CENTARA
HOTELS & RESORTS

CRG
CENTRAL RESTAURANTS GROUP

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

ก้าวสู่ปีที่ 40

รายงานประจำปี 2565

(แบบ 56-1 ONE REPORT)

CENTARA RESERVE
SAMUI

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ (1/5)

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา	• รางวัลหุ้นยั่งยืนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • องค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทยด้านสนับสนุนคนพิการ 2565 ระดับเด่นดี • รางวัลองค์กรจ้างงานคนพิการดีเยี่ยม จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
เซ็นทารารีเซิร์ฟ สมุย	• Luxury Lifestyle Award 2022 as Best Luxury Resort in Koh Samui, Thailand
เซ็นทาราแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์	• 50 อันดับ ของโรงแรมที่ดีที่สุดในการเข้าพัก 2022 • 50 อันดับ ของห้องอาหาร และรูฟท็อปที่ดีที่สุด 2022 • โรงแรมเพื่อการจัดประชุมและสัมมนายอดเยี่ยม • โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ ได้รับรางวัลตราสัญลักษณ์ MEA Energy Awards ประเภทอาคารโรงแรม จากการไฟฟ้านครหลวง ที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพอากาศได้มาตรฐาน ตามโครงการส่งเสริมการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในอาคาร • ผู้ประกอบการต้นแบบในการลดมลพิษทางอากาศพื้นที่กรุงเทพมหานคร โครงการอากาศสะอาดเขตปทุมวัน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565
เซ็นทาราแกรนด์เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ	• มาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบกิจการ • มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว • มาตรฐานโรงแรม 5 ดาว • มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ประเภทห้องประชุม • มาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย • มาตรฐานสถานที่จัดการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวอาเซียน • มาตรฐานด้านการบริหารจัดการตามมาตรการสุขอนามัย (Hygiene) และการเสริมทักษะด้านการใช้นวัตกรรมการจัดงานเสมือนจริง (Hybrid) • มาตรฐานโรงแรมสีเขียว • มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน • มาตรฐานสปาของอาเซียน • มาตรฐานสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหารและการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม โดยใช้มาตรฐานของ CODEX องค์กรอนามัยโลก • อาคารประหยัดพลังงานดีเด่น • ผู้สนับสนุนการแข่งขันฝีมือแรงงานนานาชาติ ครั้งที่ 46

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ (2/5)

เซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทและวิลลา กระบี่	• รางวัลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเข้าพัก • รางวัลมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม • รางวัลทราเวลเลอร์ส ชอยส์ • โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - ระดับทอง • รางวัลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเข้าพัก • มาตรฐานรีสอร์ท ระดับ 5 ดาว • รางวัลด้านการบริหารจัดการน้ำเสียของแหล่งกำเนิดมลพิษ - ระดับทอง
เซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ท ภูเก็ต	• มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทมาตรฐานรีสอร์ท ระดับ 5 ดาว • รางวัลคืนแห่งดวงดาว
เซ็นทาราแกรนด์มิราจบีชรีสอร์ท พัทยา	• รางวัลทราเวลเลอร์ส ชอยส์ ทริปแอดไวเซอร์ • โรงแรมยอดนิยมสำหรับครอบครัว - เอเชีย • โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - ระดับทอง
เซ็นทาราแกรนด์ ไอส์แลนด์รีสอร์ท และสปา มัลดีฟส์	• BSI Certificate of Registration • South Asian Travel Awards – Leading F&B Hotel/Resort – Maldives – 2022 Silver Winner • South Asian Travel Awards – Leading F&B Hotel/Resort – Maldives – 2022 Silver Winner • World Luxury Hotel Awards – Continent: Indian Ocean Islands – Luxury Family Beach Resort 2022 Winner • World Luxury Hotel Awards – Country: Maldives – Luxury Island Resort Spa 2022 Winner
เซ็นทาราราสฟูชิรีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์	• BSI Certificate of Registration • HolidayCheck 2022 recommended • World Luxury Hotel Award – Luxury Adults Only Beach Resort – Global Winner 2022 • World Luxury Spa Award – Luxury Couples Spa – Continent Winner 2022
เซ็นทาราซีย์แซนด์รีสอร์ทและสปา ศรีลังกา	• World Luxury Spa Award – Luxury Couples Spa – Continent Winner 2022

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ (3/5)

เซ็นทาราวิลลา ภูเก็ต	• รางวัล Tripadvisor Travellers'Choice Best of the Best 2022
โรงแรมเซ็นทารา และคอนเวนชันเซ็นเตอร์อุดรธานี	• แนวปฏิบัติงานใช้แรงงานที่ดี • โครงการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมระดับดีเยี่ยม • รางวัล Tripadvisor Certificate of Excellence ประกาศนียบัตรชนะเลิศการบริการยอดเยี่ยม • travelers' choice award winner • มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย • แนวปฏิบัติงานใช้แรงงานที่ดี • มาตรฐานสถานที่จัดการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวอาเซียน • มาตรฐานด้านการบริหารจัดการตามมาตรการสุขอนามัย (Hygiene) และการเสริมทักษะด้านการใช้นวัตกรรมการจัดงานเสมือนจริง (Hybrid) • รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย
โรงแรมเซ็นทารา พัทยา	• มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม 4 ดาว
โรงแรมเซ็นทราบายเซ็นทารา อเวนิว พัทยา	• Featured Hotel Accessible Hotel Category • Featured Hotel for Families • Featured Hotel with GYM • Featured in the Outdoor Pool Category • Featured in the Swimming Pool Category • Featured Hotel with Pool For Children • Featured Hotel with Parking • Featured 4-Star Hotel in Pattaya Center • Featured Hotel with Free Wi-Fi
โรงแรมเซ็นทาราอาซัวร์ พัทยา	• โรงแรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม
เซ็นทาราอ่าวนางบีชรีสอร์ทและสปา กระบี่	• ตราสัญลักษณ์ที่ใช้รับรองมาตรฐานของสถานที่จัดงานประเทศไทย • โรงแรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม • โรงแรมยอดเยี่ยมในปี 2022
โรงแรมเซ็นทารา และเรสซิเดนซ์ เวสต์เบย์ โดฮา	• FACT Dining Awards Doha 2022 - Favourite Burger Joint in Doha • LUXlife Restautant & Bar 2022 Awards - Best Indian Restaurant - Doha • Cenfit Fitness Centre - 2022 Travelers' Choice award winner for Top 10% of attractions Worldwide • Agoda's Customer Review Award 2022 (score of 9.1) • World Luxury Hotel Awards 2022 - Centara West Bay Hotel & Residences Doha - Luxury City Hotel - Global Win • World Luxury Hotel Awards 2022 - Best General Manager, Mr. Sean Spinks - Continent Winner: Middle East • World Luxury Restaurant Awards 2022 - Dalchini Restaurant & Bar - Indian Cuisine - Regional Win

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ (4/5)

เซ็นทราบายเซ็นทาราศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ	• สถานประกอบกิจการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2565 ระดับประเทศ ปีที่ 3 • มาตราฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบกิจการ • Traveller Review Awards 2022 • Tripadvisor Traveller's Choice 2022 • มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม 3 ดาว • มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม) และ ด้านสุขอนามัยและการจัดงานเสมือนจริง (Hygiene และ Hybrid) หรือ 2HY ในปี 2565 • โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - ระดับทอง • มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม) • มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทสถานที่จัดกิจกรรมพิเศษ)
เซ็นทราบายเซ็นทารามาริส รีสอร์ท จอมเทียน	• Travelers' Choice Award Winner • รางวัล องค์กรธุรกิจคุณธรรมต้นแบบ • ตราสัญลักษณ์ที่ใช้รับรองมาตรฐานของสถานที่จัดงานประเทศไทย
ซ็นทราบายเซ็นทาราภูพาโนรีสอร์ท กระบี่	• ผู้ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต้นแบบของจังหวัดกระบี่ • โรงแรมสีขาว • โรงแรมสีเขียว ระดับดีเยี่ยม
โรงแรมเซ็นทราบายเซ็นทารา แม่สอด	• มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ประเภทห้องประชุม สำหรับห้องประชุม ห้องเดอะฮิลล์ • มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ประเภทห้องประชุม สำหรับห้องประชุม แม่สอด บอลรูม • มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ประเภทห้องประชุม สำหรับห้องประชุม แม่สอด พาเจริญ • COVID Free Setting THAI STOP COVID 2 PLUS
โคซี่สมุย เฉวงบีช	• รางวัลรีวิวลูกค้าอโกด้า
โคซี่กระบี่ อ่าวนางบีช	• รางวัลทราเวลเลอร์ส ชอยส์ • รางวัลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเข้าพัก • โรงแรมสีเขียว ระดับดีเยี่ยม
โคซี่พัทยา วงศ์อมาตย์บีช	• รางวัลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเข้าพัก • รางวัลทราเวลเลอร์ส ชอยส์
เซ็นทาราวิลลา สมุย	• รางวัลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเข้าพัก • Travelers' Choice Award Winner
เซ็นทารามิราจรีสอร์ท มุยเน่	• Resort tốt nhất cho Golfer

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ (5/5)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด	• คว้ารางวัลในเวทีระดับชาติ Thailand Digital Excellence Awards 2022 สาขา ESG Revolution ในงาน TMA Excellence Awards 2022 จัดโดยสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) โดยมี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธีและเป็นผู้มอบรางวัลแก่องค์กรระดับแนวหน้าของประเทศไทย เพื่อมุ่งผลักดันให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจไทยให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน • รางวัลระดับนานาชาติจากเวที “The Asia Corporate Excellence & Sustainability Awards 2022” (ACES) สาขา Industry Champions of the Year จาก MORS Group ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่องค์กรธุรกิจ และบุคคลในเอเชียที่ประสบความสำเร็จในฐานะผู้นำ โดดเด่นด้านการให้บริการ และประสบความสำเร็จในด้านการรับผิดชอบต่อสังคมทั่วเอเชีย • คว้ารางวัล “องค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการ ประจำปี 2565 ระดับดีเยี่ยม” ต่อเนื่อง 8 ปีติดต่อกัน เนื่องในวันคนพิการสากล ปี 2565 วันที่ 1-2 ธันวาคม พ.ศ.2565 จัดโดย กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดย CRG และ CRGI เป็น 2 องค์กรใน 43 องค์กรที่ได้รับรางวัลระดับดีเยี่ยม
บริษัท ซีอาร์จี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด	• คว้ารางวัล “องค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการ ประจำปี 2565 ระดับดีเยี่ยม” ต่อเนื่อง 5 ปีติดต่อกัน เนื่องในวันคนพิการสากล ปี 2565 วันที่ 1-2 ธันวาคม พ.ศ.2565 จัดโดย กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดย CRG และ CRGI เป็น 2 องค์กรใน 43 องค์กรที่ได้รับรางวัลระดับดีเยี่ยม
เคเอฟซี	• รับรางวัล The Most Powerful Brands of Thailand 2022 สุดยอดแบรนด์ทรงพลัง ของภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในหมวดหมู่ Chain Restaurant พร้อมคว้ารางวัลนี้ 3 ปีซ้อน
มิสเตอร์ โดนัท	• รางวัล แบรนด์ยอดนิยมอันดับหนึ่ง ของประเทศไทย ในหมวดโดนัท เป็นการจัดสำรวจและวิจัยครอบคลุมผู้บริโภคทั่วประเทศถึง 4,000 ตัวอย่าง กว่า 1,000 แบรนด์ และมากกว่า 100 หมวดสินค้า เป็นผลคะแนนมาจากความพึงพอใจของผู้บริโภค มิสเตอร์ โดนัทได้รับรางวัล แบรนด์ยอดนิยมอันดับหนึ่งของประเทศไทย ในหมวดโดนัท ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 จนถึงปัจจุบัน
บราวน์ คาเฟ่	• รางวัล Restaurant Guru Recommended 2022 ซึ่งถือว่า Restaurant Guru เป็นหนึ่งใน The world most popular foodie website.
Salad Factory	• รางวัล Goodlife Good Choice Awards 2022 จาก Goodlife update มีเดียคุณภาพในเครือ อมรินทร์ กรุ๊ป ในหมวด Good Health นำทีมขึ้นรับรางวัลโดย คุณปิยะ ดั่นคุ้ม กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท กรีนฟู้ด แฟคทอรี่ (สลัดแฟคทอรี่) • รางวัล Robinhood academy awards 2022 ซึ่งเป็นรางวัล Merchant Popular ร้านอาหารเพื่อสุขภาพยอดนิยมแห่งปี โดย คุณปิยะ ดั่นคุ้ม กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท กรีนฟู้ด แฟคทอรี่ (สลัดแฟคทอรี่) ขึ้นรับรางวัล
Shikanzen Sushi	• รางวัล Robinhood academy awards 2022 ซึ่งเป็นรางวัล Merchant Popular ร้านซูชิยอดนิยมแห่งปี โดยมีคุณศุภณัฐ สัจจะรัตนกุล ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารบริษัท เดอะ ฟู้ด ซีเล็คชั่น กรุ๊ป จำกัด เข้ารับรางวัล

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา (1/6)

เซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย

คุ้มพญารีสอร์ทและสปา เซ็นทาราบูติกคอลเลกชัน

ไม้ขาวดรีมวิลลารีสอร์ทและสปา เซ็นทาราบูติกคอลเลกชัน

โรงแรมรุกข์คีรี เขาใหญ่

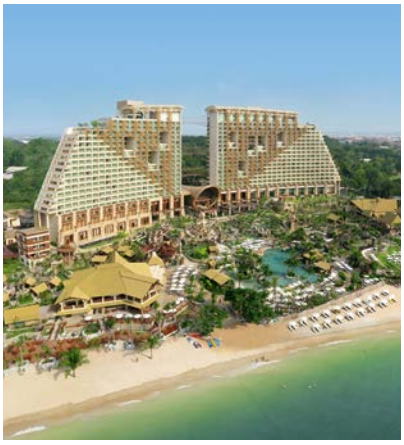
เซ็นทาราแกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์

เซ็นทาราแกรนด์เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ

เซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทและวิลลา กระบี่

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา (2/6)

เซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทและวิลลา หัวหิน

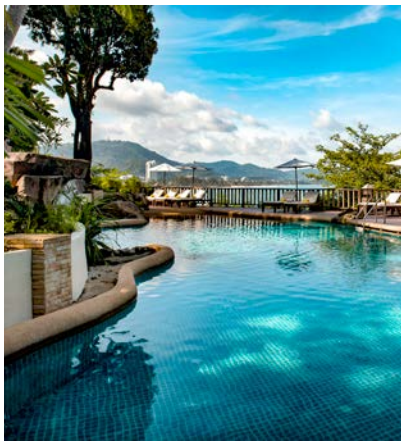


เซ็นทาราแกรนด์มิราจบีชรีสอร์ท พัทยา

เซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ท ภูเก็ต

เซ็นทาราแกรนด์ไอส์แลนด์รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์

เซ็นทาราวิลลา สมุย



เซ็นทาราวิลลา ภูเก็ต

เซ็นทารากะตะรีสอร์ท ภูเก็ต

เซ็นทารากะรนรีสอร์ท ภูเก็ต

เซ็นทาราชานทะเลรีสอร์ทและวิลลา ตราด

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา (3/6)

โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่

โรงแรมเซ็นทาราและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ อุดรธานี

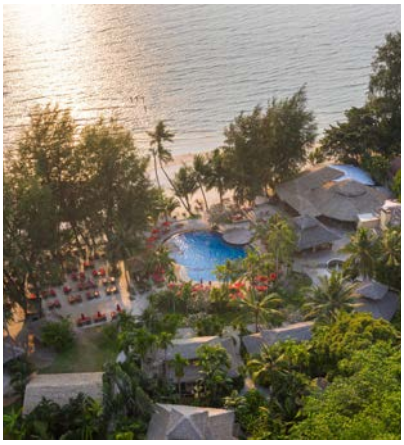
เซ็นทาราอันดาเทวีรีสอร์ทและสปา กระบี่

โรงแรมเซ็นทาราวอเตอร์เกตพาวิลเลียน กรุงเทพฯ

โรงแรมเซ็นทาราพัทยา

โรงแรมเซ็นทารา อาซัวร์ พัทยา

เซ็นทาราคิวรีสอร์ท ระยอง

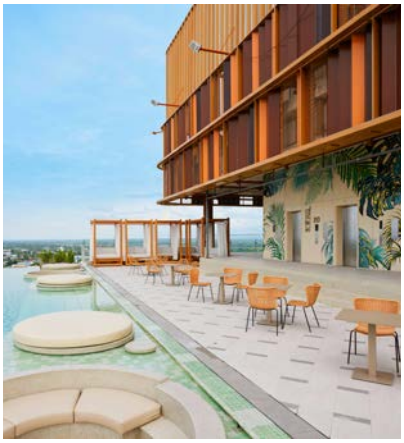


เซ็นทาราเกาะช้างทรอปิคานารีสอร์ท

โรงแรมเซ็นทาราโนวาและสปา พัทยา

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา (4/6)

เซ็นทาราอ่าวนางบีชรีสอร์ทและสปา กระบี่



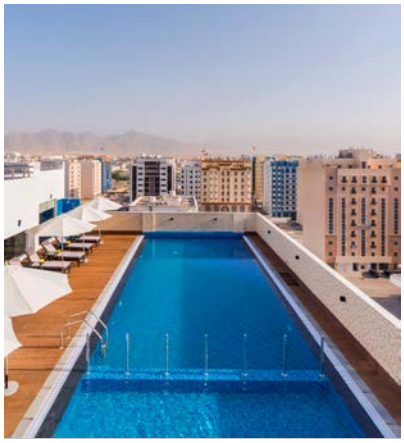
เซ็นทารา โคราช

โรงแรมเซ็นทารา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่

เซ็นทาราราสฟูซิรีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์

เซ็นทารามิราจบีชรีสอร์ท ดูไบ

เซ็นทาราซีย์แซนด์รีสอร์ทและสปา ศรีลังกา



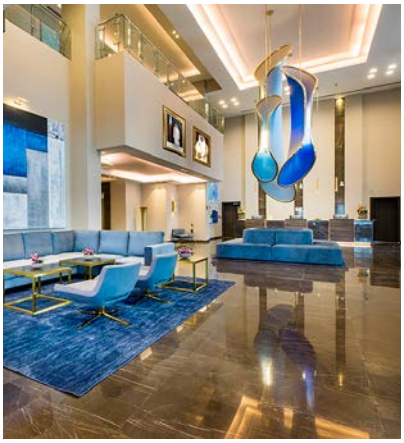
โรงแรมเซ็นทารามัสกัต

เซ็นทารามิราจรีสอร์ท มุยเน่

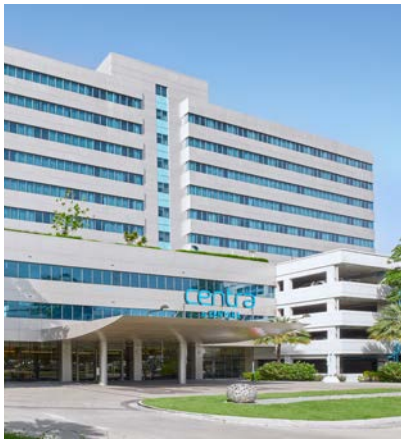
วอเตอร์ฟร้อนท์สวีทภูเก็ตบายเซ็นทารา

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา (5/6)

เซ็นทาราซันไรซ่าเรสซิเดนซ์และสวีท ศรีราชา



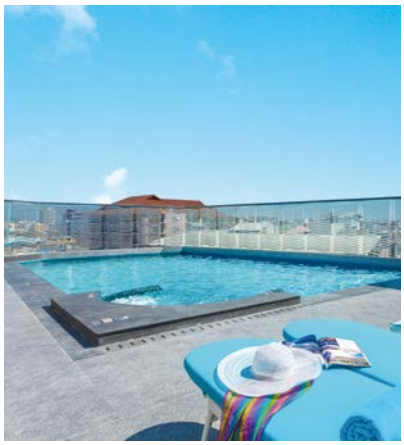
โรงแรมเซ็นทารา เวสต์เบย์ เรสซิเดนซ์ โดฮา



โรงแรมเซ็นทราบายเซ็นทารา
ศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ

เซ็นทราบายเซ็นทาราโคโคนัทบีชรีสอร์ท สมุย

เซ็นทราบายเซ็นทารามาริสรีสอร์ท จอมเทียน



โรงแรมเซ็นทราบายเซ็นทาราอเวนิว พัทยา

เซ็นทราบายเซ็นทาราภูพาโนรีสอร์ท กระบี่

โรงแรมเซ็นทราบายเซ็นทารา แม่สอด

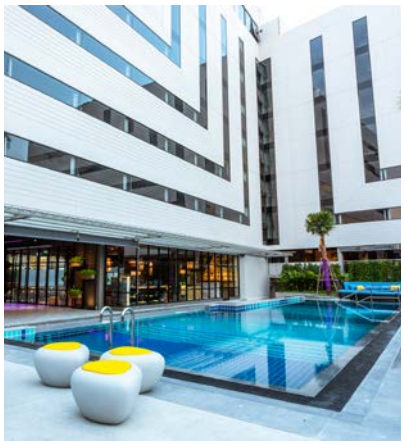
เซ็นทราบายเซ็นทาราชะอำบีชรีสอร์ท หัวหิน

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา (6/6)

โรงแรมเซ็นทราบายเซ็นทารา บางกอก พระนคร

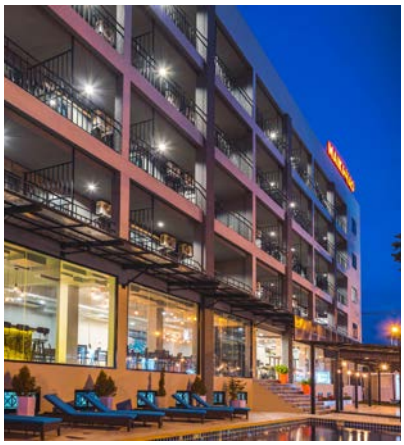
โรงแรมเซ็นทราบายเซ็นทารามัสกัต ดูนส์

โคซี่สมุย เฉวงบีช



โคซี่พัทยา วงศ์อมาตย์บีช

โคซี่กระบี่ อ่าวนางบีช



โรงแรมไม้ขาว

อัล เฮล เวฟส์ แมนเนจ บาย เซ็นทารา

CENTARA RESERVE
SAMUI

สารบัญ

จุดเด่นทางการเงิน 19
คณะกรรมการบริษัท 20
สารจากประธานกรรมการ 22
สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร 23
สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด 24

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจและผลกระทบ

โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท 26
การบริหารจัดการความเสี่ยง 115
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 121
การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ 194
ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น 208

ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ

รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ 210
รายงานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน 212
รายงานคณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยง 213
นโยบายการกำกับดูแลกิจการ 215
โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่นๆ 224
รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ 240
การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน 246

ส่วนที่ 3 งบการเงิน

เอกสารแนบ

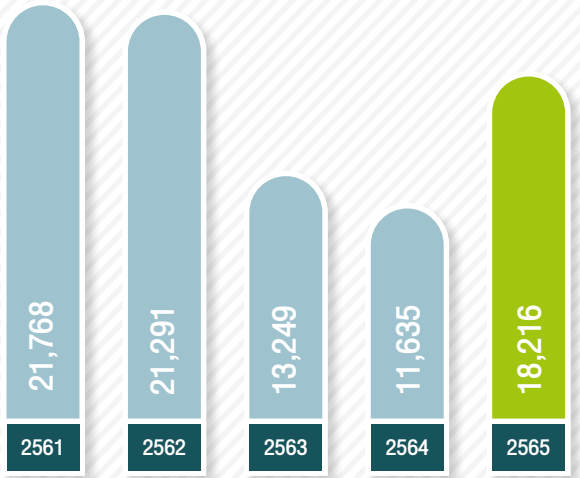
เอกสารแนบ 1 369
รายละเอียดเกี่ยวกับ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุมและเลขานุการบริษัท

เอกสารแนบ 2
รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย 386

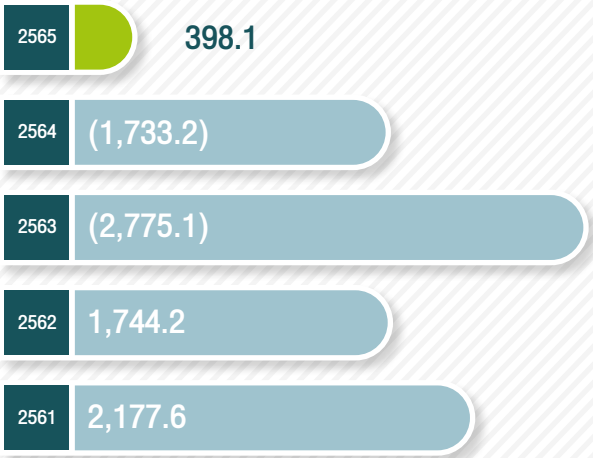
เอกสารแนบ 3
ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ 388

เอกสารแนบ 4
นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ 397

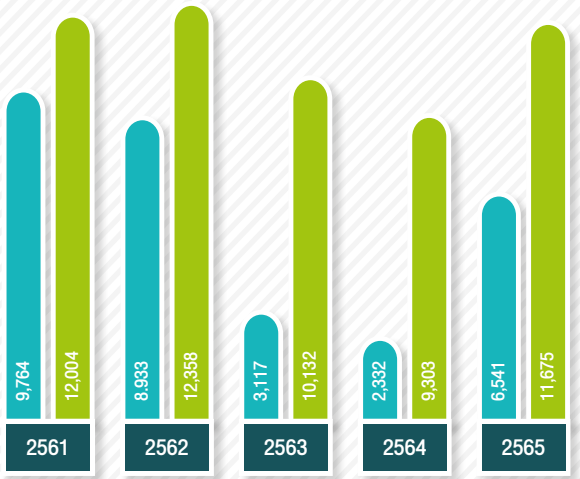
รายได้รวม (ล้านบาท)



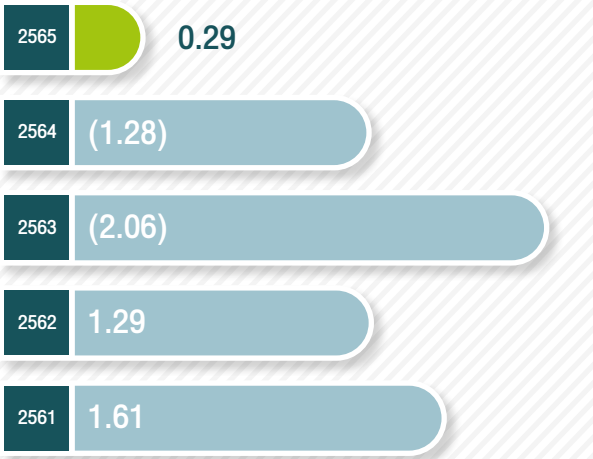
กำไร (ขาดทุน) สุทธิหลังหักภาษี (ล้านบาท)



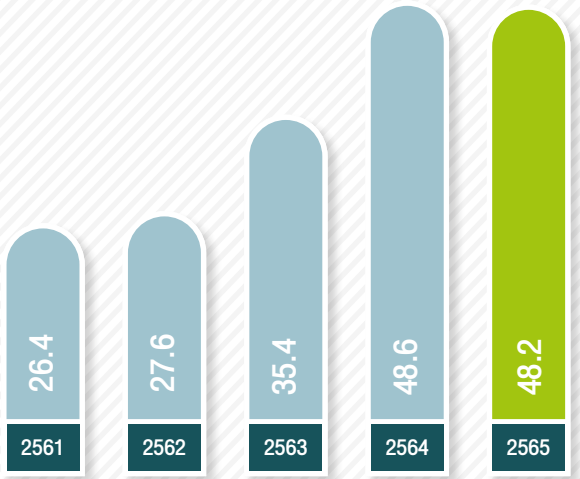
รายได้จากธุรกิจโรงแรมและอาหาร (ล้านบาท) โรงแรม อาหาร



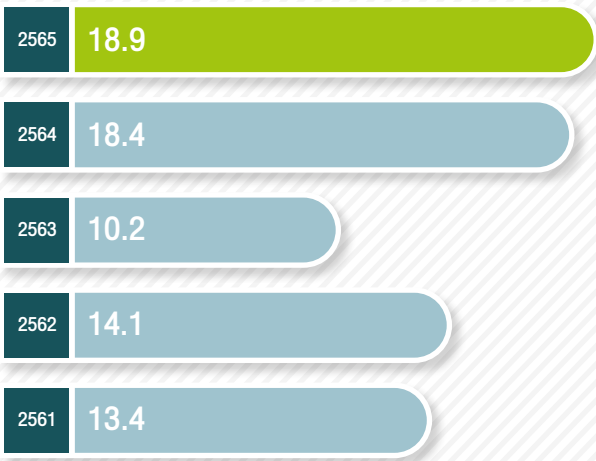
กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้น (บาท)



สินทรัพย์ (พันล้านบาท)



ส่วนของผู้ถือหุ้น (พันล้านบาท)



จุดเด่นทางการเงิน

(หน่วย : ล้านบาท)

	2565	2564	2563
	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม
ผลการดำเนินงาน			
รายได้จากการขาย	**17,487.7**	11,197.0	12,892.7
รายได้รวม	**18,215.7**	11,635.4	13,249.4
กำไรขั้นต้น (1)	**9,517.1**	5,697.4	6,486.9
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้	**(690.1)**	(1,117.0)	(2,664.1)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	**398.1**	(1,733.2)	(2,775.1)
ฐานะการเงิน			
สินทรัพย์รวม (2)	**48,165.6**	48,592.5	35,379.7
หนี้สินรวม	**29,274.9**	30,160.9	25,144.6
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (3)	**22,480.4**	24,242.8	22,254.1
ส่วนของผู้ถือหุ้น	**18,890.7**	18,431.7	10,235.1
กำไรสะสม (4)	**6,205.9**	5,807.8	7,541.0
จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (ล้านหุ้น)	**1,350**	1,350	1,350
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ			
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ (%)	**2.2%**	-14.9%	-20.9%
อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (%)	**0.8%**	-4.1%	-8.8%
อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (%)	**2.1%**	-12.1%	-22.8%
อัตราส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	**1.2**	1.3	2.2
อัตราส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า) ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	**0.8**	0.9	1.1
อัตราส่วนของหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	**1.5**	1.6	2.5
กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้น (บาท)	**0.29**	(1.28)	(2.06)
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (บาท)	**13.99**	13.65	7.57

(1) กำไรขั้นต้นคำนวณจากรายได้จากการขายหักต้นทุนทางตรงที่ไม่รวมค่าเสื่อมราคา ค่าบำรุงรักษา และค่าเช่า

(2) บริษัทฯ เปลี่ยนนโยบายการบัญชีในการบันทึกที่ดินจากราคาทุนเป็นราคาที่ตีใหม่ ในปี 2564

(3) หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยรวมหนี้สินตามสัญญาเช่า

(4) กำไรสะสมรวมกำไรสะสมที่จัดสรรแล้วเป็นสำรองตามกฎหมาย

คณะกรรมการบริษัท (1/2)

นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์
- ประธานกรรมการกิตติมศักดิ์

คุณหญิงสุจิตรา มงคลกิติ
- กรรมการกิตติมศักดิ์

นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์
- ประธานกรรมการ

นางสาวโสภาวดี เลิศมนัสชัย
- กรรมการอิสระ
- ประธานกรรมการตรวจสอบ

นายนรชิต สิงหเสนี
- กรรมการอิสระ
- กรรมการตรวจสอบ
- ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล

นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณ
- กรรมการอิสระ
- กรรมการตรวจสอบ
- กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

นายเกริด เคิร์ก สตีป
- กรรมการอิสระ

คณะกรรมการบริษัท (2/2)

นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์
- กรรมการ

นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์
- กรรมการ
- กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล

นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์
- กรรมการ
- กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล

นางจินตนา บุญรัตน์
- กรรมการ

นางสิริเกศ จิรกิติ
- กรรมการ

นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์
- ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
- กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล

นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์
- กรรมการ
- รองประธานบริหารอาวุโส ฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์

สารจากประธานกรรมการ

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา

เรียน ผู้ถือหุ้นทุกท่าน

ในนามของคณะกรรมการ ผมรู้สึกยินดีที่ได้มีโอกาสนำเสนอรายงานประจำปีของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565

ในขณะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการทั่วโลกยังคงได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ปี 2565 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการเกิดการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทุกคนในองค์กรของเรารวมตัวกันเป็นทีมเพื่อเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ และบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในการสร้างรายได้และขยายธุรกิจต่าง ๆ เรามีโรงแรมแห่งใหม่ที่เปิดดำเนินการเพิ่มเติม 3 แห่งในประเทศไทยและอีกหนึ่งแห่งในประเทศโอมาน ในพอร์ตโฟลิโอของเราสำหรับปีที่ผ่านมา และมีโครงการเพิ่มอีกกว่า 40 โครงการที่กำลังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผมคาดหวังถึงผลลัพธ์ที่ดีในปี 2566 และยังคงมั่นใจว่า ปี 2566 นี้จะเป็นปีแห่งความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่

เนื่องจากโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราก้าวเข้าสู่การครบรอบ 40 ปี ผมได้ใคร่ครวญสิ่งที่เราประสบความสำเร็จตลอดสี่ทศวรรษที่ผ่านมา ตั้งแต่การสร้างโรงแรมแห่งแรกในพื้นที่ก่อสร้างชานเมืองในกรุงเทพฯ ไปจนถึงผลงานปัจจุบันของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราจำนวน 92 แห่งจากแบรนด์ที่โดดเด่น 6 แบรนด์ใน 13 ประเทศ เรากำลังก้าวหน้าอย่างมั่นคงในเส้นทางการเดินทางสู่การเป็น 1 ในกลุ่มธุรกิจบริการชั้นนำระดับโลก 100 แห่ง – ความสำเร็จที่นำพาซึ่งความภาคภูมิใจและผลลัพธ์ที่ดีสำหรับสิ่งที่เราสามารถทำได้ในฐานะองค์กรในอนาคต

สำหรับธุรกิจร้านอาหารซึ่งอยู่ภายใต้ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด หลังสถานการณ์โควิดคลี่คลายลง ธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น จากปัจจัยบวกที่ประชาชนมีความเชื่อมั่น และมีความมั่นใจในการออกมาใช้ชีวิตนอกบ้าน รับประทานอาหารที่ร้านมากขึ้น ทาง เซ็นทรัล เรสเตอรองท์ กรุ๊ป (CRG)จึงดำเนินธุรกิจตามยุทธศาสตร์เชิงรุก ด้วยพัฒนาการเติบโตธุรกิจร้านอาหารในรูปแบบ New S Curve ได้แก่ การเร่งขยายสาขา, เปิดตัวร้านอาหารโมเดลใหม่ในรูปแบบ Shop in Shop ควบคู่ไปกับการขยายร้านในรูปแบบคลาวด์คิทเช่น รวมถึงการขยายบริการเดลิเวอรี่ ออนไลน์อย่างต่อเนื่อง และอีกกลยุทธ์สำคัญในการเสริมความแข็งแกร่งให้พอร์ตโฟลิโอของบริษัทฯ คือการเข้าร่วมทุนกับ เดอะ ฟู้ด ซีเล็คชั่น กรุ๊ป จำกัด (แบรนด์ ชินคันเซ็น ซูชิ) และ เปิดตัวแบรนด์ใหม่ “ราเมน คาเกทสึ อาราชิ” ด้วยมั่นใจว่า จะเป็นส่วนสำคัญที่เข้ามาเสริมความแข็งแกร่งให้พอร์ตร้านอาหารของบริษัทฯ ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นได้อย่างแน่นอน

เมื่อเราทำงานเพื่อขยายธุรกิจของเรา สิ่งสำคัญที่สุดคือการมอบประสบการณ์ที่น่าจดจำและน่ายินดีที่สุดให้กับลูกค้าของเรา ผมจำได้ว่า ครอบครัวไทยให้ความสำคัญกับสิ่งที่เซ็นทาราสร้างขึ้นและถือว่าความสำเร็จอันน่าทึ่งของเรามาจากการที่ผู้ถือหุ้น คู่ค้าธุรกิจ ซัพพลายเออร์ และพนักงานให้การสนับสนุน ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทำให้เราทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

ผมขอขอบคุณทีมงานที่ทำงานหนักและทุ่มเทตลอดระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา ขอขอบคุณผู้ถือหุ้นและคู่ค้าธุรกิจที่นับถือทุกท่านที่มุ่งมั่นต่อวิสัยทัศน์ของเราอย่างไม่เปลี่ยนแปลง ปี 2566 เป็นปีแห่งความหวังและศักยภาพอันยิ่งใหญ่สำหรับการเติบโตของเซ็นทารา ผมเฝ้ารอที่จะแบ่งปันความสำเร็จกับทุกคน

สุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์
ประธานกรรมการ

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา

เรียน ผู้ถือหุ้น

หลังจากช่วงสองสามปีที่ทุกประเทศทั่วโลกต่างสับสนอลหม่าน รวมถึงสถานการณ์ที่ทดสอบความอดทนของมนุษย์มากขึ้น ในช่วงต้นปี 2565 นับเป็นเรื่องน่ายินดีที่ได้เห็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัวอย่างเป็นรูปเป็นร่างในช่วงครึ่งหลังของปีที่ผ่านมา เราสามารถพิสูจน์ถึงความทุ่มเท ความปรารถนาอย่างแรงกล้า และความมุ่งมั่น ด้วยรายได้ ณ สิ้นปีที่เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเป็นเหตุผลที่เราคาดว่าจะเกิดผลลัพธ์ที่ดีในปี 2566 นี้

แม้จะมีช่วงเวลาที่ท้าทายมากมาย แต่เซ็นทารายังคงแน่วแน่ในการขยายธุรกิจโดยประสบความสำเร็จมากมาย ในปี 2565 เราสามารถเปิดตัวโรงแรมใหม่ 2 แห่ง ได้แก่ โรงแรมเซ็นทารา โคราช และ โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา บางกอก พระนคร และได้บริหารโรงแรมเพิ่มอีก 2 แห่ง ได้แก่ โรงแรมเซ็นทารา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่ ซึ่งเป็นโรงแรมแห่งที่สองที่เราเปิดในจังหวัดเชียงใหม่ และโรงแรมอัล เฮล เวฟส์ แมนเนจ บาย เซ็นทารา ในประเทศโอมาน ส่งผลให้เครือของเรามีพอร์ตโฟลิโอทรัพย์สินทั่วโลกจำนวน 92 แห่ง ทั้งที่กำลังดำเนินงานอยู่หรืออยู่ในขั้นตอนการพัฒนาใน 13 ประเทศ

อีกทั้ง ยังมีเหตุการณ์สำคัญ 2 เรื่องในเดือนธันวาคม 2565 และมกราคม 2566 เรื่องแรกคือ เซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย ซึ่งเป็นโรงแรมลักซ์ชูรี่แห่งแรกที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ดำเนินงานครบรอบ 1 ปี และเรื่องที่ 2 เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท แอนด์ วิลลา หัวหิน ซึ่งเป็นโรงแรมเชิงมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของเรา ดำเนินงานครบรอบ 100 ปี

นอกเหนือจากความสำเร็จที่สำคัญเหล่านี้แล้ว เซ็นทารายังคงมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมระยะยาว โดยมีเป้าหมายให้ทรัพย์สินของเราได้รับการรับรองมาตรฐาน GTSC ครบ 100% ภายในปี 2568 เรารู้สึกภูมิใจที่จะประกาศให้ทราบว่า นอกจากสำนักงานของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราแล้ว โรงแรม 12 แห่งของเราได้รับการรับรองระดับสากลด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อีกทั้ง ในปี 2565 เซ็นทารายังได้รับเลือกให้เป็นหนึ่งในรายชื่อหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment (THSI)) เป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน เพื่อยกย่องผลงานที่โดดเด่นของเราในแนวทางการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG)

เมื่อพิจารณาปีที่กำลังจะถึงนี้ เรามองเห็นถึงการเติบโตอันสดใสในอนาคตโดยมีโครงการที่น่าสนใจมากมายที่อยู่ในระหว่างดำเนินการ โดยกำลังจะเปิดโรงแรมเซ็นทาราแห่งใหม่ในต่างประเทศ อาทิ ประเทศกาตาร์ โอมาน ลาว และญี่ปุ่น รวมถึงจุดหมายปลายทางยอดนิยมในประเทศไทย ในเดือนมีนาคมนี้ เราจะสร้างชุมชน ความยั่งยืน และความสะดวกสบายให้กับภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้วยการเปิดตัวโรงแรมเซ็นทารา อุบล อย่างยิ่งใหญ่ และในเดือนกรกฎาคม 2566 เซ็นทารารู้สึกภูมิใจที่จะได้เปิดตัวโรงแรมแห่งแรกในประเทศญี่ปุ่น ชื่อว่า โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ โอซาก้า ขนาด 33 ชั้น ตั้งอยู่ ณ ใจกลางย่านนัมบะ ซึ่งเป็นแหล่งบันเทิงและช็อปปิ้งของเมือง

เซ็นทาราพร้อมรับความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ในปี 2566 และผมตั้งตารอที่จะมอบคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ความห่วงใย และการแบ่งปัน รวมไปถึงการให้บริการระดับโลกอย่างต่อเนื่องเพื่อทำให้โรงแรมและรีสอร์ทของเราเป็นสถานที่ที่น่าอยู่สำหรับทุกคน

ธีระยุทธ จิราธิวัฒน์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

สารจากกรรมการผู้จัดการใหญ่

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด

แม้ในปี 2565 จะเป็นอีกปีที่สร้างความท้าทายจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมาย สร้างการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ตอกย้ำศักยภาพความแข็งแกร่งทางธุรกิจ และการเป็นผู้นำธุรกิจร้านอาหารเครือข่ายของประเทศไทย

ด้วยแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ยุทธศาสตร์เชิงรุก พัฒนาการเติบโตธุรกิจร้านอาหารในรูปแบบ New S Curve กับกลยุทธ์หลัก ได้แก่ การเร่งขยายสาขาร้านอาหารมากกว่า 200 สาขา ในทำเลศักยภาพใหม่ ๆ ทั่วประเทศ เพื่อรองรับความต้องการ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มสดใส ฟื้นตัวขึ้น จากสถานการณ์โควิดที่เริ่มคลี่คลาย พร้อมกับเปิดตัวร้านอาหารโมเดลใหม่ในรูปแบบ Shop in Shop ซึ่งเป็นการซีนเนอร์ยีแบรนด์ในร้านเดียวกัน รวมถึงการขยายบริการเดลิเวอรี่ ออนไลน์ อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น นอกจากนี้ยังเดินหน้าดำเนินการอัพเกรดเทคโนโลยี เพื่อสร้างอีโคซิสเทม วางโครงสร้างพื้นฐานธุรกิจรองรับวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) เพื่อยกระดับการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนสร้างโอกาสทางธุรกิจเพิ่มเติมอีกด้วย

และอีกกลยุทธ์สำคัญในการเสริมความแข็งแกร่งให้พอร์ตโฟลิโอของบริษัทฯ จึงผนึกกำลังพันธมิตรกับผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีศักยภาพมาขยายธุรกิจ ด้วยการเข้าร่วมทุน กับ เดอะ ฟู้ด ซีเล็คชั่น กรุ๊ป จำกัด (แบรนด์ ชินคันเซ็น ซูชิ) มีจุดเด่นคือเป็นอาหารญี่ปุ่น ที่เน้นการขายซูชิ ในราคาสบายกระเป๋า แต่เต็มเปี่ยมไปด้วยคุณภาพ และในไตรมาสสุดท้าย บริษัทฯ เปิดตัวแบรนด์ใหม่ “ราเมน คาเกทสึ อาราชิ” ซึ่งเป็นร้านราเมนเครือข่าย (chain) ระดับ Top 3 ส่งตรงจากประเทศญี่ปุ่น และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีสาขาในญี่ปุ่นมากกว่า 200 สาขา และอีกมากกว่า 290 สาขาทั่วโลก ด้วยมองว่าตลาดอาหารญี่ปุ่นมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นอาหารยอดนิยมของคนไทย และเป็นที่ชื่นชอบของคนทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ จึงมั่นใจว่าจะเป็นส่วนสำคัญที่เข้ามาเสริมความแข็งแกร่งให้พอร์ตร้านอาหารของบริษัทฯ ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นได้อย่างแน่นอน

นอกจากความมุ่งมั่นในการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญและคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ด้วยโครงการที่ดำเนินงานร่วมกับบริษัทกลุ่มเซ็นทรัล อาทิ โครงการอิ่มนี้เพื่อทีมแพทย์, โครงการ Women Cancer ชวนทำดี ช่วยผู้ป่วยมะเร็งสตรี, การบริจาคอาหารและสิ่งของในโครงการต่าง ๆ และโครงการอื่น ๆ อีกหลายโครงการ อาทิ โครงการส่งมอบอาหารคุณภาพดีส่วนเกินจากการจำหน่าย เพื่อส่งมอบไปยังผู้ด้อยโอกาสในสถานสงเคราะห์ในพื้นที่ต่างๆ ตลอดจนผู้ยากไร้ นำร่องโดยแบรนด์มิสเตอร์ โดนัท และยังเริ่มต้นขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เปิดร้าน KFC Green Store ภายใต้แนวคิด “Journey to zero” เป็นต้น

สุดท้ายนี้ ในนามของผู้บริหารและพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ขอขอบคุณพันธมิตรทางธุรกิจ ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่ให้ความเชื่อมั่น และสนับสนุนบริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา รวมทั้งขอบคุณผู้บริหารและพนักงานทุกท่านที่ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่อย่างดีเยี่ยม ร่วมมือในการผลักดันธุรกิจของบริษัทฯ ให้เดินหน้าและเติบโตอย่างยั่งยืน และเผชิญกับทุกสถานการณ์แม้ในช่วงที่ท้าทายที่สุด โดยบริษัทฯ ขอให้คำมั่นว่า จะมุ่งมั่น ทุ่มเทในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างคุณค่าแก่สังคม และสร้างรากฐานองค์กรให้แข็งแกร่งในการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

ณัฐ วงศ์พานิช
กรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด

โครงสร้างและผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือ กลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

ธุรกิจโรงแรม

วิสัยทัศน์ (Vision)	ก้าวสู่การเป็นกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทชั้นนำของคนไทยในระดับโลก
พันธกิจ (Mission)	ส่งมอบประสบการณ์ความเป็นไทยที่สอดรับกับเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของจุดหมายปลายทางทั่วโลก เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกคน ด้วยการผสานนวัตกรรมการให้บริการที่แฝงความอบอุ่นแบบครอบครัว และความทุ่มเทของชาวเซ็นทารา ที่พร้อมมุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ธุรกิจอาหาร

วิสัยทัศน์ (Vision)	เป็นผู้นำธุรกิจร้านอาหารอันดับ 1 ในใจผู้บริโภค ด้วยนวัตกรรมและการส่งมอบมื้ออาหารที่คุ้มค่าให้กับผู้บริโภคในทุกโอกาส
พันธกิจ (Mission)	ส่งมอบมื้ออาหารที่อร่อย คุ้มค่า คุ้มราคา จากการบริการด้วยใจของชาว CRG ให้กับลูกค้าทุกคน และมุ่งมั่นสรรสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค เพื่อส่งต่อประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรม

บริษัทได้ทบทวนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา เพื่อบรรลุเป้าหมายในการทำให้เซ็นทาราก้าวสู่การเป็นหนึ่งใน 100 กลุ่มโรงแรมชั้นนำของโลกภายในปี 2570 โดยกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจ 5 ปี (2565-2569) ดังนี้

1. สร้างรายได้รวมกว่า 1.6 หมื่นล้านบาทภายในปี 2569
2. การลงทุนในโครงการใหม่ที่สำคัญในต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น และประเทศมัลดีฟส์ รวมถึงการพัฒนาโรงแรมในรูปแบบเพื่อการพักผ่อน (Retreat Resort) ที่มุ่งเน้นการบริการด้านสุขภาพ
3. การพัฒนาปรับปรุงและยกระดับแบรนด์ของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราในปัจจุบันให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น
4. เพิ่มความร่วมมือกับบริษัทอื่นๆในเครือเซ็นทรัลเพื่อพัฒนาธุรกิจโรงแรมและสร้างแบรนด์ใหม่
5. การขยายธุรกิจการรับบริหารโรงแรม
6. การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการให้บริการ
7. ทำการขายและการตลาดที่เข้าถึงลูกค้ามากยิ่งขึ้น รวมถึงการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ และรักษาฐานลูกค้าเดิม ผ่านโปรแกรมเซ็นทาราเดอะวัน
8. พัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มทักษะความรู้ ความสามารถให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้แนวคิด The Place To Work
9. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทางเลือก ปรับปรุงระบบการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจอาหาร

บริษัทยังคงให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจอาหาร โดยการส่งมอบมื้ออาหารที่อร่อย คุ้มค่า คุ้มราคา จากการบริการด้วยใจของชาว CRG ให้กับลูกค้าทุกคน และมุ่งมั่นสรรสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค เพื่อส่งต่อประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ในช่วงปี 2565 ที่ผ่านมา CRG ได้มุ่งเน้นในการหาโอกาส เพื่อการฟื้นตัว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มเมนูเครื่องดื่มหรือเซ็ต หรือการพัฒนารูปแบบอาหารในรูปแบบ อาหาร พร้อมปรุง เครื่องดื่มพร้อมดื่ม การพัฒนาสินค้าใหม่ในรูปแบบ Grab & Go เพื่อให้ สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนไป รวมถึงมีการปรับตัวพัฒนาร้านในรูปแบบใหม่ๆ เร่งขยายสาขาของ แบรนด์ที่มีศักยภาพ เช่น เคเอฟซี ขยายจำนวนสาขา ร้านที่เปิด 24 ชั่วโมง เพื่อเพิ่มโอกาสในการบริการที่เพิ่มขึ้น และมุ่งเน้นขยายสาขา ในรูปแบบใหม่ๆ เช่น มิสเตอร์โดนัท และ อาริกาโตะ ในรูปแบบ Shop in Shop, ส้มตำนัว รูปแบบร้านสแตนอะโลน, คัตสึยะ ร้านขนาดเล็ก, เปปเปอร์ ลันช์ สาขา ในต่างจังหวัด รวมถึงการขายในรูปแบบใหม่ๆ เช่น ขายบัตรของขวัญผ่านทางแอพพลิเคชั่นต่างๆ ตลอดจนการพัฒนาแพลตฟอร์มบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่สูงขึ้น

นอกเหนือจากนี้ในปีที่ผ่านมา CRG ได้มีแบรนด์ใหม่ ชินคันเซ็น ซูชิ และ “ราเมนคาเก็ตสึ อาราชิ (Ramen Kagetsu Arashi)” เพิ่มเข้ามา ใน Portfolio ของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ หลายแบรนด์ยังทำการพัฒนาแบรนด์ใหม่ที่เน้นการขายเฉพาะช่องทางออนไลน์ (Virtual brand) ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

บริษัท มีแผนการขยายสาขาของแบรนด์ต่างๆให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้า และเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าทั้งในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด โดยมุ่งเน้นการรักษามาตรฐานสินค้าให้อยู่ในระดับสูง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอยู่เสมอ อีกทั้ง บริษัทยังมีแผนในการขยายธุรกิจสู่ช่องทางการขายใหม่ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าและบริการลูกค้าได้ในทุกโอกาส

ธุรกิจโรงแรม

ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในปี 2565 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทยเริ่มปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากการยกเลิกข้อจำกัดการเดินทางสำหรับโรคโควิด-19 และการกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีส่วนสำคัญอย่างมากในการช่วยบรรเทาเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น

สายการบินระหว่างประเทศและระดับภูมิภาครายใหญ่ต่าง ๆ ได้เปิดเส้นทางบินมายังประเทศไทยโดยไม่มีข้อจำกัด (การเดินทาง) อีกต่อไป แต่อย่างไรก็ดีนักท่องเที่ยวยังต้องอยู่ในโปรแกรม Sandbox เป็นเวลา 7 วันก่อนเดินทางต่อไปยังพื้นที่อื่น ๆ ต่อมา ในเดือนกุมภาพันธ์ มีการยกเว้นนโยบาย Test & Go ให้แก่นักท่องเที่ยวบางรายให้ไม่ต้องกักตัวโดยแสดง Thailand Pass ที่สมบูรณ์เมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทย และตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2565 เป็นต้นมา ได้มีการยกเลิกโครงการลงทะเบียน Thailand Pass และผู้เดินทางสามารถแสดงเพียงหลักฐานการฉีดวัคซีนหรือผลการทดสอบ RT-PCR ที่มีผลเป็นลบ หรือผลตรวจ ATK จากหน่วยงานที่ได้รับการรับรองภายใน 72 ชั่วโมงก่อนเดินทางเข้าประเทศ จากนั้น นับตั้งแต่เดือนตุลาคม ผู้เดินทางได้รับอนุญาตให้อยู่ต่อได้ โดยไม่ต้องแสดงหลักฐานการฉีดวัคซีน, Thailand Pass, หนังสือรับรองการเดินทางเข้าประเทศ (Certificate of Entry (COE)) หรือผลการทดสอบ ATK นอกจากนี้ยังมีตารางกิจกรรมของทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จัดขึ้นในประเทศไทยเพิ่มจำนวนมากขึ้นด้วยเช่นกัน แสดงให้เห็นถึงสัญญาณการฟื้นตัวที่ตอบรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

ในช่วงไตรมาสแรกของปี โควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอน (Omicron) ทำให้เกิดการติดเชื้อระลอกใหม่โดยมีจำนวนผู้ป่วยรายใหม่ในแต่ละวันเพิ่มสูงขึ้น โดยในบางวันมีจำนวนผู้ป่วยมากกว่า 25,000 ราย โดยกรุงเทพมหานครมีสัดส่วนผู้ป่วยเหล่านี้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม ตัวเลขเหล่านี้ได้ค่อย ๆ ลดลงในไตรมาสที่ 2 โดยช่วงสิ้นปีเหลือผู้ป่วยน้อยกว่า 10 รายต่อวัน

ในขณะที่สถานการณ์โควิด-19 ดีขึ้น โรคฝีดาษลิงได้กลายเป็นปัญหาท้าทายอีกปัญหาหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากพื้นที่ที่มีรายงานการแพร่ระบาดของโรคฝีดาษลิงในแอฟริกา ออสเตรเลีย ยุโรป และอเมริกาเหนือต้องผ่านการตรวจคัดกรองเมื่อเดินทางเข้าประเทศไทยและสแกนคิวอาร์โค้ดของ Thailand Pass โดยเจ้าหน้าที่ด่านควบคุมโรค ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นอกจากต้องปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 ที่มีอยู่แล้วในขณะนั้น นักท่องเที่ยวต้องมีบัตรแจ้งเตือนสุขภาพสำหรับการรายงานอาการด้วยตนเองและคำแนะนำในขั้นตอนต่อไปอีกด้วย

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวน 3,204,180 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้านี้เกือบ 80 เท่า ซึ่งในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 มีจำนวนผู้เดินทางเข้าประเทศเพียง 40,447 คน โดยรวมแล้วในปี 2565 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยมากกว่า 11.5 ล้านคน เทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ 10 ล้านคน

โดยในปลายเดือนกันยายน เงินบาทไทยอ่อนค่าลง 10% เมื่อเทียบกับช่วงต้นปี 2565 โดยแตะระดับต่ำสุดที่ 36.4 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ อันเป็นผลมาจากการลดค่าเงินหยวนของจีน และการคาดการณ์ว่าอัตราดอกเบี้ยในสหรัฐอเมริกาจะมีการปรับตัวขึ้น การใช้อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยของปี 2565 อยู่ที่ 35.0316 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ โดยสิ้นสุดเดือนธันวาคม 2565 รายได้จากการท่องเที่ยวทั้งปี อยู่ที่ 42.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเกือบ 6 เท่าเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้านี้

ในเดือนธันวาคม 2565 อัตราเงินเฟ้อประจำปีของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมากเป็น 5.89% เทียบกับที่เพิ่มขึ้น 5.55% ในเดือนก่อนหน้า ทั้งในภาคธุรกิจอาหารและภาคธุรกิจที่ไม่ใช่อาหาร รวมทั้งค่าขนส่งและราคาพลังงาน

โดยภาพรวมแล้ว เศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2565 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ขยายตัว 2.6% หลังจากที่ขยายตัวช้าเพียง 1.5% ในปี 2564 เนื่องจากการฟื้นตัวของทั้งภาคธุรกิจท่องเที่ยวและการบริโภคของภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม การขยายตัวนี้ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากการส่งออกเกิดการชะลอตัวมากกว่าการเติบโตของการท่องเที่ยว

รายงานผลการประกอบการธุรกิจโรงแรม

ณ สิ้นปี 2565 เซ็นทาราได้ดำเนินการหรือพัฒนาโรงแรมและรีสอร์ทในส่วนที่เป็นเจ้าของและบริหารจำนวน 92 แห่ง โดยมีห้องพัก 19,348 ห้อง ใน 13 ประเทศ ภายใต้แบรนด์ 6 แบรนด์ ได้แก่ เซ็นทารา รีเซิร์ฟ (Centara Reserve), เซ็นทาราบูติกคอลเลกชัน (Centara Boutique Collection), เซ็นทารา แกรนด์ (Centara Grand), เซ็นทารา (Centara), เซ็นทรา บาย เซ็นทารา (Centra by Centara) และ โคซี่ (COSI) โดยรายได้จากธุรกิจโรงแรมของเซ็นทาราในปี 2565 มีจำนวนรวม 6,541 ล้านบาท และ 5,935 ล้านบาท จากโรงแรมและรีสอร์ท 19 แห่ง ที่เซ็นทาราเป็นเจ้าของ

แม้ว่า โควิด-19 สายพันธุ์ Omicron ระลอกใหม่จะเข้ามาประเทศไทยเมื่อต้นปี 2565 แต่ผลประกอบการโดยรวมดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว เนื่องจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวหลังการแพร่ระบาดของ โควิด-19 ทั่วโลก ข้อจำกัดด้านการเดินทางลดลงและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลได้ดึงดูดความต้องการเดินทางภายในประเทศจากชาวไทยและชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยในประเทศไทย

โรงแรมในกรุงเทพฯ ของเซ็นทารา รายได้รวมเพิ่มสูงขึ้นหลังจากรัฐบาลได้ยกเลิกมาตรการการท่องเที่ยวในเดือนพฤษภาคม โดยเซ็นทารา แกรนด์ และบางกอก คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ มีรายได้รวม 1,275 ล้านบาท จากราคาห้องพักเฉลี่ย 4,805 บาท และมีอัตราการเข้าพักอยู่ที่ 70.16% และด้วยโรงแรมฯ มีชื่อเสียงในด้านการประชุมในระดับนานาชาติและสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม โรงแรมจึงได้รับรางวัลหลายรางวัล ได้แก่ มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard) มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Standard) และ รางวัลจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (TTG Travel Awards) เป็นต้น

ในสถานการณ์ที่ท้าทายเช่นนี้ เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ มีรายได้รวมอยู่ที่ 505 ล้านบาท จากราคาห้องพักเฉลี่ยอยู่ที่ 2,032 บาท และมีอัตราการเข้าพัก 45.5% โรงแรมยังได้รับรางวัลหลายรางวัลทางด้านการจัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม ได้แก่ มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard) มาตรฐานสถานที่จัดงานระดับอาเซียน (ASEAN Mice Venue Standard) และมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน (ASEAN Green Hotel Standard)

ด้วยความต่อเนื่องของนโยบาย Work from Home ในบริษัทต่าง ๆ รวมถึงหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ ทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของโรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะแต่ยังทำรายได้สูงกว่าปีก่อนหน้าถึง 153% หรือกว่า 89.6 ล้านบาท โดยปิดปี 2565 ด้วยรายได้รวม 148.08 ล้านบาท

เซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีชรีสอร์ท พัทยา ซึ่งมีผู้เข้าพักส่วนใหญ่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มทยอยเดินทางเข้ามาหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ดีขึ้นหลังจากไตรมาสที่ 2 โดยมีรายได้รวมในปี 2565 อยู่ที่ 774 ล้านบาท มีอัตราการเข้าพัก 59.5% และราคาห้องพักเฉลี่ย 4,473 บาท ซึ่งสูงกว่าอัตราค่าห้องพักที่ประมาณการไว้เล็กน้อยที่ 3,743 บาท นอกจากนี้ รีสอร์ทยังได้รับการโหวตให้เป็นโรงแรมสำหรับครอบครัวที่ดีที่สุดอันดับที่ 12 ในเอเชีย จาก Traveler's Choice Awards ปี 2022 และได้รับการรับรองระดับ 'ยอดเยี่ยม' โดย TripAdvisor

อีกหนึ่งโรงแรมที่ได้รับรางวัล TripAdvisor Traveler's Choice Award ในปีนี้ ได้แก่ โรงแรมโคซี่ พัทยา วงศ์อมาตย์ บีช ซึ่งสามารถผ่านสองปีที่วิกฤติมาได้ (พ.ศ. 2563 และ 2564) โดยมีสัญญาณการฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2565 ซึ่งนำไปสู่รายได้รวมที่ 22.7 ล้านบาท และอัตราการเข้าพักอยู่ที่ 20.67%

เซ็นทารา แกรนด์ บีชรีสอร์ทและวิลลา หัวหิน มีรายได้รวม 379.4 ล้านบาท ในปี 2565 ซึ่งเป็นรายได้สูงสุดนับตั้งแต่เริ่มมีการระบาดของโควิด-19 ซึ่งเป็นผลมาจากโปรโมชั่นต่างๆจากทางเซ็นทาราและแคมเปญเราเที่ยวด้วยกันจากรัฐบาล ด้วยราคาห้องพักเฉลี่ยที่ 4,636 บาท และอัตราการเข้าพัก 63.1% รีสอร์ทยังคงรักษาตำแหน่งอันดับ 2 สำหรับ RevPAR หรือ รายได้ห้องพักเฉลี่ยของห้องพักที่เปิดขายทั้งหมด เมื่อเทียบกับบริษัทคู่แข่งในหัวหิน

ในส่วนของโรงแรมหรูแบรนด์แรกของเซ็นทารา – เซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย – เปิดให้บริการครบปีแรก ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นยุคใหม่แห่งประสบการณ์และการต้อนรับที่หรูหราสำหรับโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา โดยรีสอร์ทตั้งอยู่ที่ปลายสุดของหาดเฉวง ประกอบด้วยห้องพักมาตรฐานสูง 184 ห้อง ห้องพูลสวีท และพูลวิลล่าริมชายหาดพร้อมทิวทัศน์สวนหรือทะเล สิ่งอำนวยความสะดวก และระเบียงหรือเฉลียงส่วนตัว พร้อมประสบการณ์การเดินทางที่ปรับให้เข้ากับแต่ละผู้เข้าพัก ในปี 2565 รีสอร์ทมีรายได้ 39 ล้านบาท โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย 49.70% และราคาห้องพักเฉลี่ยอยู่ที่ 7,858 บาท รีสอร์ทยังได้รับรางวัลมากมาย รวมถึงรางวัลรีสอร์ทสุดหรูที่ดีที่สุดบนเกาะสมุย (Best Luxury Resort in Koh Samui) และ รางวัลในวงการตลาดลักชัวรีที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย (Thailand by Luxury Lifestyle Awards 2022)

ในขณะที่เกาะภูเก็ตเริ่มฟื้นตัวหลังจากการเปิดพรมแดนอีกครั้งให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบครอบครัวหลั่งไหลเข้ามา โดยเซ็นทารา แกรนด์ บีชรีสอร์ท ภูเก็ต จบปีได้สูงกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ โดยมีรายได้ 410 ล้านบาท อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย 4,806 บาท และอัตราการเข้าพัก 59.25% และอีกหนึ่งโรงแรมที่จังหวัดภูเก็ต เซ็นทารา วิลลา ภูเก็ต ยังสามารถทำรายได้สูงกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ที่ 55 ล้านบาท จากราคาห้องพักเฉลี่ย 2,228 บาท และมีอัตราการเข้าพัก 63.50%

หลังการแพร่ระบาดและการลดข้อจำกัดด้านการเดินทาง เซ็นทารา แกรนด์ บีชรีสอร์ทและวิลลา กระบี่ ส่งท้ายปีด้วยรายได้ 288 ล้านบาท จากอัตราการเข้าพักเฉลี่ย 50.84% และราคาห้องพักเฉลี่ย 5,051 บาท ด้านโคซี่ กระบี่ อ่าวนาง บีช ที่อยู่ใกล้เคียงมีการเติบโตเช่นกันหลังจากเปิดให้บริการไม่นานก่อนการระบาดใหญ่ โดยมีรายได้ต่อปี 24.9 ล้านบาท จากราคาห้องพักเฉลี่ย 823 บาท และอัตราการเข้าพัก 45.62%

นอกจากโรงแรมและรีสอร์ทในประเทศไทยแล้ว เซ็นทารายังมีโรงแรมและรีสอร์ทที่เปิดให้บริการในประเทศข้างเคียง อย่างเซ็นทารา มิราจ บีชรีสอร์ท มุยเน่ในประเทศเวียดนาม ที่เปิดให้บริการตลอดทั้งปี โดยสิ้นปีมีรายได้รวม 16.5 ล้านเหรียญสหรัฐ จากอัตราการเข้าพัก 33.09% และราคาห้องพักเฉลี่ยอยู่ที่ 110.59 ดอลลาร์สหรัฐ

ในปี 2565 มีนักท่องเที่ยวเดินทางสู่มัลดีฟส์ จำนวน 1.7 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้น 26.7% เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรกในปี 2565 ได้แก่ อินเดีย สหราชอาณาจักร ไทย เยอรมนี และรัสเซียตามลำดับ โดยเซ็นทารา แกรนด์ ไอส์แลนด์ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ สิ้นสุดปีด้วยรายได้รวมที่ 18.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยราคาห้องพักเฉลี่ยอยู่ที่ 474 เหรียญสหรัฐ ซึ่งสูงกว่างบประมาณ 67 ดอลลาร์สหรัฐ (16.0%) และสูงกว่า 82 ดอลลาร์สหรัฐ (21.0%) เมื่อเทียบกับปี 2564 นอกจากนี้ในปี 2565 รีสอร์ทยังได้รับรางวัลต่าง ๆ มากมาย ได้แก่ รางวัล World Luxury Hotel Awards ระดับทวีป, ผู้ชนะรางวัล Luxury Family Beach Resort ปี 2565 ระดับหมู่เกาะในมหาสมุทรอินเดีย, รางวัล World Luxury Hotel Awards ระดับประเทศ, ผู้ชนะรางวัล Luxury Island Resort Spa ปี 2565 และผู้ชนะรางวัล Tripadvisor Travelers' Choice Award ปี 2565 ในส่วนของเซ็นทารา ราสฟูชิ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ จบปีด้วยรายได้รวม 22.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงกว่างบประมาณที่คาดการณ์ไว้ 2.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (11%) และกำไรสุทธิอยู่ที่ 3.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (15.7%) เมื่อเทียบกับงบประมาณกำไรที่ 1.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (8.5%) โดยราคาห้องพักเฉลี่ยอยู่ที่ 408 ดอลลาร์สหรัฐ สูงกว่างบประมาณที่ 74 ดอลลาร์สหรัฐ (22.2%) และสูงกว่า 97 ดอลลาร์สหรัฐ (31.2%) เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยมีอัตราการเข้าพักปิดที่ 74.13% รีสอร์ทแห่งนี้ยังได้รับการยอมรับในระดับโลก (Global Winner) กับรางวัล World Luxury Hotel Award 2022 และผู้ชนะระดับทวีป (Continent Winner) กับรางวัล Luxury Adults Only Beach Resort และ World Luxury Spa Award – Luxury Couples Spa 2022

ตะวันออกกลางมีการเติบโตอย่างมาก โดยเซ็นทารา เวสต์เบย์ เรสซิเดนซ์และสวีท โดฮา มีรายได้รวมต่อเดือนสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 2.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐในเดือนธันวาคม 2565 จากความสำเร็จของ FIFA World Cup 2022 และยังได้ทำสถิติใหม่แห่งปีสำหรับร้านอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมสิ้นสุดปีด้วยตัวเลข GOP หรือ ผลกำไรเบื้องต้นจากการบริหาร ที่สูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยมีอัตราเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 204.09 ดอลลาร์สหรัฐ และอัตราการเข้าพัก 69.06% นอกจากนี้รีสอร์ทยังได้รับรางวัลมากมาย เช่น รางวัล World Luxury Hotel Awards 2022, รางวัลชนะเลิศจากเซ็นทาราสำนักงานใหญ่, รางวัล LUZE Global Awards และรางวัลอื่น ๆ อีกมากมาย

ในดูไบ เซ็นทารามุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์เชิงพาณิชย์และรูปแบบธุรกิจที่ยืดหยุ่นโดยจ้างคนจากภายนอก 46% โดยเซ็นทารา มิราจ บีชรีสอร์ท ดูไบ มีรายได้รวม 156 ล้านเดอร์แฮมสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เกินรายได้ที่คาดการณ์ไว้ 22% และได้รับรางวัลรีสอร์ทที่เป็นมิตรกับเด็กที่ดีที่สุดในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์จาก International Travel Awards 2022 รวมทั้งได้รับการรับรอง "ยอดเยี่ยม" จาก TripAdvisor Travelers' Choice 2022

ความเป็นมาในธุรกิจโรงแรมของเซ็นทารา

เกี่ยวกับโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราเป็นผู้ให้บริการโรงแรมชั้นนำในประเทศไทย เจ้าของกิจการของบริษัทฯคือบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ซึ่งก่อตั้งขึ้น ในปี พ.ศ. 2523 ในระยะแรกบริษัทฯดำเนินการภายใต้ชื่อว่า โรงแรมและรีสอร์ทเซ็นทรัลจนถึงปี พ.ศ. 2550 จึงมีการเปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มบริษัทเซ็นทรัล ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยที่ดำเนินกิจการโดยตระกูลจิราธิวัฒน์ บริษัทฯ เป็นผู้รับมอบตรารับรองพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการโรงแรมแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับเกียรตินี้

ความเป็นมา

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราถือกำเนิดจากการร่วมทุนโดยเริ่มต้นในช่วงปลายทศวรรษที่ 2510 โดยกลุ่มบริษัทเซ็นทรัลบนที่ดินขนาดใหญ่ในเขตจตุจักร กรุงเทพฯ ณ ที่แห่งนี้บริษัทฯมีแผนที่จะพัฒนาห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ โรงแรมระดับห้าดาวและศูนย์การประชุมเป็นแห่งแรกในประเทศไทย ในขณะที่เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกตกอยู่ในสถานการณ์แห่งความสับสนมาตลอดเกือบทศวรรษ ซึ่งการร่วมทุนครั้งนี้ถูกมองว่ามีความเสี่ยงมาก

โรงแรมและศูนย์การประชุมถือเป็นส่วนสำคัญของแผนแม่บทโดยมีศูนย์กลางอยู่ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเป็นหลัก ซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากคุณสัมฤทธิ์บุตรชายคนโตของตระกูลจิราธิวัฒน์ การก่อสร้างโครงการทั้งหมดดำเนินไปพร้อม ๆ กัน และความสำเร็จของแต่ละองค์ประกอบนั้นมีความเชื่อมโยงกันอย่างแยกไม่ออก ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ เซ็นทรัลกลายเป็นชื่อร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคชาวไทยมีความคุ้นเคยมากขึ้น และผู้ซื้อสินค้าสามารถเลือกสาขาของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลทั้ง 5 แห่งในกรุงเทพฯ ได้แก่ วังบูรพา ราชประสงค์ สีลม ชิดลม และลาดหญ้า

