม มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 20,000 คน ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการร่วมสนุกในกิจกรรมต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 100 อีกทั้งขยายผลจัดกิจกรรมดังกล่าวในสาขาอื่น ๆ เพิ่มเติม ณ เซ็นทรัล พระราม 9 และเซ็นทรัล พิชญโลก และต่อยอดจัดกิจกรรม “BetterMarket” รวบรวมทั้งอาหารสินค้าของตกแต่งบ้าน ณ เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัล อีสต์วิลล์ เซ็นทรัล พระราม 3 และเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ เพื่อต่อยอดทางเลือกในการใช้ชีวิตประจำวันที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อโลกที่ดีขึ้น

กิจกรรม

“Low Carbon Club คลับน่ารัก ของคนรักโลก” ณ ศูนย์การค้า เซ็นทรัลเวสต์วิลล์



“เซ็นทรัล เวสต์วิลล์” ถือเป็นศูนย์การค้าต้นแบบรักโลก Low Carbon Mall แห่งแรกของเซ็นทรัลพัฒนา ที่ให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพที่ดี ควบคู่กับเรื่องความยั่งยืน โดยร่วมกับพันธมิตร ได้แก่ บริษัท SCG Building and Living Care Consulting จำกัด บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) บริษัท มิตรสยาม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ บริษัทรีไซเคิลเดย์ จำกัด ร่วมกันผลักดันสังคมคาร์บอนต่ำ ตั้งแต่การก่อสร้างอาคารในวันแรก จนเปิดให้บริการ ทั้งการลดการใช้พลังงาน การใช้วัสดุรีไซเคิล การจัดการน้ำ การจัดการขยะ และการ Upcycling เป็นต้น

สำหรับในกลุ่มลูกค้า มีการเชิญชวนให้ลดขยะพลาสติก และแยกขยะให้ถูกประเภท ผ่านแคมเปญ Low Carbon Club เชิญชวนลูกค้าปฏิเสธไม่รับ หลอด ถุง ฝา แก้ว ภาชนะ ซ้อนซ้อน พลาสติก ที่ร้านค้า หรือแยกขยะที่จุด Recycle Day โดยลูกค้าที่ร่วมกิจกรรม สามารถสแกน QR รักโลก ผ่าน Central Life X Application จากพนักงานร้านค้า เพื่อรับคะแนน The 1 ได้อีกด้วย ควบคู่กับการขอความร่วมมือร้านค้าในศูนย์ฯ เข้าร่วมกิจกรรม “หน้าร้าน ลด พลาสติก / หลังร้าน แยก ขยะ ให้ถูกประเภท” เพื่อส่งเสริมแนวคิด Low Carbon ร่วมกันอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังได้ผลักดันศูนย์อาหาร Foodville ให้เป็นต้นแบบ ศูนย์อาหารรักโลก โดยสนับสนุนให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการกำจัดขยะเศษอาหาร โดยรับประทานอาหารให้หมด-ลดขยะ-แยก

ทั้งพลาสติก รวมถึงแยกขยะอาหารแบบไม่เทรวม และขอความร่วมมือนำจานไปเก็บ ณ จุดที่จัดเตรียมไว้ ซึ่งได้ร่วมกับ GC YOU เทิร์น แพลตฟอร์ม ตั้งจุดแยกขยะ และการใช้แก้วน้ำ Bioplastics ที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ในศูนย์อาหาร และนำพลาสติกกลับมาผลิตเป็นเก้าอี้พลาสติกที่ใช้ในศูนย์การค้า

กิจกรรมอื่นๆ ได้แก่

- ส่งเสริมกิจกรรมคัดแยกขยะ สำหรับงานวันเด็กปี 2566 ร่วมกับ Tetra Pak และ TPBI ชวนเยาวชนแยกขยะ 3 ประเภท คือ กล่องนม ถุงพลาสติกยืด และกระดาษ เมื่อนำขยะรีไซเคิลมาครบตามจำนวนจะได้รับของที่ระลึกจากพาร์ทเนอร์ และประกาศนียบัตร จิตอาสา-ทั้งดี
- ร่วมกับกรมควบคุมมลพิษประกาศเจตนารมณ์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการเก็บรวบรวมของเสียอันตรายจากชุมชน ด้วยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการแยกทิ้งของเสียอันตรายจากชุมชนออกจากขยะมูลฝอยทั่วไป เพื่อให้ไม่ปะปนไปในสถานที่กำจัดขยะมูลฝอยและเกิดการปนเปื้อนต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งอาจจะหมุนเวียนเข้าสู่ห่วงโซ่อาหาร ส่งผลต่อสุขภาพอนามัยของมนุษย์ มีสาขาเข้าร่วมทั้งหมด 37 สาขา เก็บรวบรวมของเสียอันตรายจากชุมชนได้กว่า 10 ตัน
- โครงการ Bottle Free Seas ตู้น้ำดื่มฟรี สะอาด ปลอดภัย ลดใช้พลาสติก จับมือพันธมิตรภาครัฐและเอกชน ได้แก่ กรุงเทพมหานคร มูลนิธิความยุติธรรมเชิงสิ่งแวดล้อม และบริษัท บริลเลียนท์ พาวเวอร์ จำกัด เปิดตัวโครงการ “Bottle Free Seas” เป็นจุดแรกของศูนย์การค้าที่ลานหน้า เซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อรณรงค์ให้ใช้กระบอกน้ำแบบใช้ซ้ำ แทนการบริโภคน้ำดื่มในบรรจุภัณฑ์พลาสติก (Single Use Plastic) เปิดให้บริการตั้งเดือนธันวาคม 2566 สามารถลดการใช้ขวดน้ำพลาสติกไปแล้วกว่า 1,763 ขวด



โครงการต่อเนื่อง

- ติดตั้ง Recycle Station ซึ่งเป็นจุดรับขยะแยกประเภทแบบไดรฟ์ทรู โดยสนับสนุนให้ประชาชนคัดแยกขยะ นำมาส่งมอบ ณ จุดรับ โดยเริ่มต้นกับสตาร์ตอัป บริษัท รีไซเคิลเดย์ จำกัด สร้างแรงจูงใจให้เกิดการคัดแยกขยะให้ถูกประเภท สะสมคะแนนแลกของรางวัล โดยเปิดรับขยะที่คัดแยกแล้วทั้งจากลูกค้าที่คัดแยกขยะจากที่บ้าน และขยะที่แยกจากร้านค้าในพื้นที่ปี 2566 เปิดเพิ่มอีก 3 สาขา ได้แก่ ศูนย์การค้า เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัลลาดพร้าว และเซ็นทรัลเวสต์วิลล์ รวมติดตั้ง Recycle Station แล้วทั้งหมด 6 สาขา
- ติดตั้งและให้บริการกล่องทิ้งดี ซึ่งเป็นจุดรับแยกขยะในศูนย์การค้าประเภทต่าง ๆ ได้แก่ พลาสติกสะอาด และกระดาษลังลูกฟูก แล้วนำมาทิ้งในจุดรับบริจาคในศูนย์การค้า เซ็นทรัล 37 สาขา ทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและร้านค้า โดยขยะรีไซเคิลที่ได้จะถูกส่งต่อเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี



การจัดการขวดพลาสติก PET ขององค์กร

มาตรการ	จำนวนสาขาที่เข้าร่วม	ปริมาณขวดพลาสติกที่รวมได้ (ตัน)
การติดตั้งหน้ากากกัดขยะคัดแยกเฉพาะขวด PET ในทุกสาขา และขยายความร่วมมือกับ ชันโหรี เป๊ปซี่โค ประเทศไทย ภายใต้โครงการ “ข.ขวด หมุนเวียน เป็นขวดใหม่” รณรงค์ให้คนระยองคัดแยกขวดพลาสติก PET ใช้แล้ว ส่งเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลที่โรงงานเอ็นวีเคโค เพื่อหมุนเวียนกลับมาผลิตเป็นขวดพลาสติกรีไซเคิลหรือขวด rPET	ทุกสาขา	1,771 ตัน (รวมปริมาณขยะ PET ทั้งหมดที่คัดแยกได้จากทุกช่องทาง)
โครงการ “ทำดี” : ทั้งดี สู่ ทำดี สาน สร้างโอกาส ของขวัญปีใหม่ “ทำดี” บอกเล่าเรื่องราวผ่านโครงการ “ทั้งดี” นำของเหลือใช้ เช่น ขวดน้ำ ฝาขวดน้ำ และป้ายโฆษณา มาแปรสภาพให้เป็นวัสดุหลัก ผสานอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาวิถีชุมชนทางภาคใต้สร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์แห่งความภาคภูมิใจโดยให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการเก็บวัสดุรีไซเคิลเพื่อนำมาต่อยอดเป็นของขวัญ “ทำดี”	26	สามารถรวบรวมได้จำนวนกว่า 1.5 ตัน
เครื่องรับ Refun Machine ตั้งเครื่องรับคืนขวดน้ำดื่มพลาสติก PET แบบอัตโนมัติ โดยทุก ๆ ขวด ผู้คืนจะได้แต้มสะสมเพื่อแลกเป็นของสมนาคุณหรือแลกเป็นคูปองส่วนลดเพื่อใช้ในวันค้าในเครือกลุ่มเซ็นทรัล	2 จุด ณ ศูนย์การค้า เซ็นทรัลเวิลด์	ได้ปริมาณขวดน้ำดื่มพลาสติกไปรีไซเคิลแล้วจำนวน 119 กิโลกรัม หรือเท่ากับ 7,918 ขวด