สำหรับสถานที่อื่น ๆ ในเมือง และร้านค้าเล็ก ๆ ยังคงกระจายไปทั่ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรณีของย่านลาดพร้าวซึ่งเป็นย่านที่อยู่อาศัยและธุรกิจที่กำลังเติบโตทางตอนเหนือของกรุงเทพฯ สำหรับตระกูลจิราธิวัฒน์ ห้างสรรพสินค้าแห่งใหม่ย่านลาดพร้าวถือเป็นการเดิมพันที่ท้าทายว่าผู้ซื้อสินค้าในเมืองจะหันมานิยมรูปแบบการค้าปลีกแบบใหม่ทั้งหมด

การก่อสร้างโรงแรมอย่างน้อย 600 ห้องพร้อมศูนย์การประชุมเป็นข้อกำหนดส่วนหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างการซื้อที่ดิน ซึ่งเป็นการแสดงถึงการก้าวเข้าสู่ทิศทางใหม่ที่ท้าทายสำหรับตระกูลจิราธิวัฒน์ซึ่งไม่เคยมีประสบการณ์ด้านโรงแรมหรือศูนย์ประชุม อย่างไรก็ตาม ตระกูลจิราธิวัฒน์เชื่อมั่นว่าภาคการท่องเที่ยวกำลังจะกลายเป็นธุรกิจหนึ่งที่ทำรายได้มากที่สุดในประเทศ

ตระกูลจิราธิวัฒน์ก่อตั้ง บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) เพื่อบริหารจัดการโครงการนี้ และเป็นประตูที่เปิดกว้างครั้งแรกสำหรับโรงแรมไฮแอทเซ็นทรัลพลาซาและบางกอกคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เมื่อวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2526 ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมโซฟิเทล เซ็นทรัล พลาซ่า กรุงเทพฯ ก่อนจะเปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์แอทเซ็นทรัลพลาซาลาดพร้าว กรุงเทพฯ ในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2555

ในปี พ.ศ. 2529 ครอบครัวซึ่งได้รับการผลักดันจากบุตรคนที่ 5 คือคุณสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ ตัดสินใจที่จะขยายผลประโยชน์ของโรงแรมโดยการซื้อกิจการโรงแรมรถไฟที่หัวหินซึ่งได้รับการเสนอสิทธิการเช่าที่ถือครองกรรมสิทธิ์ตามช่วงระยะเวลาจากการรถไฟของรัฐ โรงแรมรถไฟมีประวัติศาสตร์อันยาวนานโดยเริ่มเปิดให้บริการครั้งแรกในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2465 เมื่อเส้นทางรถไฟสายใหม่จากกรุงเทพฯ ไปยังประเทศมาเลเซียได้เปลี่ยนชุมชนหัวหินให้กลายเป็นรีสอร์ทริมชายหาดแห่งแรกของประเทศไทย

หัวหินกลายเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของราชวงศ์ไทยรวมถึงชนชั้นสูงของประเทศ และโรงแรมแห่งนี้ประสบความสำเร็จทางด้านสถาปัตยกรรมที่หรูหราซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในโรงแรมคลาสสิกของเอเชีย ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้คุณสุทธิเกียรติเชื่อว่ากลุ่มบริษัทเซ็นทรัลควรดำเนินการประมูล โดยเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ สามารถดำเนินการในสิ่งที่จำเป็นเพื่อฟื้นฟูโรงแรมให้กลับมารุ่งเรืองเหมือนในอดีต และหลังจากการประสบความสำเร็จในการประมูล กระบวนการปรับปรุงโรงแรมรถไฟใหม่จึงเริ่มขึ้น ปัจจุบันโรงแรมดังกล่าวได้รับการตั้งชื่อใหม่ว่าโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท แอนด์ วิลลา หัวหิน และยังคงไว้ซึ่งความสง่างามแห่งยุครถไฟ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ดังกล่าวได้รับการพิจารณาให้เป็นหนึ่งในโรงแรมที่มีคุณค่าทางมรดกชั้นนำแห่งภูมิภาคเอเชีย ในขณะที่เมืองหัวหินเองได้กลายเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเมืองนี้ขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองที่มีเสน่ห์ในเรื่องของบรรยากาศอันเงียบสงบ

ในปี 2533 กระแสการท่องเที่ยวได้กระตุ้นความต้องการในการเข้าใช้บริการห้องพักของโรงแรมมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้เล็งเห็นช่องทางในการขยายกิจการ โดยการนำโรงแรมเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหนึ่งในการขยายกิจการที่เป็นความภาคภูมิใจของเราคือการเปิดให้บริการห้องพักของโรงแรมที่ตั้งอยู่บนหาดเฉวง อำเภอเกาะสมุย ในปี 2538

เซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ท สมุย ซึ่งตั้งอยู่บนหาดเฉวงกลายเป็นที่พักที่ได้รับความสนใจอย่างล้นหลาม และสมุยยังเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยว

อีกด้วย โรงแรมยังกลายเป็นอีกก้าวสำคัญสู่การขยายฐานลูกค้าของเราด้วยการเปิดรีสอร์ทใหม่ในเครือเซ็นทาราอีก 3 แห่ง ได้แก่ เซ็นทาราวิลลา สมุย เซ็นทรา บาย เซ็นทารา โคโคนัท บีช รีสอร์ท สมุย และ โคซี่ สมุยเฉวงบีช

ในช่วงกลางปี 2562 เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย ได้มีการปิดปรับปรุงรีสอร์ทเพื่อพัฒนาอาคารสถานที่ให้ดูมีความหรูหรามากยิ่งขึ้น พร้อมกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งในปี 2564 ภายใต้แบรนด์เซ็นทารา รีเสิร์ฟ สมุย รูปโฉมใหม่ที่หรูหรากว่าเดิมและยังเป็นการเปิดตัวรีสอร์ทหรูคอลเลคชันแรกในเครือเซ็นทารา ถือเป็นการพัฒนาก้าวสำคัญอีกขั้นและเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัสประสบการณ์รูปแบบใหม่ ราวกับเป็นการเขียนบันทึกความทรงจำที่ดีด้วยตัวเอง

จนกระทั่งในปี 2550 บริษัทได้เป็นที่รู้จักในชื่อ Central Hotels & Resorts ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการโรงแรม ความสำเร็จเป็นที่ได้รับการยอมรับจากเจ้าของโรงแรมรายอื่น และเรายังพัฒนาไปอีกขั้นด้วยการเป็นบริษัทจัดการโรงแรม โดยมีการขยายกิจการผ่านการซื้อสัญญาการจัดการจากเจ้าของรายอื่น Central มีชื่อเสียงอย่างมากภายในประเทศไทย และเพื่อให้สอดคล้องกับการขยายและพัฒนาในธุรกิจโรงแรม ทางคณะกรรมการจึงได้มีการลงมติร่วมกันจนเป็นเอกฉันท์ ตัดสินใจให้บริษัทเปลี่ยนภาพลักษณ์เป็นโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา โดยการคงไว้ซึ่งชื่อ Cen และเพิ่มคำว่า “ธารา” ที่มีความหมายในภาษาไทยว่า “น้ำ” ซึ่งเปรียบเสมือนแหล่งกำเนิดของชีวิต เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่สามารถนำไปใช้ได้ทุกรูปแบบให้กับบริษัทโดยเฉพาะ

เซ็นทาราได้เปิดโรงแรมในต่างประเทศเป็นที่แรกในปลายปี 2552 โดยใช้ชื่อว่า เซ็นทารา แกรนด์ ไอส์แลนด์ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ ซึ่งเป็นก้าวแรกในการขยายอาณาจักรเซ็นทาราไปทั่วอาเซียน จีน มหาสมุทรอินเดีย และตะวันออกกลาง ในขณะเดียวกันยังคงเพิ่มการลงทุนในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

เซ็นทาราได้มีการขยายธุรกิจในตะวันออกกลางและเป็นเจ้าของสถานประกอบการในโอมาน โดยมี โรงแรมเซ็นทารา มัสกัตและ โรงแรมมัสกัต ดูนส์ และ โรงแรมเซ็นทารา และเรสซิเดนซ์ เวสต์เบย์ โดฮา ที่ตั้งอยู่ในประเทศกาตาร์ ในปี 2560 เซ็นทาราได้มีการลงนามข้อตกลงในการร่วมทุนสร้างโรงแรมแห่งแรกในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ กล่าวคือ เซ็นทารา มิราจ บีชรีสอร์ท ดูไบ ซึ่งมีห้องพักรับรองลูกค้าถึง 607 ห้อง เปิดตัวในปี 2564 ซึ่งเป็นรีสอร์ตริมชายหาดในธีมตำนานการผจญภัยของไทยและอาหรับ โดยรีสอร์ตภายใต้แบรนด์มิราจสำหรับครอบครัวที่ตั้งอยู่ริมชายทะเลแห่งนี้ เป็นรีสอร์ตที่เปิดตัวนอกประเทศไทย

เป็นแห่งที่สองหลังจากที่เซ็นทาราประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงเป็นอย่างมากจากการเปิดให้บริการเซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอรท์ พัทยา และการเปิดให้บริการก่อนหน้านี้ เพียงไม่นานในปี 2564 ของเซ็นทารา มิราจ บีชรีสอร์ท มุยเน่ ซึ่งตั้งอยู่ทางตอนใต้ของเวียดนาม โดยมีห้องพักไว้รับรองลูกค้าถึง 984 ยูนิต ที่มาในธีมนักสำรวจซึ่งสามารถสร้างความสนุกให้ได้ทั้งครอบครัว

โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ โอซาก้า เป็นโรงแรมแห่งแรกในการลงทุนของบริษัทในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีห้องพักจำนวน 515 ห้อง มีกำหนดเปิดให้บริการในปี 2566

ในปี 2565 เซ็นทาราได้เปิดโรงแรมใหม่ 2 แห่ง ในประเทศไทย ได้แก่ โรงแรมเซ็นทารา โคราช ซึ่งมีห้องพักจำนวน 218 ห้อง และเป็นสถานที่พักผ่อนแบบครบวงจร ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์แห่งแรกในภาคอีสาน และโรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา บางกอก พระนคร โรงแรมในสไตล์ร่วมสมัยใจกลางย่านเมืองเก่าของกรุงเทพฯ โดยมีห้องพักให้บริการ 180 ห้อง นอกจากนี้เซ็นทารายังได้เข้าบริหารจัดการโรงแรมเซ็นทารา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่ ซึ่งเป็นโรงแรมแห่งที่สองของเซ็นทาราในจังหวัดเชียงใหม่

โคซี่ เป็นหนึ่งในแบรนด์ใหม่ของเซ็นทาราที่ยังคงมีการขยายแผนการณ์ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โคซี่ ถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์นักเดินทางรุ่นใหม่โดยเฉพาะ เป็นแบรนด์ที่มีความยืดหยุ่น สามารถจับต้องได้และมีความคุ้มค่ากับเงินในกระเป๋าของลูกค้า โรงแรมแห่งแรกภายใต้แบรนด์โคซี่ คือ โคซี่ สมุย เฉวง บีช ที่เปิดตัวในปี 2560 ตามด้วย โคซี่ พัทยา วงศ์อมาตย์บีช ในปี2562 และ โคซี่ กระบี่ อ่าวนาง บีช ในปี 2563 นอกจากนี้ โคซี่ยังมีโครงการอื่นๆ ที่ยังอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนาทั้งในประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ และรวมถึงต่างประเทศ อย่าง เวียดนามและลาว

ในปี 2556 บริษัทได้มีการเปิดตัวโปรแกรม CentaraThe1 ซึ่งเป็นโปรแกรมสะสม คะแนนที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวที่เป็นสมาชิก ได้รับคะแนนเมื่อเข้าพักภายในโรงแรมที่เรากำหนดทั้งในไทยและต่างประเทศ รวมทั้งการรับประทานอาหารในห้องอาหารของเซ็นทาราหรือมอบความสุขให้กับตัวเองจากสปาที่ได้รับรางวัลเป็นเครื่องการันตี นอกจากนี้ยังสามารถนำคะแนนสะสมที่ได้รับไปแลกของรางวัลเป็นห้องพักฟรีในโรงแรมและรีสอร์ทของเครือเซ็นทารา โดยไม่มีวันหมดอายุตลอดทั้งปี นักท่องเที่ยวที่เป็นสมาชิก จะได้รับส่วนลด 15% จากราคาที่แสดงบนเว็บที่ดีที่สุด เมื่อสมาชิกจองผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของเซ็นทารา รวมทั้งการจองบนcentarahotelsresorts.com จะได้รับคะแนนเพิ่มเป็นสองเท่า สะสมคะแนนในการเลื่อนระดับสมาชิกขึ้นไปยัง Silver, Gold และ Platinum Elite เพื่อรับสิทธิประโยชน์สุดพิเศษที่มากขึ้นกว่าเดิม

ส่งท้ายปีด้วยผลงานด้านหลักทรัพย์การลงทุนของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราด้วยการบริหารจัดการโรงแรมทั้งหมด 69 แห่งและอสังหาริมทรัพย์อีก 23 แห่งที่เป็นเจ้าของ ใน13 ได้แก่ ไทย เวียดนาม ลาว กัมพูชา เมียนมาร์ ญี่ปุ่น ศรีลังกา มัลดีฟส์ จีน กาตาร์ โอมาน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และตุรกี รวมทั้งหมด 92 แห่ง มีอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดให้บริการอยู่ 50 แห่ง และอีก 42 แห่งที่อยู่ในระหว่างปรับปรุงและพัฒนา

ลำดับความเป็นมาบริษัท

- เปิดโรงแรมไฮแอท เซ็นทรัล พลาซ่า กรุงเทพฯ และ บางกอกคอนเวนชั่นเซ็นเตอร์

- เปิดโรงแรมโซฟิเทล เซ็นทรัล หัวหิน รีสอร์ท มีพิธีเปิดอันยิ่งใหญ่ โดยมีพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี ทรงเป็นประธาน

- จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ซื้อกิจการโรงแรมเซ็นทรัล แม่สอด

- เปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา
- เปิดบางกอกคอนเวนชั่นเซ็นเตอร์ที่โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์

- เปิดโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท พัทยา ในวันที่ 3 พฤศจิกายนในฐานะโรงแรมสวนสนุกแห่งแรกของประเทศไทย
- เปิดโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ ไอส์แลนด์ รีสอร์ท มัลดีฟส์ซึ่งเป็นโรงแรมในต่างประเทศแห่งแรกของกลุ่มบริษัท

2526 **2529** **2533** **2550** **2552**

2526 • เปิดโรงแรมไฮแอท เซ็นทรัล พลาซ่า กรุงเทพฯ และ บางกอกคอนเวนชั่นเซ็นเตอร์

2529 • เปิดโรงแรมโซฟิเทล เซ็นทรัล หัวหิน รีสอร์ท มีพิธีเปิดอันยิ่งใหญ่ โดยมีพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี ทรงเป็นประธาน

2531 • ทำสัญญาบริหารจัดการโรงแรมเซ็นทรัล วงศ์อมาตย์ บีช รีสอร์ท

2533 • จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
• ซื้อกิจการโรงแรมเซ็นทรัลแม่สอด

2538 • เปิดโรงแรมเซ็นทรัลสุคนธา หาดใหญ่

2539 • เปิดโรงแรมเซ็นทรัล สมุย บีช รีสอร์ท มีพิธีเปิดอันยิ่งใหญ่ โดยมีพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี ทรงเป็นประธาน

2541 • เปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทรัล

2542 • เปิดโรงแรมเซ็นทรัล กะรนวิลเลจ ภูเก็ต

2546 • เปิดซิโก้บลาซิลเลี่ยนกริลล์แอนด์บาร์ในสมุย

2549 • เปิดเซ็นทรัลกระบี่ เบย์รีสอร์ท เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน มีพิธีเปิดอันยิ่งใหญ่ โดยมีทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี ทรงเป็นประธาน

2550 • เปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา เปิดบางกอกคอนเวนชั่นเซ็นเตอร์ที่โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์

2551 • เปิดโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ และบางกอกคอนเวนชั่นเซ็นเตอร์ (บีซีซี) เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม มีพิธีเปิดอันยิ่งใหญ่ โดยมีทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี ทรงเป็นประธาน

2552 • เปิดโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท พัทยาในวันที่ 3 พฤศจิกายน ในฐานะโรงแรมสวนสนุกแห่งแรกของประเทศไทย
• เปิดโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ ไอส์แลนด์ รีสอร์ท มัลดีฟส์ซึ่งเป็นโรงแรมในต่างประเทศแห่งแรกของกลุ่มบริษัท

2553 • เปิดโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน

2554 • เข้าซื้อกิจการบริหารจัดการโรงแรมและรีสอร์ท 11 แห่ง ในประเทศไทย
• เข้าซื้อกิจการบริหารจัดการโรงแรมและรีสอร์ทในต่างประเทศ 12 แห่ง รวมถึงสถานที่ใหม่ในบาหลี ศรีลังกา สาธารณรัฐประชาชนจีน และมอริเชียส

2555 • เปิดโรงแรมเซ็นทราศูนย์ราชการและคอนเวนชั่นเซ็นเตอร์แจ้งวัฒนะ
• เข้าซื้อสัญญาการบริหารจัดการโรงแรม 3 ฉบับในประเทศไทย
• เข้าซื้อสัญญาการบริหารจัดการโรงแรม 2 ฉบับ ในประเทศเวียดนามและมัลดีฟส์

2556 • เปิดโรงแรมเซ็นทารา ราส ฟูซี รีสอร์ท แอนด์ สปา มัลดีฟส์ ซึ่งเป็นโรงแรมที่เป็นเจ้าของเองแห่งที่ 2 ในมัลดีฟส์
• เปิดโรงแรมเซ็นทารา ซีวิว รีสอร์ท เขาหลัก โรงแรมที่มีการบริหารจัดการในพังงา
• เข้าซื้อสัญญาการบริหารจัดการโรงแรม 8 ฉบับ ในประเทศไทย
• เข้าซื้อสัญญาการบริหารจัดการโรงแรม 2 ฉบับ ในประเทศเอธิโอเปียและกาตาร์
• เป็นเจ้าของและร่วมทุนกิจการโรงแรมและรีสอร์ท เป็นจำนวนทั้งสิ้น 15 แห่ง ในประเทศไทยและมัลดีฟส์

2557 • โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ได้รับมอบตรารับรองพระราชทานจาก พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการโรงแรมแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับเกียรตินี้
• เปิดโรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา อเวนิว พัทยา ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีการบริหารจัดการในเมืองพัทยา
• เข้าซื้อสัญญาการบริหารจัดการโรงแรม 3 ฉบับ ในประเทศไทย
• เข้าซื้อสัญญาการบริหารจัดการโรงแรม 8 ฉบับ ในประเทศลาว อินโดนีเซีย และโอมาน

2558 • เปิดโรงแรม (เซ็นทารา คิว) ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีการบริหารจัดการในจังหวัดระยองอีกครั้ง หลังจากดำเนินการปรับปรุงครั้งใหญ่
• เข้าซื้อสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับและเปลี่ยนโฉมศูนย์การประชุมในประเทศไทย 1 แห่ง
• เข้าซื้อสัญญาการบริหารจัดการโรงแรม 3 ฉบับ ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
• เข้าซื้อสัญญาการบริหารจัดการโรงแรม 4 ฉบับ ในเวียดนาม ตุรกี โดฮา และคิวบา
• ลงทุนในโรงแรมโคซี่ที่เกาะสมุย

2559 • เปิดโรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา มาริส รีสอร์ท จอมเทียน
• เปิดโรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ภูพาโน รีสอร์ท กระบี่
• เปิดโรงแรมเซ็นทารา อาซัวร์ พัทยา
• ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับ ในประเทศไทย
• ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับ ในเมืองโดฮา ประเทศกาตาร์
• ลงนามในสัญญาร่วมลงทุนธุรกิจโรงแรมในเมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
• ลงนามในข้อตกลงด้านการลงทุนในธุรกิจโรงแรมโคซี่ ในเมืองพัทยา ประเทศไทย

- โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ได้รับมอบตรารับรองพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดช มหาราช บรมนาถบพิตร ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการโรงแรมแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับเกียรตินี้

2557

- เปิดโรงแรมเซ็นทารา มัสกัต
- เปิดโรงแรมโคซี สมุย เฉวงบีช

2560

- โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ชะอำ บีช รีสอร์ท หัวหิน
- โรงแรมโคซี่ กระบี่ อ่าวนาง บีช
- โรงแรมรุกข์คีรี เขาใหญ่
- โรงแรมมัสกัต ดูนส์

2563

- เปิดเซ็นทารามิราจ รีสอร์ท มุยเน่
- เปิดเซ็นทารามิราจ บีชรีสอร์ท ดูไบ
- เปิดเซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย

2564

- เซ็นทารา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่
- เซ็นทารา โคราช
- เซ็นทรา บาย เซ็นทารา กรุงเทพฯ พระนคร
- อัล เฮล เวฟส์ แมนเนจ บาย เซ็นทารา

2565

2560
- เปิดโรงแรมเซ็นทารา มัสกัต
- เปิดโรงแรมโคซี สมุย เฉวงบีช
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับ ในประเทศไทย
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับ ในประเทศมัลดีฟส์
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับในเมืองปากเซ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับ ในเมืองพนมเปญ ประเทศกัมพูชา
- ลงทุนกิจการโรงแรมในเครือเซ็นทารา 2 แห่ง ในมัลดีฟส์
- ลงทุนกิจการโรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทาราในกรุงเทพฯ ประเทศไทย
- ลงทุนกิจการโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ โฮเท็ล บนเกาะสมุย ประเทศไทย

2561
- เปิดโรงแรมเซ็นทารา เวสต์เบย์ เรสซิเดนซ์ แอนด์ สวีท โดฮา
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 6 ฉบับ ในประเทศไทย
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 3 ฉบับ ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- ลงทุนกิจการโรงแรมโคซี่ในจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

2562
- เปิดโรงแรมโคซี่ พัทยา วงศ์อมาตย์ บีช
- เปิดโรงแรมเซ็นทาราอ่าวนางบีช รีสอร์ท และ สปา กระบี่
- เปิดโรงแรมเซ็นทารา ซันไรซ่า เรสซิเดนซ์ แอนด์ สวีท ศรีราชา
- เปิดโรงแรมไม้ขาว บริหารจัดการโดยเซ็นทารา
- เปิดโรงแรมไม้ขาว ดรีม วิลล่า รีสอร์ท แอนด์ สปา และ เซ็นทารา บูติก คอลเลกชัน
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 2 ฉบับ ในประเทศกาตาร์
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับ ในประเทศเมียนมาร์
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 4 ฉบับ ในประเทศไทย
- ลงทุนกิจการโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ ในเมืองโอซาก้า ประเทศญี่ปุ่น

2563
- เปิดโรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ชะอำ บีช รีสอร์ท หัวหิน
- เปิดโรงแรมโคซี่ กระบี่ อ่าวนาง บีช
- โรงแรมรุกข์คีรี เขาใหญ่
- เปิดโรงแรม มัสกัต ดูนส์
- เปิดโรงแรมไม้ขาว ดรีม วิลล่า รีสอร์ท แอนด์ สปา และ เซ็นทารา บูติก คอลเลกชัน

2564
- เปิดเซ็นทารา มิราจ รีสอร์ท มุยเน่
- เปิดเซ็นทารา มิราจ บีชรีสอร์ท ดูไบ
- เปิดเซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย (เดิมคือ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ บีชรีสอร์ท สมุย)
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับในประเทศโอมาน
- ลงนามในสัญญาบริหารจัดการโรงแรม 1 ฉบับในประเทศไทย

2565

• เซ็นทารา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่	526 ห้อง
• เซ็นทารา โคราช	218 ห้อง
• เซ็นทรา บาย เซ็นทารา กรุงเทพฯ พระนคร	180 ห้อง
• อัล เฮล เวฟส์ แมนเนจ บาย เซ็นทารา	64 ห้อง
ลงนามบริหารจัดการโรงแรมในประเทศเวียดนาม 3 แห่ง	**950 ห้อง**
ลงนามบริหารจัดการโรงแรมในประเทศไทย 5 แห่ง	**1,247**
• **รวมโรงแรมและรีสอร์ทที่ลงทุนและบริหารเองที่เปิดให้บริการแล้ว 19 แห่ง** แบ่งเป็นในประเทศไทย 16 แห่ง, มัลดีฟส์ 2 แห่ง และดูไบ 1 แห่ง ที่อยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างได้แก่ในประเทศไทย 1 แห่ง ในมัลดีฟส์ 2 แห่ง และในญี่ปุ่น 1 แห่ง	**5,983 ห้อง**
• **รวมโรงแรมและรีสอร์ทที่บริหารจัดการ ซึ่งเปิดให้บริการแล้ว 31 แห่ง** ในประเทศไทย 25 แห่ง และโอมาน 3 แห่ง, เวียดนาม 1 แห่ง, ศรีลังกา 1 แห่ง และกาตาร์ 1 แห่ง นอกจากนี้ยังมีอีก 38 แห่งที่ได้ลงนามบริหารจัดการเพิ่มเติมในประเทศไทย เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาร์ ลาว จีน กาตาร์ โอมาน มัลดีฟส์ และตุรกี	**13,365 ห้อง**
รวมโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทั้งสิ้น 92 แห่ง	**19,348 ห้อง**

ธุรกิจอาหาร

ภาพรวมธุรกิจอาหาร

สำหรับภาพรวมธุรกิจร้านอาหารปี 2565 มีแนวโน้มสดใสมากขึ้น จากปัจจัยผู้บริโภคมีความมั่นใจในการออกมาใช้ชีวิตนอกบ้าน รับประทานอาหารที่ร้านมากขึ้น คาดว่าจะส่งผลให้เห็นการฟื้นตัวเติบโตขึ้นประมาณ 13-14% จากปี 2564 โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า มูลค่ารวมของธุรกิจร้านอาหาร ปี 2565 น่าจะอยู่ที่ราว 4.06 – 4.10 แสนล้านบาท โดยส่วนแบ่งตลาดร้านอาหารเครือข่าย (Food Chain Restaurant) คิดเป็นมูลค่าประมาณ 135,000 ล้านบาท

จากการที่ธุรกิจร้านอาหารมีสัญญาณการฟื้นตัวกลับมาอย่างค่อนข้างชัดเจน สิ่งที่เห็นได้ชัดตามมาคือ ธุรกิจร้านอาหารต้องเผชิญกับความท้าทายหลากหลายมิติ เช่น การแข่งขันที่มากขึ้นจากผู้ประกอบการแบรนด์ใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้น ร้านอาหารที่เปิดให้บริการเต็มรูปแบบมีแรงขับเคลื่อนจากการลงทุนของผู้ให้บริการรายใหญ่ซึ่งถูกชะลอมาจากปี 2563 และการเร่งขยายพอร์ตอาหารให้ครอบคลุมประเภทอาหารมากยิ่งขึ้น มีการนำแบรนด์อาหารใหม่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาทำตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามกระแสนิยม และมีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้การทำธุรกิจต้องมีการปรับตัวที่รวดเร็ว อีกทั้งผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับโจทย์ทางธุรกิจ อาทิ ต้นทุนที่สูงขึ้น เช่น ราคาวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ค่าไฟฟ้า ก๊าซหุงต้ม (LPG) ค่าจ้างแรงงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการตรวจคัดกรองโรค ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อกำไรสุทธิ รายได้สภาพคล่อง และสถานะทางการเงิน ดังนั้นการขยายธุรกิจเพื่อให้ได้ scale จะช่วยเพิ่มความสามารถในการต่อรอง และลดต้นทุนได้

ซึ่งจากการประเมินของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ทั้งปี 2565 ต้นทุนการทำธุรกิจร้านอาหารปรับเพิ่มขึ้นโดยรวมเฉลี่ยกว่า 14% เมื่อเทียบกับ ค่าเฉลี่ยในปี 2564 ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหลายรายจำเป็นต้องปรับขึ้นราคาอาหาร เพื่อรักษาความสามารถในการทำธุรกิจโดยราคาอาหารเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 10% จากปี 2564

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด เชื่อมั่นว่า การที่ทางบริษัท พร้อมปรับตัว ปรับกรอบความคิดและทัศนคติ รับมือความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความท้าทายใหม่ๆ จะช่วยให้บริษัทสามารถฝ่าฟันได้ทุกอุปสรรค ไม่ว่าสถานการณ์จะยากแค่ไหน นอกจากนี้ทาง บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด จะยังคงมุ่งมั่น สร้างสรรค์ สินค้า และบริการที่มีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัย เพื่อส่งต่อให้ลูกค้าของเราได้รับความพอใจสูงสุด

รายงานผลการประกอบการธุรกิจอาหาร

สำหรับผลประกอบการของปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจอาหารรวม 11,675 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,372 ล้านบาท (หรือ เติบโต 25.5%) เมื่อเทียบจากปีก่อน โดยมียอดขายสาขาเดิม (SSS) มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 20% (ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุน) โดย 4 แบรนด์หลัก มิสเตอร์โดนัท, เค เอฟ ซี, อานตี้ แอนส์ และ โอโตยะ มีอัตรา (SSS) เพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ 17% และแบรนด์อื่นๆ เติบโต 39% ในปี 2565 ธุรกิจอาหารเริ่มเห็นสัญญาณฟื้นตัวต่อเนื่องจากปี 2564 โดยเฉพาะจากช่องทางการรับประทานในร้าน (dine-in) จากการคลี่คลายของสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 และการผ่อนคลายข้อจำกัดเรื่องการรับประทานในร้าน ในขณะที่การขายผ่านช่องทาง delivery ก็ยังคงมีการรักษาระดับและยังถือเป็นหนึ่งในช่องทางหลักที่สำคัญในการขายในปีที่ผ่านมา ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า (TFRS 16) บริษัทฯ มีกำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA) อยู่ที่ 2,616 ล้านบาท เติบโต 5% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีอัตราส่วน EBITDA ต่อรายได้รวม (% EBITDA) อยู่ที่ 22% และ มีกำไรสุทธิจากการดำเนินงาน 559 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 347 ล้านบาท หรือเติบโต 165% จากปีก่อน ในปี 2565 ถึงแม้ว่าสถานการณ์โรคระบาดมีแนวโน้มจะคลี่คลายและการรับประทานอาหารเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวอย่างชัดเจน บริษัทฯ ได้รับแรงกดดันจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบเป็นอย่างมาก รวมถึงการปรับค่าแรงขั้นต่ำ และค่าไฟฟ้าในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2565 การเติบโตของกำไรภายใต้สถานการณ์ที่ท้าทายนี้เป็นผลมาจากการบริหารจัดการเรื่องราคาขาย การปรับราคา หรือ โปรโมชัน เพื่อสะท้อนภาวะต้นทุนที่เปลี่ยนไป การบริหารจัดการต้นทุนอาหารภายในเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความสูญเสีย การปรับโครงสร้างการบริหารจัดการเรื่องพนักงานให้มีมาตรฐานชัดเจนและมีความยืดหยุ่น ซึ่งมีการทำอย่างต่อเนื่องตั้งแต่การระบาดของโควิด-19 ระลอกแรก ในปี 2563 เป็นต้นมา นอกเหนือจากด้านการบริหารจัดการเรื่องต้นทุน บริษัทฯ ยังมีการขยายการขายผ่านช่องทางใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ถึงแม้ว่าในปี 2566 บริษัทฯ คาดการณ์ว่า การระบาดของโรคโควิด-19 น่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แต่ยังคงมีความเสี่ยงเรื่องความไม่แน่นอนของโรคระบาดอื่นๆ ความไม่แน่นอนเรื่องสภาวะสงคราม และสภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ดังนั้น บริษัทฯ ยังคงมีแผนการบริหารการจัดการโดยเฉพาะเรื่องต้นทุนอย่างระมัดระวัง และมีการติดตามสถานการณ์ต่างๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นเพื่อที่จะมั่นใจว่า บริษัทฯ มีการบริหารจัดการเรื่องการเงินอย่างเหมาะสม และมีกระแสเงินสดที่เพียงพอในทุกสถานการณ์ โดยบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับแผนการบริหารจัดการใน 3 เรื่องหลัก ด้วยกัน ได้แก่ การสร้างรายได้ การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน และควบคุมในด้านการลงทุนขยายธุรกิจ

- สำหรับแผนการสร้างรายได้ นั้น บริษัทฯ ยังคงเน้นการขยายช่องทางการขายอาหารและพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและทางเลือกให้ผู้บริโภคเพิ่มขึ้น โดยช่องทางที่บริษัทฯ คาดว่ายังคงจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การขายผ่านช่องทาง omnichannel ซึ่งรวมถึง delivery ทั้งผ่านช่องทาง '1312 Food Hunt' ซึ่งเป็น on-line delivery application ของบริษัทฯ เอง และ ผ่านทาง food aggregators อื่นๆ และการขายผ่านทางช่องทางของ E-Commerce platform ต่างๆ การจัดหา Big Order และการหาแบรนด์ใหม่ๆ เพื่อสร้างการเติบโตของรายได้

- ในส่วนของการบริหารจัดการต้นทุน หนึ่งในปัจจัยเสี่ยง ของปีนี้ คือเรื่องต้นทุนสินค้าซึ่งมีการปรับขึ้นหลายรายการ บริษัทฯ มีแผนการบริหารจัดการ ต้นทุนสินค้าโดยมีการปรับราคาสินค้าบางรายการ และ การจัดโปรโมชัน อย่างเหมาะสม และเพื่อให้สามารถรักษาระดับกำไร และ ยังคง สร้างความคุ้มค่าในการบริโภคสำหรับลูกค้า ในส่วนการบริหารต้นทุนพนักงาน บริษัทฯ ได้มีการปรับโครงสร้างพนักงานให้มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการต้นทุน เน้นเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ ในส่วนของค่าเช่า บริษัทฯ ยังคงเจรจาต่อรองเรื่องค่าเช่าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ค่าเช่ามีความสอดคล้องกับยอดขาย และ สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามมาตรการรัฐ ในส่วนของค่าไฟฟ้า บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการพลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยการใช้พลังงานทางเลือก เช่น solar roof ในพื้นที่ที่เหมาะสม หรือใช้เทคโนโลยีมาประกอบการบริหารจัดการการลดการใช้พลังงาน

- สำหรับการลงทุนขยายสาขา ในปีนี้จะเป็นการเน้นขยายสาขาในแบรนด์หลัก และพัฒนาธุรกิจโมเดลใหม่ๆ เพื่อสนับสนุนช่องทางขายต่างๆ (omnichannel) และเพื่อสนับสนุนการขยายสาขาให้มีต้นทุนที่ลดลงเพื่อรักษาผลตอบแทนของการลงทุน การทำ business model เพื่อรองรับ digital trend เช่น curbside/click & collect สำหรับแบรนด์ใหญ่ และการขาย franchise เป็นต้น นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังคงมองหาแบรนด์ใหม่ๆ ที่มาเสริม portfolio ให้แข็งแกร่งและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท อย่างต่อเนื่อง

ลำดับความเป็นมาธุรกิจอาหาร

เป็นผู้ริเริ่มนำมิสเตอร์ โดนัท (Mister Donut) มาสู่ผู้บริโภคชาวไทย ถือเป็นจุดกำเนิดของธุรกิจอาหารแฟรนไชส์ ในประเทศไทย

2521

นำไก่ทอด เคเอฟซี (KFC) ซึ่งเป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่ง เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลก สู่ตลาดอาหารในประเทศไทย

2527

เข้าสู่เซ็กเมนต์ของตลาดไลท์แสน็ค โดยแนะนำผลิตภัณฑ์เพรทเซล อานตี้ แอนส์ (Auntie Anne's) ซึ่งเป็นขนมที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในสหรัฐอเมริกา

2541

นำแบรนด์ เปปเปอร์ ลันช์ (Pepper Lunch) สเต็กสไตล์ญี่ปุ่น ลิขสิทธิ์จากประเทศญี่ปุ่น เข้ามาทำตลาด

2550

- ได้รับลิขสิทธิ์ เป็นผู้ประกอบการ ชาบูตง ราเมน (Chabuton Ramen) สุดยอดราเมน ที่ชนะเลิศทีวีแชมป์เปี้ยน ปี 2002 Champion Program
- รับลิขสิทธิ์เป็นผู้ประกอบการ ไอศกรีม โคล สโตน ครีมเมอรี่ (Cold Stone Creamery) จากอเมริกา
- บริหารร้านอาหารไทย เดอะ เทอเรส (The Terrace)

2553

- แบรนด์ โยชิโนยะ (Yoshinoya) สุดยอดต้นตำรับข้าวหน้าญี่ปุ่น
- แบรนด์ โอโตยะ (Ootoya) ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ในระดับพรีเมี่ยม

2554

- แบรนด์ เทนยะ (Tenya) ข้าวหน้าเทมปุระอันดับ 1 จากโตเกียว

2556

- แบรนด์ คัตสึยะ (Katsuya) ทงคัตสึยอดนิยมจากญี่ปุ่น รสชาติแท้เจแปนนิสสไตล์

2557

- แบรนด์ อร่อยดี (Aroi Dee)
- ให้บริการอาหารจานด่วนสไตล์สตรีทฟู้ด ในราคาที่คุ้มค่า
- แบรนด์ เกาลูน (Kowlune) ร้านอาหารจีนต้นตำรับจากแดนมังกร หรูหราระดับภัตตาคาร ในราคาที่เข้าถึงง่าย
- แบรนด์ สลัดแฟคทอรี่ (Salad Factory) ร้านสลัดเพื่อสุขภาพ

2562

- แบรนด์ บราวน์ คาเฟ่ (Brown Cafe)

2563

ปัจจุบัน CRG ในฐานะที่เป็นผู้รับสิทธิ (Franchisee) ที่มีความชำนาญ ประสบการณ์อันยาวนานกว่า 40 ปี ในการบริหาร และจัดการธุรกิจอาหารบริการด่วนที่ได้รับการยอมรับจากเจ้าของ แฟรนไชส์ (Franchisor) โดยมีแบรนด์ธุรกิจอาหารบริการด่วนที่หลากหลาย (Multi-Brand) ครอบคลุมอาหารหลายรูปแบบเกือบทุกประเภทในธุรกิจนี้

แบรนด์	จำนวนสาขา	แบรนด์	จำนวนสาขา
มิสเตอร์โดนัท	469	คัตสึยะ	60
เค เอฟ ซี	319	อร่อยดี	30
อานตี้ แอนส์	209	เกาลูน	1
เปปเปอร์ลันช์	51	อาริกาโตะ	185
ชาบูตง ราเมน	16	แกร็บคิทเช่น บาย เอเวอรีฟู้ด	18
โคลด์สโตน ครีมเมอรี่	16	ส้มตำนัว	5
เดอะ เทอเรส (1)	11	ราเมน คาเกทสึ อาราชิ	1
โยชิโนยะ	31	สลัดแฟคทอรี (2)	30
โอโตยะ	47	บราวน์ คาเฟ่ (2)	11
เทนยะ	12	ชินคันเซ็น ซูชิ (2)	44
รวมร้านอาหารในกลุ่ม CRG			**1,566 สาขา**

(1) รวมสาขาที่รับบริหาร

(2) แบรนด์ที่รวมอยู่ในการร่วมค้าในงบการเงิน

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทย่อยในธุรกิจอาหารบริการด่วนมีดังนี้

2536	เริ่มดำเนินกิจการโรงงานผลิตไอศกรีมพรีเมี่ยม ภายใต้ บริษัท บาสกิ้น-ร้อบบิ้นส์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท บี-อาร์ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยบริษัท เซ็นทรัลโฮเต็ลแมนเนชเม้นท์ จำกัด ร่วมลงทุนกับ Allied Domecq Retailing International ในสัดส่วน 50:50
2537	เริ่มดำเนินกิจการธุรกิจอาหารบริการด่วน โดยการซื้อหุ้นของบริษัท ไทย แฟรนไชซิ่ง จำกัด ผู้ได้รับสิทธิในแบรนด์ มิสเตอร์ โดนัท (Mister Donut), บริษัท เซ็นทรัลฟาสต์ฟู้ดกรุ๊ป จำกัด ผู้ได้รับสิทธิในแบรนด์ เคเอฟซี (KFC) และบริษัท เซ็นทรัลไอศกรีม จำกัด ผู้ได้รับสิทธิในแบรนด์ บาสกิ้น-ร้อบบิ้นส์ (Baskin-Robbins)
2544	ขยายการดำเนินกิจการในธุรกิจอาหารบริการด่วน โดยการซื้อหุ้นของบริษัท ฟู้ด โนเวลตี้ส์ จำกัด ผู้ได้รับสิทธิในแบรนด์ อานตี้ แอนส์ (Auntie Anne's) และบริษัท เซ็นทรัล พิซซ่า จำกัด ผู้ได้รับสิทธิในแบรนด์ พิซซ่า ฮัท (Pizza Hut)
2546	ปรับโครงสร้างการลงทุนในธุรกิจอาหารบริการด่วน โดยเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการลงทุนในบริษัทย่อยทั้ง 5 บริษัทให้เป็น 84% เท่ากันทั้งหมด และให้บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง คือบริษัท เซ็นทรัล พิซซ่า จำกัด เข้าซื้อหุ้นของบริษัทย่อยอีก 4 แห่ง พร้อมรับโอนธุรกิจเข้ามาอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทเดียวกัน และได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานในภาพรวม และกำหนดนโยบายในการจัดการธุรกิจของทั้ง 5 แบรนด์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ปรับโครงสร้างการลงทุนในกิจการโรงงานผลิตไอศกรีมพรีเมี่ยม โดยเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท บี-อาร์ (ไทยแลนด์) จำกัด จาก 50% เป็น 100%
2548	ปรับโครงสร้างการลงทุนในธุรกิจอาหารบริการด่วนโดยเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด จาก 84% เป็น 100% ปรับโครงสร้างการถือหุ้นในกลุ่มบริษัท โดยให้บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ถือหุ้นของ บริษัท บี-อาร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ทั้งหมด 100%
2550	ได้รับสิทธิในแบรนด์เปปเปอร์ ลันช์ (Pepper Lunch) และเริ่มเปิดสาขาแรกในเดือนพฤศจิกายน
2551	ได้รับสิทธิในแบรนด์ เบียร์ด ปาปาส์ (Beard Papa's) ในเดือนพฤศจิกายน
2552	ได้รับสิทธิ์ในแบรนด์ ชาบูตง (Chabuton) โคล สโตน ครีเมอรี (Cold Stone Creamery) ซึ่งจะเปิดให้บริการในปี 2553 พร้อมแบรนด์ ริว ชาบู ชาบู (Ryu Shabu Shabu) ซึ่งบริษัทคิดค้นและพัฒนาขึ้นเอง ปิดการดำเนินงานแบรนด์ พิซซ่า ฮัท ตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2552 ทยอยปิดสาขาของ บาสกิ้น-ร้อบบิ้นส์ ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2552 และปิดทั้งหมด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552
2553	เปิดให้บริการแบรนด์ ชาบูตง (Chabuton) โคล สโตน ครีมเมอรี่ (Cold Stone Creamery) ในเดือนมีนาคม และเปิดให้บริการแบรนด์ ริว ชาบู ชาบู (RYU Shabu Shabu) ซึ่งบริษัทพัฒนาขึ้นเอง นอกจากนี้ยังได้ซื้อลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าพร้อมสูตรการผลิต การบริหารจัดการ และสิทธิ์ในการขยายสาขาทั้งภายในและภายนอกประเทศ ภายใต้แบรนด์ "เดอะ เทอเรส"(The Terrace) และเป็นผู้รับจ้างบริหารจัดการร้านอาหารเดอะ เทอเรส ให้กับ บริษัท ห้องอาหาร ซี.ดี.เอส. จำกัด รวมถึงบริษัทได้ทดลองเปิดให้บริการร้านกาแฟและโดนัท ภายใต้ แบรนด์ "คาเฟ่ อันโดนัน" ซึ่งเป็นร้านคาเฟ่สไตล์ญี่ปุ่นแห่งแรกของประเทศไทย
2554	เปิดให้บริการแบรนด์ โยชิโนยะ (Yoshinoya) ในเดือนสิงหาคม และเข้าซื้อกิจการร้านโอโตยะและสิทธิ์การบริหารแบรนด์ โอโตยะ ในประเทศไทยทั้งหมด และสิทธิ์การขยายสาขาแบรนด์โอโตยะในเขตภูมิภาคเอเชีย โดยเข้าเริ่มบริหารกิจการโอโตยะในประเทศไทยในเดือน กันยายน 2554 นอกจากนี้ยังได้เปิดสาขาแบรนด์ เดอะ เทอเรส (The Terrace) ภายใต้การบริหารของบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ("CRG")ในเดือนตุลาคม 2554
2555	บริษัทฯ สามารถสร้างการเติบโตของรายได้รวม เท่ากับ 8,258 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.1 จากปี 2554 ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเติบโตที่สูงที่สุด โดยมีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 677 สาขา
2556	บริษัทฯ เปิดให้บริการแบรนด์ เทนยะ (Tenya) สาขาแรกในเดือนตุลาคม
2557	บริษัทฯ ได้รับสิทธิ์ในแบรนด์ คัตสึยะ (Katsuya) เปิดให้บริการสาขาแรกในเดือนกรกฎาคม

2558 บริษัทฯ สามารถสร้างการเติบโตของรายได้รวม เท่ากับ 10,098 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.0 จากปี 2557 โดยมีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 792 สาขา

2559 บริษัทฯ มีการปรับตัวต่อสภาพ เศรษฐกิจในสถานการณ์ ต่างๆ เน้นพัฒนาประสิทธิภาพ และขยายสาขาของแบรนด์ที่มีอยู่ให้เต็มศักยภาพ ส่งผลให้ในปี 2559 บริษัทฯ มีรายได้รวม 10,529 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 จากปีก่อน โดยมี จำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 830 สาขา โดยบริษัทฯ ปิดการดำเนินงานแบรนด์ ริว ชาบู ชาบู (Ryu Shabu Shabu) ตั้งแต่ 1 มกราคม 2559

2560 บริษัทฯ มีรายได้รวม 10,884 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 จากปีก่อน โดยมี จำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 889 สาขา โดยในปี 2560 ที่ผ่านมา บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่ทั้งสิ้นรวม 99 สาขา

2561 บริษัทฯ มีรายได้รวม 11,892 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.3 จากปีก่อน โดยมี จำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 956 สาขา โดยในปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่ทั้งสิ้นรวม 91 สาขา

2562 ปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้รวม 12,184 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.5 จากปีก่อน โดยมี จำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 1,064 สาขา โดยในปี 2562 ที่ผ่านมา บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่ทั้งสิ้นรวม 133 สาขา

- บริษัทฯ ได้พัฒนาและเปิดให้บริการอาหารแบรนด์ใหม่ ซึ่งบริษัทได้มีการพัฒนาขึ้นเอง 4 แบรนด์ ได้แก่
- แบรนด์ อร่อยดี (Aroi Dee) เปิดให้บริการสาขาแรกในเดือนมกราคม
- แบรนด์ สุกี้เฮ้าส์ (Suki House) เปิดให้บริการสาขาแรกในเดือนเมษายน
- แบรนด์ ซอฟท์แอร์ (Soft Air) เปิดให้บริการสาขาแรกในเดือนกันยายน
- แบรนด์เกาลูน (Kowlune) สาขาแรก ในเดือนพฤศจิกายน

นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ได้มีขยายการดำเนินกิจการในธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ผ่านการร่วมทุน 51% ใน บริษัท กรีน ฟู้ด แฟคทอรี่ จำกัด ซึ่งดำเนินกิจการร้านอาหารสลัดแฟคทอรี่ (Salad Factory) โดย ณ สิ้นเดือนธันวาคมมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 7 สาขา

2563 ในปี 2563 บริษัทมีรายได้รวม 10,037 ล้านบาท ลดลง 18% หรือ 2,147 ล้านบาท จากปีก่อน โดยมี จำนวนสาขารวม ณ 31 ธันวาคม 2563 ทั้งสิ้น 1,094 สาขา (ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุน) โดยในปี 2563 ที่ผ่านมา บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่ทั้งสิ้นรวม 80 สาขา และ ปิดสาขา 50 สาขา และ เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ทางบริษัทได้หยุดดำเนินกิจการชั่วคราว 2 แบรนด์ ได้แก่

- แบรนด์ ซอฟท์แอร์ (Soft Air) ปิดให้บริการสาขาในเดือนมีนาคม
- แบรนด์ สุกี้เฮ้าส์ (Suki House) ปิดให้บริการทุกสาขาในเดือนพฤศจิกายน

และในปี 2563 บริษัทฯ ได้มีขยายการดำเนินกิจการในธุรกิจเครื่องดื่มชาไข่มุก ผ่านการร่วมทุน 51% ใน บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด ซึ่ง ดำเนินธุรกิจจำหน่ายของหวาน เบเกอรี และเครื่องดื่มภายใต้ชื่อ “บราวน์ คาเฟ่” (Brown Cafe) ทั้งนี้ “บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด” ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหาร ของหวาน เบเกอรี่ และเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ “บราวน์ คาเฟ่” (Brown Cafe) ปัจจุบันมี 12 สาขา โดยเป็นสาขาที่บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท เป็นเจ้าของเองจำนวน 11 สาขา และเป็นสาขาที่ให้สิทธิ์ในการบริหาร (Franchise) 1 สาขา

2564 ในปี 2564 บริษัทมีรายได้รวม 9,009.2 ล้านบาท ลดลง 10.1% หรือ 1,015.4 ล้านบาท จากปีก่อน โดยมี จำนวนสาขารวม ณ 31 ธันวาคม 2564 ทั้งสิ้น 1,335 สาขา (ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุน) โดยในปี 2564 ที่ผ่านมา บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่ทั้งสิ้นรวม 232สาขา และ ปิดสาขา 44 สาขา และในปี 2564 บริษัทฯ ได้มีขยายการดำเนินกิจการในธุรกิจโดย ทาง บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป มีการลงทุนซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด จากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวนทั้งสิ้น 1,997,500 หุ้น คิดเป็นสัดส่วน 85% ของจำนวนหุ้นทั้งหมด ทั้งนี้ “บริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด” ซึ่งดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มภายใต้ชื่อทางการค้า “ส้มตำนัว” (Somtam Nua) ปัจจุบันมี 7 สาขา

2565 ในปี 2565 บริษัทมีรายได้รวม 11,675 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.5 % หรือ 2,372 ล้านบาท จากปีก่อน โดยมี จำนวนสาขารวม ณ 31 ธันวาคม 2565 ทั้งสิ้น 1,580 สาขา (รวมคาเฟ่ อเมซอน) โดยในปี 2565 ที่ผ่านมา บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่ทั้งสิ้นรวม 285 สาขา และ ปิดสาขา 88 สาขา โดยในปี 2565 บริษัทฯ ได้มีแบรนด์ใหม่ดังต่อไปนี้

- “ชินคันเซ็น ซูชิ” (Shinkanzen Sushi) และ “เซ็นมะ ซูชิ” (Senna Sushi) โดยบริษัทได้เข้าถือหุ้นสัดส่วน 51% ในบริษัท เดอะ ฟู้ด ซีเล็คชั่น กรุ๊ป จำกัด ซึ่งดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายอาหารญี่ปุ่น และเครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์ดังกล่าว เพื่อเป็นการเสริมแบรนด์ร้านอาหารญี่ปุ่นเข้ามาในพอร์ตโฟลิโอ CRG ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 44 สาขา
- แบรนด์ “ราเมน คาเกทสึ อาราชิ” บริษัท ได้ซื้อแฟรนไชส์ แบรนด์ราเมนที่ติดท็อป 3 ของตลาดญี่ปุ่น ที่คนไทยรู้จักกันดีในรูปแบบ Exclusive Right เพื่อการันตีด้านคุณภาพ รสชาติของอาหารและบริการ อีกทั้งยังสามารถทำตลาด เพื่อสร้าง Awareness ได้อย่างรวดเร็ว โดยเปิดให้บริการสาขาแรกที่ ศูนย์การค้าสยามสแควร์วัน ชั้น 4

ความคืบหน้าวัตถุประสงค์การใช้เงิน

ความคืบหน้าวัตถุประสงค์การใช้เงิน

(1) การใช้เงินที่ได้จากการเสนอขายตราสารทุนหรือตราสารหนี้แต่ละครั้ง

หุ้นกู้	การใช้เงิน	จำนวนเงินที่ใช้โดยประมาณ	ระยะเวลาที่ใช้เงินโดยประมาณ	รายละเอียด /ความคืบหน้าของการใช้เงิน/
CENTEL239A และ CENTEL269A	นำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นกู้ในครั้งนี้ไปชำระคืนหุ้นกู้ที่จะครบกำหนด	1,500 ล้านบาท	ภายใน 1 เดือน	ได้ใช้เงินเพื่อไปชำระคืนหุ้นกู้ที่จะครบกำหนดตามวัตถุประสงค์ครบถ้วนแล้ว
CENTEL 24OA	นำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นกู้ในครั้งนี้ไปชำระคืนเงินกู้	600 ล้านบาท	ภายใน 1 เดือน	ได้ใช้เงินเพื่อชำระคืนเงินกู้ตามวัตถุประสงค์ครบถ้วนแล้ว

(2) กฎหมายที่ใช้บังคับ: กฎหมายไทย ทั้งหมด

ข้อผูกพันที่บริษัทให้คำมั่นไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์

ผู้ออกหุ้นกู้จะต้องดำรงสัดส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest Bearing Debt to Equity Ratio) ของผู้ออกหุ้นกู้ในอัตราส่วนไม่เกิน 2:1 (สองต่อหนึ่ง) เท่า ณ วันสิ้นงวดบัญชี ของแต่ละปี โดยทำการคำนวณจากงบการเงินรวมที่ได้รับการตรวจสอบบัญชีแล้ว ทั้งนี้ในการคำนวณอัตราส่วนดังกล่าวข้างต้น โปรดศึกษาคำจำกัดความตามที่ระบุในข้อกำหนดสิทธิของหุ้นกู้เพิ่มเติม

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างของรายได้

ธุรกิจ		(หน่วย: ล้านบาท)					
		ปี 2565		ปี 2564		ปี 2563	
		รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
โรงแรม	แบรนด์เซ็นทารารีเซิร์ฟ และเซ็นทาราแกรนด์ [1]	4,633.8	25.5	1,430.6	12.3	2,023.4	16.6
	แบรนด์เซ็นทารา	1,096.3	6.0	567.4	4.9	479.3	3.6
	แบรนด์เซ็นทรา	169.5	0.9	61.8	0.5	153.1	1.2
	แบรนด์โคซี่	35.5	0.2	9.9	0.1	19.4	0.1
	รวม	5,935.1	32.6	2,069.7	17.8	2,855.2	21.5
อาหาร	4 แบรนด์หลัก	9,413.9	51.7	7,657.8	65.8	8,653.1	65.3
	แบรนด์อื่นๆ	1,952.5	10.7	1,348.2	11.6	1,367.2	10.4
	รายได้จากการขายอื่นๆ	186.2	1.0	82.7	0.7	17.2	0.1
	รวม	11,552.6	63.4	9,088.7	78.1	10,037.5	75.7
รายได้อื่น[2]		728.0	4.0	477.0	4.1	356.7	2.8
รวมรายได้ทั้งหมด		18,215.7	100.0	11,635.4	100.0	13,249.4	100.0

หมายเหตุ:

(1) โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ท สมุย ได้มีการปิดโรงแรมเพื่อปรับปรุงห้องพัก ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2562 และเปิดอีกครั้ง 1 ธันวาคม 2564 โดยเปลี่ยนเป็นโรงแรมเซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย

(2) รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้ค่าบริหารโรงแรม รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ รายได้จากเงินสนับสนุนทางการตลาด เงินชดเชยความเสียหายจากประกัน เป็นต้น

ธุรกิจโรงแรม

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทและบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจโรงแรมซึ่งปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 18 โรงแรม และกิจการร่วมค้า 1 โรงแรม โดยให้บริการทางด้านห้องพัก ภัตตาคารและบาร์ ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม และบริการอื่นๆ เช่น บริการซักรีด ศูนย์บริหารร่างกาย สปา สระว่ายน้ำ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และอื่นๆ ซึ่งโรงแรมได้เปิดดำเนินการในปี 2526 ถึงปี 2565 ได้แก่

บริษัทและบริษัทย่อย

1. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ
2. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท และวิลลา หัวหิน
3. โรงแรมเซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย
4. โรงแรมเซ็นทารา วิลลา สมุย
5. โรงแรมเซ็นทารา วิลลา ภูเก็ต
6. โรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่
7. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา แม่สอด
8. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา กระบี่
9. โรงแรมเซ็นทารา กะรน รีสอร์ท ภูเก็ต
10. โรงแรมเซ็นทารา กะตะ รีสอร์ท ภูเก็ต
11. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์
12. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท พัทยา
13. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต
14. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ ไอแลนด์ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์
15. โรงแรมเซ็นทารา ราส ฟูชิ รีสอร์ทแอนด์สปา มัลดีฟส์
16. โรงแรมโคซี่ สมุย เฉวง บีช
17. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ
18. โรงแรมโคซี่ พัทยา วงศ์อมาตย์ บีช

กิจการร่วมค้า

1. โรงแรม เซ็นทารา มิราจ บีช รีสอร์ท ดูไบ

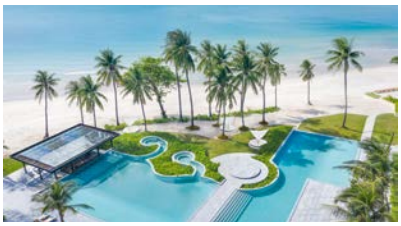
นอกจากนี้ บริษัทได้รับจ้างให้เป็นผู้ดำเนินกิจการและบริหารโรงแรม ภายใต้สัญญาบริหารโรงแรม (Hotel Management Agreement) อีกหลายแห่ง ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้แก่

1. โรงแรมเซ็นทาราอันดาเทวี รีสอร์ท และสปา กระบี่
2. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทาราโคโค่นัท บีช รีสอร์ท สมุย
3. โรงแรมเซ็นทารา ชานทะเล รีสอร์ท และ วิลลา ตราด
4. โรงแรมเซ็นทารา เกาะช้างทรอปิคานา รีสอร์ท
5. โรงแรมเซ็นทารา พัทยา โฮเต็ล
6. โรงแรมเซ็นทารา และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ อุดรธานี
7. โรงแรมเซ็นทารา วอเตอร์เกท พาวิลเลียน กรุงเทพ
8. โรงแรม คุ้มพญา รีสอร์ท และสปา เซ็นทารา บูติคคอลเลคชั่น
9. โรงแรมเซ็นทารา โนวา และสปา พัทยา
10. โรงแรมวอเตอร์ฟร้อนท์ สวีท ภูเก็ต โดย เซ็นทารา
11. โรงแรมเซ็นทารา ซีย์แซนด์ รีสอร์ทและสปา ศรีลังกา
12. โรงแรมเซ็นทารา คิว รีสอร์ท ระยอง
13. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทาราอเวนิว พัทยา
14. โรงแรมเซ็นทารา อาซัวร์ พัทยา
15. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารามาริสรีสอร์ท จอมเทียน
16. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทาราภูพาโนรีสอร์ท กระบี่
17. โรงแรมเซ็นทารา มัสกัต โอมาน
18. โรงแรมเซ็นทารา เวสต์ เบย์ เรสซิเดนซ์ แอนด์ สวีท โดฮา
19. โรงแรมเซ็นทารา อ่าวนาง บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา กระบี่
20. โรงแรมเซ็นทารา ซันไรซ่า เรสซิเดนซ์ แอนด์ สวีท ศรีราชา
21. โรงแรมไม้ขาว ดรีม วิลลา รีสอร์ต แอนด์ สปา เซ็นทารา บูทิก คอลเลคชั่น
22. โรงแรมไม้ขาว
23. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทาราชะอำบีชรีสอร์ท หัวหิน
24. โรงแรมโคซี่ กระบี่ อ่าวนางบีช
25. โรงแรม รุกข์ คีรี เขาใหญ่
26. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารามัสกัต ดูนส์
27. โรงแรมเซ็นทารา มิราจ รีสอร์ท มุยเน
28. โรงแรมอัล เฮล เวฟส์ แมนเนจ บาย เซ็นทารา
29. โรงแรมเซ็นทารา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่
30. โรงแรมเซ็นทารา โคราช
31. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา บางกอก พระนคร

ธุรกิจในเครือเซ็นทารา

ปัจจุบัน ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราประกอบด้วย
6 แบรนด์ สำหรับธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท 3 แบรนด์ สำหรับธุรกิจสปา และบัตรสะสมคะแนนสำหรับสมาชิก

CENTARA RESERVE



เซ็นทารา รีเซิร์ฟ

แบรนด์สุดหรูแบรนด์แรก ภายใต้คอลเลกชันของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา ที่คัดสรรมาอย่างพิถีพิถัน ตั้งอยู่ในทำเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีบุคลิกโดดเด่นที่สะท้อนถึงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

Centara BOUTIQUE COLLECTION

เซ็นทาราบูติกคอลเลกชัน

แบรนด์ที่นำเสนอความแตกต่างด้วยดีไซน์ที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ เพื่อตอบสนองความเป็นส่วนตัวของแขกผู้เข้าพัก พร้อมด้วยคุณภาพการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเติมเต็มทุกความสุขในวันพักผ่อน

CENTARA GRAND

เซ็นทาราแกรนด์

โรงแรมและรีสอร์ทระดับ 5 ดาว ที่ได้รับการออกแบบอย่างโดดเด่น โรงแรมทุกแห่งตั้งอยู่บนทำเลที่สะดวกใจกลางเมือง หรือบนชายหาดส่วนตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน และการบริการที่ได้มาตรฐานสูงสุด

CENTARA

เซ็นทารา

โรงแรมและรีสอร์ทมาตรฐานระดับ 4 ดาว ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ชายหาด หรือเกาะที่มีชื่อเสียงตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และการบริการที่เป็นเลิศ

centra by CENTARA

เซ็นทราบายเซ็นทารา

แบรนด์โรงแรมและรีสอร์ท ราคาประหยัดในทำเลที่สะดวกสบาย บริการแบบอบอุ่นและเป็นกันเอง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักได้เป็นอย่างดี

COSI
KRABI AO NANG BEACH

โคซี่

โรงแรมไลฟ์สไตล์ราคาประหยัดสำหรับนักเดินทาง ที่ให้ประสบการณ์ในการพักผ่อนสุดสบาย พร้อมทำเลที่ตั้งที่สะดวกสำหรับนักเดินทาง

RESERVE
SPA CENVAREE

รีเซิร์ฟ สปา เซ็นวารี

ค้นพบการปรนนิบัติอย่างมีระดับ โดยได้รับการออกแบบมาเพื่อทำให้ประสาทสัมผัสทั้งหมดกลับมามีชีวิตชีวา ด้วยวิธีการที่เป็นเอกลักษณ์ของรีเซิร์ฟ รวมไปถึงการรักษาและการบำบัดแบบเฉพาะตัวที่เหมาะสำหรับผู้เข้าพักในสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบและสวยงาม

SPA Cenvaree

สปา เซ็นวารี

สัมผัสสปาที่ให้บริการแบบไทย การบำบัดด้วยวิถีการรักษาแบบดั้งเดิมโดยธรรมชาติของไทยและรวมถึงประเทศอื่นๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยนักบำบัดที่ได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี สปาทรีตเมนต์กว่า 40 รูปแบบ ให้ผู้เข้าใช้บริการได้เลือกสรร

Cense by SPA Cenvaree

เซนส์ บาย สปาเซ็นวารี

สปาเซ็นวารีและเซนส์บายสปาเซ็นวารีภูมิใจนำเสนอการบำบัดตามมาตรฐานสูงสุด โดยนักบำบัดที่ได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี และสปาทรีตเมนต์กว่า 40 รูปแบบ ให้ผู้เข้าใช้บริการได้เลือกสรร

CENTARA The1

เซ็นทาราเดอะวัน

เซ็นทาราเดอะวัน บัตรเดียวที่เปลี่ยนทุกการใช้จ่ายที่โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราให้เป็นคะแนนสะสม ไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการห้องพัก ห้องอาหารและสปา ยิ่งคะแนนสะสมมาก ยิ่งเพิ่มค่าให้สมาชิกได้เพลิดเพลิน สิทธิพิเศษมากมาย ส่วนลดแบบเอ็กซ์คลูซีฟสำหรับราคาพิเศษของสมาชิกเซ็นทารา เดอะ วัน เมื่อจองห้องพักผ่านหน้าเว็บไซต์ของเซ็นทารา

สามารถตรวจสอบรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.centarathe1.com

รายละเอียดโดยย่อของแต่ละโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของมีดังนี้

1. **โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลพลาซาลาดพร้าว กรุงเทพฯ**

ประเภท	โรงแรมระดับ 5 ดาว	
ที่ตั้ง	จตุจักร กรุงเทพมหานคร	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Deluxe room	286
	Premium Deluxe	68
	Deluxe Suite	44
	Premium Suite	12
	Club Deluxe	108
	Club Deluxe Suite	14
	Premium Deluxe Suite	19
	Studio Suite	4
	Executive Suite	6
	Plaza Suite	2
	Royal Suite	2
	รวมทั้งสิ้น	565
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Don Giovanni/ Type of Cuisine: Italian	91 seats with 1 Private room
	Dynasty/ Type of Cuisine: Chinese	263 seats and 13 Private rooms
	Hagi/ Type of Cuisine: Japanese	111 seats and 10 private rooms
	Le Danang/ Type of Cuisine: Vietnamese	100 seats
	Suan Bua / Location: Pool Area / Type of Cuisine: Thai	121 seats with 2 private room
	Chatuchak Cafe / Type of Cuisine: International	198 seats
	Zing/ Type of Cuisine: Coffee, Tea, and Baked Goods	20 seats
	Lobby Lounge/ Type of Cuisine: Snack and Bar	100 seats
	Blue Sky/ Type of Cuisine: European Steak & Seafood	Restaurant 100 seats & 45 indoor seats, 90 outdoor seats & 2 private rooms

ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Vibhavadee Ballroom A	300
	Vibhavadee Ballroom B	500
	Vibhavadee Ballroom C	300
	Vibhavadee Ballroom Combination of ABC	1,000
	Rangsit 1	40
	Rangsit 2	20
	Rangsit 3	20
	Rangsit 4	20
	Combination of Rangsit 2+3	40
	Phaholyothin	50
	Ladprao 1	40
	Ladprao 2	40
	Ladprao 3	40
	Ladprao 4	40
	Combination of Ladprao 1+2	80
	Combination of Ladprao 3+4	80
	Ladprao Suite Combination of Ladprao 1+2+3+4	160
	Krungthep 1	60
	Krungthep 2	140
	Krungthep 3	40
	Krungthep 4	80
	Horvang 1	40
	Horvang 2	40
	Horvang 3	40
	Horvang 4	40
	Combination of Horvang 2 + 3	90
	Business Centre A	Available – I Shap fix for 8 seats
	Business Centre B	Available – I Shap fix for 6 seats
บริการอื่นๆ	สปา และศูนย์ธุรกิจ	
เปิดดำเนินการ	ปี 2526	

2. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทและวิลลา หัวหิน

ประเภท	โรงแรมระดับ 5 ดาว	
ที่ตั้ง	เลขที่ 1 ถนนดำเนินเกษม ต.หัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77110	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Deluxe Room	63
	Premium Deluxe room	70
	Premium Deluxe Club	21
	Deluxe room Twin	24
	Junior Suite	10
	Deluxe Suite	8
	Duplex Suite	10
	2 Bedroom Duplex	2
	Crystal Suite	1
	Deluxe Spa Villa	4
	Deluxe Pool Villa	16
	Premium Deluxe Pool Villa	22
	รวมทั้งสิ้น	251
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Railway Restaurant/ International and Thai food	196
	Coast/ fusion cuisine and seafood fine dining	132
	Suan Bua Restaurant/ Authentic Thai cuisine	40
	Hagi Japanese Restaurant/ Authentic Japanese cuisine	60
	The Museum Coffee & Tea Corner/Morning coffee& afternoon tea, freshly baked pastries.	60
	Elephant Bar/Drinks & snacks	45
	The Club / serving drinks & snacks	80
	Rajpruek Lounge , Pool Bars / Drinks & Snack	50
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Board room	12
	Hua Hin Hall I	20
	Hua Hin Hall II	20
	Colonial Hall I	60
	Colonial Hall II	80
บริการอื่น ๆ	สปา และศูนย์ธุรกิจ	
เปิดดำเนินการ	ปี 2529	

3. โรงแรมเซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย

ประเภท	โรงแรมระดับ 6 ดาว	
ที่ตั้ง	เกาะสมุย	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Deluxe Garden	48
	Deluxe Ocean	22
	Luxury Ocean	22
	Reserve Ocean	26
	Deluxe Pool Access	17
	Reserve Pool Suite	33
	Luxury Garden Suite	2
	Luxury Ocean Suite	4
	Reserve Ocean Suite	5
	The Garden Pool Suite	1
	The Reserve Suite	1
	Reserve Villa Pool	2
	The Reserve Ocean Pool Villa	1
	รวมทั้งสิ้น	184
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Act 5	116
	The Terrace	96
	Sa-Nga	18
	Salt society	118
	The Gin run	24
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Event Halls 1&2	200
	Meeting space 1	60
	Meeting space 2	20
บริการอื่น ๆ	สปา และศูนย์ธุรกิจ	
เปิดดำเนินการ	ปี 2539	

4 โรงแรม เซ็นทารา วิลลา สมุย

ประเภท	โรงแรมระดับ 4 ดาว	
ที่ตั้ง	เกาะสมุย	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Garden Villa	30
	Deluxe Villa	20
	Deluxe Villa Ocean View	10
	Deluxe Spa Villa	20
	Deluxe Pool Villa	13
	Deluxe Pool Villa Ocean View	5
	Premium Deluxe Pool Villa	1
	Family Deluxe Pool Villa	1
	รวมทั้งสิ้น	100
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	The Reef Cafe / International Cuisine	146
	The Papillion Lounge / Cocktails, Winer & Drinks	43
	The Coral Bar & BBQ / Drinks, BBQ Seafood, and Meats	45
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Meet at the Reef	80
บริการอื่น ๆ	สปา	
เปิดดำเนินการ	ปี 2541	

5. โรงแรมเซ็นทาราวิลลา ภูเก็ต

ประเภท	โรงแรมระดับ 4 ดาว	
ที่ตั้ง	หาดกะรน ภูเก็ต	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	ห้องคู่	72
	รวมทั้งสิ้น	72
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	The Cliff Restaurant	120
	Bayview Restaurant	80
บริการอื่น ๆ	สปา	
เปิดดำเนินการ	ปี 2542	

6. โรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่

ประเภท	โรงแรมระดับ 4 ดาว	
ที่ตั้ง	หาดใหญ่ สงขลา	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Superior	60
	Deluxe	120
	Deluxe Premium	47
	Apartment Small	3
	Apartment Medium	2
	Apartment Large	3
	One-bedroom Apartment	3
	Executive Suite	10
	รวมทั้งสิ้น	248
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Sky light Lounge / Cocktail & Live Music	60
	Cappuccino Corner / Coffee, Tea, Fruit Juice and Bake Goods	15
	Saneha Cafe Restaurant / Authentic Thai & Selected Int'l Cuisine	178
	Ginger Restaurant / Japanese Cuisine	110
	Roti corner	30
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Sukhontha Hall (A+B+C)	300
	Pre function (A+B+C)	100
	Sukhontha A	60
	Sukhontha B	60
	Sukhontha C	60
บริการอื่น ๆ	สปา และศูนย์ธุรกิจ	
เปิดดำเนินการ	ปี 2538	

7. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา แม่สอด

ประเภท	โรงแรมระดับ 3 ดาว	
ที่ตั้ง	แม่สอด ตาก	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Superior Double	28
	Superior Twin	44
	Deluxe Double	12
	Deluxe Twin	24
	Junior Suite	3
	Executive Suite	2
	รวมทั้งสิ้น	113
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	River Moei Coffee Shop – International	110
	Bamboo – Pool Bar	24
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Mae Sot Ballroom	300
	Pha Charoen	30
	Sob Moei	80
บริการอื่น ๆ	สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย สนามเทนนิส	
เปิดดำเนินการ	ปี 2529	

8. โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท แอนด์ วิลล่า กระบี่

ประเภท	โรงแรมระดับ 5 ดาว	
ที่ตั้ง	อ่าวนาง จังหวัด กระบี่	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Deluxe Garden View	35
	Deluxe Ocean Facing	32
	Premium Deluxe Ocean Facing	57
	Spa Deluxe Garden View	17
	Spa Deluxe Ocean Facing	42
	1 Bedroom Beachfront Villa	4
	1 Bedroom Ocean Facing Villa with Pool	1
	2 Bedrooms Beachfront Villa	3
	2 Bedrooms Royal Pool Villa	1
	รวมทั้งสิ้น	192
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Lotus Court / Thai and International	195
	Suan Bua / Seafood and Thai	145
	Hagi / Japanese	40
	On The Rocks / Beach bar & grill	80
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Ao Nang Suite A+B	140
	Ao Nang Suite A	87
	Ao Nang Suite B	28
บริการอื่น ๆ	สปา	
เปิดดำเนินการ	ปี 2549	

9. โรงแรม เซ็นทารา กะรน รีสอร์ท ภูเก็ต

ประเภท	โรงแรมระดับ 4 ดาว	
ที่ตั้ง	หาดกะรน จังหวัด ภูเก็ต	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Superior Ocean	46
	Deluxe Honeymoon Spa Suite	4
	Deluxe	81
	Deluxe Family Studio	9
	Premium Deluxe	97
	2 Bedroom Premium Deluxe	1
	1 Bedroom Pool Cabana	18
	2 Bedroom Pool Cabana	1
	รวมทั้งสิ้น	257
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Lotus Restaurant / Thai and International	190
	Azure / Modern Italian	145
	The Mix Bar / Snacks and Refreshment	30
	Pool Bar: Tropix / Lagoon / Terrace Snacks and Refreshment	45/66/33
	Beer Garden	42
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Andaman (Type: Classroom, U-shape, Cocktail, Banquet, Cabaret)	80 / 40 / 80 / 60 / 56
	Similan (Type: Classroom, U-shape, Cocktail, Banquet)	30 / 25 / 60 / 40
	Tarutao I (Type: Classroom, U-shape, Cocktail, Banquet)	50 / 35 / 60 / 40 / 37
	Tarutao II (Type: Classroom, U-shape, Cocktail, Banquet)	25 / 20 / 40 / 30
บริการอื่น ๆ	สปา	
เปิดดำเนินการ	ปี 2549	

10. โรงแรม เซ็นทารา กะตะ รีสอร์ท ภูเก็ต

ประเภท	โรงแรมระดับ 4 ดาว	
ที่ตั้ง	หาดกะตะ จังหวัด ภูเก็ต	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Deluxe King	61
	Deluxe Twin	18
	Deluxe Family	37
	One Bedroom	43
	Two Bedroom	4
	รวมทั้งสิ้น	163
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Seasons Restaurant	96
	Waves Pool Bar	48
	Emerald Pool Bar	40
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Kata Meeting Room	
	Classroom	18
	U-Shape	16
	Theatre	30
	Cocktail	20
บริการอื่น ๆ	ศูนย์ธุรกิจ	
เปิดดำเนินการ	ปี 2549	

11. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์

ประเภท	โรงแรมระดับ 5 ดาว	
ที่ตั้ง	กรุงเทพมหานคร	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Superior World	60
	Deluxe World	270
	Premium World	30
	World Club Executive	32
	World Club Deluxe	66
	World Club Premium	14
	Executive Suite	30
	World Executive Suite	6
	Royal suite	1
	รวมทั้งสิ้น	509
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Red Sky/ Chic urban bistro dining, wine bar and Martini bar	196
	Red Sky bar/ 360°Al Fresco Bar	120
	UNOMAS/ Mediterranean food	128
	CRU bar/ 360°Al Fresco Bar	84
	Dynasty / Cantonese Chinese restaurant	150
	Ventisi/ International and themed dinners	200
	Lobby Lounge/ Afternoon tea, pastries and refreshments	62
	Zing/ Pastries and refreshments	62
	Poolside bar/ Light meals and refreshments	60
	Cocoa Xo	100

ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Convention Centre	7,000
	Convention Centre A1	2,200
	Convention Centre B1	4,800
	Convention Centre A2 or B2	3,500
	World Ballroom	1,200
	World Ballroom A/ C	300
	World Ballroom B	600
	Lotus Suite 1 -4	550
	Lotus Suite 1/ 2/ 3 /4	120
	Lotus Suite 5-7	550
	Lotus Suite 5/ 6	120
	Lotus Suite 7	250
	Lotus Suite 8	30
	Lotus Suite 9	100
	Lotus Suites 10	140
	Lotus Suites 11	150
	Lotus Suites 12	110
	Lotus Suites 13/ 14	40
	Lotus Suites 15	20
	M1 & M2 at M23	100
	M1	44
	M2	64
	M3	36
	M4	120
	My Foyer	40
	My Kitchen	60
	My terrace	60
	My Lawn	120
บริการอื่น ๆ	Spa Cenvaree, Fitness centre and Business Centre	
เปิดดำเนินการ	ส่วนของคอนเวนชั่น ปี 2550 ส่วนของโรงแรม 2551	

12. โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท พัทยา

ประเภท	โรงแรมระดับ 5 ดาว	
ที่ตั้ง	พัทยา จ.ชลบุรี	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Deluxe Ocean View King	145
	Deluxe Ocean View Family Twin	128
	Premium Deluxe Ocean View King & Twin	136
	Deluxe Spa Ocean View King	24
	Club Mirage Premium Deluxe Ocean View King & Twin	76
	Club Mirage Deluxe Suite Ocean view King & Twin	18
	Club Mirage Family Suite Ocean View King & Twin	21
	Grand Mirage residence 2 BR Ocean View King	1
	Club Mirage Duplex Suite Ocean View King / Twin	4
	Club Mirage Grand Duplex Suite Ocean View King / Twin	1
	Club Mirage Royal Suite Ocean View King / Twin	1
	รวมทั้งสิ้น	555
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Oasis / International buffets and themed dinners	490
	Hagi Pop Up / Japanese	62
	Vistas / Snacks and refreshments	65
	Waves / Coastal and noodles	48
	Coast Beach Club / Coastal and cocktails	250
	Rum Jungle / Bar	80

ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Mirage Grand Ballroom	Classroom500, Theatre1,200, Banquet 650, Cocktail 1,000
	Section A	Classroom 150, Theatre 250, Banquet 180, Cocktail 200,
	Section B	Classroom 250, Theatre 350, Banquet 250, Cocktail 300,
	Section C	Classroom 150, Theatre 250, Banquet 180, Cocktail 200,
	Aurora Suite	Classroom 70, Theatre 100, Banquet 100, Cocktail 100,
	Utopia Suite 1	Classroom 50, Theatre 80, Banquet 80, Cocktail 80,
	Utopia Suite 2	Classroom 50, Theatre 80, Banquet 80, Cocktail 80,
	Fantasia Suite	Classroom 80, Theatre 80, Banquet 80, Cocktail 80,
	Mythica Suite	Classroom 80, Theatre 120, Banquet 100, Cocktail 100,
	Boardroom	Classroom 10
บริการอื่น ๆ	สปา และศูนย์ธุรกิจ	
	Spa Cenvaree	
	Fitness Centre and tennis courts,	
	Kid's Club, Camp Safari, E-Zone for teenagers. Games room.	
	Water park, monsoon Island and water sport activities	
	Lost Word Adventure Land	
	Shop: Accessories and swim wear, Fabric and souvenir, Tailor, Art De Charme, Jewelry, Scuba Diving and snorkeling.	
เปิดดำเนินการ	ปี 2552	

13. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ท ภูเก็ต

ประเภท	โรงแรมระดับ 5 ดาว	
ที่ตั้ง	ภูเก็ต	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Deluxe	67
	Deluxe Ocean View	25
	Premium Deluxe	37
	Deluxe Spa	15
	Deluxe Spa Ocean View	30
	Premier Spa	18
	Deluxe Suite Private Pool	46
	Premier Suite Private Pool	14
	Villa One Bedroom Private Pool	6
	Villa Two Bedroom Private Pool	3
	Royal Villa	1
	รวมทั้งสิ้น	262
ภัตตาคาร และ คอฟฟี่ช็อพ	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	The Cove (Asian and International)	247
	Mare (Authentic Italian)	262
	COAST Beach Club & Bistro (Mediterranean)	120
	Lobby Lounge (Cocktail and refreshments)	28
	Splash (Swim-up bar with light snacks and refreshments	21
	Ripples (Light snacks and refreshments	26
	Barefoot Bar (Snack & Refreshment)	60
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Phuket Grand Ballroom	Class room 360 persons
		Theatre 780 persons
		U-Shape 115 persons
		Banquet 450 persons
		Cocktail 720 persons
	Phuket Ballroom 1, 2	Class room 198 persons
		Theatre 364 persons
		U-Shape 63 persons
		Banquet 220 persons
		Cocktail 300 persons
	Colombus	U-Shape 12 persons
	Madalena and Santiago	Class room 12 persons
		Theatre 32 persons
	Marco Polo and Vera Cruz	Class room 24 persons
		Theatre 56 persons
		U-Shape 15 persons
บริการอื่น ๆ	สปา และศูนย์ธุรกิจ	
เปิดดำเนินการ	Soft opening วันที่ 3 พฤศจิกายน 2553, Grand opening เดือนกุมภาพันธ์ 2554	

14. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ ไอแลนด์ รีสอร์ท และ สปา มัลดีฟส์

ประเภท	โรงแรมระดับ 5 ดาว	
ที่ตั้ง	มัลดีฟส์	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Duplex Beach Villa (King) DUBFK	42
	Deluxe Overwater Villa (King) DLOWK	18
	Premier Overwater Villa (King) PMOWK	14
	Family Overwater Villa FMOWN	10
	Premium Deluxe Sunset Overwater Villa with pool	20
	2 BR Beach Villa with Private Pool	8
	รวมทั้งสิ้น	112
ภัตตาคาร และ คอฟฟี่ช็อพ	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Reef: Asian & Western Cuisine	207
	Suanbua: Thai Cuisine	74
	Azzuri Mare: Italian Cuisine	54
	Coral: Cocktails, Wines, Bar & Lounge	120
	Aqua: Over Water Bar with Snacks, & Drinks	66
	Island Club: Exclusive Club Lounge & Refreshments	59
บริการอื่น ๆ	สปา และศูนย์ธุรกิจ	
เปิดดำเนินการ	พฤศจิกายน 2552	

15. โรงแรมเซ็นทารา ราส ฟูซิ รีสอร์ทแอนด์สปา มัลดีฟส์

ประเภท	โรงแรมระดับ 4 ดาว	
ที่ตั้ง	มัลดีฟส์	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Ocean front Beach Villa (King)	18
	Ocean front Beach Villa (Twin)	2
	Deluxe Ocean front Beach Villa (King)	10
	Deluxe Water Villa (King)	45
	Deluxe Water Villa (Twin)	5
	Deluxe Spa Over Water Villa (King)	20
	Premium Sunset Spa Water Villa (King)	11
	Premium Sunset Spa Water Villa (Twin)	3
	Deluxe Sunset Water Villa (Twin)	3
	Deluxe Sunset Water Villa (King)	23
	รวมทั้งสิ้น	140
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Ocean Restaurant	130
	Suan Bua Restaurant	44
	La Breaaz Restaurant	42
	Alkhalma Restaurant	34
	Viu Bar	88
	Wave Bar	14
	Lobby Bar	20
บริการอื่น ๆ	สปา และศูนย์ธุรกิจ	
เปิดดำเนินการ	24 มีนาคม 2556	

16. โรงแรมโคซี่ สมุย เฉวง บีช

ประเภท	ระดับ 3 ดาว	
ที่ตั้ง	หาดเฉวง เกาะสมุย	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	COSI Plus	4
	COSI Room	146
	รวมทั้งสิ้น	150
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Cafe 247	61
ห้องจัดเลี้ยงและ ห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	-	
บริการอื่น ๆ	-	
เปิดดำเนินการ	1 ธ.ค. 2560	

17. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ

ประเภท	ระดับ 3 ดาว	
ที่ตั้ง	แจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Superior Room	176
	Deluxe Room	32
	Junior Suite	2
	CENTRA Plus Suite	2
	รวมทั้งสิ้น	212
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Bistro 4 (International & Thai)	330
	Mix (Snack & Refreshment)	30
	Mezz (Snack & Refreshment)	50
	Friendly Piano Bar (International & Thai)	100
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Vayupak Grand Ballroom	1,200 (Banquet)
	Vayupak Hall	6,140 (Banquet)
	Circle Building (1st Floor)	250 (Banquet)
	Auditorium	250 (Auditorium only)
	BB-201 / BB-202 / BB-203 / BB-204 / BB-205	240 (Banquet)
	BB-206	40 (U-Shape only)
	BB-207 / BB-208 / BB-209 / BB-210 / BB-211 / BB-212	200 (Banquet)
	BB-401 / BB-402 / BB-403 / BB-404 / BB-405 / BB-406	240 (Banquet)
บริการอื่น ๆ	-	
เปิดดำเนินการ	1 ธันวาคม 2560	

18. โรงแรมโคซี่ พัทยา วงศ์อมาตย์ บีช

ประเภท	ระดับ 3 ดาว	
ที่ตั้ง	หาดวงอมาร์ต พัทยา	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	COSI Plus	7
	COSI Room	275
	รวมทั้งสิ้น	282
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Cafe 247	46
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	-	
บริการอื่น ๆ	-	
เปิดดำเนินการ	16 พ.ย. 2562	

19. โรงแรม เซ็นทารา มิราจ บีช รีสอร์ท ดูไบ

ประเภท	โรงแรมระดับ 4 ดาว	
ที่ตั้ง	ดูไบ	
ห้องพัก	ประเภท	จำนวนห้องพัก
	Superior Room King	108
	Superior Room Sea view King	54
	Superior Room Panoramic Sea view King	76
	Family Room Double Double	104
	Family Room Sea View Double Double	51
	Family Room Panoramic Sea view Double Double	81
	Mirage Superior Room with Bunk beds	21
	Mirage Superior Room Sea view with Bunk beds	14
	Mirage Superior Room Panoramic Sea view with Bunk beds	25
	Mirage Family Room with Bunk beds	22
	Mirage Family Room Sea view with Bunk beds	11
	Mirage Family Room Panoramic Sea view with Bunk beds	21
	Mirage Junior Suite with Bunk beds	6
	Mirage Junior Suite Sea view with Bunk beds	7
	Mirage Two bedrooms Suite Panoramic Sea view	6
	Total	607
ห้องอาหาร	ชื่อร้านและประเภทอาหาร	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
	Suan Bua (Thai Cuisine)	242
	Uno Mas (Argentinian Cuisine)	113
	Sands (International & Western Cuisine)	190
	Sheesh (Lebanese Cuisine)	310
ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนา	ชื่อห้อง	ขนาดความจุ (คน)
	Jasmin 1	40
	Jasmin 2	40
	Jasmin 3	40
	Jasmin All 3	150
บริการอื่น ๆ	สปา และศูนย์ธุรกิจ	
	ATM	
	Spa Cenvaree	
	Fitness Centre	
	Inflable & Obstacle course.	
	Day lounge for relaxation area	
	Mirage Lounge with Kids play area.	
	Family, Kids and Spa Swimming Pools	
	Kid's Club Camp Safari, E-Zone for teenagers.	
	Shop: Accessories and swim wear, Fabric and souvenir.	
	Water park, Lazy river, Water sport activities,rope climbing course.	
เปิดดำเนินการ	ปี 2565	

การตลาดและภาวะการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม

นโยบายการลงทุนและบริหารธุรกิจ

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทของบริษัท ในปัจจุบันแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- การลงทุนและบริหารด้วยตนเองภายใต้เครื่องหมายการค้า "เซ็นทารา" เนื่องจากเครื่องหมายการค้า "เซ็นทารา" เป็นที่เชื่อถือของตลาดในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างดี รวมทั้งการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ทำให้บริษัทสามารถได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่า
- การรับจ้างบริหารโรงแรมภายใต้เครื่องหมายการค้า "เซ็นทารา" การดำเนินธุรกิจประเภทนี้เป็นการสร้างรายได้ให้กับบริษัทโดยอาศัยชื่อเสียง ประสบการณ์ และความชำนาญในการบริหารโรงแรมโดยไม่ต้องแบกภาระต้นทุนการพัฒนาโรงแรม รวมทั้งเป็นการสร้างเครื่องหมายการค้าให้กับบริษัทให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นด้วย

กลุ่มการตลาดโดยสรุป

การที่ประเทศไทยเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกครั้งอย่างเต็มรูปแบบในเดือนกรกฎาคม 2565 ที่ผ่านมา นับเป็นก้าวสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวฟื้นตัวหลังวิกฤตการณ์โควิด-19 และนั่นหมายความว่า โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทุกแห่งได้เปิดรับการท่องเที่ยวอีกครั้ง แต่กระนั้น ก็ยังคงมีปัญหาท้าทายบางประการอยู่ รวมถึงการปิดประเทศของจีนอย่างต่อเนื่องและการให้บริการจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศที่ลดลง ในขณะที่ความไม่แน่นอนและวิกฤตเศรษฐกิจโลกรวมถึงความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนที่ยังส่งผลกระทบต่อการเดินทางจากตลาดหลักที่สำคัญ โดยการเปิดประเทศครั้งนี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้นประมาณ 25% เมื่อเทียบจากปี 2562 (เพิ่มขึ้นเกิน 100% เมื่อเทียบจากปี 2564) ซึ่งหมายความว่า การเดินทางภายในประเทศได้กลับมามีความสำคัญอีกครั้ง

ปี 2565 เซ็นทารามีรายได้รวมทั้งสิ้น 6,541 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 180.72% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว (2,322 ล้านบาท) และแตะที่ระดับ 73.5% ของปี 2562 (8,896 ล้านบาท) จากข้อมูลของโรงแรมต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการเต็มรูปแบบในช่วงเวลานี้ เซ็นทาราประสบความสำเร็จในการบรรลุค่า RGI (Revenue Generation Index หรือดัชนีการสร้างรายได้) ที่ 1.34 ในกลุ่มโรงแรมที่เซ็นทาราเป็นเจ้าของ แสดงให้เห็นว่าเรามีความสามารถเหนือคู่แข่ง

โครงการเราเที่ยวด้วยกันซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจในประเทศ และเมื่อประกอบเข้ากับตารางการออกแคมเปญต่าง ๆ ของเซ็นทาราที่มีอย่างต่อเนื่อง การจัดโปรโมชันลดราคาในช่วงเวลาสั้น ๆ หรือแฟลชเซลล์ รวมถึงพันธมิตรทางการตลาดใหม่ ๆ มีส่วนสนับสนุนให้ธุรกิจมีรายได้รวมทั้งสิ้น 670 ล้านบาท

สิ่งสำคัญอันดับแรกในปี 2565 คือความพยายามในการฟื้นฟูการรับรู้ถึงแบรนด์เพื่อเตรียมพร้อมรับการเที่ยวล้างแค้น (Revenge Travel) หรือปรากฏการณ์การท่องเที่ยวเพื่อชดเชยในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่คาดว่าจะมาจากตลาดหลักในต่างประเทศ เราพยายามเพิ่มการโฆษณาไปทั่วโลกรวมถึงการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ของเครือบริษัทไปยังตลาดใหม่ ๆ ในยุโรป ในขณะเดียวกัน เซ็นทาราได้กลับมาร่วมงานแสดงสินค้าด้านการท่องเที่ยวอีกครั้ง โดยยังคงรักษามาตรฐานและจุดยืนของแบรนด์ในงานต่าง ๆ Arabian Travel Market (ATM) ที่นครดูไบและงาน World Travel Market (WTM) ที่สหราชอาณาจักร ตลอดจนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ในเอเชียและตะวันออกกลาง รวมถึงตลาดซาอุดีอาระเบียที่เติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังยกระดับในการรักษาความสัมพันธ์กับพันธมิตรที่มีอยู่ไปพร้อม ๆ กับการสร้างพันธมิตรใหม่ ๆ เพื่อทำให้มั่นใจว่าจะได้รับการสนับสนุนที่ดีที่สุดจากพันธมิตรทางการค้าในปี 2565 และปีต่อ ๆ ไป

หลังจากเริ่มใช้ระบบเว็บไซต์ใหม่และแพลตฟอร์มการจองของ Saber ในปี 2564 ไปแล้วนั้น ในเดือนมกราคม 2565 ได้มีการเปิดตัวเครื่องมือการจองออนไลน์ของ Saber ซึ่งเป็นการเน้นย้ำถึงความมุ่งมั่นของเซ็นทาราในการผลักดันให้เกิดการเติบโตทางออนไลน์ โดยทั้งช่องทางออนไลน์โดยตรงของเซ็นทาราและของบริษัทผู้ให้บริการสำรองห้องพักออนไลน์ สามารถทำรายได้จากห้องพักเป็นจำนวน 2.8 พันล้านบาทในปี 2565 เพิ่มขึ้น 12% เมื่อเทียบกับปี 2562 แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพของช่องทางดิจิทัลกำลังแซงหน้าการฟื้นตัวของช่องทางอื่น ๆ ทั้งหมด แนวโน้มที่สำคัญคือมียอดจองเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลในอัตราที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แต่มีระยะเวลาการเข้าพักที่สั้นลงกว่ามาก ซึ่งแสดงสัญญาณบ่งชี้ถึงการพึ่งพาธุรกิจในประเทศที่เพิ่มขึ้นในช่วงแรกของการฟื้นตัวจากวิกฤตโควิด-19

การผลักดันให้ลูกค้ามีความภักดีและการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสมาชิก CentaraThe1 ของเซ็นทาราในฐานะแพลตฟอร์มสำหรับการเติบโตทางธุรกิจ การเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง และการได้ลูกค้ารายใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ยังคงเป็นหัวใจหลักในการจัดลำดับความสำคัญของธุรกิจ โดยหัวใจสำคัญคือการผสานกำลังในการทำงานร่วมกันกับโปรแกรมสมาชิก The 1 ของเครือเซ็นทรัลที่มีสมาชิกจำนวน 19 ล้านคน ทั้งนี้ ในปี 2565 เราได้เริ่มให้ผู้เข้าพักสามารถชำระเงินด้วยคะแนน T1 ได้ที่โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราในประเทศไทย การเปิดตัวจะยังคงทำต่อเนื่องในปี 2566 และทำให้เซ็นทาราสามารถทำรายได้จากคะแนนสะสม T1 ที่ยกยอดมาหลายล้านคะแนนที่สมาชิกสะสมไว้

ในเวทีระดับสากลนั้น เราให้ความสนใจในการยกระดับประสบการณ์และสิทธิประโยชน์ของสมาชิก ในขณะเดียวกันยังผลักดันให้ได้สมาชิกใหม่ผ่านการเข้าถึงฐานข้อมูลของพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีการทำข้อตกลงความร่วมมือกับสายการบินกาตาร์แอร์เวย์ สิงคโปร์แอร์ไลน์ และเตอร์กิชแอร์ไลน์ ซึ่งช่วยทำให้มั่นใจว่าแบรนด์เซ็นทาราจะเป็นที่รู้จักในหมู่นักเดินทางทั่วโลก และส่งเสริมให้โปรแกรม CentaraThe1 มีความเกี่ยวข้องในระดับนานาชาติมากขึ้นด้วยโดยการให้สมาชิกสามารถโอนคะแนนไปยังโปรแกรมสะสมไมล์ของสายการบิน เพื่อเพิ่มสิทธิประโยชน์ให้แก่สมาชิกและคุณค่าของโปรแกรมที่ส่งมอบให้ลูกค้า

ความภักดีเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) แบบองค์รวมของบริษัท และให้ความสำคัญกับการปรับประสบการณ์ของลูกค้าให้เหมาะสมที่สุด ผลักดันการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละท่านและเพิ่มความสำคัญให้กับการรักษาลูกค้าเก่า โดยในปี 2565 นี้ ยังมีการเปิดตัว Salesforce Marketing Cloud CRM ที่จะช่วยให้สามารถสื่อสารกับผู้เข้าพักได้อัตโนมัติและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าแต่ละท่าน รวมทั้งยังสามารถแบ่งช่วงกลุ่มผู้เข้าพักได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลลัพธ์ที่ได้ในช่วงแรกจากการใช้งานแสดงให้เห็นถึงอัตราการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และอัตราการเปิดและการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้นจากแคมเปญการตลาดผ่านอีเมลทั้งหมดมากกว่าก่อนเปิดตัว ระดับการรักษาผู้เข้าพักเก่าเกิน 30% เป็นปีที่สองในประวัติศาสตร์ของบริษัท โดยผู้เข้าพักเกือบหนึ่งในสามเป็นผู้มาใช้บริการโรงแรมในเครือเซ็นทาราซ้ำอีกครั้ง ถือเป็นข้อเท็จจริงที่สัมพันธ์กับคะแนนความพึงพอใจของผู้เข้าพักที่ยอดเยี่ยมเช่นกัน ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาในด้านนี้ จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรโดยได้มีการแต่งตั้งหัวหน้าทีมที่มีประสบการณ์ด้าน CRM และด้านการสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับลูกค้า เป็นการตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นทางธุรกิจที่มีต่อการขับเคลื่อนที่สำคัญต่อคุณค่าของแบรนด์และการเติบโตของบริษัท

รายได้ในปี 2565 บรรลุเกินความคาดหมายที่ตั้งไว้ ในขณะที่ปี 2562 ไม่สามารถทำได้ถึงระดับดังกล่าว การเติบโตของผลประกอบการทางธุรกิจสูงกว่าการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว แม้ว่ายังคงมีความไม่แน่นอนที่เกี่ยวกับเรื่องความขัดแย้งทางเศรษฐกิจโลกที่ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนช่วงเวลาที่ตลาดจีนจะฟื้นตัวเต็มรูปแบบ เราก็ยังคาดว่า ปี 2566 จะเป็นปีที่ดีอย่างมาก เนื่องจากเรามีการเตรียมการและการวางรากฐานในช่วงระหว่างที่เกิดวิกฤตโควิด-19 โดยเซ็นทาราได้ตั้งเป้าหมายในการเติบโตทางธุรกิจให้เราสามารถอยู่ในระดับแถวหน้าของการเติบโตและการพัฒนาด้านการบริการในอีกไม่กี่ปีข้างหน้านี้

บริษัทดำเนินกลยุทธ์การตลาดสำหรับแต่ละโรงแรมดังต่อไปนี้

1) โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลพลาซาลาดพร้าว กรุงเทพฯ

จำนวนห้องพัก	565 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	สถานการณ์โควิดเริ่มคลี่คลายดีขึ้นเรื่อยๆ เริ่มมีการเปิดประเทศตั้งแต่ปลายปี 2564 กลุ่มเป้าหมาย • ลูกค้า Online เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เนื่องจากหลังจากโควิด การเดินทางเป็นรายบุคคล และกลุ่มเล็ก ได้กลับมาเร็วกว่าการเดินทางเป็นหมู่คณะ • กลุ่มลูกเรือสายการบิน • กลุ่มนักธุรกิจ • กลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา ภายในประเทศ และ ต่างประเทศโดยเฉพาะจากตลาดเพื่อนบ้าน ในแถบ South East Asia • กลุ่มลูกค้าที่เดินทางมาท่องเที่ยว แบบหมู่คณะเล็กๆ เช่น เกาหลี ไต้หวัน • กลยุทธ์การแข่งขัน • ยังคงเน้นในเรื่อง ความสะอาด ความปลอดภัย • สินค้า และ การบริการ ครบวงจร ตอบโจทย์ ความต้องการลูกค้า • ทำเลที่ตั้งโรงแรมสะดวก เชื่อมต่อห้างเซนทรัล ลาดพร้าว รถไฟฟ้า BTS รถไฟใต้ดิน MRT และอยู่ใจกลางย่านธุรกิจ ทางโซน วิภาวดี ลาดพร้าว รัชดา และนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ • กลยุทธ์ ราคาเป็นไปตาม ปัจจัยอุปสงค์ อุปทาน ตามสถานการณ์ของตลาด
สภาพการแข่งขัน	การแข่งขันสูงมาก ถึงแม้โรงแรมกลับมาเปิดบริการตามปกติ แต่ลูกค้ากลับเข้าใช้บริการประมาณ 50-60% โดยยังขาดกลุ่มลูกค้าจีนซึ่งเป็นตลาดหลัก
ตัวอย่างคู่แข่ง	Swissotel Bangkok Ratchada; Royal Orchid Sheraton Hotel & Towers; Amari Don Muang Airport Bangkok; Ramada Plaza Menam Riverside; Novotel Bangkok IMPACT
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	68% : 32%

2. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทและวิลล่า หัวหิน

จำนวนห้องพัก	251 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	• เน้นการเจาะกลุ่มตลาดยุโรปเป็นหลัก โดยทำการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะกับตลาดนั้นๆ ด้วยข้อเสนอที่น่าสนใจที่สุด • เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคณะเดินทาง มีการกำหนดราคาขายแบบยืดหยุ่นได้สำหรับผู้เข้าพักแบบหมู่คณะ สำหรับวันธรรมดา รวมถึงกลุ่มสัมมนาทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศ • กลุ่มเป้าหมายตลาดท่องเที่ยวในประเทศจากโครงการเราเที่ยวด้วยกัน • กำลังพัฒนาให้ดีขึ้นในส่วนของตลาดภายในประเทศ ทั้งแบบนักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพัง 1-2 ห้อง และเดินทางเป็นหมู่คณะ ด้วยข้อเสนอที่น่าสนใจที่สุด
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Hyatt, Hilton, Sheraton, Anantara and Dusit
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	20% : 80%

3. โรงแรมเซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย

จำนวนห้องพัก	184 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	เน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงที่มองหาประสบการณ์การเข้าพักในระดับลักชัวรี โดยการทำการตลาดที่มุ่งเน้นดิจิทัล และรวมถึงการร่วมมือทางการตลาดกับพาร์ทเนอร์ที่มีฐานลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ อาทิ เช่น คู่รัก ครอบครัว ผู้บริหารระดับสูง กลุ่มwell-being & healthy รวมถึง งานแต่งงาน งานต่างๆ ในหลายรูปแบบที่ทางรีเซิร์ฟริงสรรค์ให้กับลูกค้า เพื่อประสบการณ์ที่แตกต่าง โดยนำเสนอรูปแบบการให้บริการทั้ง 4 ประการที่สร้างสรรขึ้นมาเพื่อรองรับทุกความต้องการ ในเอกลักษณ์เฉพาะแบบของรีเซิร์ฟ
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Anantara Lawana, Vana Belle, Melia, Belmond Napasai, Hyatt, Ritz Carlton, Kimton
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	21% : 79%

4. โรงแรม เซ็นทารา วิลล่า สมุย

จำนวนห้องพัก	100 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	ช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2565 ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ภายในประเทศตั้งแต่สถานการณ์การแพร่ระบาด Covid-19 ที่ผ่านมา ส่วนในครึ่งปีหลัง กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาจะเป็นชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาจากประเทศทางยุโรป เรทค่าห้องมีแนวโน้มที่สูงขึ้นจากช่วงต้นปีที่ผ่านมา และยังคงต้องปรับกลยุทธ์และออกโปรโมชั่นเพื่อที่จะดึงดูดใจลูกค้า เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งและเพิ่มยอดรายได้
สภาพการแข่งขัน	สูง (High)
ตัวอย่างคู่แข่ง	Paradise Beach Resort, The Passage Resort, Peach Resort, Avani
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	24% : 76%

5. โรงแรมเซ็นทารา วิลล่า ภูเก็ต

จำนวนห้องพัก	72 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงเป็นชาวไทยและต่างชาติที่พักอาศัยในประเทศไทย และตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างชาติเริ่มเยอะขึ้น และหลายหลายประเทศมากขึ้น โดยมากกว่า 80% จะทำการจองผ่านทางออนไลน์และจองผ่านเอเย่น ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากโซน ยุโรป,รัสเซีย, เยอรมัน, ออสเตรเลีย และ อังกฤษ
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Metadee Resort & Villas, Secret Cliff, The Beyond Karon Resort, The Front Village
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	15% : 85%

6. โรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่

จำนวนห้องพัก	248 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	เป้าหมายอยู่ที่ลูกค้าในประเทศเพื่อนบ้านเช่น มาเลย์เซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย โดยมีมาเลย์เซีย เป็นกลุ่มหลัก ลูกค้าเหล่านี้เดินทางมาพักผ่อน รวมทั้งที่เดินทางมาเพื่อเหตุผลทางด้านธุรกิจในภูมิภาค พร้อมๆ ไปกับอีกหนึ่งกลุ่มเป้าหมายนั่นคือลูกค้าในประเทศ รวมถึง ลูกค้าท่องเที่ยวทั่วไป ลูกค้าประชุมสัมมนา ลูกค้าราชการ และนักธุรกิจอื่นๆ ที่มาปฏิบัติหน้าที่ และประกอบกิจการในภูมิภาค และในประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากในปี 2565 มีจำนวนโรงแรมเปิดเพิ่มขึ้นในจังหวัดสงขลาและอำเภอหาดใหญ่ทำให้โรงแรมฯ ต้องเพิ่มแนวทางกลยุทธ์การแข่งขันปัจจุบันต้องพยายามเพิ่มกลุ่มลูกค้าภายในประเทศเข้ามาทดแทน โดยมุ่งเป้าลูกค้ากลุ่มประชุมสัมมนา ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงลูกค้านักท่องเที่ยวทั่วไป และเน้นการบริการที่เป็นเลิศ มีคุณภาพต่อลูกค้าทุกกลุ่ม และ สร้างภาพลักษณ์การบริการอันดีงาม อันเป็นที่ประจักษ์แก่ประเทศเพื่อนบ้าน และลูกค้าที่มาใช้บริการให้เด่นกว่าโรงแรมอื่นในหาดใหญ่อันจะเป็นจุดขายของโรงแรมที่ยั่งยืนต่อไป
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Lee Garden Plaza Hotel, Buri Sriphu Boutique Hotel, Crystal Hotel Hat Yai
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	93% : 7%

7. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา แม่สอด

จำนวนห้องพัก	113 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	เน้นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสถานที่ในการจัดงานประชุม สัมมนา โดยมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มข้าราชการ องค์กรท้องถิ่นและละแวกใกล้เคียง รวมถึงบริษัทห้างร้านในพื้นที่ภายใต้มาตรฐานของเซ็นทรา อีกทั้งยังให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการความสงบและหลีกหนีความวุ่นวายจากการทำงานและการท่องเที่ยวในสถานที่อื่นๆ
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	The Teak Hotel, Fortune , Hopp Inn, Eco Inn, Queen Palace
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	80% : 20%

8. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทและวิลลา กระบี่

จำนวนห้องพัก	192 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	ตลาดหลักจะเน้น ขายห้องพัก ตลอดจนถึงงานเลี้ยงขนาดเล็ก การจัดงานแต่งงานบริเวณชายหาด ซึ่งการขายห้องพักเป็นหลักของรายได้ รองลงมาคือค่าอาหารและเครื่องดื่ม การจัดประชุมและงานจัดเลี้ยงขนาดเล็ก โรงแรมฯ ตั้งอยู่อ่าวส่วนตัว บรรยากาศดี เงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน มีวิวพระอาทิตย์ตกที่สวยงาม มีบริการเรือเร็วเพื่อให้ลูกค้าได้ใช้บริการเพื่อเดินทางไปยังแหล่งบรรเทิงในเขตอ่าวนาง พร้อมด้วยบริการรถรับส่ง
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Amari Vouge Krabi, Aonang Villa, Dusit Thani Krabi Beach and Resort, Centara Aonang Beach Resort & Spa, Sofitel Krabi
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	31% : 69%

9. โรงแรมเซ็นทารา กะรน รีสอร์ท ภูเก็ต

จำนวนห้องพัก	207 ห้อง (1 เมษายน - 7 ธันวาคม 2565) / 257 ห้อง (7 - 31 ธันวาคม)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	เน้นทำการตลาดโดยการออกโปรโมชั่นทั้งตลาดออนไลน์และออฟไลน์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในประเทศ เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวในเอเชีย ออสเตรเลีย ยุโรป และ สหราชอาณาจักร ในช่วงไตรมาศ 2 และ 3 และทำการเจาะกลุ่มตลาดรัสเซียซึ่งเป็นตลาดหลักของภูเก็ตในไตรมาศที่ 4 ซึ่งเป็นช่วง high season
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Phuket Karon Beach Resort, Novotel Phuket Kata Avista Resort & Spa, OZO Phuket and Grand Mercure Phuket Patong
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	4% : 96%

10. โรงแรมเซ็นทารา กะตะ รีสอร์ท ภูเก็ต

จำนวนห้องพัก	163 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	เพิ่มยอดขายและมีการทำโปรโมทธีมอาหารค่ำ 3 วันต่อสัปดาห์เพื่อเพิ่มรายได้อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอให้เกิดการบริการที่ดีและสร้างความทรงจำที่ดีแก่แขก เพื่อรักษาคุณภาพของโรงแรม นอกจากนี้ยังมีการแนวปฏิบัติของโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง และออกโปรโมชั่นเพื่อที่จะดึงดูดใจลูกค้า
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Peach Hills, The Yama Phuket , Beyond Kata, Phuket Orchid
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	1% : 99%

11. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์

จำนวนห้องพัก	509 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	ช่วงก่อนเปิดประเทศเต็มรูปแบบ เป้าหมายหลักของโรงแรมยังเป็นกลุ่มลูกค้าคนไทย และชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มประชุมจากทางภาครัฐบาล และทางภาคเอกชน รวมทั้งแขกผู้เข้าพักแบบ FIT ที่โรงแรมได้รับการสนับสนุนจากโครงการของรัฐ “เราเที่ยวด้วยกัน” เมื่อรัฐบาลมีการเปิดระบบ Test & Go เป้าหมายของโรงแรมนอกจากจะเป็นคนไทยที่เดินทางกับจากต่างประเทศแล้ว โรงแรมยัง target และทำการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นยอดการเข้าพักจากลูกค้าชาวต่างชาติมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แขกที่เดินทางจากประเทศเพื่อนบ้านใน SEA และชาวตะวันออกกลาง โดยหลังจากการเปิดประเทศเต็มรูปแบบ เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น ทั้งในส่วนของแขกผู้เข้าพักที่มาพักผ่อนส่วนตัว และ กลุ่มผู้มาสัมมนาจากนานาชาติ โรงแรมมีการปรับราคาห้องพักสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามกลไกตลาด เพื่อเพิ่มรายได้ของโรงแรม
สภาพการแข่งขัน	ช่วงก่อนเปิดประเทศเต็มรูปแบบ เนื่องจากปริมาณความต้องการในการเข้าพักยังค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนโรงแรมที่เปิดอยู่ ทำให้การแข่งขันค่อนข้างสูงในด้านของราคา ทั้งนี้หลังจากมีการเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบ และโรงแรมคู่แข่งอย่าง InterContinental Bangkok และ Siam Kempinsiky ที่ไม่ใช่คู่แข่งโดยตรงแต่ตั้งอยู่ในละแวกใกล้เคียงกัน ปิดการขายเพื่อปรับปรุงโรงแรม ทำให้คู่แข่งแถบราชประสงค์ลดลง เมื่อเทียบกับความต้องการของตลาดจึงทำให้โรงแรมสามารถเพิ่มค่าห้อง และขายได้ในราคาที่สูงขึ้น
ตัวอย่างคู่แข่ง	Royal Orchid Sheraton Hotel & Towers, Bangkok Marriott Marquis Queen's Park, Amari Watergate Bangkok, Hilton Millennium Bangkok Hotel, Grand Hyatt Erawan Bangkok, InterContinental Bangkok, Renaissance Bangkok Ratchaprasong and Holiday Inn Bangkok
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	ครึ่งปีแรก 47% : 53% ครึ่งปีหลัง 20% : 80%

12. โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ มิราจ รีสอร์ท บีช พัทยา

จำนวนห้องพัก	555 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็น ครอบครัว กลุ่มประชุมขนาดเล็ก งานแต่งงาน และกลุ่มที่ต้องการคุณภาพของการบริการสูง โดยมีกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า เน้นเรื่องความปลอดภัยและความสะอาด มุ่งเน้นที่จะรักษาฐานลูกค้าเดิมและกลุ่มลูกค้าใหม่ และการดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของโรงแรมผสมผสานกับการบริการที่เป็นเลิศภายใต้มาตรฐานของเซ็นทารา เพื่อส่งเสริมการทำธุรกิจในระยะยาวและสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มโรงแรมภายใต้ตราเซ็นทารา
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Dusit Thani Pattaya, Amari Pattaya, Pullman Pattaya Hotel G, Moevenpick Siam Hotel Pattaya, Grande Centre Point Pattaya
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	66% : 34%

13. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต

จำนวนห้องพัก	262 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	กลุ่มนักท่องเที่ยวมีทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ รัสเซีย, อังกฤษ, นอร์ดิก, ออสเตรเลีย, อินเดีย, อิสราเอล
สภาพการแข่งขัน	กลุ่มนักท่องเที่ยวมีทั้งชาวไทยและต่างชาติ เดือนตุลาคม ตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างชาติเริ่มเยอะขึ้น และหลายประเทศมากขึ้น โดยการจองจะผ่านช่องทางออนไลน์
ตัวอย่างคู่แข่ง	Le Meridian Phuket Beach Resort, Westin Siray Bay Resort & Spa Phuket, Dusit Thani Laguna Phuke
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	10% : 90%

14. โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ ไอแลนด์ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์

จำนวนห้องพัก	112 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	โดยรวมในปี 2565 มัลดีฟส์ต้อนรับนักท่องเที่ยว 1,675,303 คน และจำนวนนี้เพิ่มขึ้น 26.7% เทียบกับปี 2564 แต่ยังคงต่ำกว่าระดับปี 2562 ที่ 1.6% นักท่องเที่ยว ตลาด 5 อันดับแรก ได้แก่ อินเดีย รัสเซีย สหราชอาณาจักร เยอรมนี และอิตาลี ผลประกอบการไตรมาส 1 ของโรงแรมแข็งแกร่งมากโดยตลาดอินเดีย สหราชอาณาจักร และเยอรมนี ตามมาด้วยสหรัฐอเมริกาและรัสเซีย อุปสงค์ที่แข็งแกร่งในไตรมาสที่ 1 ทำให้ ADR สามารถให้ผลตอบแทนได้ ในไตรมาสที่ 2 และไตรมาสที่ 3 ส่วนแบ่งการตลาดจาก เกาหลี และตะวันออกกลางต่ำกว่าระดับตลาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับการเข้าพัก ประสิทธิภาพของโรงแรมได้รับแรงหนุนจากกลยุทธ์ด้านปริมาณจากตลาดอินเดีย กลยุทธ์ตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 เป็นต้นไปมุ่งเน้นไปที่ปริมาณเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและปรับปรุง TREVPar กลุ่ม Retail เติบโตอย่างต่อเนื่องโดยครองส่วนแบ่งรายได้ 41% ซึ่งช่วยเพิ่ม ADR โดยรวม กลุ่ม Wholesale มีส่วนแบ่งรายได้ 57% ตามด้วยกรุ๊ป 2% ตลาดชั้นนำของโรงแรมในปี 2565 ได้แก่ อินเดีย สหราชอาณาจักร ไทย เยอรมนี และรัสเซียตามลำดับ
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Lux Maldives, Amari, Angsana, Constance Moofushi
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	0% : 100%

15. โรงแรมเซ็นทารา ราส ฟูชิ รีสอร์ทแอนด์สปา มัลดีฟส์

จำนวนห้องพัก	140 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	เน้นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการคุณภาพของการบริการสูง โดยมีกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า มุ่งเน้นที่จะรักษาฐานลูกค้าเดิมและกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ไม่อ่อนไหวในเรื่องราคา และการดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของโรงแรมผสมผสานกับการบริการที่เป็นเลิศภายใต้มาตรฐานของเซ็นทารา เพื่อส่งเสริมการทำธุรกิจในระยะยาวและสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มโรงแรมภายใต้ตราเซ็นทารา
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Sheraton Full Moon, Cinnamon Dhonveli Maldives, Holiday Inn Resort Kandooma Maldives, Saii Lagoon Maldives.
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	0% : 100%

16. โรงแรมโคซี่ สมุย เฉวง บีช

จำนวนห้องพัก	150 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แก่ Single Traveller, Couple Traveller, Group of Friends and Shopper โดยเป็นโรงแรมที่อยู่ใจกลางเมือง ใกล้สนามบิน หาดเฉวง แหล่งช็อปปิ้งและศูนย์การค้า Central Festival Samui เน้นความสะดวกสบายในการเดินทาง ห้องพักสะดวกสบาย การออกแบบที่ทันสมัย เหมาะกับลูกค้าที่ชื่นชอบการใช้โซเชี่ยลและความทันสมัย
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Ibis Samui, Malibu, The stay, J-Four Samui
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	32% : 68%

17. โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ

จำนวนห้องพัก	212 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	• เป้าหมายสัดส่วนตลาด: รีเทลร้อยละ 36.3 โฮลเซลร้อยละ 0.2 หมู่คณะร้อยละ 48.6 และอื่น ๆ ร้อยละ 14.9 • ในปี 2565 โรงแรมมีลูกค้าสำคัญจากการเข้าพักแบบหมู่คณะ โดยเป็นมูลค่า 19,385 RNTS หรือ 21.02 ล้านบาท ซึ่งลดลงร้อยละ 37.5 จากปี 2562 ขณะที่กลุ่มโฮลเซลลดลงร้อยละ 85 จากปี 2562 ซึ่งเป็นผลมากจากตลาดนักท่องเที่ยวจีนที่ยังคงปิดประเทศจากสถานการณ์โควิด • เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปี 2565 กับปี 2562 กลุ่มรีเทลมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 121 เนื่องจากในเดือนมีนาคม โรงแรมเป็นที่กักตัวสำหรับผู้ที่ติดเชื้อโควิด และการเปิดประเทศในไตรมาสที่ 3-4
สภาพการแข่งขัน	High
ตัวอย่างคู่แข่ง	Amari Don Muang Airport Bangkok Hotel, Best Western Plus Wanda Grand Hotel, Ibis Bangkok Impact, Novotel Bangkok Impact
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	100% : 0%

18. โรงแรมโคซี่ พัทยา วงศ์อมาตย์ บีช

จำนวนห้องพัก	282 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แก่ Single Traveller, Couple Traveller, Group of Friends and Shopper โดยเป็นโรงแรมที่ทำเลอยู่ใจกลางเมือง ใกล้หาดวงอมาร์ตบีช เน้นความสะดวกสบายในการเดินทาง ห้องพักสะดวกสบาย การออกแบบที่ทันสมัย เหมาะกับลูกค้าที่ชื่นชอบการใช้โซเชี่ยลและความทันสมัย
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Ibis , Red planet , Holiday Inn express, Mercure
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	75% : 25%

19. โรงแรม เซ็นทารา มิราจ บีช รีสอร์ท ดูไบ

จำนวนห้องพัก	607 ห้อง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขัน	ในฐานะที่เป็นรีสอร์ทสำหรับครอบครัวที่ครบครัน กำหนดเป้าหมายลูกค้ากลุ่มครอบครัว กลุ่มที่สำคัญ เช่น สหราชอาณาจักร ประเทศที่พูดภาษาเยอรมัน ประเทศกลุ่มตะวันออกกลาง และตลาดลูกค้าในประเทศ
สภาพการแข่งขัน	สูง
ตัวอย่างคู่แข่ง	Lapita Dubai Parks & Resorts Autograph Collection, JA Lake View Hotel, DoubleTree Resort & Spa by Hilton Hotel Marjan Island, Marjan Island Resort & Spa Managed By Accor
สัดส่วนลูกค้าในประเทศ : ต่างประเทศ	25% : 75%

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี จึงยังคงทำการขายและการตลาดในประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะไตรมาส 1 และ 2 ซึ่งมีการใช้บริการโรงแรมและการเดินทางภายในประเทศอยู่ประมาณ 80-90% และส่วนที่เหลือจะเป็นกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศหรือใกล้เคียงที่ยังสามารถเดินทางได้

สำหรับโรงแรมในประเทศไทยนั้นได้มีแนวโน้มที่ดีขึ้นในไตรมาสที่ 2 และ 3 เนื่องจากมีการเปิดประเทศเกือบเต็มรูปแบบ แต่ยังคงมีปัญหาในเรื่องของสายการบินที่ยังเปิดเส้นทางการบินในจำนวนที่น้อยกว่าปี 2562 อย่างไรก็ตามในไตรมาสที่ 4 เริ่มมีตลาดการเช่าเหมาลำเข้ามาในประเทศไทยจากประเทศรัสเซียทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดท่องเที่ยว เช่น พัทยา ภูเก็ต และกระบี่ได้รับผลดีจากตลาดกลุ่มนี้

สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศดูไบ โอมาน และมัลดีฟส์นั้นมีการเปิดประเทศรวมถึงมีการจัดงาน FIFA 2022 (ฟุตบอลโลก) ในแถบตะวันออกกลาง ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวตลอดทั้งปี 2565 มีการปรับตัวที่ดีขึ้น

ทางกลุ่มโรงแรม Centara ได้มีการทำกลยุทธ์การขายและการตลาดในปี 2565 โดยสรุปดังนี้

1. การสื่อสารในการดูแลสุขภาพ " Centara Complete Care" ยังคงมีต่อเนื่องจนถึงไตรมาส 3
2. มีการเจาะตลาดกลุ่มใหม่ ๆ ในแถบตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดิอาระเบีย และมีการทำสัญญากับคู่ค้า
3. มีการทำแคมเปญสำหรับตลาดภายในประเทศในโรงแรมในประเทศอย่างต่อเนื่องผ่านเวปไซต์ www.Centarahotelsresorts.com เพื่อให้ลูกค้าจองโดยใช้สิทธิพิเศษถ้าเป็นสมาชิก Centara 1 ก็จะได้สิทธิพิเศษมากขึ้น
4. มีการเจาะกลุ่มตลาด B2B มากขึ้นหลังจากการเปิดประเทศ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย และเน้นกลุ่มลูกค้าที่เข้าพักระยะยาวโดยเฉพาะกลุ่มประเทศยุโรป รัสเซีย และโอเชียเนีย
5. มีการขาย "Bulk Vouchers" ให้กับลูกค้า บริษัทหรือหน่วยงานต่างๆ ที่ต้องการนำไปแจกให้แก่พนักงานเป็น "Incentive Voucher"
6. มีการเจาะกลุ่มหน่วยงานที่มีสมาชิกมากกว่า 500 คนขึ้นไป โดยให้กลุ่มนี้สามารถจองห้องพักกับทางเวปไซต์เราโดยตรงและได้ส่วนลดพิเศษ
7. มีการทำการตลาดผ่านทาง Social Media อย่างต่อเนื่องทั้งในด้าน Corporate Brand และทางโรงแรมแต่ละโรงแรมก็มีการทำการตลาดผ่าน Social ของโรงแรมตัวเองด้วย
8. มีการขาย Vouchers ผ่านงาน Consumer Fair อย่างต่อเนื่องทั้งปี
9. มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแคมเปญด้านการขายแต่ละเดือนให้สอดคล้องกับกิจกรรมหรือแคมเปญที่ เกี่ยวข้องเพื่อดึงดูดลูกค้าและดีกว่าคู่แข่ง
10. มีการขยายกลุ่มตลาดใหม่ๆ เช่น ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ตลาดตะวันออกกลาง และ ตลาดซาอุดิอาระเบีย สำหรับโรงแรมในประเทศไทย และตลาดรัสเซีย, โปแลนด์ สำหรับโรงแรมในประเทศมัลดีฟส์
11. มีการวางกลยุทธ์ในการหารายได้นอกเหนือจากห้องพัก โดยเสนอการขายด้านอาหาร สปาในโรงแรมมากขึ้น เช่น การเสนอ "Baht Booster Campaign" ให้ลูกค้าใช้บริการในราคาที่คุ้มค่า
12. มีการให้คอมมิชชั่นกับลูกค้าหลักในการวางเป้ารายได้ เพื่อให้ลูกค้ายังใช้บริการกับทาง Centara

นโยบายราคา

- ในปี 2565 ทางเรายังคงมีการจัดแคมเปญหลักเพื่อการตลาดสำหรับแบรนด์ และมีการจัดแคมเปญตามฤดูกาล และเทศกาลต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายและสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์การเมือง
- ในประเทศไทยรัฐบาลยังคงมีการกระตุ้นแคมเปญ "เราเที่ยวด้วยกัน เฟส 4" ที่เป็นนโยบายการให้เงินคืน 40% และให้ คูปองส่วนลดในการใช้ซื้ออาหารหรือบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้คนไทยใช้บริการและกระตุ้นธุรกิจการท่องเที่ยวโดยรวมในประเทศ

รายละเอียดเกี่ยวกับราคาห้องพักเฉลี่ยต่อคืน (Average Room Rate) และ อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Average Occupancy Rate) ของโรงแรมแต่ละโรงแรมสำหรับปี 2565 เป็นดังต่อไปนี้

	ราคาห้องพักเฉลี่ยต่อคืน (บาท)	อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (ร้อยละ)
กรุงเทพ	3,443	55
ต่างจังหวัด	3.825	44
มัลดีฟส์	15,002	68
ดูไบ	5,731	77
ค่าเฉลี่ย	4,791	52

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายหลักของบริษัท มีดังต่อไปนี้

1. การจำหน่ายให้แก่ลูกค้า B2B มีทั้งกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ และต่างประเท
2. การจำหน่าย ผ่านเว็บไซต์ www.centarahotelsresorts.com ในการจองโดยตรงแล้วจะได้สิทธิส่วนลดพิเศษ รวมถึงการเป็นสมาชิก CENTARA THE ONE ซึ่งเป็นเครือข่ายในการเชื่อมต่อ กับ The One ของกลุ่มห้างเซ็นทรัล ในการสะสมคะแนนและแลก คะแนนร่วมกัน ทำให้ลูกค้ามีโอกาสใช้ในการแลกคะแนนสินค้าในเครือของบริษัททั้งหมดในกลุ่ม เซ็นทรัล ตามนโยบายการทำงานร่วมกัน หรือ Synergy Concept ดังนั้นลูกค้าที่จองผ่าน Centara website จึงเป็นช่องทางที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะได้ราคาค่าห้องที่ต่ำกว่าช่องทางการจำหน่ายอื่น และมีอัตราการจองห้องพักผ่านช่องทางนี้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
3. การขายผ่าน Cendeal หรือ ออนไลน์ของ Centara เอง
4. การทำการตลาดร่วมการ ออนไลน์ เอเจ้นท์ (Online Travel Agent) หรือ B2C ที่ขายผ่านระบบ ออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Expedia, Ctrip
5. การจำหน่ายให้กับลูกค้าทั่วไปผ่านนิทรรศการท่องเที่ยวและสื่อต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และป้ายโฆษณา การจำหน่ายถึงผู้บริโภคโดยตรง ผ่านการจัดงานขายในงานท่องเที่ยวต่างๆ
6. ส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตร เช่น สายการบิน บัตรเครดิต นิตยสาร ธนาคาร และอื่นๆ โดยให้ส่วนลดพิเศษกับสมาชิกในหน่วยงานและองค์กรนั้นๆ
7. การจำหน่ายผ่านผู้ค้าออนไลน์ ในการขายสินค้าด้านห้องพักและบริการ
8. การขายผ่านช่องทางโซเชียลมิเดีย เช่น เฟซบุ๊ค, อินสตาแกรม, ไลน์แชท และติ๊กต็อก

ธุรกิจในเครือ เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป

ปัจจุบัน เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป มีธุรกิจอาหาร ทั้งหมด 20 แบรนด์

มิสเตอร์ โดนัท (Mister Donut)
ผู้นำตลาดโดนัทเมืองไทย ให้ความสำคัญกับโดนัทคุณภาพสดใหม่ (Fresh Donut) และวิธีการส่งมอบขนมให้ยังคงคุณภาพดีที่สุดถึงมือลูกค้า

เคเอฟซี (KFC)
ร้านอาหารบริการด่วนที่ใหญ่ที่สุดและได้รับความนิยมทั่วโลก ให้บริการไก่ทอดรสชาติอร่อยและมีเอกลักษณ์ รวมถึงมีคุณภาพเยี่ยมแก่ลูกค้า

อานตี้ แอนส์ (Auntie Anne's)
ผู้นำตลาดซอฟท์เพรทเซลในประเทศไทย มีเอกลักษณ์ทั้งในด้านรสชาติ เนื้อแป้งความสดใหม่ รูปร่าง กลิ่นหอม ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร

เปปเปอร์ ลันช์ (Pepper Lunch)
สุดยอดเมนูบนจานร้อนลิขสิทธิ์เฉพาะจากญี่ปุ่น หนึ่งเดียวในประเทศไทย ทุกเมนูอร่อยเสิร์ฟบนจานร้อนที่จะรักษาอุณหภูมิให้พอเหมาะที่สามารถอุ่นอร่อยไปกับเมนูอาหารจานโปรดได้จนถึงคำสุดท้าย ด้วยคุณภาพอาหารทั้งเมนูสเต็กและข้าวเปปเปอร์และอีกหลากหลายวัตถุดิบ ทั้งเนื้อนำเข้าจาก U.S.และเนื้อสเต็กจาก Australian เสิร์ฟพร้อมผักปลอดสารพิษ ษ

ชาบูตง ราเมน (Chabuton Ramen)
ราเมนต้นตำรับแท้จากประเทศญี่ปุ่น ได้รับรางวัล Michelin Guide Award ด้วยรสชาติความอร่อยที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร ทั้งความเข้มข้นของน้ำซุปต้นตำรับส่งตรงจากประเทศญี่ปุ่น เส้นราเมนเหนียวนุ่มสีนวลชวนรับประทาน และหมูชาชูชิ้นโตเปื่อยนุ่มลิ้น

โคล สโตน ครีมเมอรี่ (Cold Stone Creamery)
ไอศกรีมมิกซ์-อิน ระดับซูเปอร์ พรีเมี่ยม ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วยรสชาติความอร่อยเข้มข้นไม่เหมือนใครสไตล์อเมริกัน คัดสรรเฉพาะวัตถุดิบชั้นดีพิถีพิถันผสมผสาน (มิกซ์-อิน) ส่วนผสมบนแผ่นหินแกรนิตที่ลูกค้าสามารถเลือกรสชาติไอศกรีมและส่วนผสม ได้ตามความต้องการ

ไทย เทอเรส (Thai Terrace)
ระเบียงบ้านร้านอาหารไทยรสชาติไทยแท้ สัมผัสมรดกไทยผ่านวัฒนธรรมการกินอาหารเครื่องคาว-หวาน โดยภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นกว่า 40 ปี ด้วยความพิถีพิถันแบบเดียวกับที่ตั้งใจทำให้คนในครอบครัวทานเพื่อสร้างสัมพันธภาพ ความอบอุ่น ทั้งในครอบครัวและชุมชนโลกตลอดไป

โยชิโนยะ (Yoshinoya)
สุดยอดต้นตำรับข้าวหน้าเนื้อญี่ปุ่น(กิวด้ง) ที่มีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 120 ปี และเมนูข้าวหน้าต่างๆสไตล์ญี่ปุ่น(ดงบุริ) มีชื่อเสียงจนขยายสาขาไปทั่วโลกกว่า 2,200 สาขา จุดเด่นของโยชิโนยะ คือคุณภาพของเนื้อวัวนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา และวัตถุดิบคัดสรรคุณภาพพรีเมี่ยม รสชาติที่อร่อยเป็นมาตรฐานทั่วโลก การบริการที่รวดเร็ว และราคาที่คุ้มค่า

โอโตยะ (Ootoya)

ร้านอาหารญี่ปุ่นพรีเมี่ยม สไตล์ โฮมเมด เน้นความเป็นญี่ปุ่นแท้ๆโดยให้ความสำคัญกับการพิถีพิถันในทุกขั้นตอนของการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง เน้นความสดใหม่ของวัตถุดิบตลอดจนรสชาติที่คงความเป็นญี่ปุ่นแท้ๆและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

เทนยะ (Tenya)

ร้านเทมปุระอันดับ 1 จากญี่ปุ่น : สูตรลับต้นตำรับจาก Asakusa Tokyo ที่เสิร์ฟข้าวหน้าเทมปุระรสเลิศ ด้วยความอร่อยของเทมปุระในแบบดั้งเดิม โดยคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพเยี่ยม สดใหม่ ทุกชิ้น ทอดได้แป้งกรอบ เบา ไม่อมน้ำมัน และเพิ่มประสบการณ์การทานข้าวหน้าเทมปุระให้อร่อยไม่เหมือนใครกับซอสทาเระสูตรเฉพาะที่คิดค้นขึ้นเป็นพิเศษสำหรับเทนยะ เหมาะกับเมนูข้าวหน้าเทมปุระทุกชนิด

คัตสึยะ (Katsuya)

No.1 ทงคัตสึ และ คัตสึด้ง ยอดนิยมจากประเทศญี่ปุ่น เสิร์ฟเมนูชุดทงคัตสึ, คัตสึด้ง และข้าวแกงกะหรี่รสเลิศ มีสาขามากกว่า 400 สาขาทั่วประเทศญี่ปุ่นและทั่วโลก จุดเด่นอยู่ที่การคัดสรรวัตถุดิบที่คุณภาพสูง ผลิตสดใหม่ พร้อมกรรมวิธีการทอดที่ทำให้หมูทอดชุบเกล็ดขนมปังสีเหลือง กรอบนอก นุ่มใน พร้อมเสิร์ฟด้วยรสชาติแบบต้นตำรับแท้ๆ จากญี่ปุ่น ในราคาที่คุ้มค่า

อร่อยดี (Aroi Dee)

แหล่งรวมความอร่อยของอาหารแนวสตรีทฟู้ด ที่ยกเอาเมนูตามสั่งอันแสนคุ้นเคยหลากหลายเมนู ในราคาที่คุ้มค่า ให้ความสะดวก สบาย รวดเร็วในการรับประทาน ต้นตำรับไทยแท้จากรสมือแม่ครัวที่บ่มเพาะสูตรอาหารมายาวนานกว่า 40 ปี

เกาลูน (Kowlune)
ร้านอาหารจีนต้นตำรับจากแดนมังกร สูตรลับเฉพาะสไตล์กวางตุ้ง หรูหราระดับภัตตาคาร ที่ถูกพัฒนามาจากห้องอาหารจีนไดนาสตี้ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ ด้วยความอร่อยระดับตำนาน คัดสรรวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน นำเสนอร้านในรูปแบบของความเป็นฮ่องกง ที่จะทำให้คุณได้สัมผัสรสชาติสุดพิเศษได้อย่างใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงความดั้งเดิมด้วยคุณภาพและเอกลักษณ์ตามสไตล์ห้องอาหารจีนไดนาสตี้ ในราคาที่เข้าถึงได้

สลัดแฟคทอรี่ (Salad Factory)
ร้านอาหารที่เน้นความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพอาหาร เหมือนกับทำให้คนในครอบครัวตัวเองทาน ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบเกรดพรีเมียม จากแหล่งผลิตที่ตรวจสอบได้ว่าปลอดภัยและดีต่อสุขภาพของลูกค้าผ่านการปรุงในสไตล์โฮมเมดและความสร้างสรรค์ รวมถึงน้ำสลัด และซอสต่างๆ ที่ทางร้านทำเองโดยเฉพาะ จนมีเมนูเพื่อสุขภาพกว่า 200 เมนู ทั้งสลัด สเต็ก สปาเก็ตตี้ ข้าว และอื่นๆ ในราคาที่เข้าถึงง่ายและมีความหลากหลาย ให้เลือกรับประทานได้ทั้งครอบครัวได้ทุกวันอย่างไม่มีเบื่อ

บราวน์ (Brown)
บราวน์ คาเฟ่ “A friendly dessert for your health” เราใส่ใจต่อสุขภาพ และให้คุณได้สัมผัสกับรสชาติ ที่เป็นเอกลักษณ์ ในสไตล์ญี่ปุ่น ความอบอุ่น ความพิถีพิถัน ที่เราตั้งใจมอบให้เป็นพิเศษ เพื่อให้คุณลูกค้าได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

อาริกาโตะ (Arigato)
ร้านเครื่องดื่มที่มีการผสมผสานกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่นกับเครื่องดื่ม ให้เข้ากับรสชาติที่ถูกปากคนไทย มีจุดขายมากกว่า 600 สาขาทั่วประเทศ ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 โดยเน้นย้ำจุดมุ่งหมายในการสร้างร้านที่ได้ทั้งคุณภาพ และการคัดเลือกวัตถุดิบที่ดี ในราคาที่จับต้องง่าย ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกดื่มเครื่องดื่มกว่า 40 เมนูได้อย่างสบายใจ เราใช้ผงมัทฉะแท้ 100% คุณภาพพรีเมี่ยมนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งเมล็ดกาแฟคั่วสดภายในประเทศเพื่อตอบโจทย์สไตล์การดื่มกาแฟแบบคนไทย นอกจากนี้ เราใช้เครื่องออโต้ที่มีความเสถียร และแม่นยำสูง เพื่อในทุกแก้วที่มอบให้ลูกค้ามีคุณภาพ และ มาตรฐาน เป็นข้อความแสดงความขอบคุณในทุก ๆ แก้วเครื่องดื่ม

ส้มตำนัว (SomtamNua)
ร้านอาหารสไตล์อีสานรสชาติดั้งเดิมแท้ ๆ แบรนด์ส้มตำนัวถูกก่อตั้งขึ้นด้วยความรักและความหลงใหลในการทำอาหารอีสาน เราเสิร์ฟความอร่อยและสะอาดในบรรยากาศที่เป็นกันเอง โดยเริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2543 และเรายังคงยึดมั่นในสิ่งทำเพื่อคงความเป็นมาตรฐาน และนั่นเป็นเหตุผลว่าทำไมรสชาติและคุณภาพของเราถึงไม่เคยเปลี่ยนแปลง

ชินคันเซ็น ซูชิ (Shinkanzen sushi)
จุดเริ่มต้นเกิดจากการเปิดร้านขายอาหารญี่ปุ่นซูชิ ร้านเล็ก ๆ ในย่านมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รังสิต โดยมีแนวคิดที่อยากให้ลูกค้าได้ทานอาหารญี่ปุ่น ซูชิคุณภาพดี มีเมนูที่หลากหลาย ในราคาสบายกระเป๋า สะอาด และมีมาตรฐาน ทำให้ ชินคันเซ็น ซูชิ ได้รับความสนใจและไว้วางใจจากลูกค้าอย่างรวดเร็ว จนเป็นแบรนด์อาหารญี่ปุ่นซูชิที่หลาย ๆ คนรู้จักเป็นอย่างดี

ราเมน คาเกทสึ อาราชิ (Ramen Kagetsu Arashi)
ราเมนที่ได้รับความนิยมสูงสุด ระดับท็อป 3 จากประเทศญี่ปุ่น มีมานานกว่า 30 ปี เป็นราเมงชื่อดังที่มีเอกลักษณ์ที่คนไทยรู้จักกันดี ด้วยจำนวนสาขากว่า มากกว่า 290 สาขาทั่วโลก กับคอนเซปต์ “ราเมนแห่งความบันเทิงระดับเวิลด์คลาสจากญี่ปุ่น” พร้อมเสิร์ฟราเมนสูตรต้นตำรับญี่ปุ่นแท้ๆ กับเคล็ดลับความอร่อยของ เก็นคตสึ ราเมน (Genkotsu Ramen) น้ำซุปคอลลาเจนที่ผ่านการเคี่ยวอย่างพิถีพิถันเป็นเวลานาน จนได้รสชาติกลมกล่อม และเนื้อสัมผัสที่นุ่มนวลละมุนลิ้น

แกร็บ คิทเช่น บาย เอวี่ ฟู้ด (Grab Kitchen by Every Food)
สำหรับร้านอาหารที่ต้องการขยายสาขาแต่ต้องการใช้เงินลงทุนที่ไม่สูงมากนัก “แกร็บ คิทเช่น บาย เอวี่ ฟู้ด” ถือเป็นทางเลือกหนึ่งของธุรกิจ ที่จะช่วยเพิ่มการกระจายตัวของร้านอาหารหลากหลายประเภทไปตามย่านต่างๆ ทั้งใจกลางเมือง แหล่งชุมชน ออฟฟิศสำนักงาน เป็นต้น รวมไปถึงการคัดสรรร้านอาหารชื่อดังที่เป็นที่นิยมของลูกค้าให้มีตัวเลือกหลากหลาย ครบทุกประเภทอาหารที่ลูกค้าต้องการ อีกทั้งยังสามารถสั่งได้ไม่จำกัดร้านค้าในออเดอร์เดียว ซึ่งสามารถตอบโจทย์ทั้งของร้านอาหารและของลูกค้าในทุกแง่มุมได้เป็นอย่างดี

ธุรกิจอาหาร

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (Central Restaurants Group "CRG") มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำธุรกิจร้านอาหารอันดับ 1 ในใจผู้บริโภค ด้วยนวัตกรรมและการส่งมอบมื้ออาหารที่คุ้มค่าให้กับลูกค้าในทุกโอกาส โดยให้ความสำคัญกับการคิดค้นพัฒนาเมนูอาหารใหม่ๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคให้หลากหลายยิ่งขึ้น นวัตกรรมการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุน เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายที่โดนใจผู้บริโภค การขยายสาขาอย่างต่อเนื่องด้วย รูปแบบร้านค้าใหม่ๆตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ โดยมีวิสัยทัศน์ (Vision) ว่า "เราจะเป็นผู้นำธุรกิจร้านอาหารอันดับ 1 ในใจผู้บริโภค ด้วยนวัตกรรมและการส่งมอบมื้ออาหารที่คุ้มค่าให้กับลูกค้าในทุกโอกาส"

ในปัจจุบัน CRG ในฐานะที่เป็นทั้งเจ้าของสิทธิ์ (Company Owned) และ ผู้รับสิทธิ (Franchisee) ที่มีความชำนาญ และมีความสามารถในการบริหารและจัดการธุรกิจอาหารที่ได้รับการยอมรับจากเจ้าของแฟรนไชส์ (Franchisor) โดยมีแบรนด์ธุรกิจอาหารที่หลากหลาย และครอบคลุมอาหารหลายรูปแบบเกือบทุกประเภทในธุรกิจนี้ โดยที่ผ่านมา CRG ได้รับสิทธิในการต่ออายุสัญญารับสิทธิของแต่ละแบรนด์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการบริหารและการจัดการแบรนด์ธุรกิจอาหารเครือข่ายภายใต้ CRG มีรายละเอียดดังนี้

แบรนด์	ประเภท (Segment)	สิทธิ	จำนวนสาขา
มิสเตอร์ โดนัท	ขนมโดนัท	Exclusive*	469
เคเอฟซี	ไก่ทอด	Non-exclusive**	319
อานตี้ แอนส์	ขนมซอฟท์เพรทเซล	Exclusive*	209
เปปเปอร์ ลันช์	สเต๊กสไตล์ญี่ปุ่น	Exclusive*	51
ชาบูตง	ราเมน	Franchise Agreement	16
โคล สโตน ครีมเมอรี่	ไอศกรีมมิกซ์-อินซูเปอร์พรีเมียม	Exclusive*	16
เดอะ เทอเรส	อาหารไทย	Company Owned***	7 และรับจ้างบริหารร้านอาหาร"เดอะ เทอเรส" ให้กับบริษัท ห้องอาหาร ซี.ดี.เอส. จำกัด 4 สาขา
โยชิโนยะ	ข้าวหน้าเนื้อ และข้าวหน้าต่างๆ	Exclusive*	31
โอโตยะ	อาหารญี่ปุ่น สไตล์โฮมเมด	Exclusive*	47
เทนยะ	ข้าวหน้าเทมปุระ	Exclusive*	12
คัตสึยะ	ข้าวหน้าหมูทอดญี่ปุ่น	Exclusive*	60
อร่อยดี	อาหารสตรีทฟู้ด	Company Owned	30
เกาลูน	อาหารจีน ประเภทติ่มซำ	Company Owned	1
อาริกาโตะ	กาแฟและเครื่องดื่ม	Company Owned***	185
Grab Kitchen by Every Foood	คลาวด์ คิทเช่น	Company Owned	7 และรับจ้างบริหาร คลาวด์ คิทเช่น ให้กับทางแกร็บฟู้ด 11 สาขา
ราเมน คาเกทสึ อาราชิ	ราเมน	Exclusive*	1
สลัดแฟคทอรี่	อาหารเพื่อสุขภาพ	Joint Venture	30
บราวน์ คาเฟ่	อาหาร ของหวาน เบเกอรี่ และเครื่องดื่ม	Joint Venture	11
ส้มตำนัว	อาหารอีสาน	Joint Venture	5
ชินคันเซ็น ซูชิ	ซูชิ	Joint Venture	44