2.3 การมีส่วนร่วมของร้านค้า และพันธมิตร

- โครงการไม่เทรwm ร่วมกับกรุงเทพมหานคร ขยายผลโครงการไม่เทรwmไปทุกสาขาทั่วประเทศ โดยเชิญชวนรวมถึงร้านค้า และร้านอาหารต่าง ๆ เข้าร่วมคัดแยกตามมาตรฐาน ISO 14001 ที่บริษัทฯ ดำเนินการอยู่แล้ว ตั้งเป้าเพิ่มประสิทธิภาพการแยกขยะอินทรีย์ เพื่อให้สามารถนำไปจัดการอย่างถูกวิธีและนำไปทำประโยชน์ต่อไปได้อย่างเป็นรูปธรรม
- กิจกรรม ทิ้งดี ไร้ดิโซร์ กับ Recycle Day เปลี่ยนขยะไร้ค่าให้มีมูลค่า โดยร่วมกับบริษัท Recycle Day ในการรณรงค์ และสร้างพฤติกรรมคัดแยกขยะจากบ้าน และมาส่งมอบเพื่อแลกกับคะแนนและของรางวัล เน้นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มพนักงานจากผู้เช่าอาคารสำนักงาน ณ เซ็นทรัลเวิลด์ ออฟฟิศ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยมีบริษัทในอาคารสำนักงานให้ความสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก พบว่ามีผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น 618 ราย รับขยะแยกประเภทขยะรีไซเคิลทั้งสิ้น 7,024 กิโลกรัม เทียบเท่าการลดก๊าซเรือนกระจก 9,603 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ 1,006 ต้น



รับขยะรีไซเคิลทั้งสิ้น

7,024

กิโลกรัม

ลดก๊าซเรือนกระจก

9,603

กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า

การส่งเสริมการคัดแยกขยะตามประเภท โดยสนับสนุนพื้นที่ในการตั้งจุดรับขยะแยกประเภท

ขยะสะอาด ประเภท	ความร่วมมือ	ปริมาณที่รวบรวมได้
กล่องนม 	โครงการ Green Shelter – เก็บกล่องสร้างบ้านหรือโครงการหลังคาเขียว (เดิม) ด้วยความร่วมมือกับมูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย บริษัท เต็ดตรา แพ้ค (ประเทศไทย) จำกัด โดยรับกล่องเครื่องดื่มที่บริโภคและทำความสะอาดแล้วไปรีไซเคิลเป็นวัสดุก่อสร้างที่จะช่วยสร้าง “บ้าน” เพื่อมอบให้กับประชาชนที่ประสบปัญหาด้านที่อยู่อาศัยจากภัยธรรมชาติ หรือกรณีจำเป็นต่าง ๆ	1,464 กิโลกรัม จากจุดตั้งทั้งหมด 18 จุด
ชุดชั้นในเก่า 	แคมเปญ “โละแล้วไปไหน” ร่วมกับ บริษัท ซาปรีน่า จำกัด (มหาชน) ในการตั้งกล่องรับบริจาคชุดชั้นในเก่าเปลี่ยนเป็น “พลังงานสะอาด”	543 กิโลกรัม จากจุดตั้งทั้งหมด 32 จุด
ขวดพลาสติกใส 	โครงการ “คืนชีวิตให้ขวดพลาสติก” ร่วมกับ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด รณรงค์ให้ลูกค้าแยกขยะพลาสติกโดยเฉพาะขวดน้ำดื่ม PET เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี โดยนำร่องใน 2 ศูนย์อาหารได้แก่ ฟู้ดเวิลด์ และอีทไทย ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์	ปี 2566 สามารถนำขวดพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้มากกว่า 68,600 ขวด
ถุงพลาสติกยืด 	โครงการ “ถ่วงถุง by มือวิเศษ” รับเฉพาะขยะพลาสติกแบบยืดจากประชาชนทั่วไป	101 กิโลกรัม ลดลงส่วนหนึ่งเกิดจากผู้ประกอบการบางรายเริ่มมีมาตรการยกเลิกถุงที่ใส่สินค้าจากโรงงานก่อนการขาย
ขยะอิเล็กทรอนิกส์ 	โครงการ “E-Waste” โดยร่วมมือกับ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส หรือ AIS ในการตั้งถังคัดแยกขยะอิเล็กทรอนิกส์ในทุกสาขาทั่วประเทศ เมื่อรวมกับยอดขยะอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดที่รวบรวมได้จากถังขยะคัดแยก 3 ประเภท และจากร้านค้าได้เท่ากับ 6.7 ต้น	จำนวนกว่า 7,042 ชิ้น

3) การบริหารจัดการขยะที่เกิดจากองค์กร

ขยะที่เกิดจากองค์กร แบ่งออกเป็น (1) ขยะที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรโดยตรงในศูนย์การค้า ได้แก่ ขยะจากการซ่อมแซม รื้อถอนปรับปรุงอาคาร เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมถึงขยะจากการจัดกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมอื่น ๆ (2) ขยะในที่ทำงาน สำนักงาน ได้แก่ ขยะจากอุปกรณ์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ และขยะที่เกิดจากการอุปโภค บริโภคของพนักงาน โดยบริษัทฯ บริหารจัดการตามแนวทาง 3R ด้วยกระบวนการจัดการและคัดแยกตั้งแต่ต้นทาง จนถึงการทำจัดปลายทาง ซึ่งบริษัทฯ แบ่งกระบวนการจัดการตามประเภทของขยะ ได้แก่ ขยะที่มีมูลค่าขายได้ ขยะที่นำไปบริจาคได้ ขยะที่นำไปแปรรูปได้ และขยะที่เหลือนำไปฝังกลบ

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2566 ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในศูนย์การค้า และอาคารสำนักงานในเครือเซ็นทรัล พัฒนาและบริษัทย่อยทั้ง 39 แห่ง มีจำนวนทั้งสิ้น 82,055 ตัน (รวมขยะรอกำจัด ณ สิ้นปี 2566) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2565 คิดเป็นร้อยละ 26 โดยปริมาณขยะที่ผ่านกระบวนการ คัดแยกแล้ว มีจำนวน 31,425 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 67 หรือเท่ากับลดสัดส่วนขยะ ฝังกลบลงได้ที่ร้อยละ 38 ของปริมาณขยะทั้งหมดที่ขนออกจากองค์กร



ปริมาณขยะที่ผ่าน
กระบวนการคัดแยกแล้ว
มีจำนวน

31,425 ตัน

เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 67

รายงาน การจัดการขยะ ในปี 2566

(หน่วย: ตัน)

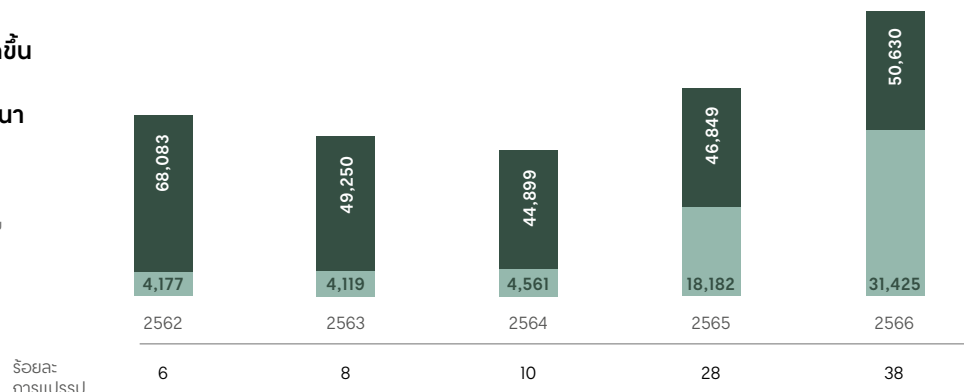


หมายเหตุ: ในส่วนของขยะติดเชื้อจากร้านค้าประเภทเสริมความงามนั้น ทางผู้เช่าจะเป็นผู้ดำเนินการจัดการขยะดังกล่าวกับผู้รับกำจัดโดยตรงในการนำไปทำลายอย่างถูกวิธี ตามมาตรฐาน ISO 14001