หมายเหตุ * Exclusive Right – CRG เป็นผู้ได้รับสิทธิในการบริหารแบรนด์แต่เพียงผู้เดียว
** Non-exclusive Right – CRG เป็นผู้ได้รับสิทธิ์ในการบริหารแบรนด์ร่วมกับเจ้าของสิทธิ์คือ Yum Restaurants International (Thailand) Co., Ltd. โดยที่ Yum ยังมีสิทธิ์ที่จะให้ Franchise กับผู้ประกอบการรายอื่นได้
*** Company Owned – CRG เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แบรนด์

CRG มีแผนขยายสาขาของแบรนด์ที่ได้รับสิทธิ และเพิ่มแบรนด์ใหม่ที่มีศักยภาพเข้ามาในพอร์ตโฟลิโออย่างต่อเนื่อง รวมถึงการร่วมมือกับพาร์ตเนอร์เพื่อเสริมศักยภาพทางธุรกิจ ในขณะเดียวกัน ก็ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการต้นทุนของธุรกิจ การปรับลดของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างการทำอาหาร การควบคุมค่าใช้จ่ายสิ้นเปลือง รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพของอาหารให้ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกันการรักษายอดขาย โดยการผสมผสานระหว่างช่องทางการขายผ่านทั้งออนไลน์หรือ Delivery และออฟไลน์ผ่านหน้าร้าน การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้จากหลากหลายช่องทาง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายมากขึ้น รองรับรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบันของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 CRG มีสาขาอยู่ในกรุงเทพฯ และทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ รวมทั้งสิ้น 1,566 สาขา ประกอบด้วยพนักงานประจำ จำนวน 4,791 และพนักงานชั่วคราว (Full-time Equivalent) จำนวน 6,470 คน หรือรวมทั้งสิ้นประมาณ 11,261 คน

ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทและกิจการร่วมค้าที่มีอยู่ทั้งหมด 20 แบรนด์ มีดังนี้

มิสเตอร์ โดนัท (Mister Donut)

แบรนด์	มิสเตอร์ โดนัท
ประเภท (Segment)	ขนม (โดนัท)
สิทธิ	Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company Owned 469 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery) 4. การบริการจัดเลี้ยง (Catering)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มวัยรุ่น ครอบครัว เด็ก และคนทำงานที่มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตทันสมัย ชอบความสะดวกและความรวดเร็ว
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	มิสเตอร์ โดนัท ให้ความสำคัญกับขนม (โดนัท) คุณภาพสดใหม่ (Fresh Donut) และวิธีการส่งมอบขนมให้ยังคงไว้ซึ่งคุณภาพดีที่สุดและหน้าตาที่ดูน่าทานก่อนถึงมือลูกค้า

เคเอฟซี (KFC)

แบรนด์	เคเอฟซี
ประเภท (Segment)	ไก่ (ไก่ทอด)
สิทธิ	Non-Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company owned 319 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery) 4. การบริการรับที่ร้าน/รับที่รถ (Self- Pick Up at store & at car) 5. แบรนด์ย่อย KFC Cafe by Arigato ให้บริการเครื่องดื่มชงสด 16 เมนู 222 สาขา ณ สิ้นปี 2565
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มวัยรุ่น ครอบครัว เด็ก และคนทำงานที่มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตทันสมัย ชอบความสะดวกและความรวดเร็ว
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	ร้านอาหารบริการด่วนที่ใหญ่ที่สุดและได้รับความนิยมทั่วโลก ให้บริการไก่ทอดรสชาติอร่อยและมีเอกลักษณ์ รวมถึงมีคุณภาพเยี่ยมแก่ลูกค้า

อานตี้ แอนส์ (Auntie Anne's)

แบรนด์	อานตี้ แอนส์
ประเภท (Segment)	ขนม (ซอฟท์เพรทเซล)
สิทธิ	Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company Owned 209 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery) 4. การบริการจัดเลี้ยง (Catering)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มวัยรุ่น ครอบครัว เด็ก และคนทำงานที่มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตทันสมัย ชอบความสะดวกและความรวดเร็ว
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	อานตี้ แอนส์ มีเอกลักษณ์ทั้งในด้านรสชาติ เนื้อแป้ง ความสดใหม่ รูปร่าง กลิ่นหอม ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร

เปปเปอร์ ลันช์ (Pepper Lunch)

แบรนด์	เปปเปอร์ ลันช์
ประเภท (Segment)	สเต็กสไตล์ญี่ปุ่น
สิทธิ	Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company Owned 51 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา และคนวัยทำงานตอนต้น กลุ่มนักศึกษาและคนทำงานที่มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตทันสมัย ชอบความแปลกใหม่
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	เปปเปอร์ ลันช์ มีเอกลักษณ์โดดเด่นในเรื่องเกี่ยวกับอาหารกระทะร้อนแนวใหม่ ที่สามารถปรุงสุกได้ด้วยตนเองบนกระทะร้อนอุณหภูมิสูงสุด 260 องศาเซลเซียส

ชาบูตง (Chabuton)

แบรนด์	ชาบูตง
ประเภท (Segment)	ราเมน
สิทธิ	Franchise Agreement
จำนวนสาขา	Company Owned 16 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มคนทำงาน ครอบครัว และวัยรุ่น ทั้งชาวไทยและชาวญี่ปุ่น ชอบรับประทานอาหารญี่ปุ่น โดยเฉพาะราเมนต้นตำรับจากญี่ปุ่น
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	ชาบูตง ราเมน (Chabuton) สุดยอดร้านราเมนต้นตำรับจากญี่ปุ่น ORIGINAL TASTE FROM JAPAN รสชาติความอร่อยที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร ทั้งความเข้มข้นของน้ำซุปต้นตำรับส่งตรงจากญี่ปุ่น เส้นราเมนเหนียวนุ่ม และหมูชาชูชิ้นโตเปื่อยนุ่มลิ้น การันตีความอร่อยด้วยรางวัล TV Champion เป็นร้านราเมนยอดนิยมในประเทศญี่ปุ่นและอีกหลายประเทศ

โคล สโตน ครีมเมอรี่ (Cold Stone Creamery)

แบรนด์	โคล สโตน ครีมเมอรี่
ประเภท (Segment)	ไอศกรีม มิกซ์-อิน ซูเปอร์พรีเมี่ยม
สิทธิ	Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company Owned 16 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery) 4. การบริการจัดเลี้ยง (Catering)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าระดับกลาง-บน ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น คนทำงาน ครอบครัว และชาวต่างชาติ ซึ่งมีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่ทันสมัย มีไลฟ์สไตล์ ชอบความแปลกใหม่
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	โคล สโตน ครีมเมอรี่ เป็นไอศกรีมมิกซ์-อิน ระดับซูเปอร์ พรีเมี่ยม ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วยรสชาติความอร่อยเข้มข้นไม่เหมือนใคร สไตล์อเมริกัน คัดสรรเฉพาะวัตถุดิบชั้นดีพิถีพิถัน ผสมผสาน (มิกซ์-อิน) ส่วนผสมบนแผ่นหินแกรนิตที่ลูกค้าสามารถเลือกรสชาติไอศกรีมและส่วนผสมได้ตามความต้องการ

ไทยเทอเรส (Thai Terrace)

แบรนด์	ไทยเทอเรส
ประเภท (Segment)	ร้านอาหารไทย ขนมไทย และเครื่องดื่ม
สิทธิ	รับจ้างบริหารสาขาเดิม และสิทธิในการขยายสาขาใหม่
จำนวนสาขา	รับจ้างบริหารสาขาของ บริษัท ห้องอาหาร ซี.ดี.เอส. จำกัด จำนวน 4 สาขา Company Owned 7 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery) 4. การบริการจัดเลี้ยง บุฟเฟ่ต์ อาหารกล่อง และอาหารว่าง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าอายุ 30 ปี ขึ้นไป กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มครอบครัว ชื่นชอบอาหารไทย และขนมไทย รสชาติไทยแท้
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	"ไทยเทอเรส" ร้านอาหารไทยที่เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นกว่า 46 ปี ด้วยการเน้นคุณภาพอาหารที่ปรุงแต่งจากวัตถุดิบที่สดใหม่ พิถีพิถันแบบเดียวกับที่ตั้งใจทำให้คนในครอบครัวทานเพื่อสร้างสัมพันธภาพ ความอบอุ่น ทั้งในครอบครัวและชุมชนโลกตลอดไป

โยชิโนยะ (Yoshinoya)

แบรนด์	โยชิโนยะ
ประเภท (Segment)	ข้าวหน้าเนื้อ(กิวด้ง)และข้าวหน้าต่างๆสไตล์ญี่ปุ่น(ดงบุริ)
สิทธิ	Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company Owned 31 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มวัยรุ่น คนทำงาน และครอบครัว ที่ดำเนินชีวิตทันสมัย ต้องการความรวดเร็วในมื้ออาหาร และชื่นชอบในรสชาติของข้าวหน้าเนื้อ(กิวด้ง) และข้าวหน้าต่างๆสไตล์ญี่ปุ่น(ดงบุริ)
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	"โยชิโนยะ" เป็นสุดยอดต้นตำรับข้าวหน้าเนื้อญี่ปุ่น(กิวด้ง) ที่มีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 120 ปี และเมนูข้าวหน้าต่างๆสไตล์ญี่ปุ่น (ดงบุริ) มีชื่อเสียงจนขยายสาขาไปทั่วโลกกว่า 2,100 สาขา อาทิ สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ จีน ญี่ปุ่น เซี่ยงไฮ้ ไต้หวัน อินโดนีเซีย จุดเด่นของโยชิโนยะ คือคุณภาพของเนื้อวัวนำเข้าจากออสเตรเลียและวัตถุดิบคัดสรรคุณภาพพรีเมี่ยม รสชาติที่อร่อยเป็นมาตรฐานทั่วโลก การบริการที่รวดเร็ว และราคาที่คุ้มค่า

โอโตยะ (Ootoya)

แบรนด์	โอโตยะ
ประเภท (Segment)	อาหารญี่ปุ่นสไตล์โฮมเมด (Japanese Home Cooking Style Restaurant)
สิทธิ	Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company Owned 47 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มคนทำงาน และครอบครัว ที่ดำเนินชีวิตทันสมัยและชื่นชอบในรสชาติของอาหารญี่ปุ่นต้นตำรับแท้ๆ (Authentic Japanese food) ที่อร่อย สด สะอาด ครบถ้วนทางคุณค่าโภชนาการ
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	โอโตยะ เป็นร้านอาหารญี่ปุ่นพรีเมี่ยม สไตล์ โฮมเมด เน้นความเป็นญี่ปุ่นแท้ๆโดยให้ความสำคัญกับการพิถีพิถันในทุกขั้นตอนของการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง เน้นความสดใหม่ของวัตถุดิบตลอดจนรสชาติที่คงความเป็นญี่ปุ่นแท้ๆและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

เทนยะ (Tenya)

แบรนด์	เทนยะ
ประเภท (Segment)	เมนูข้าวหน้าเทมปุระ(Tendon) และ เมนูเทมปุระ(Tempura)
สิทธิ	Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company Owned 12 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานตอนต้น และครอบครัว ที่ดำเนินชีวิตทันสมัย และชื่นชอบในรสชาติของเทมปุระ และข้าวหน้าเทมปุระสไตล์ญี่ปุ่น
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	เทนยะ ร้านเทมปุระอันดับ 1 จากญี่ปุ่น : สูตรลับต้นตำรับจาก Asakusa Tokyo ที่เสิร์ฟข้าวหน้าเทมปุระรสเลิศ ด้วยความอร่อยของเทมปุระในแบบดั้งเดิม โดย คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพเยี่ยม สดใหม่ ทุกชิ้น เช่น กุ้งคัดขนาดใหญ่พิเศษ ทอดได้แป้งกรอบ เบา ไม่อมน้ำมัน และเพิ่มประสบการณ์การทานข้าวหน้าเทมปุระให้อร่อยไม่เหมือนใครกับซอสทาเระสูตรเฉพาะที่คิดค้นขึ้นเป็นพิเศษสำหรับเทนยะ เหมาะกับเมนูข้าวหน้าเทมปุระทุกชนิด

คัตสึยะ (Katsuya)

แบรนด์	คัตสึยะ
ประเภท (Segment)	ทงคัตสึ / คัตสึด้ง หมูทอดสไตล์ญี่ปุ่น
สิทธิ	Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company Owned 60 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา และคนวัยทำงานตอนต้น ที่ดำเนินชีวิตทันสมัยและชื่นชอบในรสชาติของอาหารญี่ปุ่น โดยเฉพาะทงคัตสึ หมูทอดสไตล์ต้นตำรับแท้ๆ จากญี่ปุ่น ในราคาที่คุ้มค่า
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	ร้านคัตสึยะ No.1 ทงคัตสึ และ คัตสึด้ง ยอดนิยมจากประเทศญี่ปุ่น เป็นผู้นำในร้านประเภทบริการด่วนในญี่ปุ่นที่เสิร์ฟเมนูชุดทงคัตสึ, คัตสึด้ง และข้าวแกงกะหรี่รสเลิศในราคาที่คุ้มค่า มีสาขามากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศญี่ปุ่นและทั่วโลก ในประเทศไทยมีเมนูเพิ่มเติมจากญี่ปุ่นในหมวด SIDE DISH และ DESSERT ที่แสนอร่อย อาทิ เช่น สลัดเห็ดชิตาเกะและผักโขม, ชีสซี่ สติ๊ก, เกี๊ยวซ่า, ไก่คาราเกะ และที่สำคัญคือ ไอศกรีมชาเขียวพร้อมท็อฟฟี่ถั่วแดง จุดเด่นของคัตสึยะอยู่ที่การคัดสรรวัตถุดิบที่คุณภาพสูงด้วยการผลิตสดใหม่คุณภาพตามมาตรฐานของญี่ปุ่น โดยเคล็ดลับความอร่อยอยู่ที่เลือกสรรหมูคุณภาพดี ไม่แช่แข็ง และเกล็ดขนมปังสดใหม่ พร้อมกรรมวิธีการทอดด้วยเตาทอดอัตโนมัติที่ทำให้ได้คุณภาพที่สม่ำเสมอและเทคนิคการชุบเกล็ดขนมปังที่ทำให้หมูทอดชุบเกล็ดขนมปังสีเหลือง กรอบนอก นุ่มใน พร้อมเสิร์ฟด้วยรสชาติแบบต้นตำรับแท้ๆ จากญี่ปุ่น ในราคาที่คุ้มค่า

อร่อยดี (AROI DEE)

แบรนด์	อร่อยดี
ประเภท (Segment)	แบรนด์ร้านอาหารไทยจานด่วน
สิทธิ	Company Owned
จำนวนสาขา	Company Owned 30 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	พนักงานออฟฟิศ คนทำธุรกิจส่วนตัว อายุระหว่าง 25 – 45 ปี ที่ชื่นชอบอาหารไทย รสชาติอร่อย
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	"อร่อยดี" แบรนด์ร้านอาหารไทยจานด่วน ในเครือ CRG เปิดดำเนินงานตั้งแต่ปี พ.ศ.2562 ด้วยความมุ่งมั่นส่งมอบอาหารไทย "รสชาติคุ้น อิ่มครบ จบทุกมื้อ" เราคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพ และเปิดในพื้นที่ใกล้คุณ ปัจจุบันมีสาขาในกรุงเทพฯ , ปริมณฑลและเชียงใหม่ รวม 37 สาขา ให้บริการในรูปแบบรับประทานในร้าน สั่งกลับบ้าน (Take Away) หรือส่งอาหาร (Delivery)

เกาลูน (Kowlune)

แบรนด์	เกาลูน
ประเภท (Segment)	อาหารประเภท ซาลาเปา, ติ่มซำ,ซุป-โจ๊ก, และเครื่องดื่มสมุนไพร
สิทธิ	Company Owned
จำนวนสาขา	Company Owned 1 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 2. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ทุกเพศและทุกวัย เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้ชีวิตเร่งรีบ สามารถทานเกาลูนเป็นมื้ออาหารหรือของว่างระหว่างวัน เป็นผู้ที่ชื่นชอบในรสชาติของอาหารจีนระดับภัตตาคาร รักสุขภาพ มีกำลังซื้อ
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	"เกาลูน" ร้านอาหารจีนต้นตำรับจากแดนมังกร สูตรลับเฉพาะสไตล์กวางตุ้ง หรูหราระดับภัตตาคาร ที่ถูกพัฒนามาจากห้องอาหารจีนไดนาสตี้ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ ด้วยความอร่อยระดับตำนาน คัดสรรวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน นำเสนอร้านในรูปแบบของความเป็นฮ่องกง ที่จะทำให้คุณได้สัมผัสรสชาติสุดพิเศษได้อย่างใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงความดั้งเดิม ด้วยคุณภาพและเอกลักษณ์ตามสไตล์ห้องอาหารจีนไดนาสตี้ ในราคาที่เข้าถึงได้

อาริกาโตะ

แบรนด์	อาริกาโตะ
ประเภท (Segment)	ชา กาแฟและเครื่องดื่มสไตล์ญี่ปุ่น ราคาเข้าถึงง่าย
สิทธิ	Company Owned
จำนวนสาขา	185 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery) 4. การบริการจัดเลี้ยง (Catering)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	เด็กนักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนทำงาน ทุกเพศและทุกวัย ที่ชื่นชอบในรสชาติเครื่องดื่ม ไทย/ญี่ปุ่น ในราคาที่จับต้องง่าย และชอบการดำเนินชีวิตทันสมัย ชอบความสะดวกและความรวดเร็ว
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	เครื่องดื่มอาริกาโตะ มีกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่นกับเครื่องดื่ม เราใช้ผงมัทฉะแท้ 100% คุณภาพพรีเมี่ยม ที่นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น อีกกระทั่งเมล็ดกาแฟที่คั่วสด เพื่อให้ทุกแก้วที่มอบให้คุณลูกค้า มีคุณภาพ และ มาตรฐาน เป็นข้อความแสดงความขอบคุณในทุกๆ แก้ว เครื่องดื่ม

แกร็บ คิทเช่น บาย เอวี่ ฟู้ด (Grab Kitchen by Every Foood)

แบรนด์	แกร็บ คิทเช่น บาย เอวี่ ฟู้ด
ประเภท (Segment)	บริหารจัดการ คลาวด์คิทเช่น ที่บริการผ่าน แอพพลิเคชั่น แกร็บฟู้ด ภายใต้ชื่อ Grab Kitchen by Every Foood
สิทธิ	Company Owned
จำนวนสาขา	Company Owned 7 สาขารับจ้างบริหารสาขา ให้ทาง แกร็บฟู้ด จำนวน 11 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. Cloud Kitchen (Delivery) 2. Food Court +Cloud Kitchen (Dine-In + Delivery) 3. Food Truck +Cloud Kitchen (Take Away + Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ ที่มองหาบริการที่มีความหลากหลาย นิยมการสั่งอาหารในแอปพลิเคชัน แกร็บ คิทเช่น บาย เอวี่ ฟู้ด คัดสรรร้านอาหารชื่อดังที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค ครบทุกประเภทอาหารที่ต้องการ และร้านค้าที่มองหาแพลตฟอร์ม ที่สามารถช่วยเพิ่มการเข้าถึงและขยายฐานผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ซึ่ง GrabKitchen by Every foood ได้ช่วยเปิดโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการและพาร์ตเนอร์ร้านค้าในการเพิ่มศักยภาพธุรกิจผ่านบริการรับ-ส่งอาหารได้อย่างเต็ม และช่วยขยายสาขาไปยังพื้นที่ใหม่ เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้ารายใหม่ได้รวดเร็วยิ่งขึ้นในต้นทุนที่ต่ำ
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	ให้บริการคลาวด์คิทเช่น ภายใต้ชื่อ “GrabKitchen by Every Foood” ผ่าน แอพพลิเคชั่น แกร็บ ฟู้ด ผู้บริโภคสามารถสามารถสั่งได้ไม่จำกัดร้านค้าในออเดอร์เดียวและมีพื้นที่ บริการ ครอบคลุมและเข้าถึงผู้บริโภคให้มากที่สุด และยังเป็นอีกทางเลือกที่จะช่วยธุรกิจร้านอาหารที่ต้องการขยายสาขาแต่ต้องการใช้เงินลงทุนที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้งยังเพิ่มการกระจายตัวของร้านอาหารหลากหลายประเภทไปตามย่านต่างๆ ทั้งใจกลางเมือง แหล่งชุมชน ออฟฟิศสำนักงาน ฯลฯ

ราเมน คาเกทสึ อาราชิ

แบรนด์	คาเกทสึ
ประเภท (Segment)	ราเมน
สิทธิ	Exclusive Right
จำนวนสาขา	Company Owned 1 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา และคนวัยทำงานตอนต้น ที่ดำเนินชีวิตแบบเร่งรีบ แต่ก็ยังชื่นชอบรับประทานอาหารญี่ปุ่น โดยเฉพาะราเมนต้นตำรับจากประเทศญี่ปุ่น
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	น้ำซุปกลมกล่อมที่เคี่ยวจากขาหลังหมูที่ส่วนต้นขา ผ่านการเคี่ยวอย่างพิถีพิถันเป็นเวลานาน จนกลายเป็น เก็นคตสึ ราเมน (Genkotsu Ramen) นั่นคือคอลลาเจนของหมู ที่ลอยอยู่ด้านบนของราเมน ทำให้น้ำซุปมีรสหวาน และเนื้อสัมผัสที่นุ่มนวลละมุนลิ้น แตกต่างจากทงคตสึราเมนซุปกระดูกหมูสีขาวขุ่น ในราคาที่เข้าถึงง่าย เริ่มต้น 150 บาท

สลัดแฟคทอรี่

แบรนด์	Salad Factory
ประเภท (Segment)	ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ
สิทธิ	Joint Venture
จำนวนสาขา	30 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มคนทำงาน คนรุ่นใหม่ และครอบครัวที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ ให้ความสำคัญกับ อาหารที่สด สะอาด เมนูที่หลากหลาย และครบถ้วนทางคุณค่าโภชนาการ
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ คัดเลือกวัตถุดิบเกรดพรีเมียม จากแหล่งผลิตที่ตรวจสอบได้ว่าปลอดภัยและดีต่อสุขภาพของลูกค้าจริงๆ ผ่านการปรุงในสไตล์

บราวน์ คาเฟ่

แบรนด์	บราวน์ คาเฟ่
ประเภท (Segment)	อาหาร ของหวาน เบเกอรี่ และเครื่องดื่ม
สิทธิ	Joint Venture
จำนวนสาขา	11 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบในการทานชานมไข่มุกและขนมหวาน
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	ทุกเมนู ทั้งเครื่องดื่มและขนมหวาน ทางร้านได้ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพ ให้แคลลอรี่ต่ำ ไขมันต่ำ รสชาติอร่อย เป็นขนมที่ทานแล้วดีต่อสุขภาพ สามารถกลับมาทานได้เรื่อย ๆ

ส้มตำนัว

แบรนด์	ส้มตำนัว
ประเภท (Segment)	อาหารอีสาน
สิทธิ	Joint Venture
จำนวนสาขา	5 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าในเมือง ชาวต่างชาติ คนทำงาน และครอบครัว ที่ชื่นชอบในอาหารอีสาน
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	ร้านอาหารอีสานที่นำเสนอเสน่ห์ของอาหารอีสานรสชาติตามแบบฉบับดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ ด้วยวัตถุดิบที่คัดเลือกมาอย่างพิถีพิถัน มีเมนูซิกเนเจอร์มากมาย อีกทั้งยังเป็นแบรนด์ที่มีศักยภาพเนื่องจากอาหารอีสานเป็นอาหารยอดนิยมของทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

ชินคันเซ็น ซูชิ

แบรนด์	ชินคันเซ็น ซูชิ
ประเภท (Segment)	ซูชิ
สิทธิ	Joint Venture
จำนวนสาขา	44 สาขา
รูปแบบการให้บริการ	1. การรับประทานที่ร้าน (Dine In) 2. การซื้อกลับบ้าน (Take Away) 3. การบริการจัดส่ง (Delivery)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา และคนวัยทำงานตอนต้น ที่ดำเนินชีวิตทันสมัยและชื่นชอบในรสชาติของซูชิ ในราคาที่คุ้มค่า
ลักษณะสำคัญของแบรนด์	"ชินคันเซ็น ซูชิ" ใช้กลยุทธ์ด้าน "ราคา" ที่เข้าถึงได้ง่าย เริ่มต้นเพียงคำละ 11 บาท เมนูอาหารที่มีให้เลือกหลากหลาย ในด้าน "คุณภาพ" ของอาหาร มีการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพมีมาตรฐานไม่แพ้ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ขายราคาสูงและมีโรงงานในการผลิตวัตถุดิบ ซอสต่างๆ สูตรเฉพาะของทางร้าน

การตลาดและภาวะการแข่งขันของธุรกิจอาหาร

สำหรับภาพรวมธุรกิจร้านอาหารปี 2565 มีแนวโน้มสดใสมากขึ้น จากปัจจัยที่ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการออกมาใช้ชีวิตนอกบ้าน รับประทานอาหารที่ร้านมากขึ้น คาดว่าจะส่งผลให้เห็นการฟื้นตัวเติบโตขึ้นประมาณ 13-14% จากปี 2564 โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่า มูลค่ารวมของธุรกิจร้านอาหาร ปี 2565 น่าจะอยู่ที่ราว 4.06 – 4.10 แสนล้านบาท โดยส่วนแบ่งตลาดร้านอาหารเครือข่าย (Food Chain Restaurant) คิดเป็นมูลค่าประมาณ 135,000 ล้านบาท

จากสัญญาณบวกของธุรกิจร้านอาหารที่กลับมาเติบโตอย่างค่อนข้างชัดเจน ธุรกิจร้านอาหารต้องเผชิญกับความท้าทายเพิ่มขึ้นในหลากหลายมิติเช่นกัน ได้แก่ การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้ประกอบการแบรนด์ใหม่ๆที่เพิ่มขึ้น และการขยายการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารของผู้ให้บริการรายใหญ่ซึ่งถูกชะลอมาจากปี 2563 ทั้งการขยายสาขาและการเร่งขยายพอร์ตอาหารให้ครอบคลุมประเภทอาหารมากยิ่งขึ้น มีการนำแบรนด์อาหารใหม่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาทำตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามกระแสนิยม และมีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้การทำธุรกิจต้องมีการปรับตัวที่รวดเร็ว

ทั้งนี้แม้ว่าทิศทางธุรกิจร้านอาหารจะดีขึ้น แต่ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญโจทย์ทางธุรกิจที่สำคัญ อาทิ ต้นทุนที่สูงขึ้น เช่น ราคาวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ค่าไฟฟ้า ก๊าซหุงต้ม (LPG) ค่าจ้างแรงงาน อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการรักษาความสะอาดและตรวจคัดกรองโรค ซึ่งปัจจัยเหล่านี้น่าจะสร้างแรงกดดันต่อผลประกอบการ ดังนั้น การขยายธุรกิจเพื่อให้ได้ scale จะช่วยเพิ่มความสามารถในการต่อรอง และลดต้นทุนได้

ซึ่งจากการประเมินของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ทั้งปี 2565 ต้นทุนการทำธุรกิจร้านอาหารปรับเพิ่มขึ้นโดยรวมเฉลี่ยกว่า 14% เมื่อเทียบกับ ค่าเฉลี่ยในปี 2564 ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหลายรายจำเป็นต้องปรับขึ้นราคาอาหาร เพื่อรักษาความสามารถในการทำธุรกิจโดยราคาอาหารเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 10% จากปี 2564

กลยุทธ์การแข่งขัน

ในปี 2565 แม้ว่า ธุรกิจร้านอาหารจะกลับมาฟื้นตัว เนื่องจาก ได้รับปัจจัยบวกจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศที่ขับเคลื่อนได้ตามปกติ รวมถึงการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว จำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งได้ช่วยสนับสนุนให้เกิดเม็ดเงินกระจายลงสู่ธุรกิจร้านอาหาร การฟื้นตัวดังกล่าวของธุรกิจร้านอาหารยังมีความเปราะบางจากกำลังซื้อที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ขณะที่ต้นทุนการดำเนินธุรกิจยังมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง อีกทั้งการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่สูงผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย ทำให้ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนของธุรกิจ เช่น การปรับลดของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างการทำอาหาร การควบคุมค่าใช้จ่ายสิ้นเปลือง รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพของ อาหารให้ดีขึ้น เป็นต้น

ขณะเดียวกันการรักษายอดขายก็มีความสำคัญเป็นอย่างมาก บริษัทมีแผนการรักษายอดขาย โดยเน้นการเติบโตแบบผสมผสานระหว่างช่องทางการขายผ่านทั้งออนไลน์หรือ Delivery และออฟไลน์ผ่านหน้าร้าน การทำการตลาดผ่านทั้งสองช่องทาง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้จากหลากหลายช่องทาง รวมถึงการสร้างประสบการณ์ (Experience) ในการรับประทานอาหารที่ร้านให้ดีกว่าและพัฒนาให้มีความแตกต่างจากการสั่งอาหารไปรับประทานที่บ้าน

นอกเหนือจากนี้ บริษัท ก็มีการเร่งขยายช่องทางการขายใหม่ๆ ทั้งในช่องทางเดลิเวอรี่ และออนไลน์, พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับการให้บริการที่หลากหลาย อาทิ เมนูแกร็บ แอนด์ โก (Grab & Go), เทคโฮม (Take home) และสินค้าพร้อมทาน (RTE product) อีกทั้งยังร่วมมือกับพันธมิตร ชั้นนำทุกรายอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างวาไรตี้ด้านเมนู และโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย การเน้นเมนูที่ชูความคุ้มค่าด้านราคาและคุณภาพ มีเอกลักษณ์ เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการรับออร์เดอร์อาหาร การสั่งอาหารผ่านแอพพลิเคชั่นของทางร้าน ซึ่งจากการที่ธุรกิจร้านอาหารมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีร้านอาหารเปิดใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง และขณะเดียวกันก็มีร้านอาหารที่ปิดตัวเช่นกัน ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงของตลาด แนวโน้มการบริโภคอาหารและพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงคู่แข่งในธุรกิจ อย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะสามารถปรับตัวให้ทันหรือรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจอาหาร โดยการ

1. สร้างแบรนด์ที่มีอยู่เดิมให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งโดยการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ รวมถึง พัฒนาเมนูอาหารใหม่ๆควบคู่กับการทำการตลาดและโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเพิ่มความถี่ในการใช้บริการ
2. พัฒนาสินค้าเพื่อตอบโจทย์ช่องทางการขายใหม่ๆ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและตอบรับกับเทรนด์ใหม่ๆที่เกิดขึ้น อาทิเช่น สินค้ากลุ่ม Delivery , Grab & Go , สินค้าประเภทซื้อกลับไปทำเองได้ที่บ้าน กลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน (RTE)
3. มีการขยายสาขา ให้ครอบคลุมทั่วพื้นที่ในประเทศไทย โดยโฟกัสทำเลในห้างค้าปลีก ศูนย์การค้าต่างๆ (Mall) และ ร้าน Stand Alone, ร้านในปั๊มน้ำมัน ควบคู่กันไปเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้นโดยเน้นรูปแบบที่มีศักยภาพ และทำกำไร
4. มีการพัฒนารูปแบบร้านแบบใหม่ เช่น KFC Park & Go และ Shophouse (อาคารพาณิชย์) รองรับการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง หรือ การลดขนาดสาขาลง เพื่อเพิ่มความคล่องตัว และปรับรูปแบบการตกแต่งร้านให้ดูทันสมัยขึ้น เพิ่มร้านค้าในรูปแบบใหม่แบบ Shop in Shop เพื่อให้ ตอบโจทย์ผู้บริโภคยิ่งขึ้น
5. การขยายแบรนด์ใหม่ ร้านอาหารแนวใหม่และธุรกิจใหม่ (New Brand & Business) โดยปีนี้ CRG มีแบรนด์ร้านอาหารใหม่เพิ่มขึ้นคือ ชินคังเซ็น ซูชิ และเปิดตัว แบรนด์ใหม่ ราเมน คาเก็ตสึ อาราชิ (Ramen Kagetsu Arashi) ร้านราเมนระดับ Top 3 ของญี่ปุ่น มาเปิดสาขาแรกที่สยามสแควร์วัน เมื่อเดือนธันวาคม 65 ที่ผ่านมา และยังเปิดกว้างความร่วมมือกับพันธมิตรรายใหม่ โดยใช้จุดแข็งทั้ง 2 ฝ่ายสร้างการเติบโตไปด้วยกัน หรือเกิด Win-Win strategy
6. เร่งเครื่องบริการเดลิเวอรี่ ออนไลน์ตอบไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น
7. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และยกระดับเทคโนโลยีมาใช้ในร้านอาหารมากขึ้น เพื่อ รองรับไลฟ์ สไตล์ใหม่ (New Normal) ของผู้บริโภค เร่งสร้างอีโคซิสเทมให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่ง เพื่อต่อยอดการขยายร้านอาหารในปี 2565
8. การเพิ่มประสิทธิภาพในทุกด้านและบริหารต้นทุนและควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ เพื่อเพิ่มอัตรากำไรที่ดีขึ้น

ทำเลที่ตั้ง (Location)

สำหรับปี 2565 ของธุรกิจค้าปลีกไทยยังเป็นปีที่ได้รับผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2563 แต่เริ่มเห็นสัญญาณที่ดีขึ้นโดยเฉพาะในช่วงครึ่งปีแรกซึ่งมีแนวโน้มของการระบาดลดลง ทำให้ผู้ประกอบการต่างมีความคาดหวังว่าธุรกิจจะเริ่มกลับมาและเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการศูนย์การค้าที่มีการหยุดโครงการชั่วคราวเนื่องจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์โควิดในปีก่อนๆ เริ่มมีการกลับมาดำเนินการก่อสร้างตลอดจนมีการปรับปรุงตัวอาคารศูนย์การค้าเพื่อให้พร้อมรับการเปิดประเทศในเดือนมิถุนายน 65 และพร้อมต้อนรับท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยกันอีกครั้ง โดยเฉพาะศูนย์การค้าในเมืองท่องเที่ยวหลักๆ อย่างเช่น เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และสมุย ซึ่งทั้งศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็กได้เตรียมพร้อมที่จะกลับมาเปิดบริการแบบเต็มรูปแบบ

ในปีนี้ (ปี 2565) ลูกค้าได้มีการกลับมาใช้บริการในการรับประทานอาหารในร้าน (Dine In) ได้ตามปกติ เนื่องจากคลายความกังวลกับสถานการณ์เรื่องโรคระบาด แต่การขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ (Delivery) ก็ยังคงเติบโตต่อเนื่อง ทำให้ร้านอาหารต่างๆปรับตัวมองหาทำเลที่สามารถทำการขายได้หลากหลายช่องทางเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และมีการขยายเวลาเปิดปิด เพื่อรองรับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป

ในการนี้ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้มองเห็นการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงวิธีการหาทำเลที่ตั้งประเภทใหม่ๆ ในการเปิดสาขา รวมถึงการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ เพื่อรองรับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ขณะเดียวกันก็มองเห็นว่าศูนย์การค้าก็ยังเป็นทำเลที่สำคัญอยู่ ซึ่งการขยายสาขาร้านอาหารของบริษัท บริษัทฯ เน้นการขยายสาขาร้านอาหารที่มีพื้นที่ขนาดเล็กลงให้เหมาะสมกับสภาพของทำเลที่ตั้งซึ่งแตกต่างกันตามพื้นที่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถครอบคลุมทั่วพื้นที่ในประเทศไทย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น โดยยังคงเน้น การขยายสาขาร้านอาหารในศูนย์การค้าทั้งขนาดเล็กและใหญ่ตามทำเลที่มีศักยภาพ ตลอดจนการขยายสาขาร้านอาหารนอกศูนย์การค้าในรูปแบบ Stand Alone, อาคารพาณิชย์ (Shophouse), การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับสถานีน้ำมัน โรงพยาบาลของทั้งรัฐและเอกชน รวมทั้งร้านค้าปลีกเฉพาะกลุ่มต่างๆ เพื่อตอบโจทย์ในการเข้าถึงลูกค้าที่มากขึ้นและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนไป ทั้งในรูปแบบสั่งกลับบ้าน (Take Away) และเดลิเวอรี่ (Delivery)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

การนำเสนอผลิตภัณฑ์ และเมนูใหม่ๆของ CRG อย่างต่อเนื่องนั้น มีการทำงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายการตลาด เพื่อวางกลยุทธ์ การพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม มีการสำรวจตลาด และ ติดตามเทรนด์ต่างๆอย่างสม่ำเสมอ มีการสำรวจและวิจัยเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความโดดเด่น โดยมีหน่วยงาน การตลาด(Marketing) และResearch & Development (R&D) มีหน้าที่รับผิดชอบในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีการทำวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนี้

1. Concept Screening Test เพื่อหาแนวคิดในการทำผลิตภัณฑ์ใหม่
2. Concept & Product Test เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการให้ชิม
3. Consumer Reaction เพื่อดูผลตอบรับของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ เมื่อออกมาขายจริง
4. Consumer Research เช่น การทำวิจัยกลุ่ม (Focus Group) เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม เมื่อหน่วยงาน R&D พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำเร็จแล้ว ก็จะมีการวางแผนการผลิต วางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ และวางแผนการตลาดและกำหนดการวางจำหน่ายล่วงหน้าเป็นรายปี

สำหรับปี 2566 ฝ่าย R&D ได้พัฒนาสินค้า เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ และ เช่น กลุ่มรักสุขภาพ เน้นสารอาหารที่เสริมสุขภาพ เช่น เพิ่มไฟเบอร์ ลดน้ำตาล ไขมันต่ำ กลุ่มลูกค้า Premium เช่น เน้นวัตถุดิบคุณภาพสูง มีที่มาที่น่าสนใจ มีการตกแต่งสวยงามที่ดูดี กลุ่มลูกค้าที่ทานเนื้อสัตว์น้อยลง ทานสินค้าทดแทนเนื้อสัตว์ (Plant base) เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีพัฒนาสินค้าใหม่ๆร่วมกับพันธมิตร(Co Branding) เพื่อขยายฐานลูกค้าให้เติบโตมากขึ้น รวมถึงพัฒนาแบรนด์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในธุรกิจ และเพิ่มโอกาสในการขายในช่วงเวลาต่างๆของวันให้มากขึ้น เช่น เพิ่มเมนูอาหารเช้า อาหารช่วงเย็น ขนมและเครื่องดื่มระหว่างวัน หรือ รวมทั้งสินค้าที่ขายในช่องทางการขายใหม่ๆ อาทิเช่น สินค้ากลุ่ม Delivery , Grab & Go , เครื่องดื่มบรรจุขวด และ ขยายกลุ่มลูกค้าใหม่เช่น กลุ่มลูกค้า Catering และ การจัดเลี้ยง ที่สามารถเข้าถึงการบริการใหม่ๆ เช่น การออกร้าน(Food Stall), งานกิจกรรมต่างๆ (Event) , Food Truck , งานบุญ และ งานประชุมต่างๆ ซึ่งสามารถเลือกผสมผสานอาหารหลายแบรนด์ และ อาหารที่หลากหลายชนิดได้ในงานเดียว

การบริการและการฝึกอบรม (Service and Training)

บริษัทได้ออกแบบกรอบการเรียนรู้ของพนักงานผ่าน 3 มุมมอง คือ 1) มุมมององค์กร ผ่านทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร 2) มุมมองพนักงาน ผ่านการสำรวจความต้องการการฝึกอบรม 3) มุมมองโลกภายนอก ผ่านการศึกษาแนวโน้มความต้องการทักษะแห่งโลกอนาคต โดยมีการคัดสรรหลักสูตรใหม่และพัฒนาหลักสูตรเดิมให้ตอบโจทย์การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันมากขึ้น ทุกหลักสูตรจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาพลังขับเคลื่อนภายในของแต่ละบุคคล ควบคู่ไปกับการเติมวิธีคิด มุมมอง พร้อมประสบการณ์จากโลกภายนอก เพื่อเพิ่มสมรรถนะและศักยภาพพนักงานให้มีความสามารถในการปฏิบัติงาน และพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน ตลอดจนนวัตกรรมใหม่ๆในโลกธุรกิจ และช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับ CRG

ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบัน เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด ทางบริษัทฯ จึงได้จัดให้มีการอบรมในหลายรูปแบบเพื่อให้ยืดหยุ่นกับสถานการณ์ในแต่ละช่วง ประกอบด้วย การอบรมแบบ Virtual Classroom (วิทยากรสอนผ่านทางออนไลน์) Self-Online Learning (พนักงานเข้าเรียนหลักสูตรออนไลน์ตามเวลาที่ตนสะดวก) และ Onsite Classroom (พนักงานเข้าเรียนในชั้นเรียน)

การพัฒนาพนักงานในปี 2565 นี้ มีเป้าหมายสำคัญ 3 ประการ

1. สร้างวัฒนธรรมการโค้ชในองค์กร (Coaching Culture) ซึ่งการโค้ชถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่จะเตรียมความพร้อม และส่งเสริมให้องค์กรก้าวไปกับการเปลี่ยนแปลงเชิงรุก
2. หาแนวทางร่วมกับกรมอนามัย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารสูงสุด
3. ผลักดันเรื่องการพัฒนาพนักงานให้มีทักษะทางด้านดิจิทัลและทักษะที่จำเป็นสำหรับรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2563 เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานที่สอดรับกับทิศทางธุรกิจ

การตกแต่งร้านและบรรยากาศในร้าน

การตกแต่งร้าน และบรรยากาศในร้าน เป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญในการแข่งขัน เพื่อทำให้แบรนด์มีความทันสมัยอยู่เสมอ และสอดแทรกการออกแบบที่มีความต่างจากคู่แข่ง แต่ยังคงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นการสะท้อนถึงบุคลิกภาพของแต่ละแบรนด์อีกด้วย โดยมีฝ่ายการตลาดเป็นผู้รับผิดชอบในการกำหนดรูปแบบหลัก (Theme) ของแต่ละแบรนด์ และดูแลการออกแบบและตกแต่งทุกๆสาขาให้เป็นไปตามรูปแบบหลักที่กำหนดไว้ ซึ่งจะต้องพิจารณาในรายละเอียดทั้งแผนผังร้าน โทนสี ความสว่าง รูปแบบลักษณะและคุณภาพของโต๊ะเก้าอี้ที่ใช้ ประดับตกแต่งร้าน ฯลฯ

ลักษณะของตลาดและการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้ง 20 แบรนด์ มีดังนี้

• มิสเตอร์ โดนัท (Mister Donut)

มุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ภายใต้การสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ นับเป็นการตอกย้ำการรับรู้ แบรนด์ของผู้บริโภคให้มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น ตลอดจนการวางแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ และการมุ่งเน้นการขยายสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ทำให้มิสเตอร์ โดนัท ได้รับรางวัลเป็นแบรนด์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค อันดับ 1 (No.1 Brand)ในประเทศไทยในหมวดโดนัทประจำปี 2021-2022 จาก Marketeer Research ในระยะ 6 ปีติดต่อกัน มิสเตอร์โดนัท มุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้อย่างตรงจุด ด้วยการรังสรรค์โดนัทสดใหม่จากสาขาครัว ที่มีครอบคลุมอยู่ทั่วทั้งประเทศ เพื่อเสิร์ฟความอร่อย สด ใหม่ ของโดนัทในทุกๆวัน

ตลอดระยะเวลาในการดำเนินกิจการสิ่งที่ มิสเตอร์ โดนัท ใส่ใจอยู่เสมอคือ “การพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง” (Innovative Donut) ซึ่งเน้นถึงความคุ้มค่า โดยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ถูกใจผู้บริโภคออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง อัดแน่นความอร่อย และดึงดูดใจผู้บริโภคในทุกๆแคมเปญ รวมถึงการขยายช่องทางการขายผ่านช่องทางดิลิเวอร์รี่กับทุก aggregators และ partner เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในทุกๆกลุ่ม โดยปี 2565 มิสเตอร์โดนัดได้รับรางวัล Top Delivery หมวดสุดยอดโปรโมชั่นขวัญใจมหาชน “Lineman Wongnai User Choice 2022” จาก Lineman รวมทั้งยังเพิ่มช่องทางการขาย ขยายกลุ่มลูกค้า เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ทันยุค ทันสมัย ผ่านระบบ E-Commerce ไม่ว่าจะเป็น The 1, Lazada, Shopee เป็นต้น

สืบเนื่องจากความสำเร็จการเปิดโมเดลใหม่ “เดลโก้” (Delco) นำร่องขยายโลเคชั่น ในรูปแบบของโมบายล์สโตร์ รวมถึงการขยายโลเคชั่นในรูปแบบของโมบายล์สโตร์ สามารถสับเปลี่ยนไปตามย่านต่างๆ ที่เป็นทำเลเป้าหมาย โดยจะเน้นตามธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง สถานศึกษา แหล่งชุมชนใหญ่ และพื้นที่รอบนอก เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้นในปีที่ผ่านมา โดยในปี 2565 นี้มิสเตอร์ โดนัท ได้ต่อยอดความสำเร็จของสาขาเดลโก้ เปิดโอกาสร่วมทุนในรูปแบบมิสเตอร์ โดนัท แฟรนส์ไชส์ ที่ให้ผู้บริโภคได้มาเป็นส่วนหนึ่งของมิสเตอร์ โดนัท ซึ่งคาดว่าภายในปี 2566 จะมีสาขามิสเตอร์ โดนัท แฟรนส์ไชส์ รวมมากกว่า 10 สาขาทั่วประเทศ โดยปัจจุบันมีร้านมิสเตอร์ โดนัท รวมทั้งสิ้น 467 สาขา ครอบคลุม กว่า 75 จังหวัดทั่วประเทศ และ ในด้านการโฆษณาเน้นการทำการตลาดโปรโมตสินค้าด้วย Social Media เป็นหลักไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, Line, YouTube หรือ TikTok ที่เป็นที่นิยมอย่างมาก สามารถช่วยให้สินค้าและแบรนด์เป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็ว และยังเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกเพศ ทุกวัย เพื่อครองความเป็นที่หนึ่งในใจผู้บริโภค และความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่างๆบน Online Media โดยต้องก้าวให้ทันตามกระแสสังคมปัจจุบัน เพื่อสร้างการจดจำแบรนด์และเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่น การจับกระแสเพลงฮิตในช่วงสิ้นปี 2565 “โดนัทยังมีรู แล้วเมื่อไหร่ยูจะมีใจ” ทั้งยังมีการสร้าง content ใหม่ๆ ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การกดถูกใจ การแชร์เนื้อหา การแท็กคนรู้จักให้เข้าไปอ่าน หรือการคอมเมนต์แบ่งปันความคิดเห็น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ คือการสร้าง Engagement บนโลกออนไลน์ ทำให้มิสเตอร์ โดนัท ปรับภาพลักษณ์แบรนด์ ให้แบรนด์ดูสดใหม่ มีชีวิตชีวาขึ้น ทั้งยังเป็นที่รู้จักในสังคมออนไลน์เพิ่มมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

• เคเอฟซี (KFC)

เคเอฟซี หนึ่งในแบรนด์ร้านอาหารบริการด่วนที่ใหญ่ที่สุด และได้รับความนิยมทั่วโลก ก่อตั้งโดยผู้พันฮาร์แลนด์ แซนเดอร์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2495 โดยมีความมุ่งมั่นในการปรุง และมอบเมนูไก่ทอดรสชาติอร่อยและมีเอกลักษณ์ คุณภาพเยี่ยมแก่ลูกค้าผู้ชื่นชอบไก่ทอด ในประเทศไทย ร้านเคเอฟซี สาขาแรกก่อตั้งขึ้นในปี 2528 ที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ลาดพร้าว และปัจจุบันมีร้านเคเอฟซี 1,000 สาขาทั่วประเทศ (ณ ธันวาคม 2565) บริหารแบรนด์และแฟรนไชส์โดย บริษัท ยัมเรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด และบริหารร้านเคเอฟซีโดยแฟรนไชส์ซี่จำนวน 3 ราย โดย บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นพันธมิตรผู้นำเข้าแบรนด์เคเอฟซีมายังประเทศไทยเป็นรายแรก ร้านเคเอฟซีภายใต้การบริหารและดำเนินการของบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้ขยายสาขาไปทั่วภูมิภาคของประเทศ โดยปัจจุบันมีร้านเคเอฟซีในเครือกว่า 319 สาขาในประเทศไทย (*ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2565)

สำหรับแบรนด์เคเอฟซีในประเทศไทยนั้น นับเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในธุรกิจร้านอาหารบริการด่วนมายาวนาน เคเอฟซีมีการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

เคเอฟซี ประเทศไทย มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสูตรไก่ทอดที่เป็นเอกลักษณ์ของเราเพื่อให้ลูกค้าได้ลิ้มรสชาติอาหารอันแสนอร่อยของไก่ทอดเคเอฟซี เฉกเช่นเดียวกันกับชาวเคเอฟซี ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความตั้งใจและใส่ใจที่จะดูแลสังคมควบคู่ไปกับการประกอบธุรกิจ โดยดำเนินกิจการเพื่อสังคมในโครงการ Harvest และ Colonel’s

Kitchen โดย Harvest เป็นโปรแกรมที่ร้านเคเอฟซีส่งต่อไก่ทอดที่ยังคงคุณภาพและสามารถนำไปปรุงเป็นอาหารต่อได้ตามขั้นตอนการจัดส่งที่ได้มาตรฐานให้แก่ผู้ด้อยโอกาส เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคมให้ได้รับสารอาหารและโปรตีนที่มีคุณภาพ โปรแกรมนี้เริ่มดำเนินการครั้งแรกในเดือนกรกฎาคม 2560 ณ สถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่งเมตตา จังหวัดนครราชสีมา

นอกจากนั้น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ด้อยโอกาสให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เคเอฟซี ประเทศไทย จึงได้มีแนวคิดในการสร้างครัวมาตรฐานโดยใช้จุดแข็งของเคเอฟซี ในเรื่องการพัฒนาครัวมาตรฐานระดับโลกที่ใช้ในร้านเคเอฟซีมากว่าหลายทศวรรษ มาประยุกต์ให้เหมาะสมเป็นประโยชน์แก่ห้องครัวของสถานสงเคราะห์หรือสถานคุ้มครองที่ตกลงเข้าร่วมโครงการกับทางเคเอฟซี มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความตระหนักรู้ และความเข้าใจถึงความสำคัญของมาตรฐานและสุขอนามัยของอาหารที่บริโภค หรือที่เรียกว่า “Food Safety and Standard” ที่สามารถเริ่มได้จากการมีสถานที่ประกอบอาหารที่สะอาด ตลอดจนการเตรียม การปรุง การจัดเก็บอาหารที่ได้มาตรฐาน จึงถือกำเนิดเป็น Colonel’s Kitchen อันเป็นการดำเนินการต่อเนื่องจากโปรแกรม Harvest

นอกจากนี้ เคเอฟซีประเทศไทยได้มีกิจกรรมเพื่อสังคมอีกโครงการคือ ไก่ทอดไม่ทอดทิ้ง ในวันไก่ทอดแห่งชาติ (6 กรกฎาคม 2565) ส่งต่อความสุขให้น้องๆ ได้มีโอกาสอร่อยไก่ทอด KFC เป็นครั้งแรก ผ่านกิจกรรม “ไก่ทอดไม่ทอดทิ้ง” จัดใหญ่บุกแจกไก่ทอดกรอบ กลิ่นหอมกรุ่นจากสูตรลับของผู้พัน ให้น้องๆ กว่า 3,000 คน 30 โรงเรียนทั่วประเทศ ให้ได้อร่อยฟินแบบเต็มอิ่ม อิ่มทั้งไก่ อิ่มทั้งความสุขกันไปเลย

โดยต้องขอขอบคุณกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) ที่ช่วยประสานงานกับทางโรงเรียนต่างๆ และช่วยคอนเฟิร์มว่า เมนูที่น้องๆ อยากทานมากที่สุดก็คือ ไก่ทอด KFC นี่แหละ! แถมเนื้อไก่ยังมีโปรตีนสูง วิตามินและแร่ธาตุที่จำเป็นหลายชนิดที่เหมาะกับเด็กๆ

ในส่วนของ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้จัดทำแคมเปญ “สุขส่งต่อ” โดยนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายเมนูที่ร่วมแคมเปญพิเศษนี้ สนับสนุนเป็นไก่ทอด ให้กับผู้ต้องขังหญิงในทัณฑสถานหญิง 4 แห่ง ได้แก่ ทัณฑสถานหญิงกลาง, ทัณฑสถานบำบัดพิเศษหญิง, ทัณฑสถานหญิงนครราชสีมา และ ทัณฑสถานหญิงเชียงใหม่ รวมจำนวน 20,000 มื้อ สำหรับพนักงานเคเอฟซีเองนั้น เพื่อเป็นการขอบคุณทุกคนที่เสียสละความสุขส่วนตัวมาปฏิบัติงานในวันสำคัญอีกวันของครอบครัว ด้วยการมอบมื้อพิเศษ ให้กับพนักงานทุกคน ทั้งพนักงาน full-time และ part-time ได้พาครอบครัวมาทานข้าวร่วมฉลองเทศกาลวันแม่ด้วยกันที่ร้านเคเอฟซี

แบรนด์เคเอฟซียังเป็นที่ยอมรับด้วยการได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย ในปี 2565 ได้แก่

1. รางวัล “No.1 Brand Thailand 2021” ประเภทแบรนด์ยอดนิยมอันดับ1 สาขา Fast Food จาก Marketeer
2. รางวัล The Most Powerful Brands of Thailand 2022 สุดยอดแบรนด์ทรงพลัง ของภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในหมวดหมู่ Chain Restaurant พร้อมคว้ารางวัลนี้สามปีซ้อน
3. รางวัล Thailand Zocial Awards 2022 ในกลุ่มรางวัล BEST BRAND PERFORMANCE ON SOCIAL MEDIA หมวดหมู่ Restaurant 7 ปีซ้อน และ รางวัล Best Performing Brand of the Decade
4. รางวัล CSR Awards 2021 Recognition with Platinum level จาก AMCHAM (American Chamber) โดยได้รับต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 11
5. รางวัล Line Award 2021 on Best Chat Commerce of the Year
6. รางวัล Line Man User’s Choices Award 2022

ด้านการพัฒนาธุรกิจ ปี 2565 เป็นปีที่ทางบริษัทเร่งเครื่องการเปิดร้านใหม่ 23 ร้าน พร้อมเปิดร้าน Green Store Concept สาขาโรบินสัน ราชพฤกษ์ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกันระหว่างแบรนด์กับลูกค้า รวมถึงการปรับปรุงภาพลักษณ์ร้านเดิมให้ทันสมัยมากขึ้น โดยมีสองสาขาได้รับรางวัลจากบริษัท ยัม เรสเทอรองต์ ได้แก่ สาขาโรบินสัน ราชพฤกษ์ ได้รับรางวัล Winner-2022 Best New Build Competition และสาขา มิดทาวน์ อโศก ได้รับรางวัล Winner-2022 Best Renovation

ในส่วนของ KFC Cafe by Arigato ให้บริการเครื่องดื่มชงสด ทั้งร้อนและเย็น ประกอบด้วยเมนูหลากหลายทั้งกาแฟ ชาเขียวและอื่นๆ 16 เมนู เพื่อช่วยสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นในโอกาสการรับประทาน นอกเหนือจากไก่ทอดซึ่งเน้นเป็นมื้ออาหารหลัก มีสาขาให้บริการกว่า 253 สาขา และจำนวนแก้วที่ขายไปแล้วกว่า 2.5 ล้านแก้ว ณ สิ้นปี 2565

• อานตี้ แอนส์ (Auntie Anne's)

ผู้นำ ตลาด ซอฟท์ เพรทเซล (Soft Pretzel) ในประเทศไทย ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์อย่างแข็งแกร่งภายใต้แนวคิด "Freshly Baked" อานตี้ แอนส์ มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 213 สาขา โดยมีการขยายออกไปในหัวเมืองใหญ่ๆในต่างจังหวัด, สนามบิน และกลุ่มของโรงพยาบาลมากขึ้น และในปี 2022 ที่ผ่านมา อานตี้ แอนส์ ได้รับรางวัลจาก Thailand Top Influencer 2022 หมวด Top Brand Influential Brands by Millennials ในกลุ่ม Kiosk for Food Brand

ตลอดระยะเวลา 24 ปี ในประเทศไทย สูตรสำเร็จประการสำคัญ ของ อานตี้ แอนส์ คือการคิดค้นเมนูใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องทุก ๆ 2 เดือน ทั้ง เพรทเซลคาว (Savory), เพรทเซลหวาน (Sweet) และเครื่องดื่ม ดังนั้น ใน 1 ปี อานตี้ แอนส์ จึงมีเมนู ใหม่ๆ ออกมานำเสนอให้กับลูกค้า ปีละไม่ต่ำกว่า 8-15 เมนู เวลาผ่านไป 24 ปี อานตี้ แอนส์ มีเมนูที่พัฒนามาแล้ว ไม่ต่ำกว่า 100 เมนู นอกจากนี้ อานตี้ แอนส์ ยังแตกไลน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ในหมวด Grab and Go Product ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าใหม่ ด้วย Concept : To Go Together พกสนุก สุดสะดวก อร่อยได้ทุกที่ ไม่มีเบื่อ เพื่อตอบโจทย์ โจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในปัจจุบัน รวมทั้งสามารถขายสินค้าได้หลากหลายขึ้นในหลายช่องทาง ในปีที่ผ่านมา ผลสำเร็จในแง่ของยอดขาย และผลงานที่เป็นที่ยอมรับ ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังมีการขยายช่องทางการขายผ่านช่องทางใหม่ๆเพิ่มขึ้น เช่น ช่องทาง Delivery ทั้ง Own Platform Food Hunt และ Food Aggregator ในปีล่าสุดได้เปิดช่องทางการขายใหม่ ใน E-market place ทั้ง ใน Shopee ,Lazada พร้อมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่อง การจัดโปรโมชั่นร่วมกับพันธมิตรเพื่อขยายฐานลูกค้า ให้ครอบคลุมในทุก platform ทั้งนี้ แบรนด์ อานตี้ แอนส์ ได้รับการยอมรับเป็นอันดับที่ 2 จากการจัดลำดับของ Food Tracker in Brand Equity ในหมวด Bakery and Cake และทางแบรนด์ได้เน้นทำการตลาดในช่องทาง Social Media อย่างต่อเนื่อง เพื่อสื่อสารกลุ่มลูกค้าให้คลอบคลุม และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งช่องทาง Facebook, Twitter, Instagram, Line, หรือ TikTok เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ให้แข็งแรง และเข้าถึงผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย

• เปปเปอร์ ลันช์ (Pepper Lunch)

เปปเปอร์ ลันช์ ร้านอาหารสเต็กจานร้อน สไตล์ญี่ปุ่น ในปี 2565 เปปเปอร์ลันช์ มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 51 สาขา โดยมีรูปแบบ Restaurant 42 สาขา รูปแบบ Express Plus 3 สาขา รูปแบบ Express (Food count) 2 สาขา รูปแบบ Hybrid Cloud 3 สาขา และ รูปแบบ Grab Kitchen 1 สาขา โดยการเปิดสาขาในปี 2565 ทางแบรนด์ขยายสาขาไปยังจังหวัดใหญ่ที่มีศักยภาพ โดยปีที่ผ่านมาขยายสู่ภาคอีสาน คือ เซ็นทรัล ขอนแก่น โดยเป็น Restaurant Format

จากสถานการณ์ปี 2565 การขายในช่องทาง Delivery ยังคงมีความสำคัญ แม้สถานการณ์โควิดจะผ่อนคลายลง โดย Pepper Lunch ได้ขยายจุดบริการ delivery ในทุกสาขาและขยายเพิ่มในแพลตฟอร์มใหม่ เช่น Shopee Food, Airasia food เป็นต้น พร้อมทั้งทำโปรโมชั่นในช่องทาง delivery อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังพัฒนาเมนูใหม่ๆ ทุก 2 เดือน เพื่อให้ลูกค้าได้ทานอาหารรสชาติใหม่ๆ เสิร์ฟบนกะทะร้อน โดยมีความหลากหลายของเมนู สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่าง เช่นกลุ่มลูกค้า Premium – มีการจับกระแสนิยมของทรัฟเฟิล มาสร้างสรรค์เป็นเมนูใหม่ Truffle Steak (สเต็กทรัฟเฟิล เนื้อสเต็กนุ่มๆนำเข้า ทานคู่กับซอสทรัฟเฟิล), กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน – เมนู Carolina Spice Up (นำพริกที่เผ็ดที่สุดในโลก มาให้ได้ลิ้มลองกับรสชาติซอสที่มีให้เลือกถึง 3 ระดับทานคู่กับข้าวเปปเปอร์ และสเต็ก) นอกจากนั้น ยังมีการ Collaboration กับ Taro โดยพัฒนาเมนูที่ทำจากเส้นปลาทาโรเป็นเมนูที่เสริฟบนกระทะร้อน

ในส่วนของคุณภาพสินค้า เปปเปอร์ ลันช์ ยังคงเน้นย้ำคุณภาพของวัตถุดิบ เช่น ใช้เนื้อวัวคุณภาพเยี่ยม นำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังได้ตอกย้ำความเป็นแบรนด์ที่ส่งมอบอาหารคุณภาพเยี่ยม ในราคาที่คุ้มค่า ซึ่งตอบโจทย์กลุ่มลูกค้า วัยรุ่น และวัยทำงานตอนต้น อย่างต่อเนื่อง

• ชาบูตง (Chabuton)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด เปิดตัวแบรนด์ ชาบูตง (CHABUTON) “ราเมนต้นตำรับจากญี่ปุ่น ORIGINAL TASTE FROM JAPAN” เจ้าแรกในประเทศไทย เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2553 โดยราเมนสุดอร่อยนี้มีต้นกำเนิดจาก มร. ยาสุจิ โมริซึมิ เชฟราเมนชื่อดังที่บรรจงเสิร์ฟราเมนทุกชามด้วยสุดยอดแห่งคุณภาพ และความอร่อย จนได้รับรางวัลชนะเลิศจากรายการทีวีแชมป์เปี้ยน (TV Champion) และยังเป็นราเมนเจ้าแรกและเจ้าเดียวที่ได้รับเกียรติตีพิมพ์ลงในนิตยสาร ZAGAT LA. และ MICHELIN Guide LA. ซึ่งเป็นนิตยสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ที่นิยมมากในสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ มร. ยาสุจิ โมริซึมิ ยังได้สมญานามว่า “ผู้เป็นเลิศ ทางด้านการทำราเมน” จากงาน 8th Tokyo One Week Ramen Grand Prize, แบรนด์ชาบูตง ราเมน ได้รับการยอมรับเป็นอันดับที่ 7 จากการจัดลำดับของ Food Tracker in Brand Equity ในหมวดอาหารญี่ปุ่น

ชาบูตง พร้อมเสิร์ฟเมนูราเมนต้นตำรับให้เลือกลิ้มลองถึง 6 แบบ คือ ทงคตสึ ราเมน (Tonkotsu Ramen) ที่สุดของความอร่อย “เข้มข้นขั้นเทพ” เพราะมีเอกลักษณ์อยู่ที่ความเข้มข้นถึงรสชาติของน้ำซุปทงคตสึ ซึ่งก็คือน้ำซุปกระดูกหมูที่เคี่ยวจนเปื่อยนานกว่า 16 ชม. ตามสูตรดั้งเดิมชาบูยาขนานแท้ , โชยุ ราเมน (Shoyu Ramen) ที่สุดของความอร่อย“ละมุนขั้นเทพ” อีกหนึ่งเมนูยอดฮิตประจำร้าน มีจุดเด่นอยู่ที่น้ำซุปซอสโชยุ ที่มีความเข้มข้น อร่อยละมุนลิ้น เป็นต้น

ในปี 2565 ที่ผ่านมา ทางแบรนด์ได้นำเสนอเมนูใหม่สุดพรีเมี่ยม เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการรับประทานอาหารระดับพรีเมียมในราคาที่คุ้มค่าและเข้าถึงได้ เพื่อนำร่องเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบความพรีเมี่ยม ได้แก่ ราเมนกุ้งแม่น้ำซุปมันกุ้ง ราเมนซุปทงคตสึแบล็คทรัฟเฟิล และทไวนิงส์ พรีเมียมราเมน ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีเกินความคาดหมาย โดยทุกเมนูได้ให้ความสำคัญกับทุกมื้อของลูกค้า ว่าต้องได้ทานราเมนที่มีคุณภาพ จากวัตถุดิบที่ดี และมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคาที่จ่าย เน้นเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่มีไลฟ์สไตล์ชอบความเป็นญี่ปุ่น และชอบรสชาติราเมนต้นตำรับจากประเทศญี่ปุ่น เป็นผู้ติดตามเทรนด์ต่างๆ ที่น่าสนใจที่อยู่ในกระแส และมีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจุบันเปิดให้บริการ 16 สาขา โดย 15 สาขาอยู่ในกรุงเทพฯ และอีก 1 สาขาอยู่ที่เซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่ ปี 2565 ชาบูตงได้เน้นการตอกย้ำ ORIGINAL TASTE FROM JAPAN ไปยังกลุ่มลูกค้า พร้อมทั้งพัฒนาเมนูใหม่ๆ และช่องทางการขายใหม่ๆ เพื่อเป็นทางเลือก และเพิ่มยอดขาย อย่างต่อเนื่อง

• โคล สโตน ครีมเมอรี่ (Cold Stone Creamery)

โคล สโตน ครีมเมอรี่ (Cold Stone Creamery) ไอศกรีม มิกซ์-อิน ระดับซูเปอร์พรีเมี่ยมรายแรกของอเมริกา ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งรสชาติเข้มข้นสไตล์อเมริกัน และลีลาการเสิร์ฟไอศกรีมที่ไม่เหมือนใคร ทำให้ประสบความสำเร็จอย่างงดงามสร้างชื่อเสียงไปทั่วโลก ทางบริษัทฯ ได้นำ โคล สโตน ครีมเมอรี่ มาเปิดสาขาแรกในประเทศไทย เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2553 ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ สำหรับปี 2565 นี้โคล สโตน ครีมเมอรี่ มีสาขารวมทั้งสิ้น 16 สาขา ในปีนี้วางกลยุทธ์หลายด้าน ทั้งในการพัฒนาภาพลักษณ์แบรนด์ให้ทันสมัย เพื่อปรับภาพลักษณ์ให้ดูวัยรุ่นขึ้น เพื่อสร้างความน่าสนใจให้แบรนด์ และกระตุ้นความสนใจจากลูกค้า และหวังจะขยายตลาดเข้าถึกลุ่มลูกค้าใหม่ ทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มครอบครัวมากขึ้น และรวมถึงด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย และอิงกับกระแสในเทศกาลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเทศกาลแห่งความรัก,เทศกาลมะม่วง, เทศกาลฮาโลวีน และเทศกาลคริสต์มาส เฉลิมฉลองปีใหม่ รวมไปถึงการพัฒนาสินค้าในแบบที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น ที่จะทำให้การสั่งไอศกรีมที่โคล สโตน ครีมเมอรี่ ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป นอกจากนี้ยัง มีการพัฒนาสินค้าในรูปแบบไอศกรีมใหม่ๆเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายไปยัง Delivery มากขึ้นและเพื่อสร้าง Variety ในเมนู Delivery เยอะขึ้น เช่น Ice Cream Grab & Go และ Ice Cream Cake

พร้อมกันนี้แบรนด์ได้จัดทำเมนูในการแนะนำลูกค้า เพื่อให้ง่ายต่อสั่งสินค้าหน้าตาสินค้าสวยงามมากยิ่งขึ้น เน้นนำเสนอราคาเมนูย่อมเยาที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ และคุณภาพของสินค้ายังคงไว้ซึ่งมาตรฐานพรีเมี่ยมเช่นเดิม เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้า และปรับให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนในปัจจุบัน ขณะเดียวกัน ก็ได้มีการปรับกลยุทธ์ในการเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นเพื่อสร้างการทดลองชิม โดยมีการจัดการออกบูธ (Booth) และการออกงานพิเศษต่างๆ (Special Events) เช่น งานวันเกิด งานเลี้ยงบริษัท เป็นต้น ซึ่งกลยุทธ์ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ คาดว่าจะสามารถผลักดันยอดขาย และทำให้แบรนด์ โคล สโตน ครีมเมอรี เป็นที่รู้จักและชื่นชอบในรสชาติหลังเกิดการทดลอง และสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าให้กับแบรนด์อย่างมาก ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า นอกจากนี้ยังเน้นการทำการตลาดผ่าน Social Media มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้บริโภค โดยเน้นสื่อสารผ่านทาง Facebook, Instagram, Line, Twitter และ Tiktok ทั้งนี้แบรนด์ Cold Stone Creameryได้รับการยอมรับเป็นอันดับที่ 7 จากการจัดลำดับของ Food Tracker in Brand Equity ในหมวด Ice Cream

• ไทยเทอเรส (Thai Terrace)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้ทำการซื้อลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า "เดอะเทอเรส" มาบริหารงานภายใต้ CRG ในปี 2553 ซึ่งมีสาขาทั้งสิ้น 6 สาขาภายในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล โดย CRG ได้มีการพัฒนาแบรนด์ด้วยการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์, โลโก้, ดีไซน์ร้าน, ยูนิฟอร์ม, เมนูรูปเล่มใหม่ ภายใต้ แนวคิด "Feel the Greenery" (สัมผัสความรู้สึกแห่งโลกสีเขียว)

ในปี 2559 แม้ประเทศไทยจะประสบกับภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ทั้งผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจการเมือง และสังคมทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศ ในส่วนของแบรนด์ The Terrace ยังคงมีการเติบโตของรายได้จากการให้บริการมากกว่าปีที่ผ่านมา ในอัตราร้อยละ 1.5 % รวมจำนวนร้านที่บริหาร และเปิดให้บริการรวมทั้งสิ้น 14 สาขา ที่ให้บริการแบบ Full Service ตลอดจน มีซุ้มอาหารไทยที่เปิดให้บริการใน Food Loft ภายในห้างเซ็นทรัลชิดลม และ เซน อีกทั้ง ยังมีบริการซุ้มจำหน่าย Snack เปิดให้บริการที่ Aqua Park สวนน้ำ เซ็นทรัล บางนา ด้วยบริการอาหารปรุงสดใหม่