ปริมาณขยะที่เกิดขึ้น ในศูนย์การค้า ของเซ็นทรัลพัฒนา

(หน่วย: ตัน)

■ ปริมาณขยะนำไปฝังกลบ
■ ปริมาณขยะนำไปแปรรูป



12.4 การบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทฯ คำนึงถึงคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งของมนุษย์ พืช และสัตว์ที่อยู่ร่วมกันในระบบนิเวศ จึงได้กำหนดนโยบายการบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ และการไม่ทำลายทรัพยากรป่าไม้เป็นแนวทางปฏิบัติชัดเจนในการไม่พัฒนาโครงการในพื้นที่หวงห้ามหรือเขตอนุรักษ์ใดๆ และกำหนดข้อปฏิบัติที่ต้องสำรวจและศึกษาในระบบนิเวศวิทยาร่วมกับผู้เชี่ยวชาญภายนอก และดำเนินการดูแลและอนุรักษ์ระบบนิเวศบริเวณพื้นที่โดยรอบของการก่อสร้างในทุกโครงการใหม่และโครงการปรับปรุง โดยส่วนใหญ่พื้นที่ที่บริษัทฯ สรรหาเพื่อพัฒนาโครงการนั้น ทั้งหมดเป็นพื้นที่ที่อยู่นอกพื้นที่หวงห้าม และไม่อยู่ในเขตอนุรักษ์ใดๆ ทั้งสิ้น นอกจากนี้ในบางโครงการ บริษัทฯ ยังได้กำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงของโครงการ เพื่อป้องกันไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียสูญญิตต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ลดผลกระทบเชิงลบโดยการบรรเทาตามลำดับขั้น และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพเชิงบวกให้ได้ตามศักยภาพและความเหมาะสมให้ได้มากที่สุด ดังแสดงรายละเอียด ในคำแสดงเจตจำนงด้านการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ



คลิก

www.centralpattana.co.th/storage/sustainability/cg/cg-policy/20230619-cpn-statement-biodiversity-management-policy-th.pdf

ในการนี้ บริษัทฯ จึงได้กำหนดกระบวนการสำรวจความหลากหลายและปริมาณต้นไม้ขนาดใหญ่ที่ยั่งยืนในพื้นที่รอการพัฒนา

ทำการวัดเส้นผ่านศูนย์กลางของต้นไม้ ประเมินอายุ และวัดความแข็งแรง โดยกำหนดแนวปฏิบัติที่ต้องดำเนินการล้อมต้นไม้ที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางมากกว่า 6 นิ้ว เพื่อย้ายออกและปลูกใหม่ในที่เดิมหรือที่ใหม่ตามความเหมาะสม อาทิ การขุดล้อมต้นไม้ของโครงการเซ็นทรัล นครสวรรค์ จำนวน 86 ต้น มาปลูกในพื้นที่เดิมตามตำแหน่งที่เหมาะสมภายในโครงการ เป็นต้น

อีกทั้งมีการสำรวจความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตจร เช่น แมว สุนัขเร่ร่อนในบริเวณโครงการ เพื่อดำเนินการย้ายถิ่นฐานสิ่งมีชีวิตเหล่านั้นให้เหมาะสมต่อไป

ทั้งนี้ในโครงการเปิดใหม่ และโครงการปรับปรุง ในช่วงปี 2562-2566 นั้น ไม่มีการรุกร้าในพื้นที่หวงห้าม หรือเขตอนุรักษ์ใด ๆ ไม่มีการทำลายความหลากหลายชีวภาพใด ๆ ในพื้นที่ที่พัฒนา และมีการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้นถึงผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในบริเวณโครงการตามแนวปฏิบัติของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาโครงการ

นอกจากนั้น ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ร่วมตอบแบบรายงานผลการดำเนินงานตามแนวทางปฏิบัติงานเพื่อขับเคลื่อนการจัดการพื้นที่สีเขียวอย่างยั่งยืนระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) ระบุจำนวนสีเขียวสาธารณะทั้งหมด ทั้งในเขตพื้นที่โดยรอบโครงการหรือดูแลภายใต้งบประมาณของบริษัทฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 1.9 ตารางเมตร