ในปี 2562 เดอะเทอเรส ได้ปรับเปลี่ยนเครื่องหมายการค้าเป็น "ไทยเทอเรส" ภายในคอนเซ็ป "Touch of Thai Cuisine" with the happiness on the dining table สัมผัสความอร่อยครบรสจากครัวอาหารไทยแท้ๆ พร้อมความสุขทุกมื้อบนโต๊ะอาหารสำหรับทุกๆคนในครอบครัว อีกทั้ง ไทยเทอเรส ยังคงขยายการขายแบบต่อเนื่องด้วยการเพิ่มช่องทาง Delivery, Aggregator และ Catering พร้อมทั้งเน้นย้ำการขาย Take Away และ Take Me Home อย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันปี 2565 ร้านอาหาร "ไทยเทอเรส" ได้เปิดให้บริการรวมทั้งสิ้น 11 สาขา เมนูกว่า 100 เมนู โดยทุกเมนูคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพ เพื่อความสด สะอาด และปลอดภัยสำหรับลูกค้าทุกคน ด้วยบริการที่อบอุ่น เป็นกันเอง ให้ความรู้สึกเป็นครอบครัว

• โยชิโนยะ (Yoshinoya)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด เปิดตัวแบรนด์ โยชิโนยะ (Yoshinoya) เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2554 ณ เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว โยชิโนยะ "สุดยอดต้นตำรับข้าวหน้าเนื้อและข้าวหน้าญี่ปุ่น" โดย โยชิโนยะ มีข้าวหน้าเนื้อหรือที่รู้จักกัน "กิวด้ง" ซึ่งเป็นข้าวหน้าเนื้อที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งถือกำเนิดขึ้นมาในสมัยเมจิ ในปี ค.ศ. 1899 ในปัจจุบันมีสาขาทั่วโลกมากกว่า 2,100 สาขา ใน 11 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น, อเมริกา, อินโดนีเซีย, สิงคโปร์, ฟิลิปปินส์, จีน, ไต้หวัน, ฮ่องกง, กัมพูชา, มาลาเซีย และประเทศไทย ปัจจุบันร้านโยชิโนยะเปิดให้บริการ 31 สาขา (ข้อมูล ธ.ค. 65) โดย 13 สาขาเป็นร้านแบบ Full service, 1 สาขา เป็นแบบ Express อีก 15 สาขาเปิดให้บริการเป็นแบบ Hybird Cloud ซึ่งทั้งหมดเปิดให้บริการอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล สำหรับสาขาในเขตต่างจังหวัดมี 2 สาขาเปิดให้บริการอยู่ที่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่ และ เซ็นทรัลพลาซา ศาลายา ได้มีการนำเสนอเมนูต่างๆด้วยวัตถุดิบคุณภาพ ทั้งเนื้อวัวนำเข้าจากต่างประเทศและวัตถุดิบเกรด พรีเมี่ยม พร้อมเพิ่มเติมเมนูที่หลากหลายยิ่งขึ้น เช่น เมนูอุด้ง (Udon) ข้าวแกงกะหรี่ (Curry Rice) เมนูสุกี้นาเบะ (Suki Nabe) และ ชุดอาหารเทโชกุ (Teishoku Set) เพื่อตอบสนองรสชาติของผู้บริโภคชาวไทย ตลอดจนการจัดเมนูชุดโปรโมชั่นต่างๆที่เน้นความคุ้มค่า และเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เกิดการทดลอง นอกจากนี้ โยชิโนยะได้จัดให้มีการบริการจัดส่งนอกสถานที่ (Delivery Service) เพื่อบริการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้ามากขึ้น ทั้งนี้ในปี 2565 แบรนด์โยชิโนยะได้มีการขยายสาขาในรูปแบบ Hybrid Cloud เพื่อรองรับการขยายพื้นที่สำหรับบริการ Delivery ที่เพิ่มขึ้นด้วยสถานการณ์ปัจจุบัน

• โอโตยะ (Ootoya)

โอโตยะเป็นแบรนด์อาหารญี่ปุ่นในระดับพรีเมี่ยมภายใต้แนวคิด Japanese Home Cooking Style Restaurant (อาหารญี่ปุ่นสไตล์ โฮมเมด) ที่มีปรัชญาในการดำเนินงาน คือ เรามุ่งมั่นที่จะส่งเสริมให้ทุกคนมีสุขภาพจิตและร่างกายที่สมบูรณ์ แข็งแรง โดยผ่านการนำเสนออาหารและบริการที่ดี เพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้าและเพื่อการพัฒนามนุษยชาติส่วนรวม โอโตยะมีสาขาในญี่ปุ่นมากกว่า 320 สาขา และสาขาในต่างประเทศมากกว่า 114 สาขา เช่น ไทย สิงคโปร์ ฮ่องกง อินโดนีเซีย ไต้หวัน อเมริกา จีน โอโตยะได้มีการพัฒนาเมนูหลัก (Grand Menu) และเมนูตามฤดูกาล (Seasonal Menu) โดยเพิ่มเมนูใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลาย แต่ยังคงรักษามาตรฐานและรสชาติแบบญี่ปุ่น เพื่อตอกย้ำความเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีความเป็นญี่ปุ่นแท้ๆ (Authentic Japanese Home Cooking Restaurant) โดยสื่อสารถึงกลุ่มผู้บริโภคของแบรนด์โอโตยะผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในช่องทางประเภท on line เป็นหลัก อาทิ โซเชียล มีเดีย You tube และ influencers มีการทำกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรรายใหญ่ต่าง ๆ อาทิ แคมเปญ

ใหญ่ ร่วมกับ กลุ่มธนาคาร และ เดอะวัน การ์ด เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขวางครอบคลุมยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ปัจจุบันได้มีการเพิ่ม line OOTOYA Cafe ในร้าน OOTOYA สาขาสยามพารากอน ยังมีแผนงานที่จะขยายสาขาเพิ่มเติม เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้นด้วย ปัจจุบันร้านโอโตยะในประเทศไทยมีสาขารวมทั้งหมด 47 สาขา (ข้อมูล ณ เดือนธ.ค.65) และยังมีแผนขยายสาขาบริการส่งอาหารถึงบ้าน (Delivery Service) เพิ่มขึ้น อาหารสำหรับจัดเลี้ยง (Catering) ให้ครอบคลุมทั้งในเขตกรุงเทพและต่างจังหวัดในหัวเมืองใหญ่ให้มากขึ้น

• เทนยะ (Tenya)

เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่น บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้สิทธิ์แต่ผู้เดียวในการนำแบรนด์ เทนยะ จากประเทศญี่ปุ่นเข้ามาบริการผู้บริโภคชาวไทยโดยเปิดให้บริการสาขาแรกที่ เซ็นทรัลพลาซ่า บางนา เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2556 เทนยะเป็นผู้นำในตลาดด้านอาหารประเภทข้าวหน้าเทมปุระ (Tendon) และเป็นแบรนด์ยอดนิยมอันดับหนึ่งจากประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบันมีสาขากว่า 150 สาขาในโตเกียวและจังหวัดใกล้เคียง และสาขาแฟรนไชส์ในต่างประเทศเช่นสิงคโปร์ ฮ่องกง และฟิลิปปินส์ อีกกว่า 30 สาขา

จุดเด่นของเทนยะอยู่ที่คุณภาพของวัตถุดิบที่คัดสรรมาอย่างดี กรรมวิธีการปรุงและการทอดสดใหม่ ที่มีมาตรฐานจากญี่ปุ่น นอกจากนี้ เทนยะ ยังมีการนำเข้าวัตถุดิบหลักจากประเทศญี่ปุ่น เพื่อส่งมอบรสชาติแบบต้นตำรับแท้ อาทิ เช่น เส้นอุด้ง เส้นโซบะ หอยเชลล์ รวมถึง ซอสทาเระ สูตรลับจากโตเกียว ที่ทำให้ข้าวหน้าเทมปุระของเทนยะอร่อยแตกต่างเหนือใคร

เทนยะเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงในญี่ปุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโตเกียว ในเรื่อง “เทนด้ง” หรือข้าวหน้าเทมปุระ และจากการใช้วัตถุดิบชั้นเยี่ยม ทำให้เทมปุระมีความสด กรอบอร่อย ทำให้เทนยะมียอดขายเป็นอันดับ 1 ในประเทศญี่ปุ่น

• คัตสึยะ (Katsuya)

ในปี 2557 ทางบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้ทำการแนะนำแบรนด์อาหารญี่ปุ่นใหม่แก่ผู้บริโภคโดยได้รับสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวสำหรับแบรนด์ “คัตสึยะ” No.1 ทงคัตสึ และ คัตสึด้ง ยอดนิยมจากประเทศญี่ปุ่น คัตสึยะเป็นร้านทงคัตสึ / คัตสึด้ง หมูทอดสไตล์ญี่ปุ่น ที่เป็นผู้นำในร้านประเภทบริการด่วนในประเทศญี่ปุ่น การันตีด้วยจำนวนมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศญี่ปุ่นและทั่วโลก

คัตสึยะเปิดสาขาแรกในประเทศไทยที่ สาขาสยามสแควร์ วัน ในเดือนกรกฎาคม 2557 และขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีทั้งหมด 60 สาขา แบ่งเป็นร้าน Full Restaurants 44 สาขา และ ร้านรูปแบบ Hybrid Cloud Kitchen 16 สาขา (ข้อมูล 31 ธันวาคม 2565) ซึ่งการขยายแบบ Hybrid Cloud Kitcken จะเน้นการขยายให้ครอบคลุมพื้นที่ของ Delivery ด้วยกระแสความนิยมอาหารญี่ปุ่นที่เติบโตอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยปีละ 15%-20% นั้น เชื่อว่า คัตสึยะจะเป็นแบรนด์ที่ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ ทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษา วัยทำงานตอนต้น และกลุ่มครอบครัว

คัตสึยะเราเน้นถึงความคุ้มค่าของอาหารกับเงินที่ลูกค้าจ่าย (value for money) เป็นสำคัญนอกจากเน้นเรื่องของคุณภาพ การคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพเยี่ยม สดใหม่ ทุกชิ้น เนื้อหมูคุณภาพดี ผ่านกระบวนการ Tenderizer ทำให้หมูนุ่มละมุนลิ้นแตกต่างจากร้านอื่น, เกล็ดขนมปังสด และทอดด้วยเทคนิคพิเศษ จนได้ทงคัตสึที่กรอบนอก นุ่มใน ไม่อมน้ำมัน และด้วยซอสทงคัตสึสูตรเฉพาะ ที่คิดค้นขึ้นเป็นพิเศษสำหรับคัตสึยะ รสชาติกลมกล่อม นำเข้าจากญี่ปุ่น *รวมถึงการรุกในการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ให้เป็นเจ้าแห่งทงคัตสึด้งอันดับ 1 ที่ลูกค้านึกถึง “ทงคัตสึต้องคัตสึยะ ตัวจริงเรื่องหมูทอดในสไตล์ญี่ปุ่น” และอีกปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เราเติบโตเป็นอย่างมากที่คงไม่พูดถึงคงไม่ได้ในยุคนี้ คือในส่วนของ delivery ซึ่งมีการเติบโตเป็นอย่างมาก โดย จุดเด่นที่สำคัญทำให้เราเติบโตในตลาด Delivery คือ คุณภาพของอาหารและความอร่อยคุ้มค่า ไม่ต่างกับการที่ลูกค้ามาทานที่ร้านที่คัตสึยะ เรายังพัฒนาเมนูใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้ทานทุก 2 เดือน ซึ่งบางเมนูเป็นเมนูที่มาจากทางญี่ปุ่น และอีกส่วนพัฒนาจากในประเทศ ทำให้ลูกค้าได้ลิ้มลองเมนูใหม่ๆ นอกจากเมนูทงคัตสึ สันนอก หรือคัตสึด้ง เมนูซิกเนเจอร์ของคัตสึยะ

9 ปีแบรนด์คัตสึยะยังคงตอกย้ำความเป็น No.1 คัตสึด้งยอดนิยมจากญี่ปุ่น รสชาติแท้ เจแปนนิสสไตล์ ทงคัตสึต้องคัตสึยะ ตัวจริงเรื่องหมูทอดในสไตล์ญี่ปุ่น

• อร่อยดี (AROI DEE)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ผุดร้านอาหารแบรนด์ใหม่ "อร่อยดี" ในปี 2562 ซึ่งปัจจุบันมีสาขาทั้งสิ้น 30 สาขา ด้วยวิสัยทัศน์ต้องการเป็นแบรนด์ที่ได้รับการยอมรับในระดับโลกด้านเครือข่ายธุรกิจอาหารไทย ที่ส่งมอบความสะดวกและคุณภาพชีวิตที่ดี รวมถึงพันธกิจการมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับชุมชนและสังคม ทำให้ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด หรือ CRG ซึ่งดำเนินกิจการด้านอาหารมา 44 ปี เปิดร้านอาหารจานด่วน "อร่อยดี" (Aroidee) เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ พนักงานออฟฟิศ คนทำธุรกิจส่วนตัว อายุระหว่าง 25 – 45 ปี ที่ชื่นชอบอาหารไทย รสชาติอร่อย มองหาร้านอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก สามารถเลือกมาเป็นจุดแวะ เติมความอิ่มในเวลารีบเร่งได้ ตามสโลแกนหลัก "รสชาติคุ้น อิ่มครบ จบทุกมื้อ"

ปัจจุบันทางแบรนด์มีความพร้อม สำหรับเป้าหมายการขยายและสาขา โดยพื้นที่ทำเลเป้าหมาย Residential Area, Standalone

ด้านจุดแข็งของการทำธุรกิจแบรนด์อร่อยดี คือ

1. เป็นแบรนด์ร้านอาหารจานด่วนที่ส่งมอบอาหารไทย รสชาติคุ้น
2. อิ่มครบ จบทุกมื้อ ด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทำเลที่ตั้งสะดวก
3. เป็นศูนย์รวมความอร่อย ด้วยแบรนด์ที่หลากหลาย อาทิ เจ๊เกียง โจ๊กกองปราบ, โตเกียว โบวล์ และ เจ๊เกียงหมูทอด ข้าวเหนียวนุ่ม เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า สถานการณ์โควิด ที่ผ่านมา แบรนด์อร่อยดี กลับไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เนื่องจากยอดขายส่วนใหญ่ มาจากช่องทาง Delivery

• เกาลูน (Kowlune)

"เกาลูน" ซาลาเปา ติ่มซำ ความอร่อยระดับโรงแรม 5 ดาว ที่มีประวัติยาวนานกว่า 37 ปี สูตรลับโดยเชฟชาวฮ่องกงจากห้องอาหารไดนาสตี้ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลเวิลด์ ที่มีจุดเด่นด้านความอร่อยแบบต้นตำรับกับเมนู Signature อย่างซาลาเปาเนื้อเนียนนุ่ม ที่ใช้แป้งหมักสไตล์ฮ่องกงในเมนูยอดนิยม ไม่ว่าจะเป็น ซาลาเปาไส้หมูแดง ไส้หมูสับ หรือไส้ไข่เค็มลาวา หรือซุปข้นเสฉวน อีกเมนูเด่นขายดีของร้าน ที่มีรสชาติเปรี้ยวนำ หอมกลิ่นน้ำมันพริกและหน่อไม้ ที่ยังคงรสชาติสไตล์ฮ่องกงฉบับดั้งเดิมด้วย Concept "รสชาติระดับโรงแรม 5 ดาว ในราคาสบายกระเป๋า" ทุกเมนูของเกาลูน จึงยังคงความพิถีพิถันจากมาตรฐานการปรุงอาหารระดับโรงแรม เพียบพร้อมด้วยเมนูอาหารที่หลากหลาย อร่อยได้ทุกมื้อ ดีต่อสุขภาพ ในราคาที่เข้าถึงได้ง่าย เน้นการขยายสาขาจำนวนมากๆเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย ในรูปแบบขนาดเล็ก (Kiosk) ขนาด 6 – 10 ตรม. โดยเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าหลากหลายวัย และเน้นความรวดเร็ว สไตล์ Grab&Go เพื่อปรับให้เข้ากับไลฟ์สไตล์คนในปัจจุบัน

• อาริกาโตะ (Arigato)

แบรนด์อาริกาโตะ (Arigato) แบรนด์เครื่องดื่มใหม่ ที่เข้ามาอยู่ในพอร์ตการบริหารงานโดย บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ตั้งแต่เมื่อปี 2564 ที่ผ่านมา และในปัจจุบันมีจำนวนสาขากว่า 800 สาขาทั่วประเทศไทย ทั้งในร้าน Mister Donut, Tops, Family Mart และใน KFC Cafe by Arigato โดยอยู่ภายใต้การจัดการของบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด "ซีอาร์จี" จำนวน 185 สาขา และยังมีแผนการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2566 ในรูปแบบ Shop in Shop

อาริกาโตะ 'ARIGATO' เป็นแบรนด์เครื่องดื่ม ที่มีกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่น เราคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพส่งตรงจากญี่ปุ่น และยังมีเมนูกว่า 50 เมนู เรามั่นใจว่าทุกแก้วของเราถูกรังสรรค์ด้วยวัตถุดิบคุณภาพ บริการที่ดี และราคาเข้าถึงง่าย เพราะเราใส่ใจทุกขั้นตอนตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทั้งเมล็ดกาแฟสดคุณภาพดีที่มีความพิถีพิถันในการคั่วและบด และเมนูซิกเนเจอร์ "มัทฉะลาเต้" ด้วยผงมัทฉะแท้ 100% นำเขาจากเมืองดังอย่าง ชิซูโอกะ (Shizuoka Matcha) หรือ อูจิ (Uji Matcha) ประเทศญี่ปุ่น และยังมีเมนูเครื่องดื่มตามเทศกาลต่าง ๆ ออกมาสร้างความแปลกใหม่ตลอดทั้งปี

ซึ่งในปี 2565 ทางแบรนด์อาริกาโตะใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยจับมือกับ Partner ที่เป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มในไทยอย่าง M150 ออกเครื่องดื่ม Boost up Energy เครื่องดื่มชูกำลังแนวใหม่ในรูปแบบ M-Jelly (เอ็มเจลลี่) เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสดชื่นในช่วงบ่าย หรือกลุ่มที่ต้องการเติมพลังงานระหว่างวัน อีกทั้งเครื่องดื่มมอลต์สกัดเข้มข้นอย่าง Ovaltine ในแคมเปญ Ovaltine Cookie Crunch เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น

กลุ่ม GENZ ซึ่งได้รับกระแสตอบรับจากลูกค้าอย่างล้นหลาม นอกจากการพัฒนาสินค้าใหม่เรายังออกสินค้าพรีเมียมเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการสร้างรายได้ในช่องทางใหม่ๆ อย่างแก้วน้ำลายลิขสิทธิ์แท้จากเกาหลี Kakao Friends ให้แบรนด์อาริกาโตะเป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มที่ชื่นชอบคาเรคเตอร์คาเคาเฟรนส์ หรือแม้กระทั่งกลุ่มนักสะสม และในปี 2566 ทางอาริกาโตะยังคงกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าร่วมกับ Partner ในตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มคน GEN Z ให้รู้จักเรามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

รวมถึงการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยัง Delivery ทั้ง Own Platform Food Hunt และ Food Aggregator รวมถึงช่องทางการขายใหม่ ใน E-market place ทั้ง Shopee ,Lazada ในด้านการตลาดเองเราเน้นการสื่อสารไปยัง Social Media Platform ต่างๆ ทั้ง Facebook, IG รวมถึง Platform ที่กำลังได้รับความนิยมอย่าง TikTok เพื่อเป็นการนำส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วอีกด้วย

เรายังคงไม่ลืมที่จะรักษามาตรฐานและคุณภาพที่เป็นหัวใจหลักในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่า "อาริกาโตะ" ไม่ได้เป็นเพียงชาและกาแฟที่อร่อยเท่านั้น แต่ทุกแก้วของเราจะส่งตรงถึงมือลูกค้ามอบเครื่องดื่มแทนคำ "ขอบคุณ" จากใจของเรา #Thankyoucup

• แกร็บ คิทเช่น บาย เอวี่ ฟู้ด (Grab Kitchen by Every Foood)

ซีอาร์จี ร่วมกับ แกร็บฟู้ด ในการเปิดคลาวด์คิทเช่น "GrabKitchen by Every Foood" ให้เป็นทางเลือกที่จะช่วยธุรกิจ ร้านอาหารที่ต้องการขยายสาขาแต่ต้องการใช้เงินลงทุนที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้งยังเพิ่มการกระจายตัวของร้านอาหารหลากหลายประเภทไปตามย่านต่างๆ ทั้งใจกลางเมือง แหล่งชุมชน ออฟฟิศสำนักงาน ฯลฯ รวมไปถึงผู้บริโภคจะได้รับความสะดวกในการสั่งอาหารจากร้านอาหารชื่อดังหลากหลายประเภท หลายร้านค้า ได้ในออเดอร์เดียว คลาวด์คิทเช่น สามารถตอบโจทย์ทั้งของร้านอาหารและของลูกค้าในทุกแง่มุมได้เป็นอย่างดี ความร่วมมือในครั้งนี้ถือเป็นการนำเอาจุดแข็งของทั้งสองหน่วยงานในการสร้างการเติบโตให้แก่ผู้ประกอบการฯ ได้อย่างยั่งยืน โดยแกร็บได้นำเอาจุดแข็งในการใช้ข้อมูล (Data) มาวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคที่ช่วยให้พาร์ตเนอร์ร้านค้าบน GrabKitchen สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกและสนับสนุนเหล่าพาร์ตเนอร์ให้อยู่เหนือความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา นำมาผสานกับจุดแข็งของซีอาร์จีที่มีประสบการณ์การบริหารธุรกิจร้านอาหารมาอย่างยาวนาน เพื่อช่วยกลุ่มพาร์ตเนอร์ในการจัดการร้านอาหารได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งความร่วมมือในครั้งนี้ถือเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญในการเสริมจุดแข็งให้แก่การขยายธุรกิจ GrabKitchen ต่อไป

• ราเมน คาเกทสึ อาราชิ (Ramen Kagetsu Arashi)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด เปิดตัวแบรนด์ ราเมน คาเกทสึ อาราชิ (Ramen Kagetsu Arashi) ส่งตรงจากประเทศญี่ปุ่น และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีสาขาในญี่ปุ่นมากกว่า 200 สาขา และอีกมากกว่า 290 สาขาทั่วโลก ด้วยแบรนด์คาแรคเตอร์ที่ชัดเจน มีเมนูหลากหลาย ที่ทุกเมนูมีเรื่องราวที่น่าสนใจ ชวนประทับใจทั้งรสชาติ คุณภาพ และสไตล์ กับคอนเซปต์ "ราเมน คือความบันเทิงระดับโลกของญี่ปุ่น"

โดยบริษัทได้ซื้อเข้ามาในรูปแบบแฟรนไชส์ เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2565 สาขาแรกในประเทศไทย ณ ชั้น 4 ศูนย์การค้าสยามสแควร์วัน

"ราเมน คาเกทสึ อาราชิ" นับเป็นร้านราเมนระดับ Top 3 ของญี่ปุ่น มีเมนูที่หลากหลาย และมีความเป็น Product Innovation ที่ทุกเมนูมีเรื่องราวที่น่าสนใจ ชวนประทับใจทั้งรสชาติ คุณภาพ และสไตล์ กับคอนเซปต์ "ราเมน คือความบันเทิงระดับโลกของญี่ปุ่น" กับเคล็ดลับความอร่อยจากส่วนผสมสูตรพิเศษสุดยอดจากญี่ปุ่น และน้ำซุปกลมกล่อมที่เคี่ยวจากขาหลังหมูที่ส่วนต้นขา ผ่านการเคี่ยวอย่างพิถีพิถันเป็นเวลานาน จนกลายเป็น เก็นคตสึ ราเมน (Genkotsu Ramen) นั่นคือคอลลาเจนของหมู ที่ลอยอยู่ด้านบนของราเมน ซึ่งหาได้ยาก ทำให้น้ำซุปมีรสหวาน และเนื้อสัมผัสที่นุ่มนวลละมุนลิ้น แตกต่างจากทงคตสึราเมนซุปกระดูกหมูสีขาวขุ่น ในราคาที่เข้าถึงง่าย เริ่มต้น 150 บาท

• สลัดแฟคทอรี่ (Salad Factory)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัดได้ร่วมลงทุนในบริษัท กรีนฟู้ดแฟคทอรี่ จำกัดในสัดส่วน 51% ในการสนับสนุนแบรนด์ไทยให้เพิ่มศักยภาพและขยายธุรกิจได้อย่างมั่นคง โดยแบรนด์สลัดแฟคทอรี่ เป็นแบรนด์ที่เน้นความใส่ใจในเรื่องของคุณภาพอาหาร เหมือนกับทำให้คนในครอบครัวตัวเองทาน ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบเกรดพรีเมียมจากแหล่งผลิตที่ตรวจสอบได้ว่าปลอดภัยและดีต่อสุขภาพของลูกค้าจริงๆ ผ่านการปรุงในสไตล์โฮมเมดและความสร้างสรรค์ รวมถึงน้ำสลัด และซอสต่างๆที่ทางร้านทำเองโดยเฉพาะ จนมีเมนูเพื่อสุขภาพถึงกว่า 200 เมนู ซึ่งเดิมมีสาขาทั้งหมด 7 สาขา จุดเริ่มต้นสาขาแรกอยู่ที่เมืองทองธานี ก่อนจะได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงและขยายธุรกิจมาจนถึงปัจจุบัน

ปัจจุบันทางบริษัทได้มีการขยายธุรกิจทั้งในส่วนของร้านอาหาร ที่มีมากกว่า 30 สาขาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และยังมีแผนการขยายสาขาไปในต่างจังหวัดในปี 2566 รวมทั้งการขยายธุรกิจในส่วนของโรงงานน้ำสลัด ที่ผลิตภายใต้แบรนด์ “Salad Factory” รวมถึงการเป็นผู้ผลิตให้กับหลากหลายแบรนด์ โดยใช้มาตรฐานการผลิตระดับสากล

ทางบริษัทต้องการที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไปพร้อมๆกับการเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยผลักดันเศรษฐกิจของไทย โดยเฉพาะในส่วนของภาคการเกษตรชุมชน ที่เรามุ่งเน้นการสนับสนุนการเกษตรอินทรีย์ ที่ให้ผลดีกับทั้งผู้ปลูกและสินค้าที่ปลอดภัยกับคนทาน และสร้างอาชีพให้กับหลากหลายชุมชนทั่วประเทศ ซึ่งมีเป้าหมายสูงสุดคือการนำแบรนด์ร้านอาหารของคนไทยไปสู่ต่างประเทศ

• บราวน์ คาเฟ่ (Brown Cafe)

บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด เป็นบริษัทที่จัดตั้งเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2563 และมีการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหาร ของหวาน เบเกอรี่ และ เครื่องดื่มภายใต้ชื่อทางการค้า “บราวน์ คาเฟ่ (Brown Cafe)” รายได้หลักของบริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด มาจาก Brown Cafe ในประเทศไทยที่ ซึ่ง ณ ปัจจุบัน มีการเปิดดำเนินการ 11 สาขาในประเทศไทย โดยเป็นสาขาที่ บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด เป็นเจ้าของเองจำนวน 10 สาขา และ เป็นสาขาที่ให้สิทธิ์ในการบริหาร (franchise) อีก 1 สาขา

ในปีหน้านี้วางกลยุทธ์ไว้หลายๆด้าน เน้นเรื่องของการขยายสาขาเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ในการขายกับกลุ่มลูกค้าของทาง บราวน์ คาเฟ่ จะเน้นในรูปแบบของ Dessert Cafe เพื่อเน้นย้ำ คอนเซป “A Friendly Dessert for Your Health” ให้กับกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบในขนมหวานแต่ใส่ใจในสุขภาพและให้ประสพการณ์กับลูกค้าในการทานชานมไข่มุกและขนมหวานมากขึ้นในรูปแบบของ Brown cafe และในเรื่องของ Product ทาง Brown จะคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและรสชาติที่ตอบโจทย์กับลูกค้าให้ จะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆมากขึ้นด้วย

อีกทั้งยังเน้นเรื่องการพัฒนาแบรนด์ และการสื่อสารของแบรนด์ เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น การขยายช่องทางการขายใหม่ๆทั้งไปในส่วนของ Online และ Modern Trade เพื่อช่วยสร้างยอดขาย เน้นการทำการตลาดเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและเพิ่มยอดขายโดยผ่านทาง Social Network โดยผ่านเพจของแบรนด์, Blogger และ Influencer, Page Review ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการรับรู้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและสามารถสร้างฐานลูกค้าที่ชื่นชอบในชานมไข่มุกและขนมหวานได้มากขึ้น

• ส้มตำนัว (Somtam NUA)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้เข้าบริหารจัดการแบรนด์ส้มตำนัว ภายใต้บริษัทจดทะเบียนในชื่อของบริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2564 เป็นต้นมา ซึ่งแบรนด์ส้มตำนัวเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน มีฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น(โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเมืองและชาวต่างชาติ) มีเป้าหมายที่จะส่งมอบอาหารอีสานรสชาติดั้งเดิม ด้วยวัตถุดิบที่คัดเลือกมาอย่างพิถีพิถัน มีเมนูซิกเนเจอร์มากมาย อีกทั้งยังเป็นแบรนด์ที่มีศักยภาพเนื่องจากอาหารอีสานเป็นอาหารยอดนิยมของทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ เริ่มสาขาแรกที่สาขาสยามสแควร์ซ.5 และหลังจากที่ได้รับตอบรับอย่างดีจากลูกค้า ก็มีการขยายสาขาเพิ่มภายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มากขึ้น โดยในปัจจุบันส้มตำนัวมีทั้งหมด 5 สาขา แบ่งเป็นสาขา Stand Alone 2 สาขา คือ สาขาสยามสแควร์ซ.5 และสาขาราชพฤกษ์ (ถ.พรานนก-พุทธมณฑลสาย 4) ส่วนสาขาในห้าง 3 สาขา คือ สาขาเซ็นทรัลเวิลด์ สาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว และสาขาเซ็นทรัลเอมบาซซี่

ในปี 2566 มีแผนที่จะขยายการเติบโต โดยต้องการจะเปิดร้านขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น และเป็นการขยายฐานลูกค้าที่จากเดิมจะเน้นแค่กลุ่มลูกค้าในเมืองเท่านั้น โดยในปีนี้จะมุ่งเน้นเปิดสาขาในรูปแบบของ Stand Alone ในบริเวณที่เป็น Residential area ที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง รวมไปถึงใน Community Mall ที่มีกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ เพื่อขยายแบรนด์ให้ครอบคลุมพื้นที่ของกรุงเทพเพิ่มขึ้น และเป็นที่รู้จักมากขึ้น และในทุกสาขาก็มีการขยายรูปแบบการขายแบบ Delivery เพื่อรองรับการเติบโตของลูกค้าที่ปัจจุบันเน้นความสะดวกสบายมากขึ้น และไม่อยากเดินทางไปที่ร้าน ก็สามารถสั่งอาหารได้ ทั้งจากสาขาที่มีอยู่

นอกจากนี้ยังมีแผนที่จะพัฒนาธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ โดยยังคงยึดถือเรื่องการรักษามาตรฐาน คุณภาพของทั้งอาหาร รสชาติ และการบริการที่เป็นจุดแข็งมาอย่างยาวนานของแบรนด์ เพื่อให้สามารถขยายสาขาไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถคงความเป็น Authentic Taste ที่เหมือนกันในทุกสาขา เพื่อสามารถสร้างยอดขายและกำไรให้ได้อย่างยั่งยืน

SHINKANZEN SUSHI

• ชินคันเซ็น ซูชิ (Shinkanzen Sushi)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้เข้าบริหาร ภายใต้บริษัทจดทะเบียนในชื่อของ บริษัท เดอะ ฟู้ด ซีเล็คชั่น กรุ๊ป จำกัด ตั้งแต่วันที่ 3 พฤษภาคม 2565 เป็นต้นมา จุดเริ่มต้นของร้าน “ชินคันเซ็น ซูชิ” มาจากนักศึกษามหาวิทยาลัยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หลังจากขึ้นปี 3 มีเพื่อนหลายๆคน ในคณะเริ่มต้นทำธุรกิจ จึงเป็นที่มาในการมองหาโอกาสเพื่อลงทุนทำธุรกิจร้านอาหาร โดยเริ่มจากการตระเวนทานอาหารร้านอร่อยๆ โดยเฉพาะ “ร้านอาหารญี่ปุ่น” ซึ่งในขณะนั้นอาหารญี่ปุ่นมีราคาค่อนข้างสูง เข้าถึงได้ยาก โดยเฉพาะนักศึกษามหาลัยที่กำลังซื้อไม่ค่อยสูง เลยทำให้หาทานได้ไม่บ่อยครั้ง ทำให้เกิดแรงบันดาลใจที่อยากสร้างร้านอาหารญี่ปุ่นในราคาที่นักศึกษาและคนทั่วๆไปสามารถเข้าถึงได้ ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น “ชินคันเซ็น ซูชิ” จึงถือกำเนิดขึ้นเป็นสาขาแรกที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ซึ่งเป็นร้านเล็กๆ มีที่นั่งเพียงแค่ 7-8 โต๊ะเท่านั้น แต่สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือผลตอบรับดีเกินคาด มีลูกค้ามาทานเต็มพื้นที่ร้าน ตั้งแต่วันแรกที่เปิดให้บริการ หลังจากนั้นมาร้าน “ชินคันเซ็น ซูชิ” เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นที่มาของการขยายสาขา โดยเน้นตั้งสาขาใกล้ๆมหาวิทยาลัย ย่านที่ทำงานและห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ธุรกิจร้านอาหาร “ชินคันเซ็น ซูชิ” เติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยใช้กลยุทธ์ด้าน “ราคา” ที่เข้าถึงได้ง่าย เริ่มต้นเพียงคำละ 11 บาท เมนูอาหารที่มีให้เลือกหลากหลาย ในด้าน “คุณภาพ” ของอาหาร มีการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพมีมาตรฐานไม่แพ้ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ขายราคาสูงและมีโรงงานในการผลิตวัตถุดิบ ซอสต่างๆสูตรเฉพาะของทางร้าน ธุรกิจ “ชินคันเซ็น ซูชิ” จึงเติบโตและขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารของ “ชินคันเซ็น ซูชิ” มีคอนเซ็ปต์ร้านอยู่ 3 รูปแบบ คือ

รูปแบบ **“Shinkanzen Sushi”** เป็นการบริการแบบร้านอาหารปกติ มีบริการทั้ง Dine in / Take away / Delivery เมื่อลูกค้าสั่งออเดอร์ ทางร้านจะทำออเดอร์ต่อออเดอร์ ทำให้ลูกค้าได้รับอาหารที่สดใหม่

รูปแบบ **“Shinkanzen GO”** เป็นรูปแบบบริการที่เหมาะสำหรับลูกค้าที่ต้องการความรวดเร็ว เชฟจะทำซูชิไว้แล้ว ลูกค้าสามารถเลือกหยิบแล้วทานที่ร้านหรือห่อกลับบ้านได้เลยโดยไม่ต้องรอนาน

รูปแบบ **“Shinkanzen Omakase”** เป็นรูปแบบบริการแบบคอร์ส โดยเชฟจะคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีที่สุดในแต่ละวันมารังสรรค์แบบคำต่อคำ วัตถุดิบของ Omakase นำเข้าจากตลาดปลาโทโยสุ ประเทศญี่ปุ่น

ในปี 2566 “ชินคันเซ็น ซูชิ” มีแผนที่จะขยายธุรกิจโดยเน้นเปิดร้านรูปแบบ “Shinkanzen Sushi” ซึ่งเป็นร้านใหญ่สำหรับรับประทานในร้าน เนื่องจากสถานะการณ์ปัจจุบันที่ลูกค้าออกมาทานอาหารที่ร้านมากขึ้น รวมถึงมีแผนที่จะขยายสาขาไปยังต่างจังหวัดเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าต่างจังหวัดที่ให้การตอบรับเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังโฟกัสการขายในรูปแบบ Delivery ที่เป็นช่องทางการขายหลักอีกช่องทางหนึ่งที่ “ชินคันเซ็น ซูชิ” เป็นผู้นำตลาดอยู่ในปัจจุบัน

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

วัตถุดิบและแหล่งที่มา

สำหรับซัพพลายเออร์ที่เป็นคู่ค้าจะถูกตรวจประเมินศักยภาพทั้งในด้านของมาตรฐานการผลิตและคุณภาพให้เป็นไปตามหลักสากล โดยวัตถุดิบในการผลิตของ CRG แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ วัตถุดิบที่เป็นอาหารสดและอาหารแช่แข็ง ได้แก่ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ มันฝรั่ง และ อาหารทะเลเป็นต้น และ วัตถุดิบอาหารแห้ง ได้แก่ แป้ง น้ำมัน ซอส เครื่องเทศ อาหารกระป๋อง กาแฟ น้ำตาล บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น โดยทาง CRG มีการจัดหาวัตถุดิบทั้งจากแหล่งภายในประเทศ และ ต่างประเทศ โดย ทางบริษัท มีการทำงานร่วมกับทาง franchisors และ ซัพพลายเออร์ ในการเลือกจัดหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มทางเลือก และ มั่นใจว่าจะสามารถจัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพได้อย่างต่อเนื่องและในราคาที่เหมาะสม

คลังสินค้าและการจัดส่งวัตถุดิบ

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด มีการจัดวางระบบจัดการคลังสินค้า และการกระจายสินค้าและวัตถุดิบ เข้าสู่สาขาต่างๆทั่วประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ได้รับการตรวจประเมิน Audit จาก NSF เป็นประจำทุกปี ซึ่งเป็นสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก นอกจากนี้ทาง CRG ได้เพิ่มมาตการรับมือการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยผู้ที่ปฏิบัติงานในคลังทุกคนและซัพพลายเออร์ที่มาส่งสินค้าจะถูกคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิ ล้างมือทำความสะอาด ตลอดจนสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่เข้าพื้นที่คลังสินค้า มีการเปลี่ยนแปลงกะการทำงานเพื่อไม่ให้พนักงานสัมผัสพบเจอกันเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดภายในคลัง หากซัพพลายเออร์ใดมาจากพื้นที่เสี่ยงก็จะขอความร่วมมือ งดรับสินค้าหรือเลื่อนรอบสินค้าออกไปก่อน โดยสินค้าที่ทาง CRG บริหารจัดการดูแล จะรวมถึง วัตถุดิบทั่วไปในอุณหภูมิปรกติ (Dry goods) วัตถุดิบแช่เย็น (Chilled) และ วัตถุดิบแช่แข็ง (Frozen)

โดยการบริหารจัดการคลังสินค้าจะประกอบด้วยศูนย์การกระจายสินค้า 2 แห่ง ซึ่งการบริหารการจัดการสินค้านี้ จะถูกควบคุมโดยระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System : WMS) เพื่อควบคุมกระบวนการต่างๆ ตั้งแต่กระบวนการรับสินค้า (Receiving) การจัดเก็บสินค้า (Put away) การจัดและการเติมสินค้า (Picking & Replenishment) เพื่อเตรียมการจัดส่งไปยังร้านสาขาต่างๆทั่วประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยระบบ WMS จะช่วยควบคุมกระบวนการจ่ายสินค้าทั้งแบบ FIFO (First in, first out) และ FEFO (First expired, first out) ช่วยในการควบคุมอายุสินค้า และปริมาณสต็อกสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อให้มีปริมาณสินค้าเพียงพอและสามารถตอบสนองความต้องการของร้านสาขาได้ ทั้งนี้ยังรวมถึงระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) เมื่อพบสินค้าที่มีปัญหา ให้สามารถเรียกคืนได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว

ส่วนระบบการจัดการขนส่งสินค้า การกระจายสินค้าและวัตดุดิบเข้าสู่สาขาต่างๆ จะถูกควบคุมโดยระบบการจัดการการขนส่ง (Transportation Management System : TMS) เพื่อบริหารการจัดส่งสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพเชื่อถือได้ และค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าสูงสุด โดยระบบจะเลือกใช้ประเภทของรถ และขนาดของรถให้เหมาะสมกับปริมาณสินค้าและสถานที่ที่จัดส่งสินค้าปลายทาง และมีการรีวิว และ optimize เส้นทางการจัดส่งเป็นรายไตรมาสเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าให้ต่ำที่สุด

การผลิต

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด วางขั้นตอนการผลิตอาหาร แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การผลิต ณ จุดจำหน่าย
2. การผลิตจากโรงงานและครัวกลาง เช่น โรงงานผลิตไอศกรีม ภายใต้บริษัท ซีอาร์จี แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด และ Central kitchen

ขั้นตอนการผลิตสินค้าของแต่ละแบรนด์จะอยู่ภายใต้ข้อกำหนด และการควบคุมคุณภาพในทุกๆ ขั้นตอนการผลิตของผู้ให้สิทธิในแต่ละแบรนด์ โดยมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีมาตรฐาน ประสิทธิภาพ และพัฒนาอย่างต่อเนื่องก้าวทันต่อโลก และมีระบบควบคุมตรวจสอบคุณภาพในระหว่างการผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบให้กับลูกค้าได้คุณภาพ ปลอดภัย และถึงมือลูกค้าเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งประเทศ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการกำจัดของเสีย

เรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม CRG มีนโยบายในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ โดยไม่มีการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทโฟม ยกเว้นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องใช้เพื่อเก็บความเย็นเท่านั้น

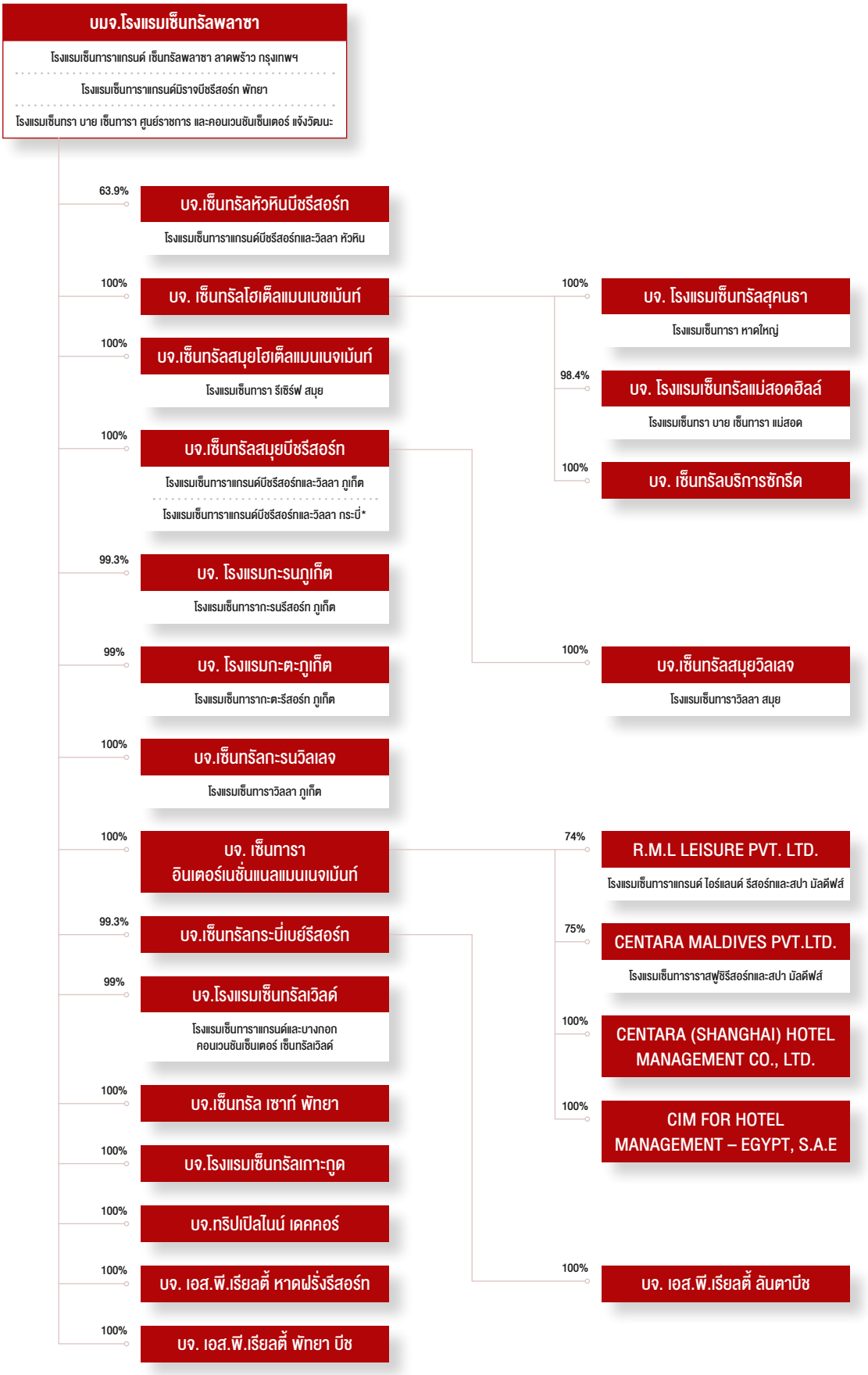
วิธีการกำจัดของเสียหรือวัตถุดิบที่เหลือใช้จากการผลิต ทุกๆ ร้านของแต่ละแบรนด์ จะมีระบบท่อน้ำทิ้งและถังดักไขมันก่อนที่จะระบายน้ำสู่ท่อระบายน้ำเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบใดๆ ต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้วัตถุดิบที่เหลือใช้จากการผลิตบางชนิด เช่น น้ำมันก็จะนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่นเพื่อนำไปใช้ในการผลิตสินค้าอื่นๆ ต่อไป เช่น สบู่ ไบโอดีเซล โดยมีข้อกำหนดว่า ผู้ซื้อน้ำมันเก่าจะต้องมีเอกสารตัวจริง รับรองว่านำน้ำมันเก่าไปขายต่อให้โรงงานใด และ CRG ได้ตรวจสอบการซื้อ-ขายกับโรงงานปลายทางโดยสุ่มตรวจ 2-3 เดือนต่อครั้งจากการขอตรวจเอกสารการซื้อขายจากโรงงานผู้ซื้อปลายทาง เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำมันเหล่านี้ไปสู่ตลาดผู้บริโภค

สำหรับระบบบำบัดน้ำเสียจากกระบวนการผลิตไอศกรีมที่ โรงงาน บริษัท ซีอาร์จี แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด นั้น การดูแลผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ใช้ระบบบำบัดน้ำเสียที่ออกแบบโดยวิธีการกำจัดแบบ Anaerobic Digestion ตามด้วย Activated Sludge Process ซึ่งสามารถรับน้ำเสียได้ 80 ลูกบาศก์เมตร ต่อวัน หลังจากนั้นทำการตรวจค่ามาตรฐานน้ำเสีย ก่อนปล่อยสู่ระบบบำบัดกลางของนิคมอุตสาหกรรมนวนคร เพื่อบำบัดซ้ำอีกครั้งก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะต่อไป

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท (1/2)

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

บริษัทและบริษัทย่อยหลายแห่งประกอบธุรกิจโรงแรม บริษัทย่อยสองแห่งประกอบธุรกิจอาหาร โดยมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มตามแผนภาพดังนี้

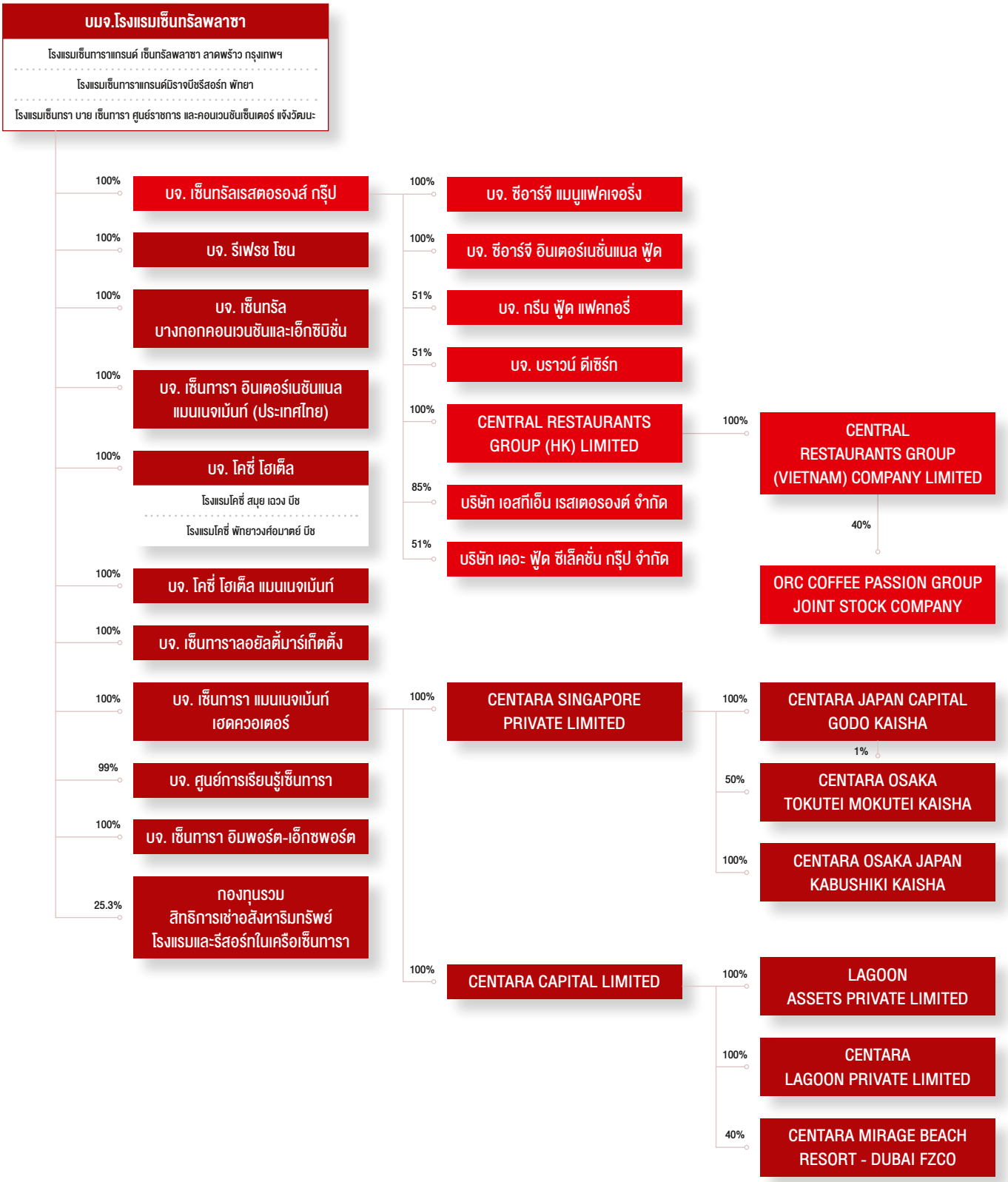


*บจ.เซ็นทรัลกระบี่เบย์รีสอร์ท เป็นเจ้าของ

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท (2/2)

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

บริษัทและบริษัทย่อยหลายแห่งประกอบธุรกิจโรงแรม บริษัทย่อยสองแห่งประกอบธุรกิจอาหาร โดยมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มตามแผนภาพดังนี้



สรุปข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย 2565 (1/6)

สรุปข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทถือครองจำนวนหุ้นร้อยละ 10 ขึ้นไป

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%)
1	บริษัท เซ็นทรัลหัวหินบีชรีสอร์ท จำกัด เลขที่ 1 ถ.ดำเนินเกษม ต.หัวหิน อ.หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โทรศัพท์ : (032) 512-021 โทรสาร : (032) 511-099	โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีช รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน (251 ห้อง)	1,850,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	63.9%
2	บริษัท เซ็นทรัลสมุยโฮเต็ลแมนเนจเม้นท์ จำกัด เลขที่ 38/2 ม. 3 ต.บ่อผุด อ.เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โทรศัพท์ : (077) 230-500 โทรสาร : (077) 230-522	โรงแรมเซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย (184 ห้อง)	1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
3	บริษัท เซ็นทรัลสมุยบีชรีสอร์ท จำกัด เลขที่ 38/2 ม. 3 ต.บ่อผุด อ.เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โทรศัพท์ : (077) 230-500 โทรสาร : (077) 230-522	โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีช รีสอร์ท ภูเก็ต (262 ห้อง)	6,700,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
4	บริษัท เซ็นทรัลสมุยวิลเลจ จำกัด เลขที่ 111 หมู่ 2 ตำบลมะเร็ต อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โทรศัพท์ : (077) 424-020 โทรสาร : (077) 424-022	โรงแรมเซ็นทาราวิลลา สมุย (100 ห้อง)	550,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัลสมุยบีชรีสอร์ท จำกัด)
5	บริษัท เซ็นทรัลโฮเต็ลแมนเนชเม้นท์ จำกัด เลขที่ 1695 ถ.พหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ลงทุนในบริษัทอื่น	2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
6	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลสุคนธา จำกัด เลขที่ 3 ถนนเสน่หานุสรณ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โทรศัพท์ : (074) 352-222 โทรสาร : (074) 352-223	โรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่ (248 ห้อง)	1,450,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัลโฮเต็ลแมนเนชเม้นท์ จำกัด)
7	บริษัท เซ็นทรัลกะรนวิลเลจ จำกัด เลขที่ 701 ถนนปฏิภัก ตำบลกะรน อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โทรศัพท์ : (076) 286-300 โทรสาร : (076) 286-316	โรงแรมเซ็นทาราวิลลา ภูเก็ต (72 ห้อง)	375,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
8	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลแม่สอดฮิลล์ จำกัด เลขที่ 100 ถ.สายเอเชีย อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โทรศัพท์ : (055) 532-601 โทรสาร : (055) 532-600	โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา แม่สอด (113 ห้อง)	190,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 1,000 บาท	98.4% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัลโฮเต็ลแมนเนชเม้นท์ จำกัด)

สรุปข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย 2565 (2/6)

สรุปข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทถือครองจำนวนหุ้นร้อยละ 10 ขึ้นไป

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%)
9	บริษัท เซ็นทรัลกระบี่เบย์รีสอร์ท จำกัด เลขที่ 396-396/1 หมู่ที่ 2 ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ โทรศัพท์ : (075) 637-789 โทรสาร : (075) 637-800	โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีชรีสอร์ทและวิลลา กระบี่ (192 ห้อง)	5,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
10	บริษัท โรงแรมกะรนภูเก็ต จำกัด เลขที่ 502/3 ถนนปฏิก ตำบลกะรน อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โทรศัพท์ : (076) 396-200-5 โทรสาร : (076) 396-491	โรงแรมเซ็นทารา กะรนรีสอร์ท ภูเก็ต (335 ห้อง)	5,200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	99.3%
11	บริษัท โรงแรมกะตะภูเก็ต จำกัด เลขที่ 54 ถนนเกศขวัญ ตำบลกะรน อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โทรศัพท์ : (076) 370-300 โทรสาร : (076) 333-462	โรงแรมเซ็นทารา กะตะรีสอร์ท ภูเก็ต (163 ห้อง)	1,200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	99.0%
12	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด เลขที่ 999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 100-1234 โทรสาร : (02) 100-1235	โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ (509 ห้อง)	20,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0%
13	บริษัท เซ็นทรัลบริการซักรีด จำกัด เลขที่ 1695 ถ.พหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ไม่ได้ประกอบกิจการ	15,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัลโฮเต็ลแมนเนชเม้นท์ จำกัด)
14	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลเกาะกูด จำกัด เลขที่ 1695 ถ.พหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769 -1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ไม่ได้ประกอบกิจการ	1,200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0%
15	บริษัท ทริปเปิลไนน์ เดคคอร์ จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ให้เช่าที่ดินบางส่วน	800,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0%
16	บริษัท เอส.พี.เรียลตี้ ลันตาบีช จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ไม่ได้ประกอบกิจการ	360,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัลกระบี่เบย์รีสอร์ท จำกัด)

สรุปข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย 2565 (3/6)

สรุปข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทถือครองจำนวนหุ้นร้อยละ 10 ขึ้นไป

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%)
17	บริษัท เอส.พี.เรียลตี้ พัทยา บีช จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ให้เช่าที่ดินบางส่วน	800,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0%
18	บริษัท เอส.พี.เรียลตี้ หาดฝั่งรีสอร์ท จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ไม่ได้ประกอบกิจการ	885,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0%
19	บริษัท เซ็นทาราอินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ จำกัด เลขที่ 999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ลงทุนในบริษัทอื่น และรับบริหารโรงแรม	1,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0%
20	R.M.L LEISURE Pvt. Ltd. 2nd Floor 12 Boduthakurufaanu Magu K. Male' 20094 Maldives Tel : + 960 330 6566 Fax : + 960 330 9796	โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ ไอร์แลนด์รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ (112 ห้อง/วิลลา)	17,990 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 778.21 ดอลลาร์สหรัฐ	74.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทาราอินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ จำกัด)
21	บริษัท รีเฟรช โซน จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เซ็นวารี เฮลตี้ สปา จำกัด) เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	สปา	10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0%
22	บริษัท เซ็นทรัล บางกอกคอนเวนชัน และเอ็กซิบิชั่น จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ไม่ได้ประกอบกิจการ	10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0%
23	บริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	รับบริหารโรงแรม	1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100.0%
24	Centara Maldives Pvt. Ltd. 2nd Floor (Eastwing), AAGE Henveiru, Male 20094 Republic of Maldives Tel : + 960 333 3644 Fax : + 960 331 5453	โรงแรมเซ็นทาราราสฟูชิ รีสอร์ท และสปา มัลดีฟส์ (140 ห้อง/วิลลา)	40,560,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 9.16 รูฟิยามัลดีฟ	75.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ จำกัด)

สรุปข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย 2565 (4/6)

สรุปข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทถือครองจำนวนหุ้นร้อยละ 10 ขึ้นไป

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%)
25	บริษัท เซ็นทรัลเรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด เลขที่ 306 ถ.สีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 635-7930-9 โทรสาร : (02) 635-7940-1	ผู้รับสิทธิในการประกอบการ KFC, Mister Donut, Auntie Anne's, Katsuya, Chabuton Ramen, Tenya, Cold Stone Creamery, Yoshinoya, The Terrace, Pepper Lunch, Aroi Dee, Kowlune, Brown, Every Food	6,200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
26	บริษัท ซีอาร์จี แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด เลขที่ 55/18 หมู่ 13 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี โทรศัพท์ : (02) 909-2277-9 โทรสาร : (02) 529-4900	โรงงานผลิตไอศกรีม	16,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด)
27	บริษัท ซีอาร์จี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด เลขที่ 306 ถ.สีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 635-7930-9 โทรสาร : (02) 635-7940-1	ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น "Ootoya"	1,797,600 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด)
28	บริษัท เซ็นทารา อิมพอร์ต-เอ็กซพอร์ต จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ธุรกิจนำเข้าและส่งออก	100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท	100.0%
29	บริษัท โคซี่ โฮเต็ล จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	โรงแรมโคซี่ สมุย เฉวง บีช (150 ห้อง) โรงแรมโคซี่ พัทยา วงศ์อมาตย์ บีช (282 ห้อง)	7,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
30	บริษัท โคซี่ โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ไม่ได้ประกอบกิจการ	50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
31	บริษัท เซ็นทาราลอยัลตี้มาร์เก็ตติ้ง จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	จัดหาสิทธิพิเศษให้กับลูกค้า	500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
32	บริษัท ศูนย์การเรียนรู้เซ็นทารา จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ไม่ได้ประกอบกิจการ	1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท	100.0%

สรุปข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย 2565 (5/6)

สรุปข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทถือครองจำนวนหุ้นร้อยละ 10 ขึ้นไป

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%)
33	กองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา 400/22 ชั้น 6 อาคารธนาคารกสิกรไทย ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 673-3999 โทรสาร : (02) 276-3900	ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์	หน่วยลงทุนของกองทุน 320,000,000 หน่วย มูลค่าหน่วยลงทุน หน่วยละ 10 บาท	25.3%
34	Centara (Shanghai) Hotel Management Co., Ltd. Room 2306-7, Cross Tower, No.318 Fuzhou Road, Huangpu District, Shanghai, 200001	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ทุนจดทะเบียน 18,000,000 หยวนจีน ทุนที่ออกจำหน่ายแล้ว 13,600,000 หยวนจีน	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ จำกัด)
35	CIM for Hotel Management - Egypt, S.A.E North Tower, Nile City Buildings, 22nd Floor, Room No.2328-05, Ramlet Boulac, Corniche El Nile, Cairo	ไม่ได้ประกอบกิจการ	20,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 25 ปอนด์อียิปต์	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ จำกัด)
36	Centara Capital Limited 5/F, Manulife Place 248 Kwun Tong Road, Kowlon, Hong kong	ลงทุนในบริษัทอื่น	192,400,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 1 ดอลลาร์ฮ่องกง	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท บริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด)
37	บริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	รับบริหารโรงแรม	6,900,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	100.0%
38	Lagoon Assets Private Limited 6th Floor, Aage 12 Boduthakurufaanu Magu Maafannu, Republic of Maldives	ไม่ได้ประกอบกิจการ	5,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 รูฟิยามัลดีฟ	100.0% (ถือหุ้นโดย Centara Capital Limited)
39	Centara Mirage Beach Resort - Dubai FZCO Plot No. DIA - BR - 0004B Palm Deira Area, Dubai City, Dubai	โรงแรมเซ็นทารา มิราจ บีช รีสอร์ท ดูไบ (604 ห้อง)	5 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100,000 สหรัฐ อาหรับเอมิเรตส์เดอร์แฮม	40.0% (ถือหุ้นโดย Centara Capital Limited)
40	บริษัท เซ็นทรัล เซาท์ พัทยา จำกัด เลขที่ 999/99 ถ.พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : (02) 769-1234 โทรสาร : (02) 100-6232	ไม่ได้ประกอบกิจการ	100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท	100.0%
41	Central Restaurants Group (HK) Limited Level 54, Hopewell Centre, 183 Queen's Road East, Hong kong	ลงทุนในบริษัทอื่น	1 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 1 ดอลลาร์ฮ่องกง	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด)
42	Centara Singapore Private Limited 80 Robinson Road, #02-00, Singapore (068898)	ลงทุนในบริษัทอื่น	ทุนสำรองและที่ออกจำหน่ายแล้ว 2,000,000 เหรียญสหรัฐอเมริกา และ 5,049,950,000 เยน	100.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท บริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด)

สรุปข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย 2565 (6/6)

สรุปข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทถือครองจำนวนหุ้นร้อยละ 10 ขึ้นไป

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว	สัดส่วนการ ถือหุ้น (%)
43	Centara Lagoon Private Limited 6th Floor, Aage 12 Boduthakurufaanu Magu Maafannu, Republic of Maldives	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ทุนจดทะเบียน 10 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 1 ดอลลาร์สหรัฐ	100.0% (ถือหุ้นโดย Centara Capital Limited)
44	Centara Japan Capital Godo Kaisha 6-11, Ginza 1-chome, Chuo-ku, Tokyo	ลงทุนในบริษัทอื่น	ทุนสำรองและที่ออกจำหน่ายแล้ว 200,000,000 เยน	100.0% (ถือหุ้นโดย Centara Singapore Private Limited)
45	บจ. กรีน ฟู้ด แฟคทอรี่ 306 เซ็นทรัลสีลมทาวเวอร์ ชั้น 5-8 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร	ร้านอาหาร	190,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	51.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด)
46	Centara Osaka Japan Kabushiki Kaisha 6-11, Ginza 1-chome, Chuo-ku, Tokyo	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ทุนสำรองและชำระแล้ว 100,000,000 เยน (1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 เยน)	100.0% (ถือหุ้นโดย Centara Singapore Private Limited)
47	Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited 163 Phan Dang Luu Street, Ward 01, Phu Nhuan District, Ho Chi Minh City, Vietnam	ลงทุนในบริษัทอื่น	ทุนจดทะเบียนและที่ออกจำหน่าย แล้ว 68,732,620,000 ดงเวียดนาม	100.0% (ถือหุ้นโดย Central Restaurants Group (HK) Limited)
48	บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด 306 เซ็นทรัลสีลมทาวเวอร์ ชั้น 5-8 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร	อาหารและเครื่องดื่ม	93,976 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	51.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด)
49	Centara Osaka Tokutei Mokuteki Kaisha Chidoya-ku, Tokyo	ไม่ได้ประกอบกิจการ	หุ้นสามัญ 100,000 เยน หุ้นบุริมสิทธิ์ 9,900,000,000 เยน	51.0% (ถือหุ้นโดย Centara Singapore Private Limited และ Centara Japan Capital Godo Kaisha)
50	ORC Coffee Passion Group Joint Stock Company G11, Ground Floor (Commercial Area), Satra Eximland Building, 163 Phan Dang Luu, Ward 1 , Phu Nhuan District, Ho Chi Minh City	อาหารและเครื่องดื่ม	82,372,050 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 ดงเวียดนาม	40.0% (ถือหุ้นโดย Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited)
51	บริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด 306 เซ็นทรัลสีลมทาวเวอร์ ชั้น 5-8 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร	อาหารและเครื่องดื่ม	2,350,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท	85.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด)
52	บริษัท เดอะ ฟู้ด ซีเล็คชั่น กรุ๊ป จำกัด 9/51 หมู่ที่ 5 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	อาหารและเครื่องดื่ม	800,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท	51.0% (ถือหุ้นโดยบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด)

ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 รายแรก ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2565 มีดังนี้ *

ลำดับ	ผู้ถือหุ้นรายใหญ่	จำนวนหุ้น (หุ้น)	% หุ้น
1.	บริษัท เตียง จิราธิวัฒน์ จำกัด	67,523,190	5.00
2.	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	49,738,203	3.68
3.	นาย นิติ โอสถานุเคราะห์	41,314,611	3.06
4.	นาย สุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์	31,170,141	2.31
5.	นาย ปริญญ์ จิราธิวัฒน์	29,263,374	2.17
6.	นาย ณรงค์ฤทธิ์ จิราธิวัฒน์	29,226,590	2.16
7.	นาย ทศ จิราธิวัฒน์	28,976,874	2.15
8.	South East Asia UK (Type C) Nominees Limited	24,342,037	1.80
9.	DBS Bank LTD. AC DBS Nominees-PB Clients	23,060,000	1.71
10.	UBS AG Singapore Branch	22,963,360	1.70

หมายเหตุ :
กลุ่มจิราธิวัฒน์มีการถือหุ้นในบริษัทรวมกันเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.0 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว
* รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก จัดเรียงโดยบริษัท ศูนย์ฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 1,350 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,350 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท เป็นหุ้นที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้ว 1,350 ล้านบาท

การออกหลักทรัพย์อื่น

หลักทรัพย์อื่น

หุ้นกู้

บริษัทมีหุ้นกู้คงค้าง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ดังนี้

- **ครั้งที่ 3/2559 (บริษัทต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนทุน 2:1)**

ชื่อย่อ	:	CENTEL 239A
วงเงิน	:	1,000 ล้านบาท
นายทะเบียนหุ้นกู้	:	บมจ. ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย
อายุหุ้นกู้	:	7 ปี
วันที่ออกหุ้นกู้	:	29 กันยายน 2559
วันที่ครบกำหนดไถ่ถอน	:	29 กันยายน 2566
อัตราดอกเบี้ย	:	คงที่ 2.97% ต่อปี

- **ครั้งที่ 3/2559 (บริษัทต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนทุน 2:1)**

ชื่อย่อ	:	CENTEL 269A
วงเงิน	:	500 ล้านบาท
นายทะเบียนหุ้นกู้	:	บมจ. ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย
อายุหุ้นกู้	:	10 ปี
วันที่ออกหุ้นกู้	:	29 กันยายน 2559
วันที่ครบกำหนดไถ่ถอน	:	29 กันยายน 2569
อัตราดอกเบี้ย	:	คงที่ 3.39% ต่อปี

- **ครั้งที่ 1/2562 (บริษัทต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนทุน 2:1)**

ชื่อย่อ	:	CENTEL 240A
วงเงิน	:	600 ล้านบาท
นายทะเบียนหุ้นกู้	:	บมจ. ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย
อายุหุ้นกู้	:	5 ปี
วันที่ออกหุ้นกู้	:	31 ตุลาคม 2562
วันที่ครบกำหนดไถ่ถอน	:	31 ตุลาคม 2567
อัตราดอกเบี้ย	:	คงที่ 2.44% ต่อปี

นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทและบริษัทย่อยมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของกำไรสุทธิหลังภาษีเงินได้ เว้นแต่หากมีการขยายกิจการ ก็อาจพิจารณางดจ่ายเงินปันผลหรือจ่ายเงินปันผลต่ำกว่าร้อยละ 60 ของกำไรสุทธิ

ประวัติการจ่ายเงินปันผล

	2561	2562	2563	2564
กำไรสุทธิต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	0.88	0.79	(1.24)	(0.90)
เงินปันผลต่อหุ้น (หุ้นสามัญ)	0.65	งดจ่าย	งดจ่าย	งดจ่าย
อัตราการจ่ายเงินปันผล(1) (ร้อยละ)	73.86%	n/a	n/a	n/a

(1) อัตราการจ่ายเงินปันผล คำนวณจาก เงินปันผลต่อหุ้นหารด้วยกำไรสุทธิต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน

2. การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้เป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร ผ่านการกำหนดกรอบนโยบายการบริหารความเสี่ยง เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืนในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสียครอบคลุมทั้งกลุ่มธุรกิจโรงแรมและกลุ่มธุรกิจอาหาร ความเสี่ยงใดที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ของบริษัทจะต้องได้รับการบ่งชี้อย่างทันกาล ประเมินระดับความเสี่ยงทั้งทางด้านโอกาสเกิดและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากนั้นจะพิจารณาถึงต้นทุนและผลประโยชน์ของการจัดทำการควบคุมความเสี่ยงและจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่บริษัทยอมรับได้หรือลดระดับของความเสี่ยงโดยใช้กิจกรรมการควบคุมที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความมั่นใจในระดับหนึ่งว่าบริษัทได้ป้องกันความสูญเสียที่ไม่อาจยอมรับได้ตลอดจนมีการติดตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าความเสี่ยงทางธุรกิจได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม ทั้งนี้บริษัทตระหนักดีว่าความไม่แน่นอนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกมิติและอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ บริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาผ่านการทบทวนนโยบายและการใช้เครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมและทันกาล

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการประกาศนโยบายพัฒนาสู่ความยั่งยืนครอบคลุมทั้งมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล และได้ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ตามกรอบนโยบายด้านการพัฒนาความยั่งยืน พร้อมทั้งจัดอบรมเรื่องการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรให้กับผู้บริหารและพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถนำความรู้ไปปรับปรุงและพัฒนาการปฏิบัติงาน จนนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรในระยะยาว

ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

บริษัทมีการกำหนดกลยุทธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาวเพื่อรักษาสมดุลทางธุรกิจและความสำเร็จอย่างยั่งยืนและกำหนดให้มีการทบทวนกลยุทธ์เหล่านั้นอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะไม่ประสบความเสี่ยงที่เกิดจากการกำหนดกลยุทธ์หรือแผนดำเนินงานหรือการนำไปปฏิบัติอย่างไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยและสภาพแวดล้อมที่อาจเปลี่ยนแปลงไป ปีพ.ศ. 2565 เป็นปีที่ธุรกิจโรงแรมยังคงได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 โดย บริษัทยังคงใช้กลยุทธ์โดยเน้นในเรื่องของมาตรฐานขั้นสูงด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในการให้บริการ การลดต้นทุนค่าใช้จ่าย และปรับลดค่าใช้จ่ายส่วนทุน การสร้างรายได้เพิ่มเติมในภาวะวิกฤตและการบริหารจัดการสภาพคล่อง และเปลี่ยนจากการตั้งเป้ารายได้มาเป็นการให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในส่วนของการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย

จากสถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและรุนแรงอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงให้ความสำคัญกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบตลอดจนกำหนดให้มีตัวชี้วัดเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์อย่างเหมาะสม รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ การสื่อสารแผนกลยุทธ์ให้เกิดความเข้าใจทั่วทั้งองค์กร การวางแผนปฏิบัติงานที่เหมาะสมชัดเจน ตลอดจนการติดตามความคืบหน้าตามแผนปฏิบัติการ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท ได้แก่

1.1 ความเสี่ยงจากการลงทุนในประเทศ

ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับการลงทุนในประเทศ ได้แก่ ผลตอบแทนจากการลงทุนไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ความสำเร็จของการเปิดตัวโครงการ การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าเงินลงทุน ภาระผูกพันตามสัญญา และการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆที่เกี่ยวข้องตลอดจนสภาวะความไม่แน่นอนทางการเมืองภายในประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทมีทีมงานเฉพาะกิจด้านการลงทุนซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบวิเคราะห์สถานะโครงการลงทุน ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการโดยละเอียด และวางแผนโครงการร่วมกันกับฝ่ายขายและการตลาด ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายออกแบบและเทคนิค รวมถึงที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านภายนอกหากมีความจำเป็น

บริษัทมีคณะกรรมการการลงทุนในระดับผู้บริหารเพื่อสอบทานข้อมูลและการวิเคราะห์ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับโครงการการลงทุนและขอคำแนะนำการลงทุนจากระดับกรรมการก่อนตัดสินใจลงทุนตามระดับการอนุมัติที่เหมาะสม หลังจากเปิดตัวโครงการแต่ละโครงการ บริษัทจะติดตามผลการดำเนินงานเป็นระยะ เช่น อัตราการเข้าพัก ราคาห้องพักเฉลี่ย รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย อัตราการเติบโตสาขาเดิม อัตรากำไรและอัตราผลตอบแทนเทียบกับประมาณการและ/หรือเป้าหมาย เพื่อวัดผลสำเร็จจากการลงทุน จากกระบวนการทำงานที่รอบคอบดังกล่าวและปรัชญาการลงทุนที่ระมัดระวัง ความเสี่ยงจากการลงทุนในประเทศของบริษัทจึงถูกจัดการได้เป็นอย่างดี โดยในปีพ.ศ. 2565 บริษัทสามารถเปิดดำเนินกิจการได้ครบทุกโรงแรม หลังจากบางโรงแรมได้ปิดตัวชั่วคราวจากสถานการณ์โควิด-19

1.2 ความเสี่ยงจากการลงทุนต่างประเทศ

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะก้าวสู่การเป็นกลุ่มโรงแรมของไทยชั้นนำในระดับสากล บริษัทได้ขยายกลยุทธ์การลงทุนไปยังประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มหาสมุทรอินเดียและตะวันออกกลาง ซึ่งรวมถึงเมืองหน้าด่านการท่องเที่ยวบางแห่งที่สำคัญ เพื่อส่งเสริมธุรกิจในปัจจุบันและสร้างการเติบโตในระยะยาว ในปัจจุบัน บริษัทเป็นเจ้าของและบริหารโรงแรม 2 แห่งในประเทศมัลดีฟส์ ได้แก่ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ไอส์แลนด์รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ และ โรงแรมเซ็นทาราราสฟูชิรีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ และเป็นเจ้าของร่วมและบริหารโรงแรม 1 แห่งในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คือ โรงแรมเซ็นทารา มิราจ บีช รีสอร์ท ดูไบ ทั้งนี้บริษัทอยู่ระหว่างการขยายธุรกิจโรงแรมเพิ่มเติมในประเทศมัลดีฟส์จากการลงทุนในสิทธิการเช่าลากูนซึ่งมีแผนพัฒนารีสอร์ทระดับอัพสเกล 2 แห่งรวม 287 ห้องในเฟสแรก นอกจากนี้ ยังมีโครงการที่อยู่ระหว่างการพัฒนาโครงการในเมืองโอซาก้าประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีกำหนดเปิดให้บริการในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566

อย่างไรก็ตาม การลงทุนในต่างประเทศนั้น บริษัทยังคำนึงถึงความเสี่ยงเฉพาะประเทศ ภูมิศาสตร์การเมืองโลก ภาพรวมเศรษฐกิจมหภาค ภาวะอุตสาหกรรม สภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ระบบภาษีอากร กฎหมาย และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง รวมถึงความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน ก่อนการตัดสินใจลงทุน นอกจากนี้ บริษัทยังได้ร่วมทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความรู้เชิงลึกในพื้นที่ และประสบการณ์ที่กว้างขวาง เพื่อร่วมกันพัฒนาธุรกิจและสร้างความแข็งแกร่งในการขยายธุรกิจต่างประเทศ ซึ่งมาตรการการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวสามารถลดความเสี่ยงจากการลงทุนในต่างประเทศของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้น

ธุรกิจโรงแรม

ปัจจุบันอุตสาหกรรมโรงแรมมีการแข่งขันที่สูงขึ้น จำนวนห้องพักมีการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงทั้งด้านราคาห้องพักและการจ้างแรงงานในอุตสาหกรรม ทั้งนี้ยังมีการแข่งขันกับธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น สถานที่ให้เช่าในการจัดงานเลี้ยง งานเฉลิมฉลอง งานประชุมและงานแต่งงานที่เป็นทางเลือกใหม่และเป็นที่นิยมของผู้บริโภค บริษัทจึงได้กำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วเพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมและการให้บริการอื่นๆ โดยเน้นทำการตลาดในส่วนของจุดแข็งของโรงแรมในเรื่องทำเล คุณภาพ ควบคู่ไปกับการพัฒนาและการฝึกอบรมพนักงานของโรงแรม และยังมีกลยุทธ์ในการสร้างประสบการณ์ของลูกค้าให้เกิดความประทับใจจนกลายเป็นลูกค้าภักดี โดยใช้ Centara Privilege Club และ Centara The1 ควบคู่ไปกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ครบวงจรเพื่อยกระดับแบรนด์ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวางทั่วโลก

บริษัทตระหนักดีว่า การดำเนินธุรกิจโรงแรมให้บรรลุเป้าหมายไม่เพียงมุ่งสร้างผลความคุ้มค่าในด้านการลงทุน แต่ต้องสร้างธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนด้วย ซึ่งสิ่งนี้จะเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในอนาคตที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและความไว้วางใจให้แก่สังคมและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ธุรกิจอาหาร

ในปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมาก กลยุทธการเติบโตของผู้ประกอบการรายเดิมได้แก่การเปิดสาขาใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการซื้อกิจการร้านอาหารใหม่ๆ เพื่อขยายและส่งเสริมธุรกิจที่มีอยู่แล้วให้เจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น ธุรกิจอาหารยังดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้ามาอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นตลาดที่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่ายเนื่องจากใช้ต้นทุนไม่สูงนัก (low barrier to entry) จึงทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆเกิดขึ้นจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ทางบริษัทได้วางแผนการดำเนินงานเพื่อคงความเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจร้านอาหาร โดยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงพัฒนารูปแบบของร้านให้เหมาะกับความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ตลอดจนการปรับแผนทางธุรกิจ การหาทำเลใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากขึ้นและเร็วขึ้นการเน้นการขยายช่องทางการขายผ่านทางช่องทาง ดิลิเวอรี่ และ ออนไลน์ และการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีตามพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้าในปัจจุบันซึ่งต้องการความสะดวกสบายและความรวดเร็ว นอกจากนี้บริษัทยังมีการวางแผนที่ชัดเจนที่จะเพิ่มเติมความหลากหลายของประเภทร้านอาหารเพื่อให้กลุ่มธุรกิจอาหารสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสามารถเติบโตไปกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืน

1.4 ความเสี่ยงจากโรคระบาดและสภาวะเศรษฐกิจ

ภาวะเศรษฐกิจที่ยังค่อนข้างซบเซาและโรคระบาดยังถือเป็นความเสี่ยงหลักของผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ถึงแม้ว่าสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 ภายในประเทศและทั่วโลกจะดีขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวเริ่มกลับมาเที่ยวมากขึ้นและสภาวะเศรษฐกิจเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวในปีที่ผ่านมาแล้วก็ตาม จำนวนผู้มารับประทานอาหารในร้านยังคงไม่กลับมาเทียบเท่ากับในปีก่อนเกิดสถานการณ์โรคระบาด จากเหตุดังกล่าว บริษัทยังต้องมีความระมัดระวังในการบริหารจัดการเรื่องต้นทุน สร้างโอกาสในการขายในช่องทางต่างๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและลดความเสี่ยงจากการลดลงของลูกค้าที่มารับประทานในร้าน และจากประสบการณ์ที่ผ่านมา บริษัทมีการเตรียมความพร้อมในการนำมาตรการต่างๆ มาปรับใช้เพื่อรับกับความเสี่ยงต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้น มีการขยายช่องทางในการขาย ในขณะเดียวกันยังคงสามารถสร้างความแข็งแกร่งโดยสร้างความหลากหลายให้กับแบรนด์เพื่อครอบคลุมทุกตลาดที่มีศักยภาพ

1.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศตลอดจนภาวะโลกร้อน ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนของฤดูกาล เกิดอุบัติภัยธรรมชาติที่รุนแรงและบ่อยครั้งมากขึ้น เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว คลื่นความร้อน ไฟป่า ภัยแล้ง พายุ และฝุ่น PM 2.5 ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่ธุรกิจโดยรวม บริษัทพยายามติดตามความเสี่ยงเหล่านี้อย่างใกล้ชิดแม้ว่าจะไม่สามารถป้องกันได้ แต่เพื่อลดผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท และได้กำหนดนโยบายการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) สำหรับทั้งองค์กรโดยรวม นอกจากนี้แผนดังกล่าวจะต้องได้รับการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ และจัดให้มีการประกันภัยที่เหมาะสม

1.6 ความเสี่ยงจากการไม่สามารถได้มาซึ่งที่ตั้งที่พึงประสงค์ในการประกอบธุรกิจอาหาร

จากการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่มีความรุนแรง และทำเลที่ดีถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ทำให้การเข้าชิงพื้นที่เช่าในห้างสรรพสินค้า รวมถึงพื้นที่ในทำเลที่ดีในลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีจำนวนที่จำกัดนั้นสามารถทำได้ยากและมีความท้าทายมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจส่งผลทำให้บริษัทอาจจะไม่ได้มาซึ่งพื้นที่เช่าใหม่หรือบริษัทอาจจะไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่นั้นตามเงื่อนไขเดิมได้ อย่างไรก็ดี บริษัทเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการพื้นที่เช่าหลายรายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด อีกทั้งบริษัทยังเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารชั้นนำของประเทศและมีสินค้าและบริการที่เป็นที่นิยมและต้องการของผู้บริโภคซึ่งช่วยดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในห้างสรรพสินค้า หรือศูนย์การค้าต่างๆ ได้ นอกจากนี้บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ให้เช่ามานาน มีประวัติการชำระค่าเช่าที่ดี ปฏิบัติตามสัญญาเช่ามาโดยตลอด ไม่เคยมีปัญหากับผู้ให้เช่า รวมทั้งได้รับการต่อสัญญาเช่ามาโดยตลอด นอกเหนือจากนี้ ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า การดำเนินธุรกิจร้านอาหารมีการขยายออกมายังนอกห้างสรรพสินค้ามากขึ้นเพื่อรองรับธุรกิจอาหารที่มีการขยายตัวในด้านดิลิเวอรี่มากขึ้น บริษัทจึงเห็นว่าความเสี่ยงดังกล่าวจึงไม่มีผลกระทบที่เป็นสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

2. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

บริษัทมีนโยบายที่จะรักษาการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งจากธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร ซึ่งในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว บริษัทมีความเสี่ยงด้านการเงินที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

บริษัทมีการติดตามสภาพคล่องของกิจการอย่างใกล้ชิด และบริหารสภาพคล่องทั้งในระยะสั้น และระยะยาว เพื่อรองรับรายจ่ายที่จำเป็นของบริษัท และเพื่อรองรับแผนการเติบโตผ่านการลงทุนบางโครงการที่สำคัญในเชิงกลยุทธ์ ให้มีระดับความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่เหมาะสม โดยในปีพ.ศ. 2565 บริษัทได้รับความสนับสนุนทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง ทั้งในรูปแบบของเงินกู้ระยะยาวและระยะสั้น เพื่อใช้ในการบริหารจัดการสภาพคล่อง โดยคำนึงถึงระดับอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนผู้ถือหุ้นที่เหมาะสม

นอกจากนี้ บริษัทมีการจัดทำประมาณการกระแสเงินสดของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินสถานะกระแสเงินสด และให้มั่นใจว่ามีเงินเพียงพอในการดำเนินธุรกิจแม้ในภาวะวิกฤตที่จำเป็นต้องมีการปิดกิจการในบางช่วงเวลา และการลงทุนขยายกิจการในโครงการที่สำคัญในเชิงกลยุทธ์

2.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินต่างประเทศ (Foreign Exchange Risk)

บริษัทและบริษัทในเครือมีรายได้บางส่วนเป็นสกุลต่างประเทศ เช่น รายได้จากการรับบริหารโรงแรมในต่างประเทศ เงินปันผลรับจากโรงแรมในต่างประเทศ และรายได้จากผู้แทนบริษัทนำเที่ยวในประเทศอื่นๆ ซึ่งรายได้ดังกล่าวผันแปรตามอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินต่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัทมีรายจ่ายบางประเภทเป็นสกุลเงินต่างประเทศ เช่น ค่าแฟรนไชส์บริการสำหรับร้านอาหารบริการด่วน และการชำระเงินสำหรับวัตถุดิบอาหารบางรายการที่ซื้อจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในต่างประเทศ โดยทั่วไป บริษัทและบริษัทในเครือ ใช้ความพยายามอย่างดีที่สุดในการหักกลบยอดสุทธิที่เป็นสกุลเงินต่างประเทศ เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินต่างประเทศ สำหรับธุรกิจโรงแรม บริษัทได้กำหนดอัตราค่าห้องพักโดยใช้สกุลเงินบาทเป็นหลักสำหรับโรงแรมในประเทศไทย

ในการดำเนินการขยายธุรกิจในตลาดต่างประเทศ บริษัทและบริษัทในเครือมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนตามสกุลเงินที่กิจการต่างประเทศใช้ในการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้ในการลงทุนดังกล่าวบริษัทจะกู้ยืมในสกุลเงินเดียวกับกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินงานของกิจการต่างประเทศนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนแบบธรรมชาติ (Natural Hedge) อีกทั้งบริษัทยังคงได้ติดตามความเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในสกุลเงินที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง และบริษัทเตรียมการที่จะใช้มาตรการจัดการในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยนอย่างรุนแรง ด้วยการปรับกระบวนการทำงาน และ/หรือ การใช้เครื่องมือทางการเงินในการป้องกันความเสี่ยงในกรณีที่จำเป็น

2.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Risk)

ระหว่างการแพร่ระบาดโควิด-19 อัตราดอกเบี้ยลอยตัวได้ลดลงอย่างมาก ทำให้บริษัทมีเงินกู้จากสถาบันการเงินซึ่งเป็นเงินกู้ดอกเบี้ยลอยตัวเป็นส่วนใหญ่ และมีหุ้นกู้ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยคงที่บางส่วนเท่านั้น โดย ณ สิ้นปีพ.ศ. 2565 บริษัทมีสัดส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยคงที่อยู่ประมาณร้อยละ 17 ของเงินกู้ที่มีภาระดอกเบี้ยทั้งหมด ทั้งนี้ในปีพ.ศ. 2566 บริษัทมีแผนที่จะเพิ่มสัดส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยคงที่ให้มากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

3. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)

3.1 ความเสี่ยงในการสรรหาและรักษาบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ และมีทัศนคติเชิงบวก

ณ สิ้นปี พ.ศ. 2565 บริษัทมีโรงแรมภายใต้การบริหารที่เปิดดำเนินการแล้วทั้งสิ้น 50 โรงแรม (10,406 ห้อง) และมีจำนวนสาขาของธุรกิจอาหารทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดกว่า 1,500 สาขา ซึ่งต้องใช้บุคลากรฝ่ายปฏิบัติการจำนวนมากในการให้บริการลูกค้า

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของพนักงานเป็นอย่างมากและต่อเนื่องเสมอมา ซึ่งปัจจุบันท่ามกลางตลาดแรงงานที่มีการแข่งขันสูง ความเสี่ยงในการสรรหาและการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพเป็นเรื่องที่บริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยบริษัทมีมาตรการจัดการความเสี่ยงดังกล่าว ได้แก่

- บริษัทมีช่องทางต่างๆ ในการรับสมัครพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นการประกาศรับสมัครพนักงานที่สำนักงานใหญ่และสาขา และทางสื่อออนไลน์ รวมถึงการเข้าทำสัญญาทวิภาคีกับสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น
- บริษัทมีการวางแผนการอบรมให้ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างชัดเจน และเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถเพื่อสนับสนุนผู้ที่มีความรู้ความสามารถที่โดดเด่นได้มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งเพื่อรับผิดชอบในหน้าที่ที่สูงขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้พิจารณาทบทวนเรื่องค่าตอบแทน สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ทางบริษัทได้ให้กับพนักงานในอัตราที่สามารถแข่งขันกับอัตราในตลาดโดยทั่วไปแล้ว
- การกำหนดตำแหน่งงานสำคัญ (Key Position) ของฝ่ายงานต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) ซึ่งจะทำให้ฝ่ายงานนั้นสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง หากตำแหน่งงานสำคัญเกิดว่างขึ้นไม่ว่าจะจากการเกษียณอายุ หรือจากการลาออกของพนักงานในตำแหน่งนั้น
- นอกจากนี้ในส่วนของวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทคือการดูแลเอาใจใส่บุคลากรเสมือนเป็นคนในครอบครัวเดียวกันซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถรักษาพนักงานให้คงอยู่กับบริษัทได้อย่างยาวนาน ผ่านกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีอย่างต่อเนื่องระหว่างพนักงานกับบริษัท เช่น กิจกรรม ICARE เป็นต้น รวมถึงการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานเพื่อนำผลสำรวจ และข้อเสนอแนะต่างๆ มาปรับปรุงกระบวนการและสภาพแวดล้อมการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งการเสริมสร้างความผูกพันและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน เป็นหนึ่งในพันธกิจด้านความยั่งยืนของบริษัท

3.2 ความเสี่ยงในการบริหารข้อมูลสารสนเทศและภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Risk)

การพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการในอนาคต จำเป็นจะต้องอาศัยนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิตอลที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ อย่างรวดเร็วและครบถ้วน รวมถึงให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ แต่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอาจนำมาซึ่งความเสี่ยงเรื่องความปลอดภัยของระบบสารสนเทศที่ซับซ้อนเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

บริษัทและบริษัทในเครือจึงจัดให้มีมาตรการป้องกันและบริหารความเสี่ยงจากการอาชญากรรมทางไซเบอร์ ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นการกระทำของกลุ่มอาชญากรซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น หรืออาจเป็นการกระทำของพนักงานของบริษัทเอง บริษัทได้กำหนดให้มีการจัดทำ Cyber security assessment program and roadmap เพื่อประเมินศักยภาพในการบริหารข้อมูลสารสนเทศและภัยคุกคามทางไซเบอร์ ตามมาตรฐานระดับสากลของ NIST (National Institute of Standards and Technology) โดยที่ปรึกษาภายนอกที่มีความชำนาญเฉพาะด้านระดับสากล เพื่อให้คำแนะนำ และจัดทำแผนการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงอย่างเป็นรูปธรรม และต่อเนื่อง

3.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

จากสถานการณ์โควิด-19 ความต้องการของลูกค้าทั้งที่เป็นบุคคลทั่วไปและลูกค้าบริษัท ได้ถูกขับเคลื่อนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางการซื้อผ่านระบบออนไลน์ภายในกลุ่มธุรกิจโรงแรม ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของคู่ค้าจากธุรกิจแบบเดิมไปเป็นวิธีการที่มีระบบราคาที่ยืดหยุ่น นำไปสู่ความต้องการเพิ่มขึ้นสำหรับการขาย การเชื่อมต่อระบบ และความสามารถทางด้านเทคโนโลยี ทั้งในด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ความยืดหยุ่นอย่างเหมาะสมกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของลูกค้า ซึ่งต้องอาศัยความสามารถในการทำความเข้าใจลูกค้าที่มีพฤติกรรมที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากขึ้น ดังนั้น ทางบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญเกี่ยวกับการนำข้อมูลลูกค้ามาวางแผนทางธุรกิจ ทั้งระดับกลยุทธ์ และระดับปฏิบัติการ และรวมไปถึงการสื่อสารและให้บริการกับลูกค้าอย่างเหมาะสม ทำให้มีการพัฒนาต่อยอดทางด้านการใช้เทคโนโลยีทั้งองค์กร ซึ่งนอกเหนือจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการพัฒนาช่องทางการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลนต่างๆ แล้ว ยังได้มีการเริ่มนำระบบการบริหารลูกค้า (Customer Relationship Management) มาใช้สนับสนุนการให้บริการและการวางแผนการตลาด นอกจากนั้น ยังได้มีการนำระบบการวิเคราะห์ข้อมูล Business Intelligence มาใช้เพื่อเพิ่มความสามารถในนำข้อมูลจากระบบสารสนเทศต่างๆ มาสร้างเป็นข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปช่วยในการติดสินใจ วิเคราะห์ผล และเพื่อช่วยให้ธุรกิจตัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดยิ่งขึ้น จากทั้งหมดที่กล่าวนี้จะช่วยเพิ่มประสบการณ์ของแบรนด์ต่อลูกค้ามากขึ้น ขับเคลื่อนให้ลูกค้ามาใช้งานและอยู่กับบริษัทยาวนานขึ้น

สำหรับธุรกิจอาหารดิสรัปชั่นของธุรกิจมาจากการเติบโตของธุรกิจบริการจัดส่งอาหารซึ่งมีการเติบโตเป็นอย่างมากในช่วงปีที่ผ่านมา บริษัทเห็นว่าการเติบโตของธุรกิจบริการจัดส่งอาหารนี้เป็นการเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจและเป็นการเพิ่มช่องทางให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้นถึงแม้ว่าจะเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการและการแข่งขันในตลาดก็ตาม ในปัจจุบันบริษัทได้ทำงานอย่างใกล้ชิดกับผู้ให้บริการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์และได้มีการพัฒนาระบบสั่งอาหารออนไลน์และการจัดส่งของบริษัทเองพร้อมทั้งระบบ พอยท์ ออฟ เซลล์ใหม่ โดยได้ดำเนินการทุกสาขาทุกแบรนด์กว่า 1,500 สาขาทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดเสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้วในระหว่างปี 2565 เพื่อตอบรับความต้องการในช่องทางจัดส่งอาหารที่มีมากขึ้น

3.4 ความเสี่ยงของการไม่ต่ออายุสัญญา และการเปลี่ยนแปลงข้อตกลงและเงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา

สัญญาแฟรนไชส์ที่บริษัทได้ร่วมทำสัญญากับผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์นั้นจะมีระยะเวลาระหว่าง 10-20 ปี โดยหากบริษัทไม่ได้รับการต่ออายุสัญญา จะส่งผลให้บริษัทไม่สามารถดำเนินธุรกิจในแบรนด์นั้นๆ ได้ อย่างไรก็ตามในการคัดเลือกผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ (franchisee) ของผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ (franchisor) นั้น โดยหลักแล้วจะพิจารณาจากความพร้อมในด้านต่างๆ ของผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ ไม่ว่าจะเป็นฐานะทางการเงิน ชื่อเสียง ผลการดำเนินงานในอดีต ฯลฯ เพื่อที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ว่าจะสามารถนำพาแบรนด์ของตนให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งในการพิจารณาต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ก็อ้างถึงหลักการดังกล่าวเช่นเดียวกัน จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขของผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งพิสูจน์ได้จากการที่บริษัทได้บริหารงานแบรนด์ต่างๆ ที่ได้รับมาจนประสบความสำเร็จและกลายเป็นผู้นำตลาดในกลุ่มธุรกิจอาหารในประเทศไทย รวมทั้งบริษัทยังดำเนินธุรกิจภายใต้การหารือกับผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์อย่างเคร่งครัด จึงมั่นใจได้ว่าสินค้าของผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ที่ไปถึงมือผู้บริโภคนั้นจะมีคุณภาพตามมาตรฐานตามที่ผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์กำหนดไว้ จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทจึงเชื่อมั่นว่า มีโอกาสเป็นอย่างมากที่จะได้รับการต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ นอกจากนี้บริษัทยังมีแผนที่จะเพิ่มเติมแบรนด์ใหม่ๆ ที่เป็นของตัวเองอีกด้วยในอนาคต

3.5 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

ราคาของวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบธุรกิจอาหารนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้จากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นสภาพอากาศ ปัญหาด้านแรงงาน การแพร่ระบาดของโรคติดต่อในสัตว์หรือพืช ฯลฯ หากบริษัทไม่สามารถจัดการกับความเสี่ยงในเรื่องนี้ อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทได้ดำเนินการวางแผนในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวเพื่อควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้แก่ การวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าตามแผนการขายประจำปีของบริษัท การจัดกลุ่มประเภทของวัตถุดิบและจัดซื้อวัตถุดิบแต่ละประเภทให้สามารถเพิ่มปริมาณการซื้อและสามารถเพิ่มอำนาจในการต่อรองในด้านราคาได้ นอกจากนี้ยังมีการทำสัญญาซื้อวัตถุดิบล่วงหน้ากับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายหน่ายที่บริษัทเชื่อถือโดยมีการระบุเกี่ยวกับราคา ปริมาณที่ซื้อขาย และกำหนดเวลาการส่งมอบในสัญญาไว้อย่างชัดเจน

3.6 ความเสี่ยงจากการแพร่ของโรคระบาดในพืชหรือสัตว์

การแพร่ของโรคระบาดในพืชหรือสัตว์ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยเสี่ยงที่บริษัทควบคุมได้ยาก โดยหากเกิดการระบาดของโรคดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อความมั่นใจของผู้บริโภคและมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท บริษัทจึงมีขั้นตอนในการคัดเลือกผู้ผลิตเพื่อซื้อวัตถุดิบอย่างเข้มงวด โดยวัตถุดิบทุกชิ้นจะต้องผ่านกรรมวิธีการผลิตและการขนส่งที่ได้มาตรฐาน และได้รับใบรับรองการผลิตที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยในการคัดเลือกดังกล่าว บริษัทได้ดำเนินการคัดเลือกร่วมกับผู้ให้สิทธิ แฟรนไชส์ด้วย เพื่อความมั่นใจว่าวัตถุดิบที่นำมาใช้ในกิจการของบริษัทนั้นจะมีคุณภาพที่ดี สะอาด ปลอดภัย ไม่มีสิ่งปนเปื้อนและเป็นมาตรฐานเดียวกันกับแฟรนไชส์ทั่วโลก นอกเหนือจากนี้ บริษัทยังมีการวางแผนในการซื้อวัตถุดิบจากผู้ค้าหลายรายเพื่อป้องกันความเสี่ยงในส่วนนี้ด้วย

3.7 ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

จากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในปัจจุบัน นานาประเทศได้ประกาศเจตนารมณ์ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว จึงนำไปสู่แนวทางการตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับประเทศ จนถึงแนวทางการออกกฎหมาย กฎระเบียบเพื่อลดก๊าซเรือนกระจกในอนาคต ซึ่งปัจจัยดังกล่าวถือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทต้องวางแผนการบริหารจัดการอย่างเป็นรูปธรรม

บริษัทให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานทุกขั้นตอน โดยได้กำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ปรับปรุงการดำเนินงานและนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม พัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลด้านการใช้พลังงาน การใช้น้ำ การบำบัดน้ำเสีย การบริหารจัดการของเสีย และขยะอันตรายจากกระบวนการให้บริการอย่างเป็นระบบ นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาระบบการดำเนินงานในการให้บริการ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกกระบวนการของการดำเนินธุรกิจของบริษัทยึดมั่นในหลักการใส่ใจ ดูแล รักษา เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อนำไปสู่การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และยังดูแลรักษาความหลากหลายทางระบบนิเวศน์ (Biodiversity)โดยรอบพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมและลดผลกระทบ มีการกำหนดเป็นกลยุทธ์ Centara Net Zero โดยตั้งเป้าหมายสู่การเป็นองค์กร Net Zero ในปีพ.ศ. 2593 (ค.ศ.2050) และกำหนดเป็นเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

3.8 ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์อย่างเท่าเทียมกัน จึงให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการพิทักษ์สิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของทุกฝ่าย อาทิ ลูกค้า พนักงาน คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ชุมชม สังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้กำหนดกรอบนโยบาย แนวทางปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนที่ตั้งอยู่บนหลักการการเคารพเกียรติและศักดิ์ศรีต่อกันอย่างเท่าเทียม และลดการละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยส่งผ่านความมุ่งมั่นดังกล่าวไปยังนโยบายและแนวปฏิบัติที่สำคัญของบริษัท เช่น นโยบายกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมองค์กร นโยบายการใช้ข้อมูล จรรยาบรรณและแนวปฏิบัติของคู่ค้า แนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้าง นโยบายต่อต้านทุจริตคอรัปชั่น และได้จัดทำมาตรการป้องกันและบรรเทา มาตรการเยียวยาหากเกิดกรณีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน รวมถึงการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้ฝ่ายบริหารรับทราบ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร

4. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ (Compliance Risk)

4.1 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับของบริษัท ครอบคลุมถึงสาเหตุความเสี่ยงเนื่องจากความไม่เข้าใจ ตลอดจนปฏิบัติตามกฎระเบียบ กฎหมาย นโยบายต่างๆ ข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์ และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา บริษัทและบริษัทในเครือจึงให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีการกำหนดความรับผิดชอบแก่ผู้เกี่ยวข้อง จัดให้มีการติดตามตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่ฝ่ายเลขานุการบริษัทมีหน้าที่ประสานงานกับตลาดหลักทรัพย์และสำนักงานก.ล.ต.เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ใหม่ๆ และสื่อสารกับหน่วยธุรกิจอย่างถูกต้องครบถ้วนตามหลักธรรมาภิบาล

4.2 ความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชั่น

ปัญหาการทุจริตและคอรัปชั่นเป็นปัญหาเชิงระบบที่ไม่สามารถพึ่งพาองค์กรใดองค์กรหนึ่ง แต่หากต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม ด้วยเหตุผลสำคัญนี้ บริษัทจึงได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต Collective Action Coalition Against Corruption (CAC) ซึ่งมีสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นผู้ขับเคลื่อนและสอบทานและออกใบรับรองให้เป็นบริษัทที่มีนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนดและมีพันธกิจที่จะต้องปฏิบัติจริง บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงต่างๆ เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการทุจริต และได้กำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อนำมากำหนดเป็นระเบียบที่จะได้มีการบังคับใช้ นอกจากนี้บริษัทได้กำหนดแนวทางการดำเนินงาน ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนการดำเนินงานซึ่งมีรายละเอียดที่เพียงพอ กำหนดให้มีระบบการควบคุมภายใน เพื่อให้แน่ใจว่านโยบายต่อต้านการทุจริตจะมีทั้งประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ตลอดจนจัดให้มีช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่มีความปลอดภัยแก่ผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียน

4.3 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act - PDPA)

ประเทศไทยได้ประกาศ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2565 ที่ผ่านมา โดยบริษัทมีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ เช่น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน เป็นต้น บริษัทได้มีการทบทวนกระบวนการทำงานและปรับปรุงระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล โดยจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลเฉพาะเท่าที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าเท่านั้น นอกจากนี้ทางบริษัทได้แจ้งให้คู่ค้าทราบและทำความเข้าใจต่อนโยบายข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้คู่ค้าปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ในส่วนของพนักงาน พนักงานทุกคนจะต้องเข้ารับการอบรมการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อกำหนดมาตรการในด้านต่างๆ ทั้งการปรับวิธีปฏิบัติงาน การปรับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเปลี่ยนแปลงนโยบายเอกสารทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายดังกล่าว

5. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

5.1 ความเสี่ยงจากเศรษฐกิจมหภาคและความไม่แน่นอนทางการเมือง

ผลการดำเนินงานและแผนพัฒนาของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้หลายประการ เช่น สงครามระหว่างประเทศรัสเซียและยูเครน สถานการณ์เศรษฐกิจโลก สถานการณ์เศรษฐกิจภายในประเทศที่ชะลอตัว และความไม่มั่นคงทางการเมือง บริษัทใช้มาตรการในการลดความเสี่ยงต่างๆ เพื่อลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ต่อธุรกิจของบริษัท ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงมาตรการดังต่อไปนี้

- เพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการขาย และสัดส่วนการขาย สำหรับทั้งธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร
- สร้างความแข็งแกร่งให้กับการดำเนินงานและระบบปฏิบัติการ และสร้างความหลากหลายให้กับ แบรนด์เพื่อครอบคลุมตลาดที่มีศักยภาพ
- การเติบโตของธุรกิจแบบ Asset Light ที่มีรายได้จากค่าธรรมเนียม เช่น สัญญาบริหารโรงแรมทั้งในและต่างประเทศ โดยขยายธุรกิจให้ครอบคลุมประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มหาสมุทรอินเดียและตะวันออกกลาง เพื่อกระจายความเสี่ยง
- จัดทำนโยบายการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) สำหรับองค์กรโดยรวมทั้งหมด และระดับแผนก แผนงานทั้งหมดจะได้รับการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ มีการกำหนดระบบสำรองข้อมูลที่จำเป็น และเตรียมการประกันภัยที่เหมาะสม

5.2 ความเสี่ยงจากดิจิทัลและเทคโนโลยีใหม่

ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่มีศักยภาพที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงสังคมและชีวิตผู้คน สามารถขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมและสนับสนุนความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ที่ช่วยพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งกลายมาเป็นส่วนหนึ่งทางด้านวิทยาการของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่อาจส่งผลเสียต่อลูกค้า องค์กร และสังคม เช่นเดียวกับความเสี่ยงของเทคโนโลยีประเภทอื่นๆ ตัวอย่างเช่น ระบบปัญญาประดิษฐ์มีการเรียนรู้เกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของมนุษย์ อาจก่อให้เกิดการคุกคามต่อเสรีภาพและสิทธิของมนุษย์ บางครั้งมีนัยสำคัญและคาดไม่ถึง ส่งผลต่อการทำงานของระบบและความน่าเชื่อถือในรูปแบบที่เข้าใจยาก ระบบปัญญาประดิษฐ์ที่ใช้งานมักมีความซับซ้อน ทำให้ตรวจจับและตอบสนองต่อความล้มเหลวได้ยาก

บริษัทอาจเผชิญความเสี่ยงในกรณีที่ไม่สามารถติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้บริษัทมีการศึกษาเพื่อพัฒนาระบบและการทำงานแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง และกระตุ้นให้พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ให้คิดอย่างมีวิจารณญาณมากขึ้นเกี่ยวกับบริบทและศักยภาพหรือผลกระทบเชิงลบและบวกที่ไม่คาดคิด ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและปลูกฝังความไว้วางใจให้กับลูกค้า องค์กร และสังคมได้

5.3 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานระดับปฏิบัติการ

ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการมีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานระดับปฏิบัติการในอนาคต อาจเกิดการแย่งชิงแรงงานและการปรับค่าแรง บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้เซ็นสัญญาความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับมหาวิทยาลัยและหน่วยงานต่างๆ

เช่น การรับนักศึกษาฝึกงานทั้งไทยและต่างประเทศ และยังมีการจัดหาแรงงานโดยผ่านบริษัทจัดหางานในตำแหน่งแม่บ้าน พนักงานทำความสะอาด เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะมีแรงงานระดับปฏิบัติการในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน ในปี 2565 บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินการบริหารจัดการด้านการพัฒนาสู่ความยั่งยืนของธุรกิจครอบคลุมการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ก.ล.ต.) และเกณฑ์มาตราฐานในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ดังนี้

มิติสิ่งแวดล้อม บริษัทได้ดำเนินการจัดทำการประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ตามมาตรฐาน TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosures เพื่อประเมินความเสี่ยงด้าน Physical Risk & Transition Risk ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และได้กำหนดกลยุทธ์ Centara Net Zero โดยตั้งเป้าหมายมุ่งสู่การเป็นองค์กร Net Zero ในปีพ.ศ. 2593 (ค.ศ. 2050) และกำหนดเป้าหมายระยะ 10 ปี แรก ระหว่างปี พ.ศ. 2562-2572 (ค.ศ. 2019-2029) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 20% เทียบจากปีฐาน 2562 และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ 50% ภายในปีพ.ศ. 2573 (ค.ศ. 2030) รวมถึงการวางแผนปลูกต้นไม้เพื่อช่วยดูดซับคาร์บอนจำนวน 200,000 ต้น เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กร Net Zero ในปีพ.ศ. 2593 (ค.ศ. 2050) โดยมีการวางแผนการใช้พลังงาน การใช้น้ำ การจัดการขยะของเสียให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทางเลือกเพิ่มขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับโรงแรม (GSTC Certification Criteria for Hotel) จำนวน 12 โรงแรมรวมทั้งสำนักงานใหญ่ จากหน่วยงานทวนสอบ Vireo Srl ผู้เชี่ยวชาญการทวนสอบความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการท่องเที่ยว จากประเทศอิตาลี ตามหลักเกณฑ์การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก ของ Global Sustainable Tourism Council (GSTC) โดยตั้งเป้าหมายให้ทุกโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราจะต้องผ่านการประเมินและรับรองมาตรฐาน GSTC ภายในปีพ.ศ. 2568 (ค.ศ. 2025) และยังได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมพลังงานหมุนเวียนไทย (RE100) และสมาชิกเครือข่ายอนุรักษ์พลังงาน “Energy Beyond Standards” เพื่อแสดงเจตนารมย์ในการให้ความสำคัญเรื่องการดำเนินงานด้านการใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

มิติสังคม บริษัทดำเนินการอบรมเรื่องหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานให้กับพนักงานทุกคน เพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงดำเนินโครงการฝึกอบรมภาคปฏิบัติการฝึกทักษะวิชาชีพสำหรับคนพิการด้านการบริการการโรงแรม ซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (พก.) ศูนย์พัฒนาและฝึกอบรมคนพิการแห่งเอเชียและแปซิฟิก และได้รับรางวัลองค์กรต้นแบบความยั่งยืนตลาดทุนไทยด้านสนับสนุนคนพิการ 2565 ประเภทดีเด่น โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และกระทรวงแรงงาน

มิติบรรษัทภิบาล บริษัทได้รับการประกาศเป็นรายชื่อหุ้นยั่งยืน Thailand Sustainability Investment 2022 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 และได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณ: Sustainability Disclosure Recognition จาก สถาบันไทยพัฒน์ ในฐานะองค์กรที่ดำเนินการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนต่อสาธารณะและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องเป็นปีที่ 3

บริษัทยังคงยึดมั่นการดำเนินงานที่สร้างผลกระทบเชิงบวก ลดผลกระทบเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่องและมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการที่สร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคมตลอดไป

นอกจากนี้ บริษัทได้ประกาศนโยบายกฎจรรยาบรรณที่ดีสำหรับพนักงานทุกระดับชั้น ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ธุรกิจ ว่าด้วยการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย และกำหนดช่องทางร้องเรียนสำหรับผู้ที่ประสงค์จะเรียกร้องความเป็นธรรมหรือเปิดเผยพฤติกรรมทุจริตของคนในองค์กรในทุกกรณี

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

"การขับเคลื่อนธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนเป็นสิ่งที่ท้าทาย ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งทีมบริหารและพนักงานทุกคน ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักบรรษัทภิบาลและหลักการความยั่งยืน เพื่อมอบประสบการณ์การบริการที่เหนือระดับและน่าประทับใจด้วยไมตรีจิตแบบไทยให้กับลูกค้า และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เราเชื่อว่าบริษัทที่ดำเนินงานตามวิถีความยั่งยืนครอบคลุมทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมได้นั้น เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรได้อย่างแท้จริง เราจึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนายุทธศาสตร์แห่งความยั่งยืนเพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

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

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

ธีระยุทธ จิราธิวัฒน์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร"

วิสัยทัศน์ และพันธกิจ (Vision & Mission)

ธุรกิจโรงแรม	
วิสัยทัศน์ (Vision)	ก้าวสู่การเป็นกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทชั้นนำของคนไทยในระดับโลก
พันธกิจ (Mission)	ส่งมอบประสบการณ์ความเป็นไทยที่สอดรับกับเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของจุดหมายปลายทางทั่วโลก เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกคน ด้วยการผสานนวัตกรรมการให้บริการที่แฝงความอบอุ่นแบบครอบครัว และความทุ่มเทของชาวเซ็นทารา ที่พร้อมมุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ธุรกิจอาหาร	
วิสัยทัศน์ (Vision)	เป็นผู้นำธุรกิจร้านอาหารอันดับ 1 ในใจผู้บริโภค ด้วยนวัตกรรมและการส่งมอบมื้ออาหารที่คุ้มค่าให้กับผู้บริโภคในทุกโอกาส
พันธกิจ (Mission)	ส่งมอบมื้ออาหารที่อร่อย คุ้มค่า คุ้มราคา จากการบริการด้วยใจของชาวซีอาร์จีให้กับลูกค้าทุกคน และมุ่งมั่นสรรสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค เพื่อส่งต่อประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ค่านิยมองค์กร (Core Value)

I·CARE เพราะเราใส่ใจ...

I

I-INNOVATION
สร้างสรรค์คิดสิ่งใหม่

เพราะเราใส่ใจ เราจึงสร้างสรรค์คิดสิ่งใหม่ เปิดกว้างสำหรับทุกโอกาส และความท้าทาย เพื่อการทำงานที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

C

C-CUSTOMER
ใส่ใจในลูกค้า

เพราะเราใส่ใจ เราจึงมุ่งมั่นพัฒนาด้านการบริการสู่ความเป็นเลิศโดยมุ่งเน้นและใส่ใจลูกค้าเป็นสำคัญ

A

A-ALLIANCE
ก้าวหน้าทั้งกลุ่มธุรกิจ

เพราะเราใส่ใจ เราจึงเคารพคุณค่าความแตกต่างและทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อความก้าวหน้าทั้งกลุ่มธุรกิจ

R

R-RELATIONSHIP
จิตผูกพันพึ่งพา

เพราะเราใส่ใจ เราจึงมีจิตผูกพันพึ่งพากับทั้งเพื่อนพนักงาน คู่ค้าและสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

E

E-ETHIC
มุ่งรักษาจริยธรรม

เพราะเราใส่ใจ เราจึงมุ่งรักษาจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

รางวัลด้านความยั่งยืน

THAILAND SUSTAINABILITY INVESTMENT 2018-2022

SUSTAINABILITY RECOGNITION DISCLOSURE 2020-202

CENTARA SUSTAINABILITY SYSTEM GSTC RECOGNITION

GSTC-RECOGNIZED STANDARDS FOR HOTELS 202 (Corporate and 12 Hotels)

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

THE ASIA CORPORATE EXCELLENCE & SUSTAINABILITY AWARDS2022 (ACES) “INDUSTRY CHAMPIONS OF THE YEAR” (CENTRAL RESTAURANTS GROUP)

ยุทธศาตร์การดำเนินธุรกิจ

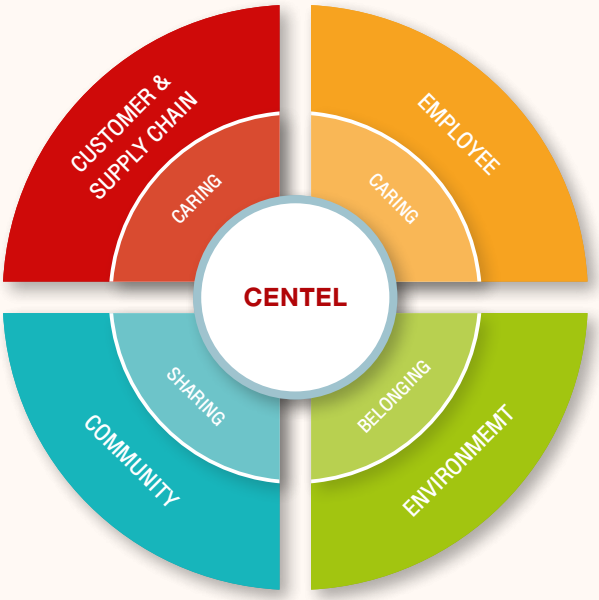
• ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรม

บริษัทได้มีทบทวนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา เพื่อบรรลุเป้าหมายในการทำให้เซ็นทาราก้าวสู่การเป็นหนึ่งใน 100 กลุ่มโรงแรมชั้นนำของโลกภายในปี 2570 โดยกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจ 5 ปี (2565-2569) ดังนี้ 1) สร้างรายได้รวมกว่า 1.6 หมื่นล้านบาทภายในปี 2569 2) การลงทุนในโครงการใหม่ที่สำคัญในต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น และประเทศมัลดีฟส์ รวมถึงการพัฒนาโรงแรมในรูปแบบเพื่อการพักผ่อน (Retreat Resort) ที่มุ่งเน้นการบริการด้านสุขภาพ 3) การพัฒนาปรับปรุงและยกระดับแบรนด์ของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราในปัจจุบันให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น 4) เพิ่มความร่วมมือกับบริษัทอื่นๆในเครือเซ็นทรัลเพื่อพัฒนาธุรกิจโรงแรมและสร้างแบรนด์ใหม่ 5) การขยายธุรกิจการรับบริหารโรงแรม 6) การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการให้บริการ 7) ทำการขายและการตลาดที่เข้าถึงลูกค้ามากยิ่งขึ้น รวมถึงการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ และรักษาฐานลูกค้าเดิมผ่านโปรแกรมเซ็นทาราเดอะวัน 8) พัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มทักษะความรู้ ความสามารถให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้แนวคิด The Place To Work และ 9) เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทางเลือก ปรับปรุงระบบการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

• ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจอาหาร

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ได้ปรับแผนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้รับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเร่งขยายสาขาในแบรนด์ที่มีศักยภาพ อีกทั้งเพิ่มแบรนด์ใหม่ที่มีศักยภาพเข้ามาในพอร์ตโฟลิโอ รวมถึงการร่วมมือแบบ Win -Win กับ พาร์ตเนอร์เพื่อเสริม ศักยภาพทางธุรกิจ ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการต้นทุนของธุรกิจ เช่น การปรับลดของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างการทำอาหาร การควบคุมค่าใช้จ่ายสิ้นเปลือง รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพของอาหารให้ดีขึ้น เป็นต้น ขณะเดียวกันการรักษายอดขาย โดยการผสมผสานระหว่างช่องทางการขายผ่านทั้งออนไลน์หรือเดลิเวอรี่ และออฟไลน์ผ่านหน้าร้าน การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้จากหลากหลายช่องทาง รวมถึงการสร้างประสบการณ์ในการรับประทานอาหารที่ร้านให้ดี และพัฒนาให้มีความแตกต่างจากการสั่งอาหารไปรับประทานที่บ้าน การเร่งขยายช่องทางการขายใหม่ๆ ทั้งในช่องทางเดลิเวอรี่และออนไลน์ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับช่องทางการบริการที่หลากหลาย อาทิ เมนูแกร็บแอนด์ โก (Grab & Go), เทคโฮม (Take home) และสินค้าพร้อมทาน (Ready To Eat-RTE product) อีกทั้งยังร่วมมือกับพันธมิตรชั้นนำทุกรายอย่างใกล้ชิดเพื่อสร้างความหลากหลายด้านเมนูและโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย การเน้นเมนูที่ชูความคุ้มค่าด้านราคาและคุณภาพ มีเอกลักษณ์ เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการนำเทคโนโลยี เข้ามาเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น การรับออร์เดอร์อาหารผ่านคิวอาร์โค้ดและแอพพลิเคชั่นของทางร้าน และการใช้ข้อมูลเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

การพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร

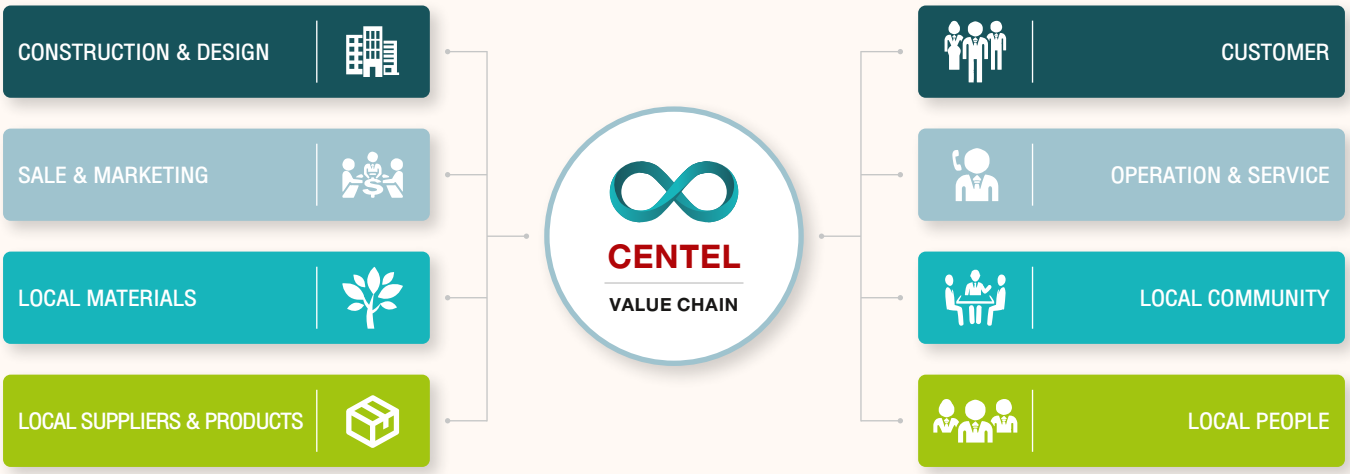


บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจหลัก 2 ธุรกิจ คือ เป็นผู้ให้บริการโรงแรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ และบริหารธุรกิจร้านอาหาร โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ ยึดมั่นในหลักบรรษัทภิบาล เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เศรษฐกิจ สังคม และดูแลสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน บริษัทได้ประกาศนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน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

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

ในปี 2565 คณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยง การกำกับดูแล ได้นำเสนอเป้าหมายการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ต่อคณะกรรมการบริษัท โดยกำหนดเป้าหมายระยะที่ 1 ระยะเวลา 10 ปี 2563-2572 ในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 20 จากปีฐาน 2562 โดยเพิ่มเป้าหมายระยะที่ 2 ปี 2583 ในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 50 จากปีฐาน พร้อมตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาด และปลูกต้นไม้เพื่อช่วยดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ จำนวน 200,000 ต้น และประกาศความมุ่งมั่นในการดำเนินงานขับเคลื่อนสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero Commitment) ภายในปี 2593 โดยกำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในขอบเขตที่ 1 และ 2 และมีแผนเพิ่มเป้าหมายในขอบเขตที่ 3 ในปีถัดไป

CREATE MEMORABLE EXPERIENCE AND FAIRNESS FOR ALL



เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

จากนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน นำมาสู่กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนความยั่งยืนและเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตมั่นคงยั่งยืนครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

- ลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม
- ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- บริหารจัดการการใช้น้ำ
- จัดการของเสียอย่างเป็นระบบ
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- เพิ่มพื้นที่สีเขียว

การพัฒนาความยั่งยืนด้านสังคม

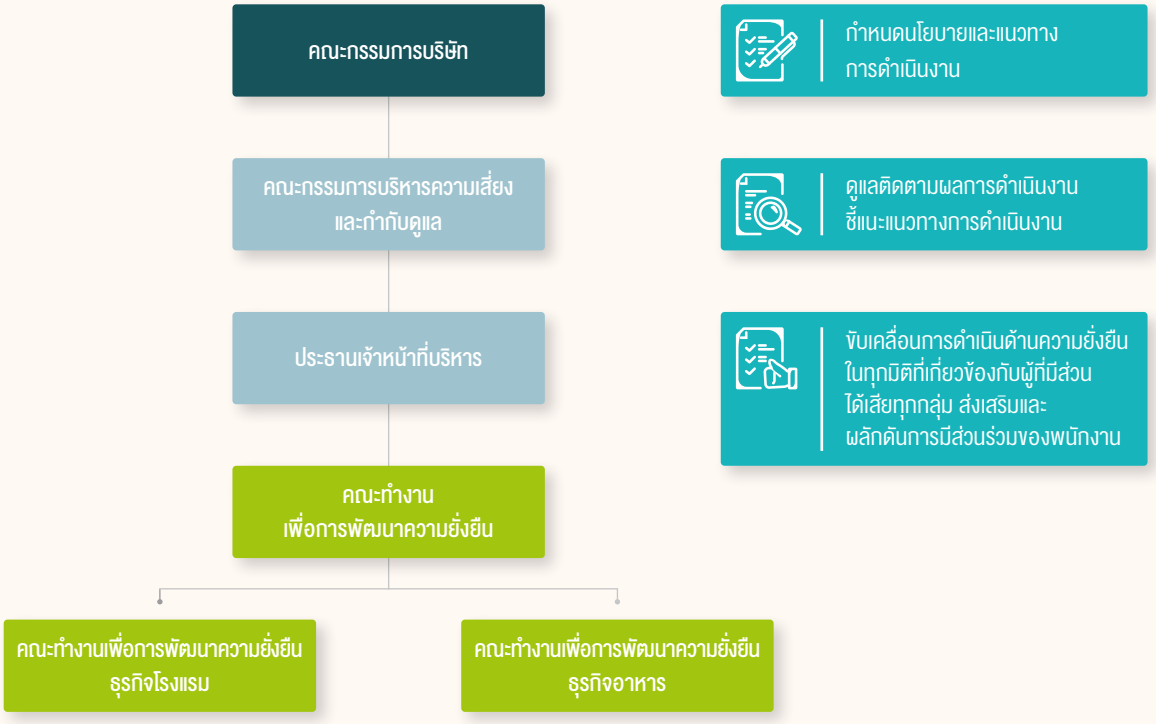
- เคารพสิทธิมนุษชน
- ดูแลพนักงานอย่างเท่าเทียม
- มุ่งพัฒนาศักยภาพพนักงาน
- สร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้
- พัฒนาชุมชนและสังคม
- สร้างผลกระทบเชิงบวกสู่สังคม

การพัฒนาความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ

- หลักธรรมภิบาลในการดำเนินงาน
- บริหารจัดการความเสี่ยง
- บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- พัฒนานวัตกรรมและคุณภาพการบริการ
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ความปลอดภัยทางไซเบอร์

โครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน

บริษัทได้กำหนดโครงสร้างการดำเนินการด้านการพัฒนาความยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล ทำหน้าที่กำหนดแนวทางและดูแลการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนให้เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้ โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารทำหน้าที่เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแบบบูรณาการ มีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อการพัฒนาความยั่งยืน ทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร เพื่อรายงานผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมต่อคณะกรรมการความเสี่ยง การกำกับดูแล และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อขอความคิดเห็นและคำแนะนำในการดำเนินงาน โดยมีการจัดประชุมทุกๆ 3 เดือน เพื่อพิจารณาทบทวน และติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทให้สอดคล้องและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตามกรอบของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ขององค์การสหประชาติ และกรอบการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนภายใต้หลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์



การสร้างการรับรู้เรื่องการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน

ปัจจุบันการดำเนินงานตามแนวทางความยั่งยืนเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญ ฝ่ายบริหารจึงได้ดำเนินการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจเรื่องความยั่งยืนให้กับพนักงานในองค์กร จัดอบรมภายในหน่วยธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร และถอดบทเรียนจากความสำเร็จในการดำเนินงานต่างๆ เพื่อนำไปปรับใช้กับทั้งองค์กร สนับสนุนให้พนักงานในฝ่ายงานพัฒนาความยั่งยืนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมอบรมความรู้กับหน่วยงานภายนอก เพื่อติดตามประเด็นการพัฒนาความยั่งยืนในระดับสากลและระดับประเทศ ในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมภิบาลที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ศึกษาข้อมูลความรู้ และเครื่องมือต่างๆ ที่จะสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร อีกทั้งส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ภายในองค์กรจากการอบรมความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ อาทิเช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก(องค์การมหาชน), สถาบันไทยพัฒน์, Global Reporting Initiative (GRI), Global Sustainable Tourism Council (GSTC), Greenview (The Global Sustainable Tourism Council-Recognized System), S&P Global เป็นต้น รวมทั้งจัดอบรมความรู้ภายในองค์กรให้กับพนักงานทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ

การกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทได้ดำเนินกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท ครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระดับสากลทั้งในส่วนของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร รวมถึงประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ฝ่ายบริหาร ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ โดยมีขั้นตอนการกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ดังนี้

- ระบุประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน
- จัดลำดับความสำคัญจากผลกระทบต่อองค์กรและต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- พิจารณาตรวจสอบสอบทวนประเด็นที่มีนัยสำคัญ
- ติดตาม และรายงานผลการดำเนินงาน

1. การระบุประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน	บริษัทได้นำประเด็นความเสี่ยงที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร ประเด็นสำคัญจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกกลุ่ม ผลกระทบต่อธุรกิจ และผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจต่อภายนอกองค์กร ศึกษาเปรียบเทียบกับประเด็นความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ จากนั้นนำประเด็นทั้งหมดที่ประเมินความสำคัญเสนอแก่ผู้บริหารกลุ่มธุรกิจ
2. การจัดลำดับความสำคัญ	มีการดำเนินการวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีผลกระทบต่อองต์กร และส่งผลกระทบสู่ภายนอกองค์กร ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มประเด็นหลัก คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จำนวน 13 ประเด็น และพิจารณาการจัดลำดับความสำคัญ 2 ด้านคือ ประเด็นที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการขององค์กร และประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
3. การจัดลำดับความสำคัญ สอบทวนประเด็นที่มีนัยสำคัญและติดตามรายงานผลการดำเนินงาน	บริษัทได้มีการทบทวนและตรวจสอบความครบถ้วนของประเด็นความยั่งยืนที่สร้างผลกระทบต่อธุรกิจและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีนัยสำคัญ โดยนำเสนอต่อคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล และคณะกรรมการบริษัทตามลำดับเพื่อพิจารณา จากนั้นฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการนำเสนอแผนการดำเนินงานพร้อมรายงานผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในปี 2565 บริษัทยังคงใช้ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเดิม และมีแผนจะทบทวนประเด็นสำคัญและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียในปีถัดไป เพื่อนำเสนอคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล และคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ

ประเด็นสำคัญและขอบเขตประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้สรุปประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และส่งผลกระทบต่อภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้

สิ่งแวดล้อม (E)

- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การจัดการของเสีย
- การบริหารจัดการน้ำ

สังคม (S)

- สิทธิมนุษยชน
- การพัฒนาทุนมนุษย์
- การพัฒนาชุมชน

เศรษฐกิจ (G)

- การพัฒนาธุรกิจ
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
- การบริหารห่วงโซ่อุปทาน
- ความพึงพอใจของลูกค้า
- การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี
- การกำกับดูแลกิจการ

ลำดับความสำคัญและขอบเขตของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (1/2)

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

ลำดับความสำคัญและขอบเขตของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (2/2)

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

สิ่งแวดล้อม (E) สังคม (S) เศรษฐกิจ (G)

การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (1/2)

บริษัทได้กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็นกลุ่มต่างๆ โดยมีช่องทางในการสื่อสาร เพื่อรับฟังความคิดเห็น ความคาดหวัง นำไปสู่การพัฒนากระบวนการเพื่อตอบสนองต่อข้อคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

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

การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (2/2)

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

การร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่างๆ

บริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกและพันธมิตรเครือข่ายขององค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ให้การสนับสนุนเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาพเอกชนในการส่งเสริม และพัฒนาสังคมให้เกิดความยั่งยืน รวมถึงผู้บริหารของบริษัทได้เข้าร่วมเป็นกรรมการขององค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

1. สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association)
2. สมาคมสปาไทย (Thai Spa Association)
3. หอการค้าไทย (The Thai Chamber of Commerce)
4. สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย (Thai Listed Companies Association)
5. สภาหอการค้าไทย-อเมริกา
   The American Chamber of Commerce in Thailand: AMCHAM)
6. สภาหอการค้าไทย-อังกฤษ
   (British Chamber of Commerce Thailand: BCCT)
7. สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก
   (Pacific Asia Travel Association: PATA)
8. สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก สาขาประเทศไทย
   (Pacific Asia Travel Association Thailand Chapter: PATA)
9. สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)
   (Thailand Incentive and Convention Association: TICA)
10. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
    (The Tourism Council of Thailand: TCT)
11. สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
    (The Thai Institute of Directors Association: IOD)
12. สมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย
    ในการต่อต้านการทุจริต
13. (Collective Action Coalition -Thailand's Private Sector Collective
    Action Coalition Against Corruption: CAC)
14. สมาชิกประชาคมการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของสถาบันไทยพัฒน์
    (Sustainability Disclosure Community: SDC)
15. สมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral
    Network) ของ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
16. สมาชิกโครงการวิภาวดีไม่มีขยะ ViBhavadi Zero Waste : phase 2
17. สมาชิกสมาคมพลังงานหมุนเวียนไทย (RE100)
18. สมาชิกเครือข่ายอนุรักษ์พลังงาน "Energy Beyond Standards"
    โดย กรมพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน

มิติเศรษฐกิจ และธรรมาภิบาล

เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

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

● ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย ○ มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทให้ความสำคัญต่อดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการเป็นอย่างยิ่ง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บริษัทจึงความมุ่งมั่นที่จะบริหารองค์กรโดยยึดหลักบรรษัทภิบาลที่ดีและตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีโครงสร้างการกำกับดูแลองค์กรที่ประกอบด้วยคณะกรรมการที่มีความสามารถในการกำกับดูแลและบริหารงานด้วยความโปร่งใสและดำเนินงานตามกรอบนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี อีกทั้งยังตระหนักถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีกระบวนการระบุประเด็นความเสี่ยงและบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน และมีการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนวัฒนธรรมความเสี่ยง เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร

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

หลักจริยธรรมทางธุรกิจ

หัวใจของการดำเนินธุรกิจที่สำคัญคือ การยึดมั่นในหลักจริยธรรม รวมถึงความยุติธรรมและคุณธรรมในการดำเนินกิจการกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยคณะกรรมการบริษัทได้วางหลักการและแนวทางในการปฏิบัติสำหรับกรรมการและผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อันได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ คู่แข่งทางการค้า สังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อมและภาครัฐ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ทั้งนี้คณะกรรมการได้จัดให้มีกลไกและกระบวนการที่จะดูแลให้มีการปฏิบัติอย่างจริงจังและเคร่งครัด

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

การกำกับดูแล

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

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

การตรวจสอบและการควบคุมภายใน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) จึงได้จัดตั้งสำนักงานตรวจสอบภายในขึ้น มีความเป็นอิสระในการทำหน้าที่ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติตามมาตรการการควบคุมภายในของแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้การปฏิบัติงาน ต่างๆ นั้นเป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัติ รวมทั้งเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำกับดูแลการดำเนินงานและการบริหารงานให้เป็นไปในแนวทางที่ถูกต้อง โดยมีผู้อำนวยสำนักงานตรวจสอบภายในเป็นผู้เสนอแผนงานตรวจสอบประจำปี และการปรับปรุงแผนงานตรวจสอบระหว่างปี รายงานผลการตรวจสอบตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในและจริยธรรมของผู้ตรวจสอบภายใน เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจนทำให้การดำเนินงานของบริษัทไม่บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

การทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทให้ความสำคัญและยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริตและปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดตลอดจนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ในปี 2565 บริษัทได้ดำเนินการทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันพร้อมด้วยระเบียบปฏิบัติ การร้องเรียนและตรวจสอบข้อเท็จจริง ดังนี้

1. บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงต่างๆ เกี่ยวกับการกระทำที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันและได้กำหนดนโยบาย เพื่อนำมากำหนดเป็นระเบียบที่จะได้มีการบังคับใช้ โดยมีจุดประสงค์ในการป้องกันและยับยั้งการทุจริตซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของระบบการควบคุมภายในที่ดี

2. บริษัทได้กำหนดแนวทางการดำเนินงาน ประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินงานซึ่งมีรายละเอียดที่ชัดเจน อันเป็นไปตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและสามารถป้องกันการทุจริตใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจได้ โดยครอบคลุมถึงกิจกรรมการดำเนินการต่างๆ เช่น การบริจาคในเชิงการกุศลและการให้การสนับสนุนในนามบริษัท การให้หรือการรับของกำนัลและการต้อนรับดูแล (การนันทนาการ) รวมถึงการมอบเงินหรือประโยชน์ตลอดจนการให้การสนับสนุนทางการเมือง

3. บริษัทได้กำหนดให้มีระบบการควบคุมภายใน เพื่อให้แน่ใจว่านโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลซึ่งครอบคลุมถึงกระบวนการทำงานในทุกๆหน่วยงาน โดยบริษัทมีแผนการตรวจสอบของสำนักงานตรวจสอบภายในที่มีการตรวจสอบเรื่องการทุจริตคอร์รัปชันเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอทุกปี และหากเกิดเหตุการณ์ต้องสงสัยในเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน จะมีการตรวจสอบและนำผลการตรวจสอบเสนอคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัทเป็นลำดับถัดไป

4. บริษัทได้จัดให้มีช่องทางการร้องเรียน และกระบวนการในการแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนที่โปร่งใส และเป็นธรรม พร้อมทั้งมีมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการปกป้องผู้แจ้งข้อมูลการทุจริตคอร์รัปชันโดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความเสียหายของผู้แจ้งเบาะแสเป็นหลัก

5. บริษัทได้ทำการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทั้งภายในและภายนอกให้ครอบคลุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เช่น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน เป็นต้น โดยดำเนินการเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันบนเว็บไซต์ การทำแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ การส่งอีเมล เพื่อให้การประกอบธุรกิจในแต่ละส่วนได้ดำเนินการไปอย่างโปร่งใสตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่บังคับใช้

6. บริษัทได้มีการจัดอบรมให้แก่พนักงานเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่บังคับใช้ พร้อมทั้งยกตัวอย่างกรณีต่างๆ ให้พนักงานเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในการให้ความร่วมมือปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

7. บริษัทได้ประกาศนโยบายงดรับของขวัญ (No Gift Policy) เป็นประจำทุกปี และได้สื่อสารให้กับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มรับทราบผ่านหน้าเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อให้ทุกคนยึดเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

บริษัทได้เผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันไว้ในหน้าเว็บไซต์ของบริษัท http://centel-th.listedcompany.com/cg.html และออกจดหมายแจ้งคู่ค้าเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างสุจริตและโปร่งใสภายใต้มาตรการที่วางไว้และเชิญชวนให้คู่ค้าเข้าร่วมแสดงเจตนารมณ์เป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

การเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

นอกจากนี้บริษัทยังได้เข้าเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ซึ่งเป็นโครงการภายใต้สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หอการค้าไทย หอการค้าร่วมต่างประเทศในประเทศไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สมาคมธนาคารไทย สภาธุรกิจตลาดทุนไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2554 และผ่านการประเมินได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชั่นของภาคเอกชนไทย เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559 และมีการต่ออายุเป็นครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2565 ที่ผ่านมา และจะดำเนินการต่ออายุสมาชิกฯอีกครั้งเมื่อครบกำหนด 3 ปี

การรับแจ้งข้อมูล ข้อร้องเรียนและการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียน

บริษัท ได้จัดทำนโยบายการรับแจ้งข้อมูลและเบาะแส Whistle-Blowing Policy และจัดช่องทางให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สามารถแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียน ข้อสงสัย หรือพบเห็นการกระทำที่สงสัยว่ามีการฝ่าฝืน หรือไม่เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือจรรยาบรรณ และการทุจริตต่อหน้าที่ พร้อมส่งหลักฐานถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดคู่มือการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียน เพื่อกำหนดรายละเอียดและกระบวนการในการตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยเริ่มตั้งแต่การแจ้งข้อร้องเรียนหรือเบาะแสของผู้มีสิทธิร้องเรียน ไปจนถึงขั้นตอนและกระบวนการในการตรวจสอบข้อเท็จจริงเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริต การคอร์รัปชัน และประพฤติมิชอบ จนถึงสิ้นสุดกระบวนการ โดยจะมีคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อดำเนินการหาข้อเท็จจริงและรายงานให้ผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการบริษัทและผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาบทลงโทษในกรณีที่มีความผิดตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท ทั้งนี้ได้กำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิให้กับบุคคลที่แจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียนด้วย

นอกจากนี้ยังได้กำหนดแผนการเยียวยาผู้เสียหายหรือการชดเชย กำหนดบทลงโทษผู้กระทำผิดอย่างชัดเจน พร้อมแนวทางป้องกัน เพื่อไม่ให้เกิดข้อร้องเรียนในอนาคต จึงทำให้บริษัทมั่นใจว่ามาตรการของบริษัทเพียงพอต่อการป้องกันการกระทำผิดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ช่องทางในการติดต่อ ร้องเรียน หรือ แจ้งเบาะแส

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

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

- **สำนักเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ**
  อีเมล: whistleblower_centel@chr.co.th
  ที่อยู่ทางไปรษณีย์: คณะกรรมการตรวจสอบ บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
  999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น สามารถสอบถามหรือขอรับคำแนะนำได้ที่

- **สำนักเลขานุการบริษัท**
  อีเมล: co.secretary_centel@chr.co.th
  ที่อยู่ทางไปรษณีย์: สำนักเลขานุการบริษัท บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
  999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

จำนวนข้อร้องเรียนในปี 2565

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

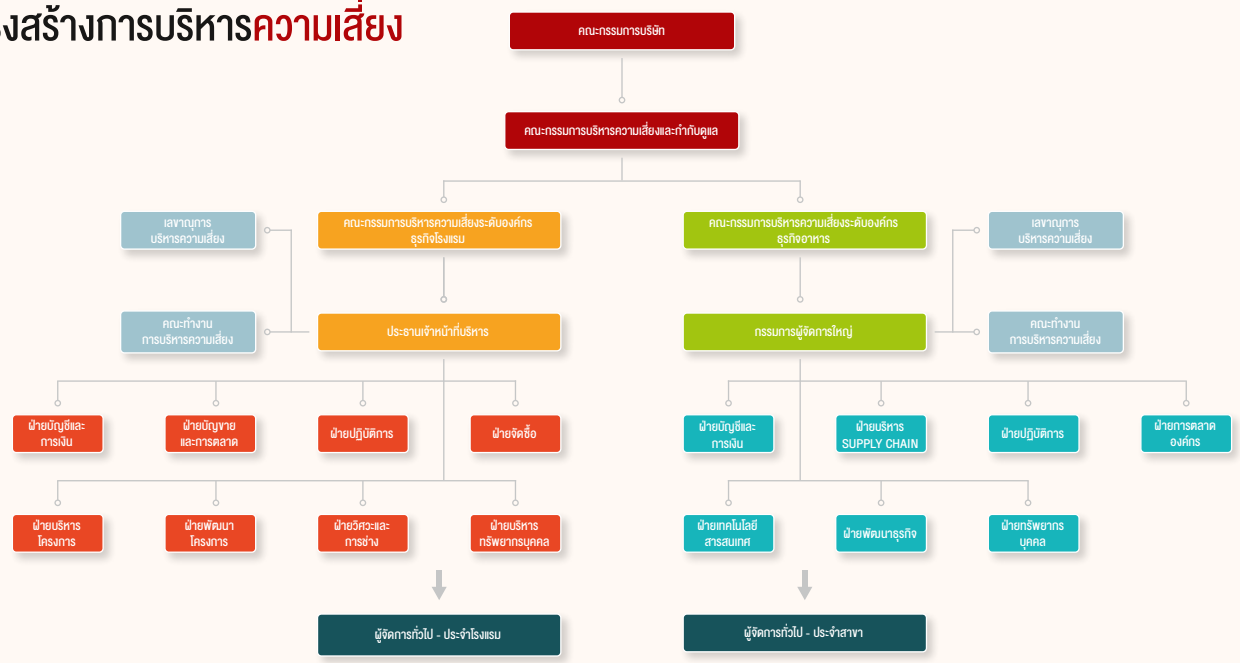
ในปี 2565 ที่ผ่านมา ไม่มีการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือละเมิดนโยบายการกำกับดูแลกิจการบริษัทที่ส่งผลกระทบความเสียหายต่อบริษัท ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินอย่างมีนัยสำคัญ

การบริหารจัดการความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเกิดความมั่นคง และเติบโตอย่างยั่งยืน อีกทั้งการบริหารความเสี่ยงถือเป็นเครื่องมือในการช่วยให้ผู้บริหารสามารถบ่งชี้และจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยงตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้บริษัทสามารถแยกหน้าที่ด้านบริหารความเสี่ยงออกจากหน่วยงานที่อาจจะก่อให้เกิดความเสี่ยง และเพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและการประสิทธิผล มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และหน่วยงานบริหารความเสี่ยง โดยจะมีการทำงานประสานอย่างใกล้ชิดระหว่าง ฝ่ายงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk owner) และฝ่ายบริหารความเสี่ยง

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

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง



กระบวนการประเมินความเสี่ยง

กระบวนการบริหารความเสี่ยงเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่การพิจารณาวัตถุประสงค์ การค้นหาหรือการระบุความเสี่ยง การจัดประเภทความเสี่ยง การประเมินโอกาสและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เพื่อพิจารณาระดับความเสี่ยง การเลือกความเสี่ยงที่อยู่ในระดับสูงเพื่อมาพิจารณาแนวทางจัดการความเสี่ยง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ นอกจากนี้ ยังต้องมีการทำรายงานความเสี่ยง การติดตามผลและทบทวนความเสี่ยงที่เกิดขึ้น เพราะหากยังไม่สามารถลดระดับความเสี่ยงได้ องค์กรก็จะต้องนำมาประเมินและพิจารณาแผนการจัดการความเสี่ยงอีกครั้ง

ในปี 2565 บริษัทได้มอบหมายให้ นายทัศชัย พัฒนโกศัย ตำแหน่ง Senior Director of Corporate Risk & Legal เป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบงานด้านการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร การทวนสอบ และการติดตามกระบวนการบริหารความเสี่ยง และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแลของบริษัทเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท โดยมีการทบทวนนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงประจำปี 2565 ในประเด็นสำคัญ คือ 1) พิจารณาประเด็นความเสี่ยงระดับองค์กรและตัวชี้วัดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท 2) ทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงให้เป็นปัจจุบัน เพิ่มเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงใหม่ตามกฎหมายใหม่ที่ออกมา เช่น การประเมินความเสี่ยงเรื่องการรั่วไหลข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น 3) ทบทวนนโยบายการบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Management : BCM) พร้อมระเบียบปฏิบัติเรื่องการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan : BCP) โดยผ่านการเห็นชอบจากคณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล และคณะกรรมการบริษัทเรียบร้อยแล้ว

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

วัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร (Risk Culture)

คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทให้ความสำคัญในการส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร วางแนวทางในการนำกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงไปปฏิบัติในองค์กร โดยใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินงาน พร้อมทั้งนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจที่สำคัญ โดยพนักงานทุกคนมีหน้าที่ในการบ่งชี้ จัดการและรายงานความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของตนเอง ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่ในการปฏิบัติตามนโยบายและกระบวนการบริหารความเสี่ยง นอกจากนี้ได้จัดให้มีการฝึกอบรมความรู้เรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจ เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจในกรอบการบริหารความเสี่ยง ความรับผิดชอบต่อความเสี่ยง และการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยง และสามารถนำเอาแนวทางดังกล่าวมาใช้ในการดำเนินของหน่วยธุรกิจต่างๆของบริษัท ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดแผนงานการทบทวนความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารความเสี่ยงขององค์กรเพื่อพนักงานทุกคนเกิดความเข้าใจเรื่องความเสี่ยงและแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงใหม่ๆ (Emerging Risk) ที่เกิดขึ้น หรือที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

นวัตกรรมในการให้บริการและการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและส่งมอบคุณค่า และความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าและผู้มาใช้บริการในยุคแห่งการขับเคลื่อนธุรกิจสู่เข้าสู่โลกแห่งเทคโนโลยีดิจิตอล (Digital Economy)

ในปี 2565 ธุรกิจโรงแรม มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ Digital Solution มาใช้ในงานบริการลูกค้าเพื่อพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการท่ามกลางภาวะการขาดแคลนแรงงานภาคบริการ

1. มีการนำระบบการให้บริการโรงแรมอัจฉริยะ หรือ Digital Guest Solution มาใช้และขยายการใช้งานครอบคลุมทุกโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราเพื่อรองรับความต้องการใช้งานของลูกค้าในโลกยุคดิจิตอล ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับพนักงานเพื่อขอรับบริการต่างๆ รวมถึงการจองคิวผ่านระบบ ในขณะเดียวกันระบบนี้สามารถช่วยโรงแรมพัฒนา ปรับปรุงการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น บริการต่างๆ ที่ลูกค้าร้องขอผ่านระบบจะถูกส่งมาที่ศูนย์ควบคุม ทำให้สามารถจัดส่งบริการให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และสามารถติดตามผลได้ทันที นอกจากนี้ ระบบ Digital Guest Solution ยังสามารถเชื่อมต่อกับระบบการให้บริการของพนักงานที่เรียกว่า Staff Ticketing เมื่อมีการร้องขอการรับบริการจากลูกค้า ระบบจะส่งคำขอนั้นตรงไปยังพนักงานที่เป็นผู้รับผิดชอบ และบันทึกลงระบบ เพื่อสามารถตรวจสอบและติดตามการให้บริการว่าเสร็จสมบูรณ์ และสามารถวิเคราะห์ปัญหาหากเกิดข้อผิดพลาดเพื่อวางแผนการป้องกันและปรับปรุงการให้บริการให้ดีขึ้น

2. มีการพัฒนาระบบการเช็คอินล่วงหน้าผ่านมือถือ (Pre Check-in Service) เพื่อให้ลูกค้าสามารถลงทะเบียนเข้าพักในโรงแรมผ่านระบบมือถือเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยระบบนี้อยู่ระว่างการทดสอบและจะเปิดให้ลูกค้าใช้บริการในปี 2566 นอกจากนี้ในร้านอาหารและบริการสปา ได้ปรับเปลี่ยนเมนูการให้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ อาทิ IPad เพื่อลดการใช้กระดาษและค่าใช้จ่ายในการพิมพ์เมนู อีกทั้งเพิ่มช่องทาง QR Code ในการสั่งอาหารจากห้องพัก และ บริเวณพื้นที่ให้บริการอื่นเช่น สระว่ายน้ำ เป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าและพนักงานสามารถให้บริการลูกค้าได้เร็วขึ้น ตั้งแต่เริ่มใช้ระบบ QR Code จากการให้บริการภายใต้สถานการณ์โควิด 19 เป็นต้นมาสามารถสร้างรายได้มากกว่า 14 ล้านบาทจากช่องทางนี้

3. นอกจากนี้มีการเพิ่มรูปแบบการให้บริการแบบภายใต้โครงการ “Wellness Chef Programme กินเพื่อสุขภาพ” ให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพแก่ลูกค้า เน้นอาหารที่ผ่านความร้อนน้อยเพื่อรักษาคุณประโยชน์ของอาหารให้มากที่สุด ให้บริการอาหารเช้าเพื่อสุขภาพเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น โดยเริ่มให้บริการใน 5 โรงแรมและมีแผนขยายไปยังโรงแรมอื่นในเครือ

4. จัดทำบริการ “Eat Well” นำเสนอข้อมูลและเมนูอาหารด้านโภชนาการที่เหมาะกับสุขภาพของลูกค้า สามารถเลือกสั่งอาหารสำหรับผู้ที่ต้องดูแลประเภทของอาหารเป็นพิเศษ เช่น เมนูสำหรับผู้ที่เป็นเบาหวาน หรือโรคไต อาหารที่เหมาะกับผู้ที่เป็นโรคหัวใจ อาหารที่ปราศจากกลูเตน โซเดียมต่ำ แคลอรี่ต่ำ หรืออาหารมังสวิรัติ โดยมีคำอธิบายในเมนูให้ลูกค้าสามารถเลือกได้

ในส่วนของธุรกิจอาหาร ในปี 2565 ได้พัฒนานวัตกรรมด้านการให้บริการโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ อาทิ

1. QR Ordering ลูกค้าสามารถสั่งอาหารผ่านระบบ QR ได้ด้วยตัวเอง

2. ลดเวลาการทำงานของพนักงานโดยนำหุ่นยนต์มาใช้ในบางสาขา (Food Delivery Robots) เพื่อลดการทำงานของพนักงานในการเสิร์ฟอาหาร ซึ่งสามารถลดเวลาการทำงานของพนักงานลง 0.5 FTE/สาขา

3. ปรับปรุงระบบการใช้คูปองส่วนลดแบบกระดาษ เป็น CRG e-Coupon System โดยสามารถเพิ่มยอดขายจากการใช้คูปองอิเล็คทรอนิกส์ประมาณ 500,000 บาท และเพิ่มช่องทางการใช้คูปองผ่าน แอพพลิเคชั่น The1 โดยมียอดการใช้คูปองประมาณ 5 ล้านบาท

4. ได้เข้าร่วมกับพันธมิตรในการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่าน C-Coin, Shopee Pay, KFC True Money

5. พัฒนาระบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (QR Survey on receipt) ผ่านทางใบเสร็จรับเงินโดยการสแกนคิวอาร์โคท มีลูกค้าให้ความสนใจทำแบบประเมิน 177,000 ราย นอกจากนี้ยังได้พัฒนาเมนูที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากพืช หรือ Plant-Based สำหรับแบรนด์อานตี้ แอนส์ โดยจัดทำเมนูพิเศษ ‘MEAT ZERO Pizza Pretzel’ (มีท ซีโร่ พิซซ่า เพรทเซล) ชีส Mozzarella เข้มข้น รสชาติกลมกล่อมเหมือนเนื้อไก่จริง ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ และกลุ่มมังสวิรัติยืดหยุ่น (Flexitarian)

นอกจากนี้ธุรกิจอาหาร ได้มีการปรับปรุงระบบการทำงานโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ระบบการทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพิ่มความรวดเร็วในการทำงานให้กับพนักงาน อาทิ ระบบ Promotion Margin เพิ่มความสะดวกให้ทีมการตลาดในการคำนวณความคุ้มทุนของโปรโมชั่นที่จะทำ ระบบ Area visit Report ในการบันทึกข้อมูลตรวจร้าน ซึ่งช่วยลดการใช้กระดาษ และสามารถค้นหาข้อมูลย้อนหลัง เพื่อทำสรุปคะแนนเปรียบเทียบในแต่ละสาขาได้

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

การส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร

บริษัทสนับสนุนให้พนักงานใช้ศักยภาพของตนเองเพื่อพัฒนานวัตกรรมในการให้บริการและปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง และสามารถนำเสนอแผนการพัฒนาให้กับฝ่ายบริหารนำไปสู่การใช้งานจริงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยธุรกิจอาหารจัดให้มีกิจกรรมความร่วมมือในงานทำงานในโครงการ Innovation Convention ภายใต้ธีมการแข่งขัน 'Innovation Elevating Work & Life' โดยมีการนำเสนอโครงการต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 15 โครงการ เป็นนวัตกรรมที่สามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเพื่อให้เกิดการใช้งานจริง 12 โครงการ เช่น

1. CRG Warehouse Shopping: สร้างช่องทางการซื้อขายทรัพย์สินเก่าของแต่ละแบรนด์ที่จัดเก็บในคลังสินค้า เพื่อส่งเสริมการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อการใช้ทรัพย์สินของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด
2. Inventory Application: พัฒนาแอพพลิเคชั่นเพื่อเข้ามาช่วยทำงานในด้านการตรวจนับทรัพย์สิน และบันทึกรายการได้ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยและสามารถเข้าดูรายงานได้ผ่านเว็บไซต์
3. Promotion Calculator: สร้างโปรแกรมการคำนวนโครงสร้างกำไรจากโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อให้ฝ่ายการตลาดและฝ่ายที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์กำไรของแต่ละโปรโมชั่นได้แบบง่ายๆ ด้วยตัวเอง
4. Service Requisition Form: เปลี่ยนช่องทางการขอรับบริการทางคอมพิวเตอร์ของพนักงานจากฝ่ายไอทีโดยยกเลิกการใช้กระดาษมาเป็นระบบผ่านเว็บไซต์
5. Smart Power Meter: นำอุปกรณ์ Digital Power Meter & IoT Technology มาใช้แทนของเดิมเพื่อให้สามารถตรวจสอบข้อมูลหน่วยการใช้ไฟฟ้าภายในสาขาต่างๆ ได้แบบ Real time
6. Requisition online: พัฒนาช่องทางในการขอรับพนักงานใหม่ เพื่อลดขั้นตอนลดระยะเวลา และมีการสื่อสารแบบสองทางทำให้ทราบสถานะปัจจุบันและสามารถติดตามผลได้อย่างทันท่วงที
7. Smart VSD: ติดตั้งอุปกรณ์ VSD สำหรับตรวจจับการทำงานของเครื่องดูดควันให้ปรับรอบทำงานได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการ การจากดำเนินโครงการนี้ทำให้พนักงานได้มีเวทีในการแสดงออกถึงทักษะที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะงานในหน้าที่เท่านั้น และบริษัทสามารถนำความคิดและไอเดียของพนักงานไปใช้งานได้จริง และต่อยอดการพัฒนาเครื่องมือต่างๆ ให้มีคุณภาพในการใช้งานพิ่มขึ้นเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คุณภาพการให้บริการ

งานบริการ ถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร บริษัทกำหนดกรอบและแนวทางด้านคุณภาพการให้บริการ โดยมุ่งเน้นการสร้างความความประทับใจสูงสุด พร้อมประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและผู้มาใช้บริการในทุกแบรนด์ที่ให้บริการ ด้วยการรักษามาตราฐานการบริการให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดและให้พัฒนาการบริการให้เกินความคาดหวัง และมุ่งเน้นการเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการให้กับลูกค้าและผู้ใช้บริการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการจดจำ สร้างความผูกพันและความภักดีต่อแบรนด์

ธุรกิจโรงแรมมีเป้าหมายแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนจากลูกค้าให้ได้ 100 % ในขณะที่ลูกค้ายังใช้บริการอยู่ในโรงแรม และส่วนธุรกิจอาหารกำหนดให้แก้ไขข้อร้องเรียนจากช่องทางคอลเซ็นเตอร์จากลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

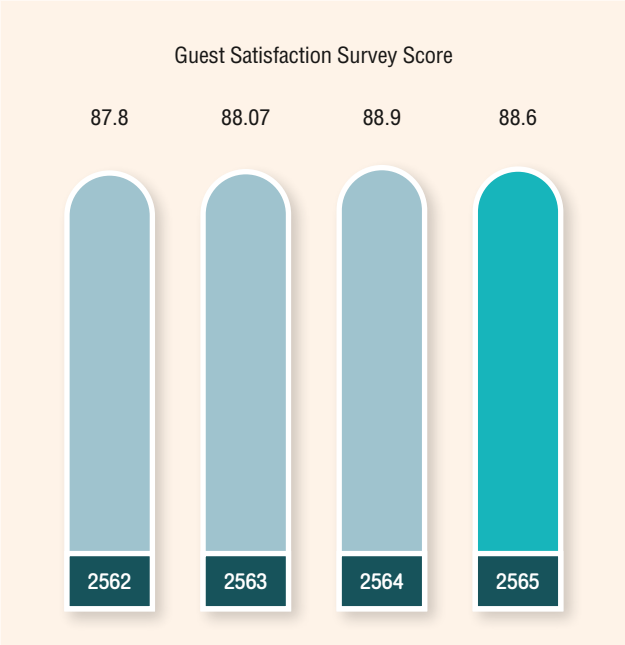
การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรม บริษัทดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการผ่านระบบ Review Pro จากแบบสำรวจและความคิดเห็นของลูกค้าต่อการใช้บริการ โดยมีรูปแบบ 3 วิธีการดังนี้

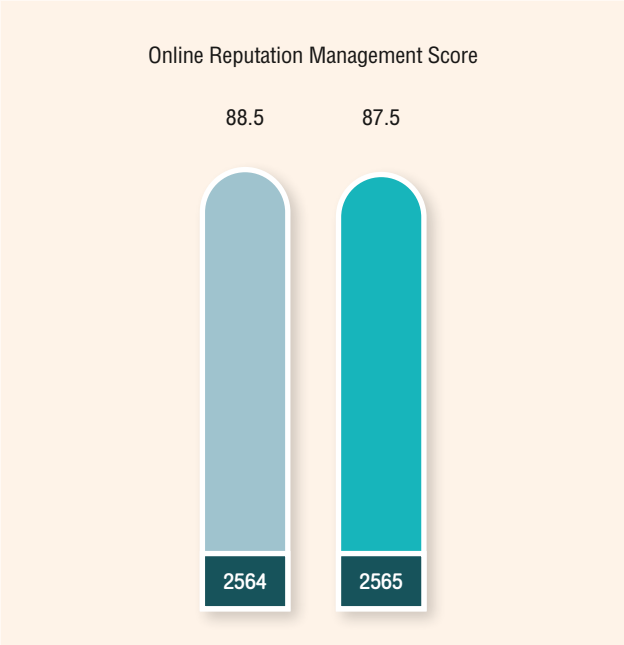
1. ระบบ In-Stay Survey เป็นแบบสอบถามสั้นๆ ในการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าพักมากกว่า 2 คืน ส่งผ่านอีเมล์ที่ลูกค้าลงทะเบียนไว้
2. ระบบ Guest Satisfaction Survey (GSS) เป็นแบบสอบถามที่ครอบคลุมเรื่องการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม โดยลูกค้าจะได้รับแบบสอบถามหลังจากเช็คเอาท์ 48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

จากนั้นฝ่ายปฏิบัติการดำเนินการสรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและรายงานผลต่อฝ่ายบริหาร คณะกรรมการความเสี่ยงและกำกับดูแล และคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกๆ 3 เดือน รวมถึงรายงานแผนการปรับปรุง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมทุกแบรนด์

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





จากสถานการณ์โควิด กลุ่มลูกค้าที่เข้าพักและใช้บริการของโรงแรมจะเป็นคนไทยมากกว่าต่างชาติ ดังนั้นโรงแรมจึงได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเพื่อความตอบสนองความต้องการของลูกค้าคนไทย เพื่อปรับปรุงคะแนนความพึงพอใจให้เป็นไปตามเป้าหมาย และมีการวิเคราะห์ตลาดลูกค้าเพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการหากมีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มลูกค้าในลักษณะเดียวกันนี้เกิดขึ้น นอกจากนี้ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีประสบการณ์แบบฉับพลัน ทำให้บริษัทต้องปรับแผนในการฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานให้มากขึ้นท่ามกลางจำนวนพนักงานให้บริการที่มีจำกัด เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้หลายหลายหน้าที่เพื่อให้บริการลูกค้าได้มากขึ้น และบริษัทยังคงดำเนินแผนงานนี้ต่อในปี 2566 เพื่อสร้างทักษะใหม่ๆ ให้กับพนักงาน

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

จากเป้าหมายของธุรกิจโรงแรมที่มุ่งแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนจากลูกค้าให้ได้ 100 % ในขณะที่ลูกค้ายังใช้บริการอยู่ในโรงแรม เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าและสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ บริษัทจึงได้จัดช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าเพิ่มขึ้นในระหว่างการเข้าพักเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและผู้มาใช้บริการพร้อมทั้งมีระบบตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะได้รับการบริการที่เหมาะสมและประทับ ระบบนี้ช่วยลดอัตราข้อร้องเรียนจากลูกค้าและเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการ

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

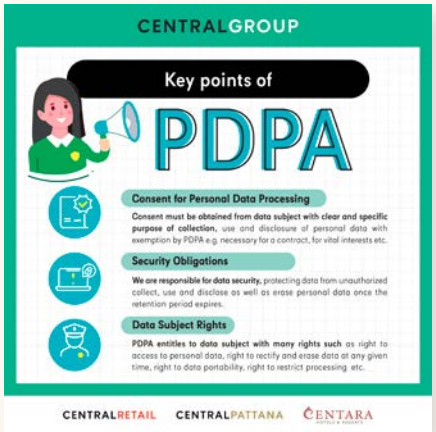
การคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

บริษัทได้จัดทำนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และกำหนดแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้เสีย และเผยแพร่ข้อมูลนโยบายดังกล่าวบนเว็บไซต์ของบริษัท เว็บไซต์ของธุรกิจโรงแรมและเว็บไซต์ของธุรกิจอาหาร มีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) ให้เป็นไปตามกฎหมาย และควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ดำเนินการประกาศระเบียบปฏิบัติ เรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) ทุกคนทราบ เพื่อดำเนินการให้ทุกหน่วยงานและพนักงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ผ่านช่องทางอีเมลภายใน จัดทำบันทึกกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Records of Processing Activities : ROPA) และระบบการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลให้มีความรัดกุมตามที่กฎหมายกำหนด จัดให้มีการทบทวนความรู้ให้กับพนักงานให้ทราบถึงหลักปฏิบัติ กฎข้อบังคับ ของพระราชบัญญัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีการประเมินความเสี่ยงในการละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความเสี่ยงหลักของบริษัทที่จะต้องประเมินในทุกไตรมาส

การขอใช้สิทธิ์เรื่องข้อมูลส่วนบุคคล

ในปี 2565 ไม่มีการขอใช้สิทธิ์เรื่องข้อมูลส่วนบุคคลและไม่มีข้อร้องเรียนเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลมายังบริษัท

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



การรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

บริษัทได้จัดทำนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ เมื่อปี 2564 ซึ่งประกอบด้วยนโยบายย่อยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 13 ฉบับ ได้แก่

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

และในปี 2565ได้ดำเนินการทบทวนสาระสำคัญของนโยบายดังกล่าว และเพิ่มเติมแนวทางการบริหารจัดการดังนี้

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

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

ในส่วนของธุรกิจอาหาร จัดทำนโยบายความมั่นคงความปลอดภัย ซึ่งมีการกำหนดรายละเอียดใน 11 หมวดได้แก่

- การพิสูจน์ตัวตน
- การบริหารการจัดการทรัพย์สิน
- การบริหารการจัดการข้อมูลองค์กร
- การรักษาความปลอดภัยของการสำรองข้อมูล ซอฟต์แวร์และลิขสิทธิ์
- การป้องกันโปรแกรมไม่ประสงค์ดี
- การรักษาความปลอดภัยของเครือข่ายและเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย
- การรักษาความปลอดภัยของอินเตอร์เน็ต
- การรักษาความปลอดภัยของอีเมล์
- ออกแบบและพัฒนาโปรแกรม
- ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของการบริหารจัดการเพื่อสร้างความต่อเนื่อง

ในส่วนของธุรกิจอาหารได้วางแผนการอบรมความรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับพนักงานแล้วเสร็จภายในปี 2566

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นธรรม ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามกรอบนโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนใส่ใจในประเด็นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย โดยมีเป้าหมายในการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาคู่ค้าและหุ้นส่วนทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อร่วมกันสร้างห่วงโซ่อุปทาน ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระยะยาว บริษัทได้จัดทำนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน นโยบายการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จัดทำจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า เพื่อให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ โดยได้แจ้งให้คู่ค้าและหุ้นส่วนทางธุรกิจทั้งหมดรับทราบจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้าของบริษัท

ผลการดำเนินงาน

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

บริษัทได้ดำเนินการวิเคราะห์และจัดกลุ่มความสำคัญของคู่ค้า โดยกำหนดเกณฑ์สำคัญในการจัดกลุ่มลูกค้าจากข้อมูลปริมาณการซื้อขายต่อปีระหว่างบริษัทและคู่ค้าแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นสำคัญมาก กลุ่มคู่ค้าหลักและกลุ่มคู่ค้ารองที่มีปริมาณการซื้อขายตามเกณฑ์ที่บริษัทได้กำหนดไว้ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการคู่ค้าให้เกิดประสิทธิภาพ โดยแยกเป็นคู่ค้าของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร และรวมถึงการประเมินคู่ค้าที่ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมภิบาล (ESG) อย่างสม่ำเสมอทุกปี

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

การสร้างความผูกพันกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทดำเนินการสร้างความผูกพันระหว่างบริษัทและคู่ค้า เพื่อยกระดับการทำงานร่วมกันให้เป็นไปตามหลักปฏิบัติที่ได้กำหนดไว้ มีการจัดประชุมกับคู่ค้าเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ และชี้แจงหลักปฏิบัติที่มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง เพื่อให้คู่ค้าและบริษัทมีความเข้าใจในแนวทางการทำงานร่วมกัน ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางแก้ไข

ในปี 2565 กลุ่มคู่ค้าในธุรกิจโรงแรม ได้รับการทบทวนเรื่องนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และจรรยาบรรณคู่ค้าและแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้า รวมถึงนโยบายงดรับ-ให้ของขวัญ (No Gift Policy) คู่ค้าในธุรกิจอาหารมีการนำเสนอความคิดเห็นในเรื่องแผนการลดต้นทุนสินค้า การส่งเสริมการขาย และการนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ จัดฝึกอบรมร่วมกับคู่ค้าเพื่อวิเคราะห์ปัญหา นำเสนอแนวทางปรับปรุงวิธีการทำงาน และแนวทางการลดต้นทุนหรือการลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและบริการ นำเสนอวิธีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ เพื่อลดขั้นตอนการทำงานด้วยเอกสารและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ทำงานร่วมกับคู่ค้าในการแจ้งยอดประมาณการสั่งซื้อสินค้า (Forecast) เพื่อให้ทางคู่ค้าได้จัดเตรียมวัตถุดิบให้เหมาะสม ซึ่งเป็นการลดการสูญเสียวัตถุดิบที่อาจจะเกิดขึ้นหากไม่สามารถระบายสินค้าได้ทันตามอายุการเก็บรักษาวัตถุดิบ

การประเมินคู่ค้า

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

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

ในปี 2565 ธุรกิจโรงแรมได้ดำเนินการประเมินคู่ค้าหลักและคู่ค้ารองจำนวนทั้งสิ้น 54 ราย เป็นการลงพื้นที่ประเมินคู่ค้าจำนวน 20 ราย ตรวจประเมินผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 19 ราย และตรวจประเมินผ่านแบบสอบถาม จำนวน 15 ราย และเพิ่มเติมการตรวจประเมินคู่ค้าในประเด็นด้าน ESG สิ่งแวดล้อม สังคมในประเด็นการดูแลพนักงาน รวมถึงการสนับสนุนช่วยเหลือสังคม และประเด็นธรรมาภิบาลรวมทั้งสิ้น 6 ราย ธุรกิจโรงแรมตั้งเป้าหมายการตรวจประเมินคู่ค้าประจำปีทั้งสิ้น 55 ราย คิดเป็น 47% ของจำนวนคู่ค้าหลักทั้งหมด เป็นการลงพื้นที่ประเมินคู่ค้าจำนวน 18 ราย ตรวจประเมินผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 15 ราย

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

การใช้ผลิตภัณฑ์และหรือวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากแนวทางของบริษัทที่กำหนดนโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และการสนับสนุนการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้นโยบายการจัดซื้จัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ธุรกิจโรงแรม มียอดการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมคิดเป็นร้อยละ 10 และธุรกิจอาหารมียอดการสั่งซื้อคิดเป็นร้อยละ 8.3 ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด

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

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

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

มิติสังคม

เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสังคม ปี 2565

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

ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย

บริษัท มีเป้าหมายในการดำเนินงานด้านสังคมในการพัฒนาศักยภาพและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่พนักงานสนับการสร้างความเท่าเทียมด้านสิทธิมนุษยชน มุ่งมั่นช่วยเหลือและพัฒนาสังคมด้านต่างๆ ภายใต้แนวคิดที่มุ่งมั่นสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืนในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นการจ้างงานในพื้นที่ให้โอกาสกับกลุ่มเปราะบางได้มีรายได้เลี้ยงดูตนเองและครอบครัว ด้วยการจ้างงานคนพิการ ผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงวัย เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน สนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการจากชุมชนในพื้นที่ เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน และสังคมโดยรอบ

การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

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

นอกจากนี้บริษัทได้ดำเนินการเรื่องส่งเสริมความเสมอภาคและขจัดการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ เท่าเทียมระหว่างเพศ อาทิเช่น การประกาศรับสมัครงานและการกำหนดคุณสมบัติผู้สมัครงานไม่มีการระบุเพศโดยกำเนิด หรือเพศสภาพ/เพศภาวะ เปิดโอกาสให้มีการสรรหาพนักงานทั้งเพศชาย เพศหญิงในทุกระดับตำแหน่งงาน และให้ความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศในที่ทำงาน โดยมีการจัดทำแนวปฏิบัติเพื่อพนักงานมีความเข้าในเกี่ยวกับพฤติกรรมการล่วงละเมิดหรือการคุกคามทางเพศในที่ทำงาน

บริษัทยังไม่ได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนรอบด้านต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ เพื่อระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนพร้อมทั้งหาแนวทางป้องกันหรือลดความเสี่ยง ซึ่งจากความสำคัญในเรื่องนี้ บริษัทได้วางแผนการดำเนินงานร่วมกับที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญให้แล้วเสร็จภายในปี 2566

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

กลยุทธ์การบริหารงานทรัพยากรบุคคล

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ถือเป็นประเด็นหลักสำคัญในการดำเนินงานของบริษัทเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนธุรกิจและองค์กรให้ก้าวหน้า เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน **"พนักงาน"** ที่มีคุณภาพเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงมีนโยบายมุ่งเน้นการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการและระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สนับสนุนและพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อสร้างให้บริษัทก้าวสู่การเป็นองค์กรแห่งความความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นเรื่องการสรรหาทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสม สนับสนุนการอบรมและพัฒนาบุคลากร ให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม การดูแลและบริหารจัดการด้านอัตราจ้างงานให้เหมาะสมกับปริมาณงาน การบริหารจัดการด้านประสิทธิภาพของการทำงานตลอดจนการประเมินผลการทำงาน การบริหารจัดการแก้ปัญหาและลดความขัดแย้ง และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในองค์กรหรือแรงงานสัมพันธ์

บริษัทยึดหลักในการดูแลพนักงานเสมือนคนในครอบครัว ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรมและเท่าเทียมในการว่าจ้าง การแต่งตั้ง โยกย้าย เลื่อนตำแหน่ง โดยพิจารณาบนพื้นฐานของหลักคุณธรรม และหลักปฏิบัติสากลด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อนำศักยภาพของพนักงานมาสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กร โดยมีเป้าหมายระยะในการบริหารงานทรัพยากรบุคคล เพื่อเป็น องค์กรนายจ้างดีเด่น (Thailand Best Employer) และ "The Best to be Workplace" สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรและองค์กรในทุกมิติ และสร้างเสริมประสบการณ์ที่ดีให้กับพนักงาน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความสุขภายในองค์กร และเป็นรากฐานของการขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืน

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

การสร้างวัฒนธรรมในองค์กรท่ามกลางความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง (Diversity and Inclusion)

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทที่จัดทำขึ้น มุ่งเน้นการให้ความสำคัญค่อคุณค่าและศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน ท่ามกลางความหลากหลายของเชื้อชาติ วัฒนธรรม ความเชื่อและเชื้อชาติของพนักงานในองค์กร จัดทำกรอบแนวคิดที่สนับสนุนความหลากหลายและยอมรับความแตกต่างของพนักงานในองค์กร รวมถึงการมองเห็นคุณค่าของความแตกต่างของพนักงานภายในองค์กร นำไปสู่แนวปฏิบัติที่พนักงานทุกคนในองค์กรจะต้องได้รับการปฏิบัติในลักษณะเดียวกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติและไม่ทำให้พนักงานรู้สึกแปลกแยกกับบุคคลอื่นในองค์กร

แนวทางการบริหารจัดการความหลากหลายทางวัฒนธรรมในองค์กรที่สำคัญคือ การสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้น เริ่มจากกระบวนการคัดเลือกบุคลากร ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีสิทธิ์เท่าเทียมกัน การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยพิจารณาจากความสามารถและผลการปฏิบัติงาน จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม ผู้บริหารขับเคลื่อนการสร้างแบบอย่างในการเคารพความหลากหลายและยอมรับความแตกต่างของพนักงาน

ความหลากหลายและความแตกต่างของพนักงานในองค์กร นำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ นวัตกรรม ที่ผ่านการคิดและตัดสินใจจากหลากหลายมุมมอง เข้าใจมุมมองที่แตกต่างกันมากขึ้น นำไปสู่การสร้างประโยชน์ให้กับองค์กร ในการผลิตภัณฑ์และบริการหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

การสรรหาพนักงาน

การสรรหาบุคลากรของบริษัท ทั้งในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหารต่างให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน ในเรื่องของความเสมอภาค ศักดิ์และสิทธิในการได้รับการปฏิบัติต่อมนุษย์อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว เพศ อายุ ศาสนาและความเชื่อ โดยเปิดโอกาสให้ทุกเชื้อชาติสามารถเข้ามาเป็นพนักงาน โดยคำนึงถึงคุณสมบัติและคุณวุฒิที่เหมาะสมสำหรับตำแหน่งงานต่างๆ พนักงานในองค์กรสามารถหมุนเวียน หรือโอนย้ายไปปฏิบัติงานในพื้นที่ต่างๆ ได้ตามความเหมาะสมเพื่อพัฒนาทักษะและเพิ่มโอกาสด้านความก้าวหน้าในอาชีพ พนักงานใหม่ทุกคนจะได้รับการปฐมนิเทศ เพื่อให้เข้าใจวิสัยทัศน์ ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร รวมทั้งข้อกำหนด สวัสดิการต่างๆ ก่อนเริ่มทำงาน ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในหลากหลายพื้นที่ทั่วโลก การปฏิบัติต่อแรงงานเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและหลักด้านสิทธิมนุษยชนจึงเป็นประเด็นที่ฝ่ายบริหารให้ความสำคัญ มีการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมตามประสบการณ์และความสามารถ และเปรียบเทียบกับค่าตอบแทนในกลุ่มธุรกิจเดียวกันเพื่อให้พนักงานทุกระดับทั้งชายและหญิงได้รับค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียม

ธุรกิจโรงแรมได้กำหนดแนวทางการสรรหาพนักงาน โดยแบ่งเป็น 2 แนวทางคือ แนวทางการสรรหาพนักงานจากทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร โดยการสรรหาภายในเป็นการสรรหาบุคลากรหรือผู้สมัครจากภายในหน่วยงานเพื่อบรรจุหรือแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งที่ว่างอยู่ โดยเมื่อมีตำแหน่งว่างลงจะประกาศรับบุคลากรที่กำลังปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานภายในองค์กรที่มีคุณสมบัติครบตามที่กำหนด ให้มารับการคัดเลือกเพื่อเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งขึ้นมา หรืออาจใช้วิธีการโยกย้ายสับเปลี่ยนในแผนกเดียวกันหรือต่างแผนกแล้วแต่ความเหมาะสม ในส่วนการสรรหาจากภายนอกเป็นการสรรหาพนักงานหรือผู้สมัครจากภายนอกหน่วยงาน โดยเปิดโอกาสให้ที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงาน เพื่อสอบคัดเลือกเข้าดำรงตำแหน่งตามความต้องการของหน่วยงาน ซึ่งขั้นตอนในการสรรหาจะเริ่มตั้งแต่การกำหนดตำแหน่งและคุณสมบัติของพนักงานที่ต้องการสรรหา การแสวงหาแหล่งกำลังคน การประกาศรับสมัคร ผ่านกระบวนการคัดเลือก หรือถ้าไม่สามารถสรรหาบุคคลได้ อาจใช้ช่องทางตัวแทนจัดหางานได้อีกทางหนึ่ง

ในขณะที่ธุรกิจอาหารได้กำหนดแนวทางการสรรหาพนักงานแบ่งตามกลุ่มพนักงาน ดังนี้

1. กลุ่มพนักงานประจำสำนักงาน เน้นการสรรหาผู้สมัครที่สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. ปวส. หรือปริญญาตรีขึ้นไปที่มีความรู้ความสามารถตรงตามความต้องการในลักษณะงานนั้นๆ
2. กลุ่มพนักงานทีมบริหารร้าน มุ่งเน้นการสรรหากลุ่มผู้มีประสบการณ์บริหารงานร้านอาหารตั้งแต่ 1-5 ปีขึ้นไป รวมถึงการเลื่อนตำแหน่งพนักงานที่มีความสามารถให้เติบโตในสายอาชีพ
3. พนักงานระดับปฏิบัติการ เน้นเปิดรับผู้สมัครโดยไม่จำกัดประสบการณ์งานบริการในร้านอาหารเพื่อรับเข้าเป็นทั้งพนักงานประจำและและพนักงานชั่วคราว

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

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

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

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

บริษัทส่งเสริมการจ้างงานผู้พิการและผู้สูงอายุมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล “องค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทยด้านสนับสนุนคนพิการ 2565 ระดับเด่นดี” จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ร่วมกับ กระทรวงแรงงาน กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์บีชรีสอร์ทแอนด์วิลล่าหัวหิน, บริษัทเซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด, บริษัท ซีอาร์จี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด ได้รับรางวัลองค์กรจ้างงานคนพิการดีเยี่ยม จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ค่าตอบแทนและสวัสดิการ

การพิจารณาค่าตอบแทนพนักงานของบริษัทอยู่บนหลักการที่กำหนดไว้ โดยให้ค่าตอบแทนพนักงานอย่างเหมาะสม เมื่อเทียบกับมาตรฐานค่าตอบแทนในอุตสาหกรรมเดียวกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติในเรื่องเพศ เชื้อชาติ ศาสนาและความเชื่อ และยึดหลักความเท่าเทียมในการพิจารณาค่าตอบแทนจากผลงาน และให้ความสำคัญกับการบริหารอัตราค่าตอบแทนในส่วนของเงินเดือนและค่าตอบแทนพื้นฐานระหว่างชายและหญิงให้มีความใกล้เคียงกันมากที่สุด ในส่วนของนโยบายการพิจารณาปรับขึ้นเงินเดือนประจำ ได้กำหนดแนวทางและวิธีปฏิบัติในการประเมินผลการปฏิบัติงานและการบริหารค่าตอบแทนแก่พนักงานตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

บริษัทได้จัดให้มีสวัสดิการต่างๆ สำหรับพนักงานตามกฎหมายกำหนด และมีสวัสดิการเพิ่มเติมให้กับพนักงาน อาทิเช่น วันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ วันหยุดพักร้อนประจำปี เครื่องแบบ อาหาร ประกันชีวิตและประกันสุขภาพ การตรวจสุขภาพประจำปี ห้องพักในราคาพนักงาน หอพัก(ในบางสาขา) รถรับส่ง (ในบางสาขา) ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยนอกและค่าทำฟัน(ในบางสาขา) สวัสดิการกองทุนเงินทดแทน (ในบางสาขา) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (เฉพาะหน่วยธุรกิจ) เงินช่วยเหลือต่างๆ สหกรณ์ออมทรัพย์ สมาคมฌาปนกิจสงเคราะห์ รวมถึงการให้เงินช่วยเหลือบุตรในรูปแบบทุนการศึกษา

บริษัทให้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการพนักงานขึ้นในแต่ละหน่วยธุรกิจ เพื่อนำเสนอความต้องการ หรือแนวทางในการดูแลพนักงานต่อผู้บริหาร และมีการพูดคุยเพื่อหาข้อสรุปที่ตอบโจทย์ความต้องการของพนักงาน โดยในปี 2565 คณะกรรมการสวัสดิการได้หารือกับฝ่ายบริหาร เพื่อปรับหลักเกณฑ์ในการคำนวณค่าบริการสำหรับธุรกิจโรงแรม (Service Charge) สำหรับบางสาขา การปรับค่าแรงขั้นต่ำและผลกระทบเพื่อให้สอดคล้องตามกฎหมายแรงงานประกาศเมื่อ 19 กันยายน 2565 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 และปรับค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือแรงงานตามประกาศกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

สำหรับธุรกิจอาหารฝ่ายบริหารได้เพิ่มเติมสวัสดิด้านสุขภาพคือขยายความคุ้มครองการเบิกจ่ายสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลให้ครอบคลุมการตัดแว่นและคอนแทคเลนส์สำหรับผู้มีปัญหาสุขภาพด้านสายตา นอกจากนี้ยังมุ่งให้ความสำคัญกับสวัสดิการเพื่อความเท่าเทียม โดยขยายสวัสดิการให้ครอบคลุมกลุ่มคู่ชีวิต LGBTQ กลุ่มคู่สมรสที่ไม่ได้จดทะเบียน และบุตรบุญธรรมตามกฎหมาย ให้พนักงานสามารถใช้สิทธิสวัสดิการดังนี้ การลาสมรส การรับเงินช่วยเหลือการสมรส การลาเพื่อจัดพิธีศพ และการจัดของเยี่ยมพนักงาน พนักงานในในกลุ่มธุรกิจอาหารยังคงทำงานภายใต้นโยบาย Work from Anywhere โดย กำหนดรูปแบบการทำงานแบบผสมผสานที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ในการทำงาน โดยกำหนดให้พนักงานเข้าออฟฟิศ 3 วันและปฏิบัติงานจากภายนอก 2 วัน (ขึ้นอยู่กับลักษณะการทำงาน) นอกจากนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการทำงานใหม่ บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์และจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ได้แก่ การใช้ระบบโทรศัพท์ 3CX ทดแทนการใช้โทรศัพท์สำนักงาน การใช้โน๊ตบุ๊คเพื่อให้สะดวกกับการทำงานจากทุกที่ การจัดโต๊ะทำงานกลางสำหรับกลุ่มงานที่ปฏิบัติงานภายนอกสำนักงานเป็นส่วนใหญ่ การปรับปรุงระบบการใช้งานคอมพิวเตอร์เป็นระบบปฏิบัติการ Office365 เป็นต้น และมีแผนทบทวนนโยบายการเบิกจ่ายค่าเดินทาง ที่พัก เบี้ยเลี้ยง และสวัสดิการน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับยานพาหนะเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และรูปแบบการทำงานของพนักงานที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงสวัสดิการการลาคลอดของพนักงานตามที่กฎหมายกำหนดทั้งในส่วนของวันลาและการจ่ายค่าจ้าง หากพนักงานหญิงประสงค์ที่จะลาเพิ่มเติม สามารถใช้สิทธิการลาโดยไม่จ่ายเงิน ได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนจะทบทวนเรื่อง สวัสดิการเพิ่มเติมจากที่กฎหมายกำหนดในปี 2566 ได้แก่ การหยุดพักงานระยะหนึ่งเพื่อดูแลบุตร การให้สิทธิคู่สมรสลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร เป็นต้น

บริษัทได้เตรียมวางแผนในเรื่องของการขยายสวัสดิการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้กับพนักงานครอบคลุมจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร

การขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร I•CARE

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

การสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

บริษัทมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กรตลอดปี โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมเป็นแบบผสมผสาน (Hybrid) ทั้งกิจกรรมที่พบเจอกัน และผ่านช่องทางออนไลน์ โดยพิจารณาจากสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาดโควิดและมาตรการที่เกี่ยวข้องในช่วงเวลานั้น กิจกรรมที่จัดขึ้น แบ่งออกเป็น กิจกรรมเพื่อสื่อสารทิศทางหรือสถานการณ์ของธุรกิจ ได้แก่ Town-Hall, Business Direction, CEO Talk เพื่อสื่อสารเป้าหมายและทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท ส่งเสริมความรู้ด้านคุณภาพชีวิตเช่น ความรู้ด้านการเงิน การดูแลสุขภาวะจิตใจ และกิจกรรมสันทการอื่นๆ เป็นประจำทุกเดือน กิจกรรมเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรและความร่วมมือในงานทำงาน กิจกรรมวันสำคัญประจำปี และกิจกรรม Staff Party เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง

การประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

บริษัทได้ทำการประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน หรือ CHR&CRG Voice ร่วมกันกับกลุ่มบริษัทในเครือเซ็นทรัล โดยร่วมมือกับ Kincentric จัดทำแบบสำรวจสำหรับพนักงานทุกคนทุกระดับ โดยในปี 2565 ผลการประเมินความผูกพันธ์ต่อองค์กรแยกเป็นผลของธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอาหารดังนี้

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

- เครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงาน ซึ่งทางฝ่ายบริหารที่เกี่ยวข้องได้วางแผนเพื่อแก้ปัญหา และเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานโดยสื่อสารความคืบหน้าให้พนักงานรับทราบอย่างต่อเนื่อง
- ค่าตอบแทน ฝ่ายบริหารได้ทำการสำรวจตลาดแรงงานเพื่อพิจารณาโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมและทัดเทียมกับคู่แข่งในตลาด
- การพัฒนาศักยภาพของหัวหน้างาน ซึ่งได้มีแนวทางการพัฒนาทักษะของหัวหน้างานให้เหมาะสมมากขึ้น

ในส่วนของประเด็นที่พนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับได้แก่

- การสร้างค่านิยมองค์กร
- ความพร้อมในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- พันธกิจขององค์กรนี้เป็นตัวช่วยกำหนดทิศทางในการทำงานได้

บริษัทได้นำผลการสำรวจดังกล่าวมาจัดทำ Focus Group และแผนการดำเนินงานในปี 2566 ทำการสื่อสารผลการประเมินความพึงพอใจในปี 2565 ให้กับพนักงานทราบ สื่อสารถึงเป้าหมายและขั้นตอนการดำเนินงานซึ่งเป็นข้อเสนอต่างๆ จากฝั่งพนักงาน พร้อมติดตามผลและรายงานผลการดำเนินการเป็นระยะเพื่อสื่อสารให้กับพนักงานทราบถึงความคืบหน้าตลอดปี 2566

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

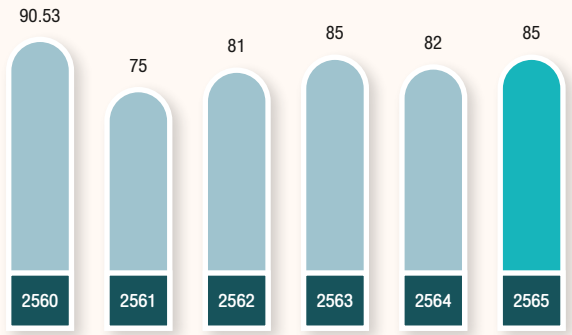
- การให้รางวัลและสร้างแรงจูงใจ
- การพัฒนาศักยภาพของหัวหน้างาน
- เครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงาน

และประเด็นที่พนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับได้แก่

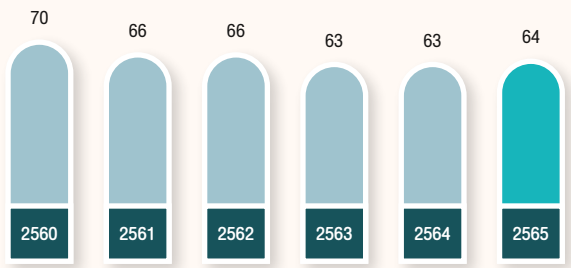
- ความพร้อมในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- อิสระในการตัดสินใจ
- การสร้างค่านิยมขององค์กรให้กับพนักงาน

โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลร่วมกับคณะกรรมการเสริมสร้างความผูกพันองค์กร โดยวางแผนงานในปี 2566 เป็น 2 ระดับ คือแผนงานระดับองค์กร ซึ่งเป็นแผนงานในเชิงนโยบายที่ส่งผลต่อพนักงานในภาพรวม โดยเป็นการทบทวนแผนต่อเนื่องจากปี 2565 ที่ผ่านมาในเรื่องการสำรวจค่าจ้างและทบทวนนโยบายการจ่ายค่าจ้างและสวัสดิการที่จูงใจและแข่งขันได้กับตลาด สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ดี ยกระดับระบบการทำงานและเทคโนโลยีที่จะช่วยให้พนักงานทำงานได้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ให้ความสำคัญกับเรื่องแผนการพัฒนาและรักษาคนเก่ง และแผนงานระดับหน่วยงาน ที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลร่วมกับผู้บริหารหน่วยงานวางแผนงานร่วมกัน

ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงานธุรกิจโรงแรม



ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงานธุรกิจอาหาร



การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

แผนการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานธุรกิจโรงแรม

ปี 2565 ทางบริษัทได้มุ่งเน้นการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพไปที่พนักงานทุกระดับแตกต่างกันไปตามความต้องการของธุรกิจ เช่น พนักงานระดับปฏิบัติการจะเน้นการฝึกอบรมที่การบริการที่ดีเลิศให้กับลูกค้า นอกเหนือจากนั้นยังต้องฝึกการยกระดับมาตรฐานการบริการให้ตอบโจทย์กับลูกค้าในแบบต่างๆ ส่วนพนักงานระดับหัวหน้างานจะเน้นการอบรมในวิชาที่เกี่ยวกับการบริหารคน และการปรับกรอบความคิดในการทำงานและใช้ชีวิต เป็นต้น และนอกจากนั้นแล้วบริษัทยังได้มีการประชาสัมพันธ์ ค้นหา และแนะนำหลักสูตรที่สามารถเรียนออนไลน์แบบไม่มีค่าใช้จ่ายจากแหล่งอื่น ไม่ว่าจะเป็น แพลตฟอร์ม เว็บไซต์ หรือการเรียนผ่านไลฟ์ต่างๆ โดยกำหนดเป้าหมายให้พนักงานมีการเข้าเรียนอย่างน้อย 12 ชั่วโมงต่อคน

แผนกฝึกอบรมได้การจัดหลักสูตรอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลักสูตร ดังนี้ กลุ่มหลักสูตรการบริหารและภาวะผู้นำ จำนวน 133 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัย จำนวน 153 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรที่ผ่านช่องทางออนไลน์อื่นๆ จำนวน 799 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรเฉพาะทางในการทำงาน จำนวน 5,249 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพื้นฐาน จำนวน 5 หลักสูตร รวมทั้งสิ้น 6,339 หลักสูตร จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ยังคงเกิดขึ้นช่วงต้นปี 2565 ทางบริษัทยังคงใช้รูปแบบในการฝึกอบรมแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Microsoft Teams รวมถึงประชาสัมพันธ์ข่าวสารการเรียนออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อให้พนักงานยังคงมีการพัฒนาศักยภาพอยู่ตลอดเวลา หลังจากสถานการณ์เริ่มดีขึ้นในช่วงของกลางปี เราได้นำการอบรมแบบห้องเรียนกลับมาอีกครั้ง โดยเริ่มอบรมเกี่ยวกับเรื่องค่านิยมขององค์กร (I-CARE) เพื่อให้พนักงานได้ทบทวนและคำนึงถึงหลักปฏิบัติการอยู่ร่วมกัน และการทำงาน อีกทั้งยังเป็นการให้พนักงานที่หยุดทำงานที่บ้าน ได้กลับมาพบปะกันอีกครั้ง เพื่อที่จะได้เกิดการสื่อสารการทำงานระหว่างแผนกเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ส่วนโรงแรมและรีสอร์ทในเครือที่ยังเปิดให้บริการตามปกตินั้น การฝึกอบรมพนักงานยังคงเน้นเกี่ยวกับกลุ่มหลักสูตรเฉพาะทางในการทำงาน ของแต่ละแผนกและภาคส่วนนั้นๆ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติได้ตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้ จำนวนหลักสูตรที่มีการจัดอบรมออนไลน์คิดเป็น 66% และแบบห้องเรียนคิดเป็น 34%

แผนการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานธุรกิจอาหาร

แผนการพัฒนาพนักงานของธุรกิจอาหารถูกออกแบบตามสมรรถนะที่ตอบสนองเป้าหมาย 3 ประการสำคัญ คือ

1. ทิศทางของธุรกิจ
2. แนวโน้มการทำงานในปัจจุบันและอนาคต
3. ความจำเป็นของพนักงานในการทำงาน

โดยมีกลุ่มหลักสูตร 5 กลุ่มประกอบด้วย กลุ่มหลักสูตรโปรแกรมก่อนเริ่มงาน จำนวน 1 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพัฒนาผู้นำ จำนวน 14 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพัฒนาคนเก่งและผู้บริหาร จำนวน 4 หลักสูตร กลุ่มหลักสูตรพัฒนาทักษะทางด้านดิจิทอลและทักษะอนาคต จำนวน 13 หลักสูตร และกลุ่มหลักสูตรเฉพาะทางในการทำงาน จำนวน 12 หลักสูตร รวมทั้งสิ้น 44 หลักสูตร บริษัทได้จัดให้มีการอบรมความรู้ในหลายรูปแบบเพื่อให้ยืดหยุ่นกับสถานการณ์ในแต่ละช่วง ประกอบด้วย การอบรมแบบสอนผ่านทางออนไลน์ การเข้าเรียนหลักสูตรออนไลน์ตามเวลาที่ตนสะดวก และการจัดอบรมภายในแบบห้องอบรม โดยหลักสูตรที่มีการจัดแบบในห้องอบรมจะเข้มงวดในการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทั้งวิทยากรและผู้เข้าอบรมตามแนวทางของบริษัท โดยในปี 2565 มี จำนวนหลักสูตรที่มีการจัดอบรมออนไลน์คิดเป็น 87% และอบรมแบบให้ห้องอบรมคิดเป็น 13% โดยได้รับคะแนนประเมินความพึงพอใจด้านวิทยากร 96.2% และด้านเนื้อหา 97.2% การประเมินความรู้ก่อนและหลังเรียนเฉลี่ยทุกหลักสูตรพบว่า ก่อนเรียนอยู่ในระดับ 72.6% และหลังเรียนอยู่ในระดับ 92.4% พนักงานกลุ่มปฏิบัติการผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารและได้รับวุฒิบัตรทั้งสิ้น 10,882 คน

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

บริษัทได้กำหนดมาตรฐานการจัดการอบรมตามเกณฑ์ของบริษัท เซ็นทรัล พีเพิล ดีเวลลอปเม้นท์ เซ็นเตอร์ จำกัด โดยวิทยากรจะต้องได้รับการอบรมและสอบผ่านตามมาตรฐานของกระทรวงแรงงานจากวิทยากรผู้ชำนาญการพิเศษของกระทรวงแรงงาน เพื่อต่อทะเบียนวิทยากรทุกปี จากวิทยากรผู้ชำนาญการพิเศษกระทรวงแรงงานในการจัดอบรมทุกครั้ง และฝ่ายพัฒนาบุคลากรยังไม่มีแผนการตรวจประเมินและทวนสอบจากองค์กรภายนอก แต่ยังคงปฏิบัติตามตามมาตรฐานที่บริษัท เซ็นทรัล พีเพิล ดีเวลลอปเม้นท์ เซ็นเตอร์ จำกัด ได้กำหนดไว้

โครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพ (Succession Plan)

ในปี 2565 บริษัทร่วมกับ Thammasat Business School (CONC) ได้มีการออกแบบหลักสูตรพัฒนาผู้นำสำหรับกลุ่มพนักงานธุรกิจอาหารที่มีศักยภาพให้มีความพร้อมในการนำทีม และขับเคลื่อนธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักสูตร คือ CRG Key Driver สำหรับระดับพนักงาน ประกอบด้วยหลักสูตร Data-Driven Commercial Strategy และ Digital Transformation for Food Industry มีพนักงานเข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 37 คน และ CRG Key Changer สำหรับระดับผู้จัดการ ประกอบด้วยหลักสูตร Data-Driven Commercial Strategy และ Business Acumen มีพนักงานเข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 47 คน สำหรับพนักงานที่มีศักยภาพในระดับบริหาร บริษัทได้สนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการพัฒนาในกลุ่มหลักสูตรของทางกลุ่มเซ็นทรัล ประกอบด้วย หลักสูตร Management 1 Development Program (MDP1) หลักสูตร Management 2 Development Program (MDP2) หลักสูตร Growth in Role หลักสูตร Communicating with Infographic และหลักสูตร Leader as Coach เพื่อส่งเสริมให้หัวหน้าสามารถนำทีมด้วยการโค้ช และเป็นการร่วมกันสร้าง Coaching Culture ให้เกิดขึ้นในองค์กรโดยวัตถุประสงค์หลักเป็นการพัฒนาคุณลักษณะของผู้นำในการขับเคลื่อนธุรกิจ อีกทั้งเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้บริหารในกลุ่มเซ็นทรัลเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดีในการดำเนินธุรกิจระหว่างกลุ่มธุรกิจในเครือ

โครงการพัฒนาบุคคลากรภายนอกองค์กรโดยใช้องค์ความรู้ขององค์กร

บริษัทให้ความสำคัญในเรื่องการแบ่งปันประสบการณ์ความรู้ภายในองค์กรสู่หน่วยงานและสถาบันการศึกษา จึงได้จัดทำโครงการสนับสนุนการฝึกงานของนักเรียนนักศึกษา เพื่อเปิดโอกาสในการสั่งสมความรู้จากประสบการณ์การทำงานจริงและเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานในอนาคต ธุรกิจโรงแรมดำเนินความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยบาเกียวของฟิลิปปินส์ (University of Baguio) รับนักศึกษาเข้ามาฝึกงานกับโรงแรมเพื่อเรียนรู้กระบวนการทำงาน การเข้าสังคมและชีวิตการทำงาน อีกทั้งพนักงานก็จะได้รับประสบการณ์การสอนงาน และให้คำแนะนำเรื่องงานแก่นักศึกษาฝึกงาน นอกจากนักศึกษาจะได้รับความรู้แล้ว พนักงานขององค์กรเองก็ยังจะได้ฝึกฝนทักษะการเป็นผู้นำ และทักษะการสื่อสารไปพร้อมกันโดยมีระยะเวลาฝึกงาน 3 เดือน

ในปี 2565 ได้ขยายโครงการฝึกอบรมขีดความสามารถและศักยภาพของคนพิการในธุรกิจบริการ โดยโรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะร่วมกับศูนย์พัฒนาและฝึกอบรมคนพิการแห่งเอเชียและแปซิฟิก (APCD) จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมโครงการพัฒนาทักษะคนพิการสู่การทำงานภาคธุรกิจโรงแรม ระยะเวลา 1 เดือน ให้มาฝึกงานในสถานประกอบการจริงเพื่อฝึกฝนประสบการณ์และทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น หลังจบการอบรมโรงแรมได้รับผู้พิการ 2 คนเข้าทำงานเป็นพนักงานของโรงแรม

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

ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและคุณภาพชีวิต

เป้าหมาย: 100 % ของพนักงานได้รับการอบรมเรื่องความปลอดภัยและชีวอนามัย จำนวนอุบัติเหตุจากการทำงานเป็นศูนย์ และจำนวนพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานเป็นศูนย์

เป้าหมายในการขับเคลื่อนนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและคุณภาพชีวิตของบริษัท คือ การลดความเสี่ยงที่นำไปสู่ความสูญเสียต่อชีวิต การบาดเจ็บ ความเจ็บป่วยจากการทำงานของพนักงาน โดยดูแลเรื่อง ชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานของพนักงาน รวมถึงจัดทำแนวทางการจัดการและแนวทางปฏิบัติตามมาตรฐานในระดับสากล พร้อมทั้งสร้างทัศนคติ และความตระหนักในด้านชีวอนามัยและความปลอดภัยให้กับพนักงานและผู้เกี่ยวข้อง มีกระบวนการส่งเสริมสุขภาพที่ดีของพนักงาน และประเมินความเสี่ยงในกิจกรรมการดำเนินงานของบริษัท พร้อมทั้งการทบทวนมาตรการควบคุมและป้องกันอย่างต่อเนื่อง บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยในแต่ละหน่วยธุรกิจ เพื่อปฏิบัติงานตามแนวทางที่บริษัทกำหนด จัดอบรมให้ห้ความรู้ด้านชีวอนามัยและความปลอดภัยให้กับพนักงานแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน จัดให้พนักงานทุกคนเข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี โดยมีโปรแกรมการตรวจสุขภาพพิเศษเฉพาะกลุ่มพนักงานที่ต้องสัมผัสอาหารอย่างใกล้ชิด เพื่อความปลอดภัยต่อตัวพนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ สร้างความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของความปลอดภัย เพื่อให้พนักงานตระหนักรู้ พร้อมนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน หรือส่งมอบการบริการให้กับลูกค้าอีกทั้งสร้างความมั่นใจต่อผู้มาใช้บริการและเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

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

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

นอกเหนือจากการอบรมความรู้ในด้านต่างๆ แล้ว บริษัทได้จัดเตรียมห้องพยาบาลพร้อมแพทย์ และพยาบาลวิชาชีพ ในการดูแลอาการเจ็บป่วย หรือการเจ็บป่วยจากอุบัติเหตุเบื้องต้น ก่อนส่งต่อไปยังสถานพยาบาลในกรณีที่ต้องใช้อุปกรณ์เครื่องมือเฉพาะทางการแพทย์ บริษัทได้มีการทบทวนแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยและชีวอนามัยเพื่อทำให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานสากลเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น พร้อมจัดทำแผนการรับมือในเรื่องความปลอดภัยไว้ด้วย

การดำเนินงานการสนับสนุนและพัฒนาสังคม

จากความมุ่งมั่นของบริษัทในการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่คนในชุมชนและสังคมในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินงาน ในปี 2565ได้ดำเนินโครงการต่างคิดเป็นค่าใช้จ่ายรวมเป็นเงิน 1,866,922.50 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์มิราจบีชรีสอร์ท พัทยา	จัดกิจกรรมเปิดไฟต้นคริสต์มาสประจำปี เพื่อมอบเงินบริจาคสมทบทุนมูลนิธิสงเคราะห์เด็กพัทยาเพื่อการกุศล
โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ	บริจาคสิ่งของและเงินสนับสนุนค่าอาหารกลางวัน สถานคุ้มครองและพัฒนาคนพิการบ้านนนทภูมิ จังหวัดนนทบุรี และเปิดพื้นที่บริเวณล็อบบี้เป็น “ร้านค้าเพื่อชุมชน” สนับสนุนการจัดจำหน่ายสินค้าที่ผลิตโดยผู้ด้อยโอกาส คนพิการ ผู้สูงอายุ และกลุ่มอาชีพที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทาราแม่สอด	ดำเนินโครงการได้รับซื้อผลผลิตการเกษตรจากชาวมูเซอ ชุมชนบ้านห้วยปลาหลด อ.แม่สอด นำมาทำเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารเพื่อให้บริการลูกค้า เป็นการสนับสนุนชุมชน ช่วยสร้างรายได้และให้ชาวบ้านมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560
โครงการ KFC สุขส่งต่อ	โดยนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายเมนูที่ร่วมแคมเปญ มาสนับสนุนเป็นไก่ทอดเคเอฟซี ให้กับกลุ่มผู้พลั้งพลาดหญิงในทัณฑสถานหญิง 4 แห่ง ที่ไม่มีโอกาสได้อยู่กับครอบครัว เพื่อส่งต่อกำลังใจให้พวกเค้าได้ก้าวต่อไปอย่างไม่โดดเดี่ยว ได้แก่ ทัณฑสถานหญิงกลาง, ทัณฑสถานบำบัดพิเศษหญิง, ทัณฑสถานหญิงนครราชสีมา และ ทัณฑสถานหญิงเชียงใหม่ คิดเป็นจำนวน 20,000 มื้อ รวมมูลค่า 780,000 บาท
โครงการอิ่มนี้เพื่อทีมแพทย์	ส่งมอบผลิตภัณฑ์อาหารแทนกำลังใจจากแบรนด์ในเครือซีอาร์จี ได้แก่ มิสเตอร์ โดนัท และ เคเอฟซี เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างเกราะป้องกันให้คนไทย สนับสนุนการทำงานของแพทย์ พยาบาล และบุคลากรทางการแพทย์ ณ จุดบริการฉีดวัคซีน COVID-19 นอกสถานพยาบาล ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยบริจาคอาหาร จำนวน 5,560 มื้อ รวมมูลค่า 210,295 บาท
โครงการ Women Cancer ชวนทำดี ช่วยผู้ป่วยมะเร็งสตรี	เป็นการนำรายได้จากการจำหน่ายสินค้าผ่านแคมเปญการตลาดของแบรนด์ ร่วมสมทบทุนจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ เพื่อช่วยในการตรวจวินิจฉัยโรคมะเร็งสำหรับผู้ขาดแคลนทุนทรัพย์ ผ่านมูลนิธิเตียง จิราธิวัฒน์ เพื่อมอบให้กับมูลนิธิถันยรักษ์ฯ ศูนย์มะเร็ง โรงพยาบาลนครพิงค์ และโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี มีแบรนด์เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 12 แบรนด์ ยอดสมทบทุนเงินบริจาค รวมจำนวนทั้งสิ้น 240,895 บาท
โครงการ 13th Million Gifts Million Smiles	ร่วมมอบของขวัญจากใจเพื่อรอยยิ้มของทุกคน พร้อมส่งต่อความสุขให้กับเด็ก ๆ ในจังหวัดชายแดนภาคใต้และจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย โดยสนับสนุนของบริจาค จากแบรนด์ต่างๆ รวมมูลค่า 102,520 บาท
ช่วยเหลือผู้ประสบภัย	ถุงยังชีพเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยในพื้นที่ 10 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี ขอนแก่น จันทบุรี พิษณุโลก ระยอง พระนครศรีอยุธยา ศรีสะเกษ ชัยภูมิ สุรินทร์ และสระบุรี ร่วมกับกลุ่มเซ็นทรัล รวมเป็นมูลค่า 515,382.0 บาท

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

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

1. ข้อมูลพนักงาน

จำนวนพนักงานรวม จำแนกตามเพศ (หน่วย : คน)

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

จำนวนพนักงานประจำ จำแนกตามเพศ (หน่วย : คน)

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

จำนวนพนักงานชั่วคราว จำแนกตามเพศ (หน่วย : คน)

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

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

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

จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)

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

จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)

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

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม								ธุรกิจอาหาร								CENTEL							
	2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**	
จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานชาย ระดับปฏิบัติการ	2,341	85.3%	1,705	83.9%	1,319	82.3%	**1,754**	**84.2%**	4,164	98.9%	1,356	91.7%	2,944	95.7%	**2,562**	**73.9%**	6,505	93.5%	3,061	87.2%	4,263	91.1%	**4,316**	**77.8%**
จำนวนพนักงานชาย ระดับบริหาร	395	14.4%	311	15.3%	268	16.7%	**315**	**15.1%**	39	0.9%	111	7.5%	123	4.0%	**900**	**25.9%**	434	6.2%	422	12.0%	391	8.4%	**1,215**	**21.9%**
จำนวนพนักงานชาย ผู้บริหารระดับสูง	9	0.3%	16	0.8%	15	0.9%	**13**	**0.6%**	9	0.2%	11	0.7%	8	0.3%	**7**	**0.2%**	18	0.3%	27	0.8%	23	0.5%	**20**	**0.4%**
จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานหญิง ระดับปฏิบัติการ	2,016	84.3%	1,424	81.2%	1,018	77.7%	**1,327**	**79.7%**	8,838	98.9%	3,104	93.3%	6,870	96.8%	**5,376**	**69.0%**	10,854	95.9%	4,528	89.1%	7,888	93.8%	**6,703**	**70.9%**
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร	372	15.6%	325	18.5%	290	22.1%	**333**	**20.0%**	89	1.0%	219	6.6%	224	3.2%	**2,411**	**30.9%**	461	4.1%	544	10.7%	514	6.1%	**2,744**	**29.0%**
จำนวนพนักงานหญิง ผู้บริหารระดับสูง	3	0.1%	4	0.2%	3	0.2%	**4**	**0.2%**	5	0.1%	5	0.2%	5	0.1%	**5**	**0.1%**	8	0.1%	9	0.2%	8	0.1%	**9**	**0.1%**
จำนวนพนักงาน จำแนกตามอายุงาน (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี	831	16%	104	3%	462	16%	**1,305**	**35%**	6,279	48%	461	10%	4,050	40%	**5,608**	**50%**	7,110	39%	565	7%	4,512	34%	**6,913**	**46%**
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	1,112	22%	871	23%	377	13%	**517**	**14%**	3,493	27%	1,270	26%	2,370	23%	**1,853**	**16%**	4,605	25%	2,141	25%	2,747	21%	**2,370**	**16%**
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 3 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี	694	14%	609	16%	414	14%	**305**	**8%**	978	7%	765	16%	1,176	12%	**1,185**	**11%**	1,672	9%	1,374	16%	1,590	12%	**1,490**	**10%**
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 5 ปี แต่ไม่ถึง 9 ปี	1,281	25%	1,066	28%	707	24%	**543**	**14%**	1,127	9%	971	20%	1,106	11%	**1,044**	**9%**	2,408	13%	2,037	24%	1,813	14%	**1,587**	**11%**
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 9 ปี แต่ไม่ถึง 15 ปี	794	15%	818	22%	665	23%	**758**	**20%**	658	5%	706	15%	797	8%	**857**	**8%**	1,452	8%	1,524	18%	1,462	11%	**1,615**	**11%**
จำนวนพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี	424	8%	326	9%	288	10%	**318**	**8%**	609	5%	636	13%	675	7%	**714**	**6%**	1,033	6%	962	11%	963	7%	**1,032**	**7%**
จำนวนพนักงาน จำแนกตามภูมิภาค (หน่วย : คน)																								
ภาคเหนือ	-		66	2%	-		**29**	**1%**	1,341	10%	264	5%	723	7%	**759**	**7%**	1,341	7%	330	4%	723	6%	**788**	**5%**
ภาคกลาง	1,875	37%	1,393	37%	1,076	37%	**1,499**	**40%**	8,181	62%	3,428	71%	6,927	68%	**7,472**	**66%**	10,056	55%	4,821	56%	8,003	61%	**8,971**	**60%**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-		-		-		**-**		1,725		550		1,213		**1,412**		1,725	25%	550	16%	1,213	26%	**1,412**	**25%**
ภาคตะวันออก	673	13%	630	17%	404	14%	**414**	**11%**	1,089	8%	305	6%	751	7%	**936**	**8%**	1,762	16%	935	11%	1,155	9%	**1,350**	**14%**
ภาคตะวันตก	509	10%	327	9%	239	8%	**-**		-	0%	-	0%	-	0%	**-**	**0%**	509	3%	327	4%	239	2%	**-**	**0%**
ภาคใต้	1,569	31%	1,142	30%	857	29%	**1,145**	**31%**	808	6%	259	5%	560	6%	**682**	**6%**	2,377	13%	1,401	16%	1,417	11%	**1,827**	**12%**
ต่างประเทศ	510	10%	337	9%	337	12%	**659**	**18%**	-	0%	-	0%	-	0%	**-**	**0%**	510	3%	337	4%	337	3%	**659**	**4%**

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม								ธุรกิจอาหาร								CENTEL							
	2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**	
จำนวนพนักงาน จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)																								
ไทย	4,580	89.17%	3,399	89.80%	2,561	87.92%	**3,142**	**83.88%**	13,115	99.78%	4,691	97.60%	9,927	97.57%	**11,201**	**99.47%**	17,695	96.80%	8,090	94.16%	12,488	95.42%	**14,343**	**96%**
กัมพูชา	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	**1**	**0.03%**	-		-		-		-		1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	**1**	**0%**
คาซัคสถาน	-			0.00%	1	0.03%	**1**	**0.03%**	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	**1**	**0%**
เคนย่า	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	**1**	**0.03%**	-		-		-		-		1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	**1**	**0%**
แคนาดา	2	0.04%	1	0.03%	1	0.03%	**1**	**0.03%**	-		-		-		-		2	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	**1**	**0%**
จีน	9	0.18%	5	0.13%	1	0.03%	**4**	**0.11%**	5	0.04%			2	0.02%	**2**	**0.02%**	14	0.08%	5	0.06%	3	0.02%	**6**	**0%**
ญี่ปุ่น	3	0.06%	1	0.03%	1	0.03%	**5**	**0.13%**	22	0.17%			3	0.03%	**3**	**0.03%**	25	0.14%	1	0.01%	4	0.03%	**8**	**0%**
ดัตช์	1	0.02%	-		2	0.07%	**2**	**0.05%**	-		-		-		-		1	0.01%			2	0.02%	**2**	**0%**
เดนมาร์ก	1	0.02%	-		-		-		-		-		-		-		1	0.01%	-		-		-	
ไต้หวัน	1	0.02%	1	0.03%	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	1	0.01%	-		-	
เนปาล	14	0.27%	8	0.21%	8	0.27%	**35**	**0.93%**	-		-		-		-		14	0.08%	8	0.09%	8	0.06%	**35**	**0%**
บังคลาเทศ	78	1.52%	58	1.53%	45	1.54%	**84**	**2.24%**	-		-		-		-		78	0.43%	58	0.68%	45	0.34%	**84**	**1%**
บัลกาเรีย	1	0.02%	-		-		-		-		-		-		-		1	0.01%	-		-		-	
เบลารุส	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	-		-		-		-		-		1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	-	
บราซิล	-		1	0.03%	-		-		-		-		-		-		-		1	0.01%	-		-	
ปากีสถาน	1	0.02%	1	0.03%	4	0.14%	**13**	**0.35%**	-		-		-		-		1	0.01%	1	0.01%	4	0.03%	**13**	**0%**
ฝรั่งเศส	9	0.18%	11	0.29%	7	0.24%	**9**	**0.24%**	-		-		-		-		9	0.05%	11	0.13%	7	0.05%	**9**	**0%**
พม่า	4	0.08%	3	0.08%	1	0.03%	-						116	1.14%	**49**	**0.44%**	4	0.02%	3	0.03%	117	0.89%		
ฟิลิปปินส์	27	0.53%	21	0.55%	11	0.38%	**45**	**1.20%**	-		-		-		-		27	0.15%	21	0.24%	11	0.08%	**45**	**0%**
ภูฏาน	2	0.04%	2	0.05%	-		-		-		-		-		-		2	0.01%	2	0.02%				
มัลดีฟส์	176	3.43%	117	3.09%	126	4.33%	**192**	**5.13%**	-		-		-		-		176	0.96%	117	1.36%	126	0.96%	**192**	**1%**
มาเลเซีย	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	**7**	**0.19%**	-		-		-		-		1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	**7**	**0%**
โมร็อกโค	1	0.02%	1	0.03%	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	1	0.01%				
เยอรมัน	10	0.19%	8	0.21%	6	0.21%	**7**	**0.19%**	-		-		-		-		10	0.05%	8	0.09%	6	0.05%	**7**	**0%**
ยูเครน	2	0.04%	-		-		**3**	**0.08%**	-		-		-		-		2	0.01%					**3**	**0%**
รัสเซีย	6	0.12%	4	0.11%	2	0.07%	**2**	**0.05%**	-		-		-		-		6	0.03%	4	0.05%	2	0.02%	**2**	**0%**
ลาว	-		-		-		-		-		-		61	0.60%	**6**	**0.05%**	-		-		61	0.47%	-	
เลบานอน	-		-		1	0.03%	-		-		-		-		-		-		-		1	0.01%	-	
เวียดนาม	3	0.06%	2	0.05%	2	0.07%	**5**	**0.13%**	-		-		-		-		3	0.02%	2	0.02%	2	0.02%	**5**	**0%**
ศรีลังกา	72	1.40%	53	1.40%	48	1.65%	**70**	**1.87%**	-		-		-		-		72	0.39%	53	0.62%	48	0.37%	**70**	**0%**
สเปน	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	-		-		-		-		-		1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	-	
สวิสเซอร์แลนด์	1	0.02%	-		1	0.03%	**3**	**0.08%**	-		-		-		-		1	0.01%	-		1	0.01%	**3**	**0%**

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม								ธุรกิจอาหาร								CENTEL							
	2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**	
สวีเดน	1	0.02%	1	0.03%	1	0.03%	**1**	**0.03%**	-		-		-		-		1	0.01%	1	0.01%	1	0.01%	**1**	**0%**
อเมริกา	4	0.08%	3	0.08%	2	0.07%	**2**	**0.05%**	2	0.02%	-		-		-		6	0.03%	3	0.03%	2	0.02%	**2**	**0%**
ออสเตรเลีย	7	0.14%	8	0.21%	4	0.14%	**5**	**0.13%**	-		-		-		-		7	0.04%	8	0.09%	4	0.03%	**5**	**0%**
ออสเตรีย	3	0.06%	2	0.05%	1	0.03%	**8**	**0.21%**	-		-		-		-		3	0.02%	2	0.02%	1	0.01%	**8**	**0%**
อังกฤษ	9	0.18%	5	0.13%	4	0.14%	**1**	**0.03%**	-		-		-		-		9	0.05%	5	0.06%	4	0.03%	**1**	**0%**
อิตาลี	4	0.08%	3	0.08%	3	0.10%	**2**	**0.05%**	-		-		-		-		4	0.02%	3	0.03%	3	0.02%	**2**	**0%**
อินเดีย	71	1.38%	44	1.16%	54	1.85%	**69**	**1.84%**	-		-		-		-		71	0.39%	44	0.51%	54	0.41%	**69**	**0%**
อินโดนีเซีย	15	0.29%	6	0.16%	5	0.17%	**16**	**0.43%**	-		-		-		-		15	0.08%	6	0.07%	5	0.04%	**16**	**0%**
อียิปต์	10	0.19%	4	0.11%	4	0.14%	**8**	**0.21%**	-		-		-		-		10	0.05%	4	0.05%	4	0.03%	**8**	**0%**
อิหร่าน	-		-		1	0.03%	**2**	**0.05%**	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	**2**	
อเมริกาใต้	2	0.04%	-		-		**-**		-		-		-		-		2	0.01%			-		**-**	
ไม่มีสถานะทางทะเบียน*	1	0.02%	7	0.18%	-		**-**		-		-		-		-		1	0.01%	7	0.08%	-		**-**	
ต่างชาติไม่ระบุ	-		-		-		**-**		-		116	2.41%	-		-		-		116	1.35%	-		**-**	

จำนวนพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา (หน่วย : คน)

ต่ำกว่าปริญญาตรี	-		-		1,731	59%	**2,404**	**64%**	-		-		7,661	75%	**10,648**	**95%**	-		-		9,392	72%	**13,052**	**87%**
ปริญญาตรี	-		-		1,082	37%	**1,250**	**33%**	-		-		2,446	24%	**558**	**5%**	-		-		3,528	27%	**1,808**	**12%**
ปริญญาโท	-		-		99	3%	**92**	**2%**	-		-		65	1%	**54**	**0%**	-		-		164	1%	**146**	**1%**
ปริญญาเอก	-		-		1	0%	**-**	**0%**	-		-		2	0%	**1**	**0%**	-		-		3	0%	**1**	**0%**
จำนวนพนักงาน ลาออก (หน่วย : คน)	-		-		-		**-**		-		-		-		**-**		-		-		-		**-**	
Turnover Rate (%)	19.7		14.4		20.5		**22.7**		6.5		6.2		6.7		**7.8**		26.2		20.6		27.1		**30.5**	
จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด (ไม่นับรวม Part-time) (หน่วย : คน)	1,028		639		687		**769**		2,962		2,374		1,316		**1,737**		3,990		3,013		2,003		**2,506**	
จำนวนพนักงานชาย	521	51%	307	48%	340	49%	**368**	**48%**	1,080	36%	867	37%	408	31%	**489**	**28%**	1,601	40%	1,174	39%	748	37%	**857**	**34%**
จำนวนพนักงานหญิง	507	49%	332	52%	347	51%	**401**	**52%**	1,882	64%	1,507	63%	908	69%	**1,248**	**72%**	2,389	60%	1,839	61%	1,255	63%	**1,649**	**66%**

จำนวนพนักงานชายลาออก จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)

จำนวนพนักงานชาย อายุน้อยกว่า 30 ปี	196	38%	112	36%	127	37%	**106**	**29%**	856	79%	637	73%	300	74%	**351**	**72%**	1,052	66%	749	64%	427	57%	**457**	**53%**
จำนวนพนักงานชาย อายุ 30-50 ปี	300	58%	174	57%	207	61%	**246**	**67%**	208	19%	222	26%	101	25%	**135**	**28%**	508	32%	396	34%	308	41%	**381**	**44%**
จำนวนพนักงานชาย อายุมากกว่า 50 ปี	25	5%	21	7%	6	2%	**16**	**4%**	16	1%	8	1%	7	2%	**3**	**1%**	41	3%	29	2%	13	2%	**19**	**2%**

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม								ธุรกิจอาหาร								CENTEL							
	2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**	
จำนวนพนักงานหญิงลาออก จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานหญิง อายุน้อยกว่า 30 ปี	201	40%	271	82%	154	44%	**129**	**32%**	2,280	121%	1,049	70%	674	74%	**933**	**75%**	2,481	104%	1,320	72%	828	66%	**1,062**	**64%**
จำนวนพนักงานหญิง อายุ 30-50 ปี	283	56%	334	101%	186	54%	**262**	**65%**	634	34%	429	28%	209	23%	**305**	**24%**	917	38%	763	41%	395	31%	**567**	**34%**
จำนวนพนักงานหญิง อายุมากกว่า 50 ปี	14	3%	34	10%	7	2%	**10**	**2%**	48	3%	29	2%	25	3%	**10**	**1%**	62	3%	63	3%	32	3%	**20**	**1%**
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามภูมิภาค																								
ภาคเหนือ	-		7	1%	-		**3**	**0%**	83	3%	59	2%	41	3%	**50**	**3%**	83	2%	66	2%	41	2%	**53**	**2%**
ภาคกลาง	379	37%	289	45%	253	37%	**323**	**42%**	2,419	82%	1,979	83%	1,065	81%	**1,382**	**80%**	2,798	70%	2,268	75%	1,318	66%	**1,705**	**68%**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-		-		-		**-**		175		124		81	6%	**120**	**7%**	175	4%	124	4%	81	4%	**120**	**5%**
ภาคตะวันออก	85	8%	61	10%	76	11%	**91**	**12%**	191	6%	127	5%	95	7%	**130**	**7%**	276	7%	188	6%	171	9%	**221**	**9%**
ภาคตะวันตก	42	4%	34	5%	25	4%	**-**	**0%**	-	0%	-	0%	-	0%	**-**	**0%**	42	1%	34	1%	25	1%	**-**	**0%**
ภาคใต้	362	35%	211	33%	252	37%	**266**	**35%**	94	3%	85	4%	34	3%	**55**	**3%**	456	11%	296	10%	286	14%	**321**	**13%**
ต่างประเทศ	160	16%	37	6%	81	12%	**86**	**11%**	-	0%	-	0%	-	0%	**-**	**0%**	160	4%	37	1%	81	4%	**86**	**3%**
จำนวนพนักงานลาออก จำแนกตามเชื้อชาติ																								
ไทย	-		-		604	88%	**695**	**90%**	-		-		1,286	98%	**1,723**	**99%**	-		-		1,890	94.4%	**2,418**	**96.5%**
คาซัคสถาน	-		-		1	0%	**-**		-		-		1		**-**		-		-		2	0.1%	**-**	
แคนาดา	-		-		1	0%	**-**		-		-		-		**-**		-		-		1	0.0%	**-**	
จีน	-		-		2	0%	**-**		-		-		-		**-**		-		-		2	0.1%	**-**	
เนปาล	-		-		3	0%	**2**	**0%**	-		-		-		**-**		-		-		3	0.1%	**2**	**0.1%**
เบลารุส	-		-		1	0%	**-**		-		-		-		**-**		-		-		1	0.0%	**-**	
ผรั่งเศส	-		-		2	0%	**-**		-		-		-		**-**		-		-		2	0.1%	**-**	
พม่า	-		-		-		**-**		-		-		23	2%	**14**	**1%**	-		-		23	1.1%	**14**	**0.6%**
ฟิลิปปินส์	-		-		6	1%	**1**	**0%**	-		-		-		**-**		-		-		6	0.3%	**1**	**0.0%**
ภูฏาน	-		-		2	0%	**-**		-		-		-		**-**		-		-		2	0.1%	**-**	
ลาว	-		-		-		**-**		-		-		6	0%	**-**		-		-		6	0.3%	**-**	
มัลดีฟส์	-		-		34	5%	**49**	**6%**	-		-		-		**-**		-		-		34	1.7%	**49**	**2.0%**
ศรีลังกา	-		-		18	3%	**12**	**2%**	-		-		-		**-**		-		-		18	0.9%	**12**	**0.5%**
อเมริกา	-		-		1	0%	**1**	**0%**	-		-		-		**-**		-		-		1	0.0%	**1**	**0.0%**
ออสเตรเลีย	-		-		1	0%			-		-		-		**-**		-		-		1	0.0%	**-**	
อินเดีย	-		-		7	1%	**6**	**1%**	-		-		-		**-**		-		-		7	0.3%	**6**	**0.2%**
อินโดนีเซีย	-		-		3	0%	**3**	**0%**	-		-		-		**-**		-		-		3	0.1%	**3**	**0.1%**
อียิปต์	-		-		1	0%	**-**		-		-		-		**-**		-		-		1	0.0%	**-**	**0.0%**

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม								ธุรกิจอาหาร								CENTEL							
	2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**	
จำนวนพนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจ จำแนกตามเพศ (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจรวม	1,028		639		687		**769**		2,962		2,374		1,316		**1,737**		3,990		3,013		2,003		**2,506**	
จำนวนพนักงานชายที่ลาออกโดยความสมัครใจ	521	51%	307	48%	340	49%	**368**	**48%**	1,080	36%	867	37%	408	31%	**489**	**28%**	1,601	40%	1,174	39%	748	37%	**857**	**34%**
จำนวนพนักงานหญิงที่ลาออกโดยความสมัครใจ	507	49%	332	52%	347	51%	**401**	**52%**	1,882	64%	1,507	63%	908	69%	**1,248**	**72%**	2,389	60%	1,839	61%	1,255	63%	**1,649**	**66%**
จำนวนพนักงาน เข้าใหม่ (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ทั้งหมด (ไม่นับรวม Part-time)	869		205		556		**1,521**		2,653		1,299		8,932		**14,293**		3,522		1,504		9,488		**15,814**	
จำนวนพนักงานชาย	445	51%	101	49%	302	54%	**778**	**51%**	912	34%	484	37%	2,974	33%	**4,634**	**32%**	1,357	39%	585	39%	3,276	35%	**5,412**	**34%**
จำนวนพนักงานหญิง	425	49%	104	51%	254	46%	**743**	**49%**	1,741	66%	815	63%	5,958	67%	**9,659**	**68%**	2,166	61%	919	61%	6,212	65%	**10,402**	**66%**
จำนวนพนักงานชายเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานชายอายุน้อยกว่า 30 ปี	227	51%	43	43%	126	42%	**299**	**38%**	767	84%	392	81%	2,751	93%	**4,296**	**93%**	994	73%	435	74%	2,877	88%	**4,595**	**85%**
จำนวนพนักงานชายอายุ 30-50 ปี	201	45%	50	50%	171	57%	**434**	**56%**	143	16%	89	18%	220	7%	**338**	**7%**	344	25%	139	24%	391	12%	**772**	**14%**
จำนวนพนักงานชายอายุมากกว่า 50 ปี	17	4%	8	8%	5	2%	**45**	**6%**	2	0%	3	1%	3	0%	**-**	**0%**	19	1%	11	2%	8	0%	**45**	**1%**
จำนวนพนักงานหญิงเข้าใหม่ จำแนกตามอายุ (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานหญิงอายุน้อยกว่า 30 ปี	242	57%	56	54%	116	46%	**364**	**49%**	1,365	78%	614	75%	5,523	93%	**8,967**	**93%**	1,607	74%	670	73%	5,639	91%	**9,331**	**90%**
จำนวนพนักงานหญิง อายุ 30-50 ปี	178	42%	45	43%	134	53%	**350**	**47%**	366	21%	195	24%	425	7%	**687**	**7%**	544	25%	240	26%	559	9%	**1,037**	**10%**
จำนวนพนักงานหญิงอายุมากกว่า 50 ปี	4	1%	3	3%	4	2%	**29**	**4%**	10	1%	6	1%	10	0.2%	**5**	**0.1%**	14	0.6%	9	1.0%	14	0.2%	**34**	**0.3%**
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามภูมิภาค (หน่วย : คน)																								
ภาคเหนือ	-	0%	3	1%	-	0%	**12**	**1%**	26	1%	10	1%	508	6%	**849**	**6%**	26	1%	13	1%	508	5%	**861**	**5%**
ภาคกลาง	332	38%	100	49%	144	26%	**621**	**41%**	2,407	91%	1,233	95%	6,399	72%	**9,902**	**69%**	2,739	78%	1,333	89%	6,543	69%	**10,523**	**67%**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-	0%	-	0%	-	0%	**-**	**0%**	65	2%	17	1%	1,030	12%	**1,566**	**11%**	65	2%	17	1%	1,030	11%	**1,566**	**10%**
ภาคตะวันออก	82	9%	17	8%	17	3%	**110**	**7%**	80	3%	24	2%	729	8%	**1,299**	**9%**	162	5%	41	3%	746	8%	**1,409**	**9%**
ภาคตะวันตก	-	0%	3	1%	1	0%	**-**	**0%**	-	0%	-		-		**-**	**0%**	-	0%	3	0%	1	0%	**-**	**0%**
ภาคใต้	228	26%	55	27%	286	51%	**582**	**38%**	75	3%	11	1%	266	3%	**677**	**5%**	303	9%	66	4%	552	6%	**1,259**	**8%**
ต่างประเทศ	190	22%	27	13%	108	19%	**196**	**13%**	-	0%	-		-		**-**		190	5%	27	2%	108	1%	**196**	**1%**

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม								ธุรกิจอาหาร								CENTEL							
	2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**		2562		2563		2564		**2565**	
จำนวนพนักงานเข้าใหม่ จำแนกตามเชื้อชาติ (หน่วย : คน)																								
ไทย	-		-		454	82%	1,221	80%	-		-		8,839	99.0%	14,237	99.6%	-		-		9,293	97.94%	15,458	97.749%
กัมพูชา	-		-		1	0%	-		-		-		-		-		-		-		1	0.01%	-	
คาซัคสถาน	-		-		1	0%	5	0%	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	5	0.032%
แคนาดา	-		-		1	0%	-		-		-		-		-		-		-		1	0.01%	-	
ญี่ปุ่น	-		-		1	0%	4	0%	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	4	0.025%
เนปาล	-		-		3	1%	6	0%	-		-		-		-		-		-		3	0.03%	6	0.038%
บังคลาเทศ	-		-		2	0%	23	2%	-		-		-		-		-		-		2	0.02%	23	0.145%
ปากีสถาน	-		-		3	1%	12	1%	-		-		-		-		-		-		3	0.03%	12	0.076%
พม่า	-		-			0%	-		-		-		74	0.8%	56	0.4%	-		-		74	0.78%	56	0.354%
ฟิลิปปินส์	-		-		3	1%	7	0%	-		-		-		-		-		-		3	0.03%	7	0.044%
ลาว	-		-			0%	-		-		-		11	0.1%	-		-		-		11	0.12%	-	
มัลดีฟส์	-		-		49	9%	110	7%	-		-		-		-		-		-		49	0.52%	110	0.696%
เยอรมัน	-		-		1	0%	3	0%	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	3	0.019%
ศรีลังกา	-		-		11	2%	45	3%	-		-		-		-		-		-		11	0.12%	45	0.285%
สิงคโปร์	-		-		1	0%	4	0%	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	4	0.025%
อเมริกา	-		-		1	0%	-		-		-		-		-		-		-		1	0.01%	-	
อิตาลี	-		-		1	0%	1	0%	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	1	0.006%
อิหร่าน	-		-		1	0%	9	1%	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	9	0.057%
อินเดีย	-		-		21	4%	68	4%	-		-		-		-		-		-		21	0.22%	68	0.430%
อียิปต์	-		-		1	0%	3	0%	-		-		-		-		-		-		1	0.01%	3	0.019%
จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายใน (หน่วย : คน)																								
จำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัครจากพนักงานภายในทั้งหมด	-		-		-		1,521		-		-		-		15,824		-		-		-		17,345	
จำนวนพนักงานชายที่ได้บรรจุในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน	-		-		-		10		-		-		-		4,634		-		-		-		4,644	
จำนวนพนักงานหญิงที่ได้บรรจุในตำแหน่งที่เปิดรับภายใน	-		-		-		11		-		-		-		9,659		-		-		-		9,670	
จำนวนพนักงานลาคลอด (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาคลอด	2,391	47%	1,753	46%	1,311	45%	1,664	44.4%	8,932	68.0%	3,328	69.2%	7,099	69.8%	7,792	69.2%	11,323	61.9%	5,081	59.1%	8,410	64.3%	9,456	63.0%
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอด	64	1%	67	2%	34	1%	15	0.4%	271	2.1%	135	2.8%	277	2.7%	195	1.7%	335	1.8%	202	2.4%	311	2.4%	210	1.4%
จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังสิ้นสุดการลาคลอด	56	1%	56	1%	30	1%	13	0.3%	210	1.6%	108	2.2%	166	1.6%	151	1.3%	266	1.5%	164	1.9%	196	1.5%	164	1.1%
การจ้างงานผู้พิการ (หน่วย : คน)																								
จำนวนพนักงานผู้พิการ	54	1%	43	1%	29	1%	43	1%	242	2%	55	1%	60	1%	89	1%	296	2%	98	1%	89	1%	132	1%
จำนวนพนักงานผู้พิการชาย	32		24		15		29		101		18		-		45		133		42		15		74	
จำนวนพนักงานผู้พิการหญิง	22		19		14		14		14		37		76		44		36		56		90		58	
จำนวนพนักงานผู้พิการระดับพนักงาน	-		-		29		43		-		-		79		89		-		-		108		132	
จำนวนพนักงานผู้พิการระดับผู้บริหาร	-		-		-		-		-		-		-		-		-		-		-			
จำนวนค่าจ้างพนักงานผู้พิการ (บาท)	7,000,000		6,000,000		4,000,000		6,100,000		17,500,000		9,741,314		10,389,350		981,048		24,500,000		15,741,314		14,389,350		7,08,048	

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	**2565**	2562	2563	2564	**2565**	2562	2563	2564	**2565**
การจ้างงานผู้สูงอายุ (หน่วย : คน)												
จำนวนพนักงานผู้สูงอายุ	131 3%	88 2%	65 2%	**96 3%**	11 0.1%	7 0.1%	10 0.1%	**6 0.1%**	142 0.8%	95 1.1%	75 0.6%	**102 0.7%**
จำนวนพนักงานสูงอายุชาย	73	50	37	**62**	1	-	1	**-**	74	50	38	**62**
จำนวนพนักงานสูงอายุหญิง	58	38	28	**34**	10	7	9	**5**	68	45	37	**39**
จำนวนพนักงานสูงอายุ ระดับพนักงาน	87	40	24	**35**	11	7	6	**5**	98	47	30	**40**
จำนวนพนักงานสูงอายุ ระดับผู้บริหาร	58	48	41	**61**	-	-	4	**1**	58	48	45	**62**
จำนวนค่าจ้างพนักงานสูงอายุ (บาท)	55,000,000	45,000,000	46,000,000	**66,000,000**	4,800,000	1,798,572	773,620	**267,976**	59,800,000	46,798,572	46,773,620	**66,267,976**
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามเพศ(หน่วย : คน)												
จำนวนพนักงานทั้งหมด ที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง	240 5%	83 2%	65 2%	**276 7%**	-	550 11%	1,186 12%	**4,344 39%**	240* 0%	633 7%	1,251 10%	**4,620 31%**
จำนวนพนักงานชาย	115 48%	53 64%	40 62%	**164 59%**	-	253 46%	355 30%	**1,406 32%**	115* 0%	306 48%	395 32%	**1,570 34%**
จำนวนพนักงานหญิง	125 52%	30 36%	25 38%	**112 41%**	-	297 54%	831 70%	**2,938 68%**	125* 0%	327 52%	856 68%	**3,050 66%**
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามชื่อชาติ(หน่วย : คน)												
ไทย	-	69 83%	62 95%	**236 86%**	-	550 100%	1,186 100%	**4,338 99.9%**	-	619 97.8%	1,248 99.8%	**4,574 99.0%**
ต่างชาติ	-	14 17%	3 5%	**40 14%**	-	-	-	**6 0.1%**	-	14 2.2%	3 0.2%	**46 1.0%**
การเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง(หน่วย : คน)												
ผู้บริหารระดับสูง Director Up	-	-	-	**2 1%**	-	-	- 0.3%	**3 0.07%**	-	-	4 0.3%	**5 0.11%**
ผู้บริหาร Manager+Director	-	-	-	**30 11%**	-	-	-	**1 0.02%**	-	-	-	**31 0.67%**
จำนวนพนักงานที่จ้างผ่าน Outsource / Agentcy *ไม่ใช่พนักงานของบริษัท*												
จำนวนพนักงานรวม	-	-	-	**468**	-	-	-	**31**	-	-	-	**499**
จำนวนพนักงานชาย	-	-	-	**281**	-	-	-	**20**	-	-	-	**301**
จำนวนพนักงานหญิง	-	-	-	**187**	-	-	-	**11**	-	-	-	**198**
จำนวนพนักงานที่อยู่ในแผนก ฝ่ายขาย	-	-	-	**-**	-	-	-	**-**	-	-	-	**-**
จำนวนพนักงานรวม	-	-	-	**72 1.9%**	-	-	-	**8 0.1%**	-	-	-	**80 0.5%**
จำนวนพนักงานชาย	-	-	-	**15 20.8%**	-	-	-	**3 37.5%**	-	-	-	**18 22.5%**
จำนวนพนักงานหญิง	-	-	-	**57 79.2%**	-	-	-	**5 62.5%**	-	-	-	**62 77.5%**
จำนวนพนักงานหญิงที่อยู่ในแผนกฝ่ายขาย												
จำนวนพนักงานหญิง ระดับปฏิบัติการ	-	-	-	**18 32%**	-	-	-	**-**	-	-	-	**18 23%**
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร	-	-	-	**38 67%**	-	-	-	**5 63%**	-	-	-	**43 54%**
จำนวนพนักงานหญิง ผู้บริหารระดับสูง	-	-	-	**1 2%**	-	-	-	**-**	-	-	-	**1 1%**
จำนวนพนักงานในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับงาน STEM : Science / IT / Engineering / Mathematics												
จำนวนพนักงานรวม	-	-	-	**532 14%**	-	-	-	**69 1%**	-	-	-	**601 4%**
จำนวนพนักงานชาย	-	-	-	**297 56%**	-	-	-	**20 29%**	-	-	-	**317 53%**
จำนวนพนักงานหญิง	-	-	-	**235 44%**	-	-	-	**49 71%**	-	-	-	**284 47%**

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม					ธุรกิจอาหาร					CENTEL				
	2562	2563	2564	**2565**		2562	2563	2564	**2565**		2562	2563	2564	**2565**	
จำนวนพนักงานหญิงในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับงาน STEM															
จำนวนพนักงานหญิง ระดับปฏิบัติการ	-	-	-	**182**	14%	-	-	-	**-**		-	-	-	**182**	30%
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร	-	-	-	**50**	9%	-	-	-	**48**	70%	-	-	-	**98**	16%
จำนวนพนักงานหญิง ผู้บริหารระดับสูง	-	-	-	**3**	1%	-	-	-	**1**	1%	-	-	-	**4**	1%
จำนวนพนักงานที่เป็นคณะกรรมการสวัสดิการ															
จำนวนพนักงานรวม	-	-	-	**125**	3%	-	-	-	**9**	0.1%	-	-	-	**134**	0.9%
จำนวนพนักงานชาย	-	-	-	**67**	54%	-	-	-	**3**	33%	-	-	-	**70**	52%
จำนวนพนักงานหญิง	-	-	-	**58**	46%	-	-	-	**6**	67%	-	-	-	**64**	48%
2. การจ่ายค่าตอบแทน															
ค่าตอบแทนของพนักงาน จำแนกตามเพศ (หน่วย : บาท)															
จำนวนค่าตอบแทนรวม	-	-	-	**-**		-	-	-	**-**		5,259,517,000	3,709,000,000	3,200,000,000	**4,373,000,000**	
ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน															
จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (คน)	-	1,555	41% 1,110	38% **796**	21%	-	541	518	**534**		-	2,096	1,628	**1,330**	
จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (บาท)	-	-	-	**-**		-	-	-	**-**		-	36,000,000	29,000,000	**-**	
อัตราส่วนเงินเดือนและค่าตอบแทนพื้นฐานของพนักงานชายและหญิง															
ระดับผู้บริหารระดับสูง Director ขึ้นไป	1 : 0.95	1 : 0.73	1 : 0.80	**1 : 1.00**			1 : 0.84	1 : 0.88	**1 : 1.00**			1 : 0.79	1 : 0.84	**1 : 1.00**	
ระดับผู้บริหาร	1 : 0.93	1 : 0.98	1 : 0.79	**1 : 1.20**			1 : 0.97	1 : 0.86	**1 : 0.87**			1 : 0.98	1 : 0.83	**1 : 1.04**	
ระดับปฏิบัติการ	1 : 0.96	1 : 0.98	1 : 1.03	**1 : 0.79**			1 : 0.97	1 : 0.98	**1 : 0.98**			1 : 0.98	1 : 1.01	**1 : 0.89**	
3. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน															
จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของพนักงานทั้งหมด (หน่วย : ชั่วโมง)															
สถิติการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงาน															
อัตราการบาดเจ็บ (IR) / ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000,000 ชม.	-	4.8	0.6	**14.3**		-	2.0	4.1	**1.3**		-	2,8	2.7	**4.5**	
อัตราการบาดเจ็บแบบหยุดงาน (LTIFR) / ต่อชั่วโมงการทำงาน 1,000}000 ชม.	-	-	-	**1.1**		-	2.2	2.3	**0.0**		-	2.9	1.6	**0.3**	
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตจากการทำงาน (คน)	-	-	1	**-**		-	-	1	**-**		-	-	2	**-**	
จำนวนวันทั้งหมดที่พนักงานลาป่วย (วัน)	-	3,037	1,219	**15,436**		-	4,892	1,566	**9,873**		-	7,929	2,785	**25,309**	

ข้อมูลพนักงาน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	ธุรกิจโรงแรม				ธุรกิจอาหาร				CENTEL			
	2562	2563	2564	**2565**	2562	2563	2564	**2565**	2562	2563	2564	**2565**
4. การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน												
ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ					-	-	-		-	-	-	-
จำนวนพนักงานอาสาทำกิจกรรมเพื่อสังคม (หน่วย : คน)												
จำนวนพนักงานที่ร่วมกิจกรรม	3,806	1,110	75	**1,325**	3,806	22	-	-	7,612	1,132	75	**1,325**
จำนวนชั่วโมงที่พนักงานร่วมกิจกรรม (ชั่วโมง)	787,009	16,299	2,004	**3,597**	787,009	10	-	-	1,574,018	16,309	2,004	**3,597**
จำนวนข้อร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม (หน่วย : เรื่อง)												
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษชน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม	3	1	-	-	-	1	2	-	3	2	2	-
จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขและเยียวยา	3	1	-	-	-	1	2	-	3	2	2	-
จำนวนข้อร้องเรียนที่อยู่ระหว่างการแก้ไข	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. การพัฒนาพนักงาน												
ค่าใช้จ่ายในการอบรมความรู้และพัฒนาพนักงาน (หน่วย : บาท)		8,500,000	7,584,022	**7,026,116**		9,600,000	7,104,300	**7,894,200**		18,100,000	14,688,322	**14,920,316**
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)	14	15	84	**59**	0	4.5	3.7	**5.0**	-	8.9	21.6	**18.4**
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานชาย (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)	-	-	-	**32**	-	-	-	**16.3**	-	-	-	**8.3**
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานหญิง (หน่วย : ชั่วโมง / คน / ปี)	-	-	-	**26**	-	-	-	**7.3**	-	-	-	**10.6**
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม (หน่วย : คน)												
จำนวนพนักงานรวม	-	-	-	**3,746**	-	-	-	**11,261**	-	-	-	**15,007**
จำนวนพนักงานชาย	-	-	-	**2,082** 56%	-	-	-	**3,716** 33%	-	-	-	**5,798** 39%
จำนวนพนักงานหญิง	-	-	-	**1,664** 44%	-	-	-	**7,545** 67%	-	-	-	**9,209** 61%
คิดเป็นกี่ % ของพนักงานทั้งหมด	-	-	-	**100**	-	-	-	**100**	-	-	-	**200**
จำนวนพนักงานชาย ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)												
จำนวนพนักงานชาย ระดับปฏิบัติการ	-	-	-	**1,754** 84%	-	-	-	**2,848** 77%	-	-	-	**4,602** 79%
จำนวนพนักงานชาย ระดับบริหาร	-	-	-	**315** 15%	-	-	-	**867** 23%	-	-	-	**1,182** 20%
จำนวนพนักงานชาย ผู้บริหารระดับสูง	-	-	-	**13** 1%	-	-	-	**1** 0.03%	-	-	-	**14** 0.24%
จำนวนพนักงานหญิง ที่เข้ารับการอบรม แยกตามตำแหน่ง (หน่วย : คน)												
จำนวนพนักงานหญิง ระดับปฏิบัติการ	-	-	-	**1,327** 79.7%	-	-	-	**5,196** 68.9%	-	-	-	**6,523** 70.8%
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร	-	-	-	**333** 20.0%	-	-	-	**2,342** 31.0%	-	-	-	**2,675** 29.0%
จำนวนพนักงานหญิง ผู้บริหารระดับสูง	-	-	-	**4** 0.2%	-	-	-	**7** 0.1%	-	-	-	**11** 0.1%

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

จำนวนพนักงาน คือ พนักงานของบริษัท ที่ปฏิบัติงานภายใต้สัญญาจ้างแบบไม่กำหนดระยะเวลา (Permanent) และแบบมีกำหนดระยะเวลา (Temporary)

การนับจำนวนพนักงาน และการนับจำนวนแรงงานที่ไม่ใช่พนักงาน รวบรวมข้อมูลพนักงาน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลาการรายงาน แรงงานที่ไม่ใช่พนักงานของบริษัทอยู่ในระหว่างการรวบรวมข้อมูล จึงยังไม่ได้แสดงข้อมูลในรายงานฉบับนี้

มิติสิ่งแวดล้อม

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

	เป้าหมาย	ผลการดำเนินการปี 2565
ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการดำเนินงานรวม ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจโรงแรม ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจอาหาร	รวม 159,398 tCO2e รวม 95,829.63 tCO2e รวม 63,568.76 tCO2e
เป้าประสงค์ที่ 9.4 / ตัวชี้วัด 9.4.1	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม 20 % ภายในปี 2572 เทียบจากปี 2562	14 % MTCO2e
เป้าประสงค์ที่ 11.6 / ตัวชี้วัด 11.6.1	สัดส่วนการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มขึ้นจากปี 2564	27%
เป้าประสงค์ที่ 12.3 และ12.5 / ตัวชี้วัด 12.3.1 และ 12.5.1	ปริมาณขยะฝังกลบต่อห้องพักที่มีการใช้งาน ลดลง 20 % จากปี 2562	11%
	เพิ่มอัตราส่วนปริมาณขยะรีไซเคิลจากการให้บริการมากกว่า 50%	37%
เป้าประสงค์ที่ 13.3 / ตัวชี้วัด 13.3.1	ปริมาณบริจาคอาหารส่วนเกิน (Surplus Food) ให้กับผู้ยากได้อย่างต่อเนื่อง	11,114.23 กิโลกรัม รวม 46,995 มื้อ

ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย

มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัททั้งตรงและทางอ้อม จึงได้จัดทำนโยบายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยมีกรอบการดำเนินงานที่สำคัญคือ การบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การบริหารจัดการของเสียอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ การกระตุ้นให้ทุกคนตระหนักถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม เก็บข้อมูลและการวัดผลความคืบหน้า เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

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

การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม

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

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ธุรกิจโรงแรมได้เร่งดำเนินงานขยายโครงการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม ดำเนินการปรับปรุงระบบและอุปกรณ์เพื่อลดการใช้พลังงาน นำพลังงานความร้อนที่ปล่อยทิ้งกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ดำเนินการคัดแยกขยะเพื่อนำกลับไปรีไซเคิลและลดปริมาณขยะส่งไปหลมฝังกลบ รวมถึงการดำเนินโครงการพิเศษอื่น ๆ ทั้งนี้ยังคงดำเนินโครงการยกเลิกใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งในส่วนของการบริการสำหรับผู้เข้าพักอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายยกเลิกการใช้ทั้งหมดภายในปี 2568

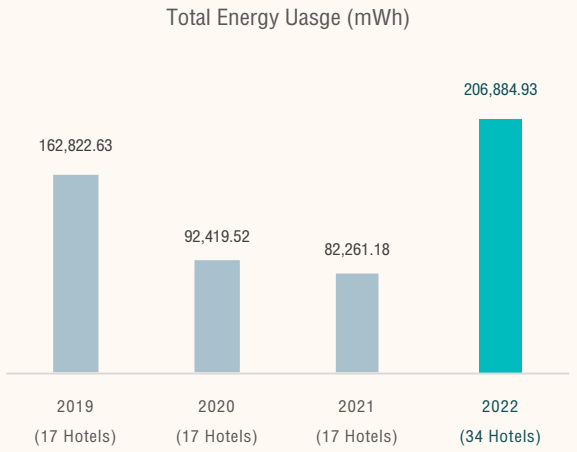
ธุรกิจโรงแรมได้มีการนำระบบการจัดเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืนภายใต้ชื่อ Greenview Portal มาใช้ในปี 2563 ซึ่งเป็นระบบที่ได้รับการยอมรับมาตรฐานจากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (Global Sustainable Tourism Council - GSTC) สำหรับธุรกิจโรงแรม เพื่อใช้เก็บข้อมูล วัดผลและเปรียบผลการดำเนินงาน ต่อมาในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินการจัดทำระบบบริหารจัดการความยั่งยืนของเซ็นทารา ภายใต้ชื่อ “Centara EarthCare” และผ่านการรับรองสถานะ GSTC-Recognized ถือเป็นกลุ่มธุรกิจโรงแรมในเอเชียกลุ่มแรกได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านความยั่งยืน ตามเกณฑ์มาตรฐานของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (GSTC) และในปี 2665 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา จำนวน 12 แห่ง พร้อมกับสำนักงานใหญ่ ได้ผ่านการประเมินเกณฑ์ได้รับการรับรองประกาศนียบัตรด้านความยั่งยืนประเภทโรงแรมจากสภาสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลกจากการตรวจประเมินโดย Vireo SRL องค์กรตรวจสอบด้านการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในธุรกิจท่องเที่ยว และตั้งเป้าให้โรงแรมและรีสอร์ทในเครือต้องได้รับการรับรองประกาศนียบัตรด้านความยั่งยืนครบทุกแห่ง ภายในปี พ.ศ. 2568

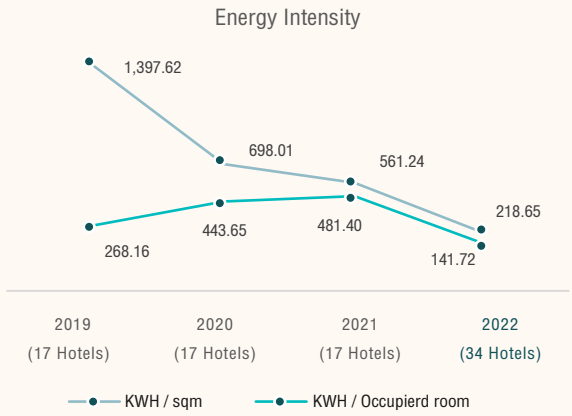
หมายเหตุ: ข้อมูลสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม ปี 2562-2564 จำนวน 17 โรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ, ปี 2565 จำนวน 34 โรงแรมรวมโรงแรมที่เป็นเจ้าของ และโรงแรมภายใต้การบริหารที่สามารถควบคุมการดำเนินงานได้

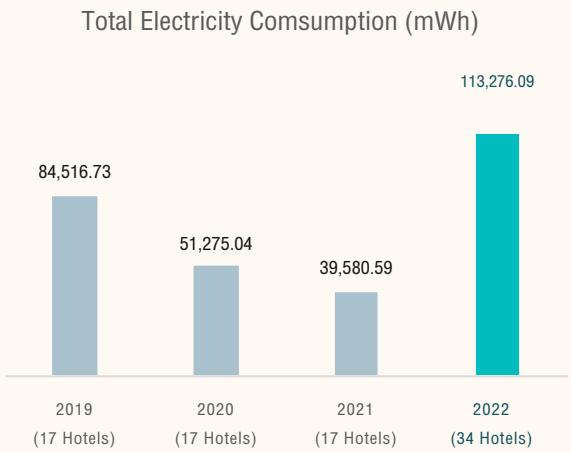
การบริหารจัดการการใช้พลังงาน

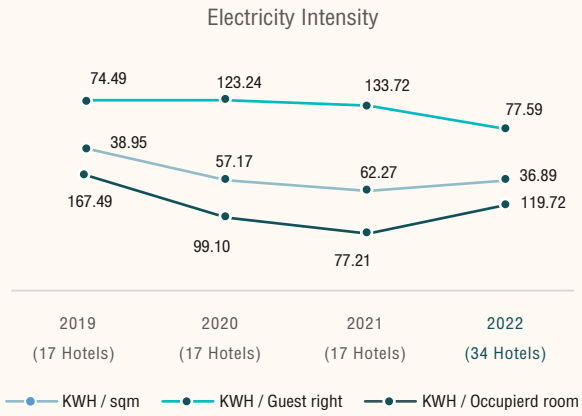
เป้าหมาย : ลดกการใช้พลังงานร้อยละ 20 ภายในปี 2572 เทียบจากปีฐาน 2562 (หน่วย:กิโลวัตต์ต่อชั่วโมงต่อตารางเมตร)

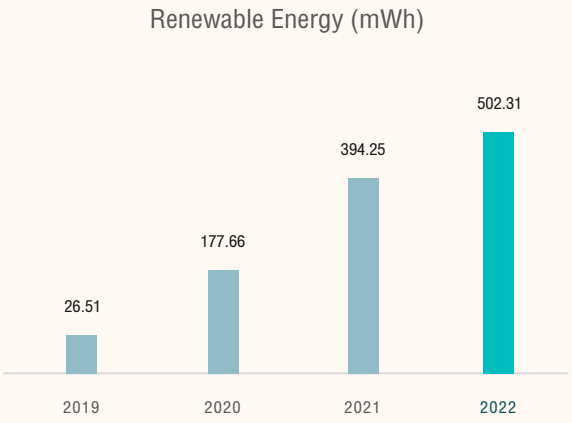
ในปี 2656 มีการใช้พลังงานจากแหล่งต่างๆ รวมทั้งสิ้น 206,884.93 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง อัตราการใช้พลังงานรวมต่อพื้นที่เท่ากับ 218.65 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมงต่อตารางเมตร ลดลงจากปีฐานร้อยละ 84 และอัตราการใช้พลังงานรวมต่อห้องที่ลูกค้าเข้าพักเท่ากับ 141.72 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง สัดส่วนการใช้ไฟฟ้าของธุรกิจโรงแรมรวม 113,276.09 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง คิดเป็นอัตราการใช้ไฟฟ้าต่อพื้นที่เท่ากับ 119.72 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมงต่อตารางเมตร (kWh/sqm) ลดลงจากปีฐาน 29% และอัตราการใช้ไฟฟ้าต่อห้องที่ลูกค้าเข้าพักเท่ากับ 77.59 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง(kWh/Occupied room) เพิ่มขึ้นจากปีฐาน 4 % ในขณะที่ลดลงจากปีก่อน 42 %











พลังงานหมุนเวียน

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

การลดการใช้พลังงาน

ธุรกิจโรงแรงได้ดำเนินโครงการลดการใช้พลังงานและการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานหลายโครงการ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายลดการใช้พลังงานลง ร้อยละ 20 จากปี 2562 โดยอบคลุมการดำเนินงานด้านการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อรองรับการเป็น Smart Hotel มุ่งเน้นการลดการใช้พลังงานและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ

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

สารทำความเย็น

ในปี 2565 ทำการเก็บข้อมูลปริมาณสารทำความเย็นทุกประเภทที่ใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ซึ่งคำนวนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้งานรวม 13,137.9 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

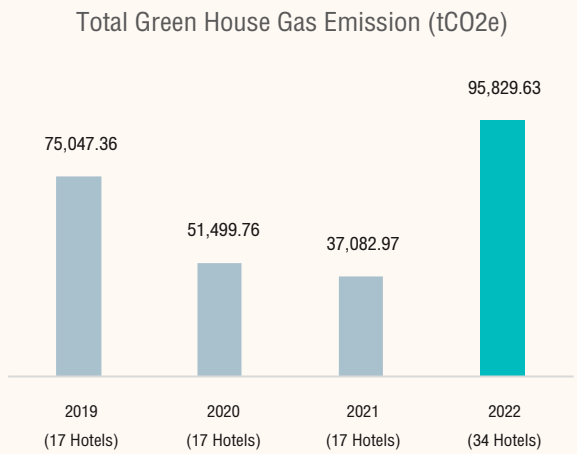
ปิดไฟเพื่อโลก'

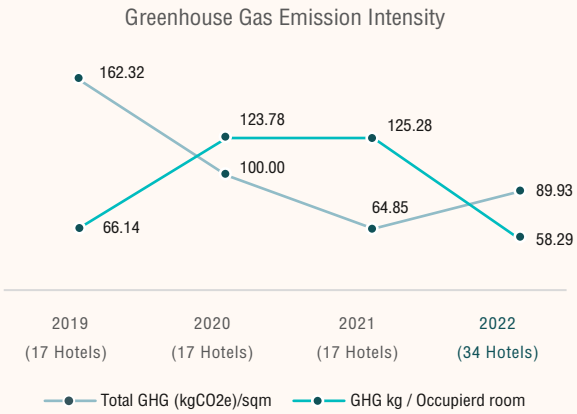
ธุรกิจโรงแรมได้จัดกิจกรรมปิดไฟเพื่อโลก 'ปิดไฟเพื่อโลก' (Earth Hour) โดยมีแขกของโรงแรมและพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละโรงแรมอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อสร้างการตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการลดใช้พลังงาน

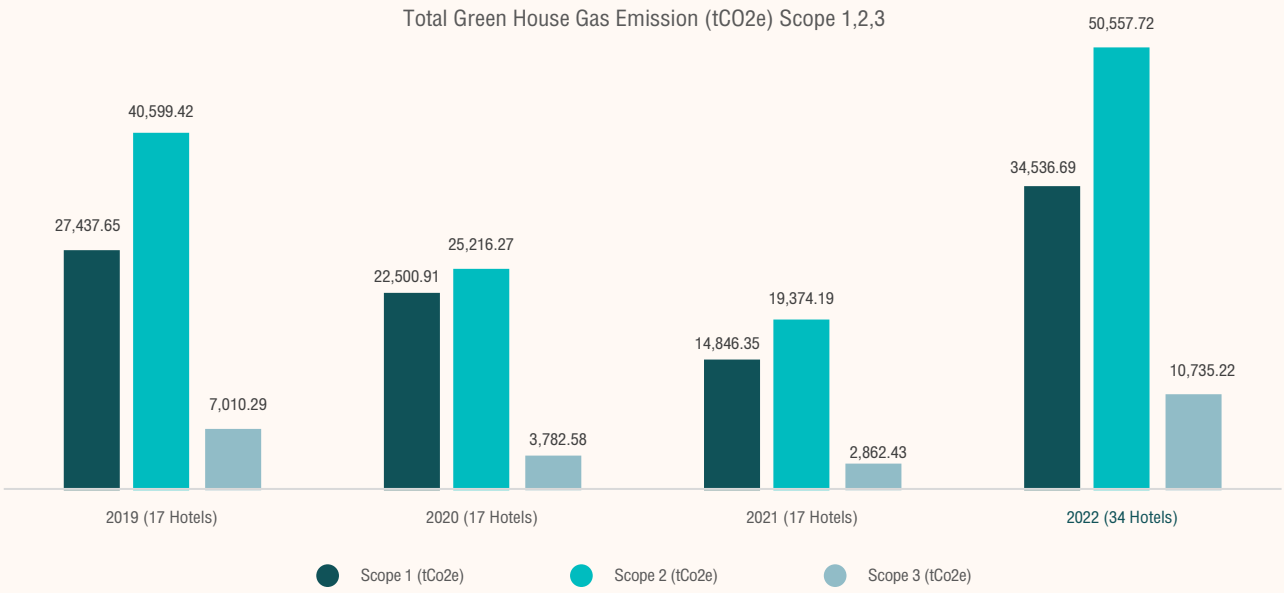
ก๊าซเรือนกระจก

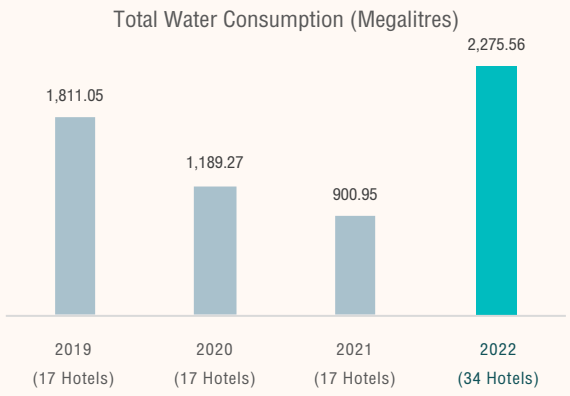
ธุรกิจโรงแรมได้จัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกโดยการเก็บข้อมูลแหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งต่างๆในการดำเนินงาน เพื่อนำมาคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจก รวมถึงติดตามข้อมูลและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 จากปริมาณการใช้พลังงาน การใช้ไฟฟ้าและสารทำความเย็น รวมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่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

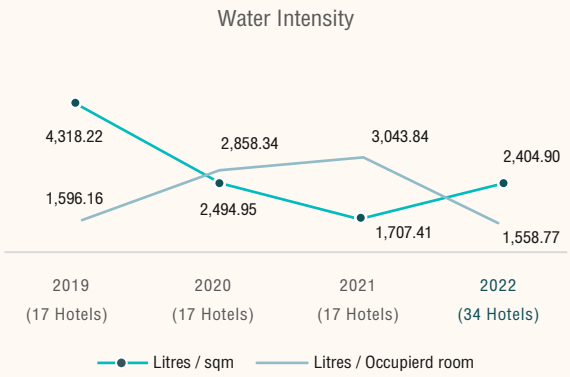
ในปี 2565 ธุรกิจโรงแรมมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 95,829.63 เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยมีอัตราความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อพื้นที่เท่ากับ 89.93 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร ซึ่งสูงกว่าปีที่ผ่านมาร้อยละ 39 และต่ำกว่าปีฐาน (2562) ร้อยละ 45 ขณะที่อัตราความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อห้องพักที่ลูกค้าเข้าพักเท่ากับ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











การใช้น้ำ และการจัดการน้ำเสีย

เป้าหมาย ภายในปี 2572 การลดการใช้น้ำลงร้อยละ 20 จากอัตราความเข้มข้นของการใช้น้ำลิตรต่อตารางเมตร เทียบจากปีฐาน (2562)

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

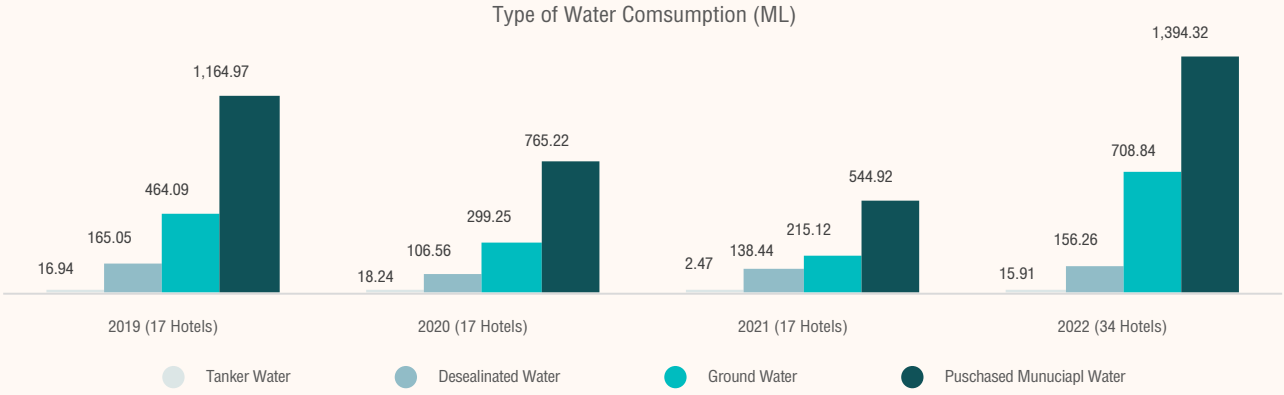
ปริมาณการใช้น้ำโดยรวมของธุรกิจโรงแรมมาจากหลายแหล่ง อาทิ น้ำประปา น้ำบาดาล น้ำซื้อจากรถบรรทุกน้ำ และการผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเลในปี 2565 ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมดคิดเป็น 2,275.56 เมกะลิตร อัตราความเข้มข้นของการใช้น้ำต่อพื้นที่เท่ากับ 2,404.90 ลิตรต่อตารางเมตร เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 41 ลดลงจากปีฐานร้อยละ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

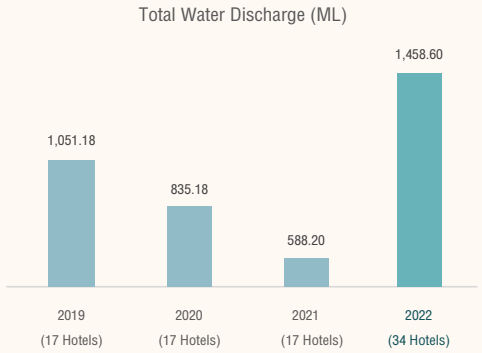
การบำบัดน้ำเสีย

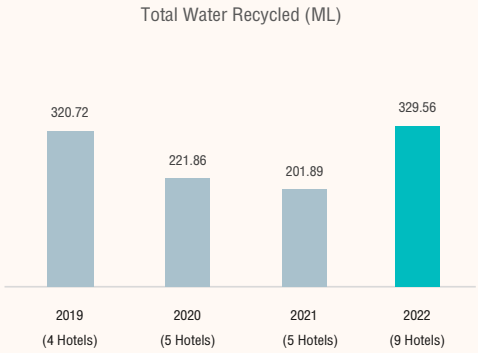
บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการน้ำเสีย โดยทำการวิเคราะห์คุณภาพน้ำเสียจากห้องปฏิบัติที่ผ่านการรับรองเป็นประจำทุกเดือน พร้อมทั้งจัดทำรายงานผลการรวจสอบระบบบำบัดน้ำเสียประจำปีโดยผู้ตรวจสอบภายนอกที่ได้รับการรับรอง เพื่อให้มั่นใจว่าน้ำเสียจากธุรกิจโรงแรมจะไม่สร้างผลกระทบต่อชุมชมโดยรอบ

การนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่

ในปี 2565 โรงแรมในประเทศไทยและมัลดีฟส์รวม 9 แห่ง ดำเนินการตามนโยบายการให้น้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาเป็นน้ำใช้สำหรับรดน้ำต้นไม้ ลดน้ำสนามหญ้าเพื่อเป็นการลดปริมาณการใช้น้ำดี ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่รวมทั้งสิ้น 329.56 เมกะลิตร







การจัดการขยะ

เป้าหมาย ลดปริมาณขยะและของเสียลงร้อยละ 20 จากอัตราเฉลี่ยปริมาณขยะคิดเป็นกิโลกรัมต่อห้องพักที่มีการเข้าพัก เทียบกับปีฐาน 2562

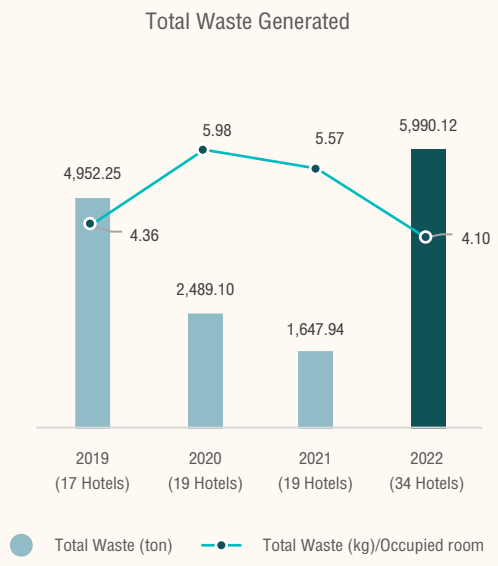
ธุรกิจโรงแรมได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการขยะและของเสียเพื่อให้ทุกโรงแรมในเครือเซ็นทาราดำเนินการได้อย่างถูกต้อง มีการคัดแยกขยะเพื่อส่งต่อให้กับผู้รับกำจัดนำไปกำจัดอย่างถูกวิธีตั้งแต่ต้นทาง โดยแยกเป็น 4 ประเภทหลักคือ ขยะทั่วไป ขยะอาหาร ขยะอันตราย และขยะรีไซเคิล โดยผู้รับเหมาหรือผู้ให้บริการกำจัดขยะจะต้องได้รับใบอนุญาตอย่างถูกต้อง หรือเป็นหน่วยงานท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ที่มีหน้าที่รับกำจัดขยะ เพื่อให้แน่ใจว่าขยะและของเสียจากการดำเนินงานของโรงแรมจะไม่ส่งผลกระทบ หรือส่งผลกระทบน้อยที่สุดต่อชุมชมและสังคมในพื้นที่ที่โรงแรมดำเนินงาน เพื่อลดปริมาณขยะไปยังหลุมฝังกลบให้มากที่สุด และนำขยะที่สามารถรีไซเคิลได้เข้าสู่กระบวนการจัดการแปรรูปให้เกิดประโยชน์อีกครั้ง

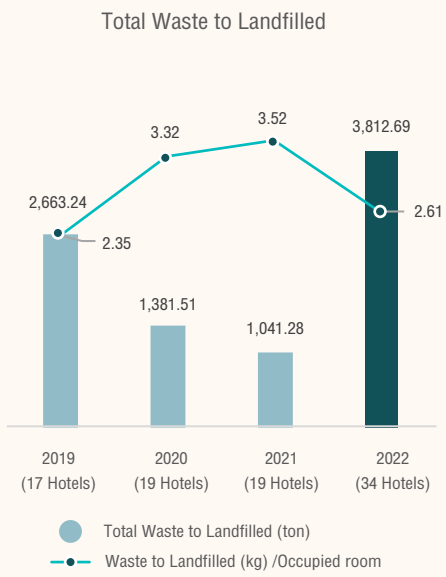
แต่ล่ะโรงแรมจัดเตรียมถังขยะแยกประเภทตั้งไว้ในพื้นที่ให้บริการ และพื้นที่ทำงานของพนักงาน ซึ่งขยะทั้งหมดจะถูกส่งต่อไปยังห้องเก็บขยะโดยมีการแยกขยะและติดตั้งป้ายบอกประเภทขยะแต่ละชนิดอย่างชัดเจน พร้อมทั้งบันทึกปริมาณขยะในแต่ละวัน ขยะแต่ละประเภทที่คัดแยกแล้วจะส่งต่อให้กับผู้รับกำจัด อาทิ ขยะที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้เช่น พลาสติกประเภทต่างๆ กระดาษ อะลูมิเนียม ฯล ขยะอินทรีย์และเศษอาหารนำไปทำปุ๋ย อาหารสัตว์ แปลงเป็นพลังงาน นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารไปยังพนักงานเพื่อทบทวนความรู้ในการคัดแยกขยะอย่างสม่ำเสมอ มีการอบรม และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสื่อสารไปยังคู่ค้าในการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ใช้ครั้งเดียวทิ้ง และคู่ค้าจะต้องนำบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุผลิตภัณฑ์ต่างที่ส่งมาที่โรงแรมกลับไปด้วย การส่งวัตถุดิบผักและผลไม้จะต้องเปลี่ยนใส่ภาชนะแยกประเภทที่ทางโรงแรมจัดเตรียมไว้เพื่อลดปริมาณขยะ

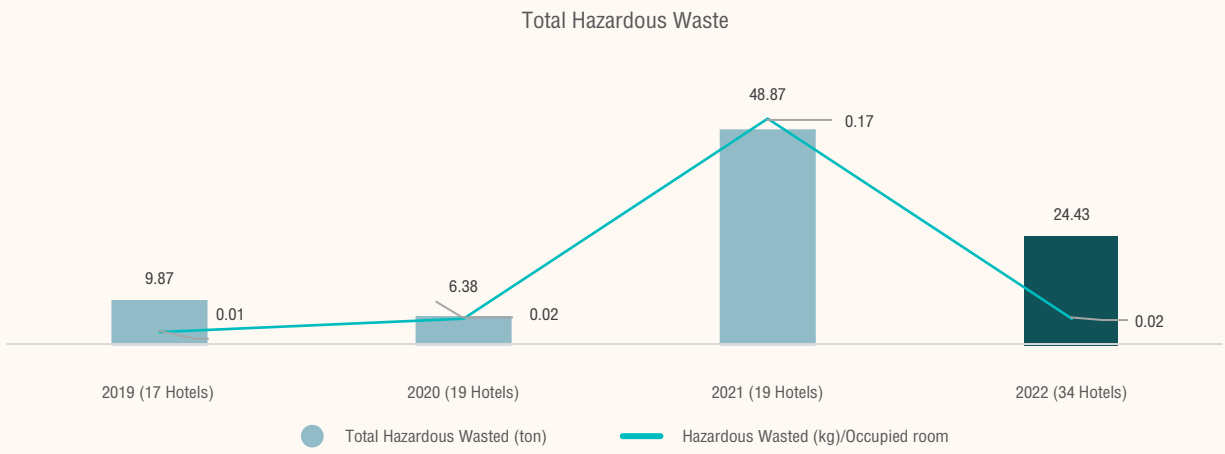
ในปี 2565 ปริมาณขยะรวมทั้งสิ้น 5,990.12 ตัน คิดเป็นอัตราเฉลี่ยปริมาณขยะต่อห้องพักที่มีการเข้าพักอยู่ที่ 4.10 กิโลกรัม ลดลงร้อยละ 26 เมื่อเทียบกับปีก่อน และลดลงร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับปีฐาน (2562)

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

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

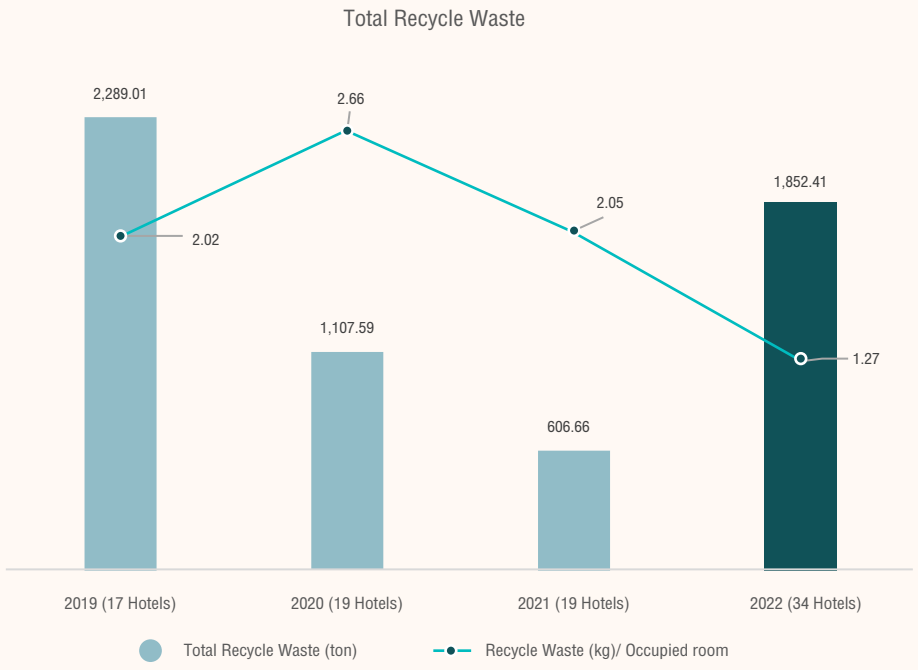






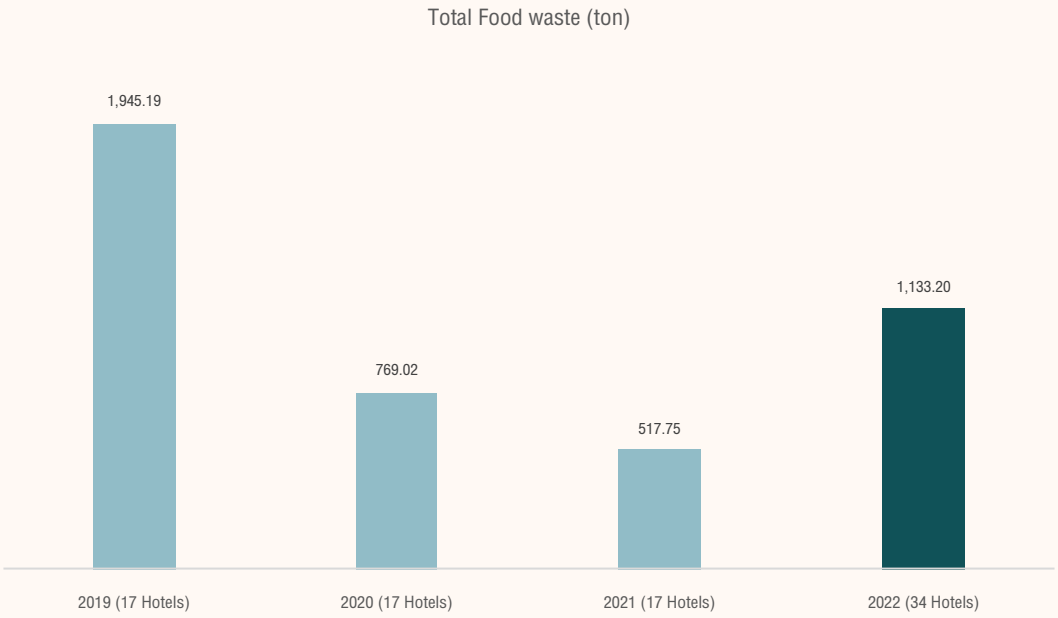
ขยะรีไซเคิล

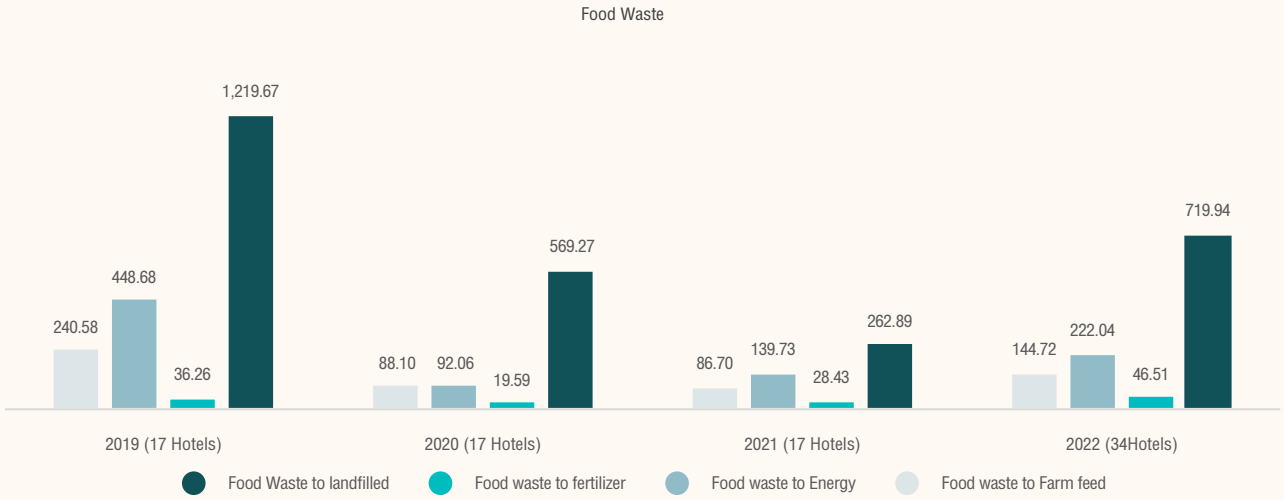
จากการกำหนดนโยบายคัดแยกขยะเพื่อลดปริมาณขยะไปหลุมฝัง ทำให้บริษัทสามารถแยกประเภทของขยะรีไซเคิลได้หลายประเภท ได้แก่ พลาสติก กระดาษ กระดาษลัง โลหะ แก้ว และน้ำมันใช้แล้วจากครัวของโรงแรม รวมถึงขยะอาหารบางส่วนจะถูกนำไปเป็นอาหารสัตว์ ทำปุ๋ยหมัก และนำไปแปลงสภาพเป็นก๊าซชีวภาพ เพื่อลดปริมาณขยะส่งไปหลุมฝังกลบ ในปี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



ขยะอาหาร

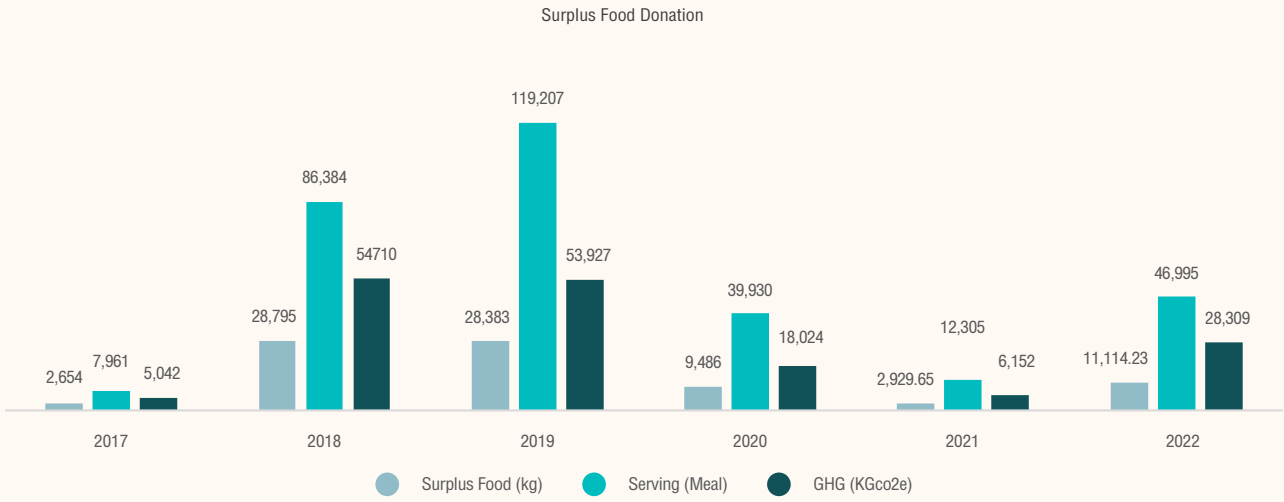
จากนโยบายการบริหารจัดการขยะอาหารที่เป็นระบบ สู่แนวทางปฏิบัติที่เข้มข้น ทำให้ตัวเลขปริมาณขยะอาหารที่ส่งไปหลุมฝังกลบมีแนวโน้มลดลง ในปี 2565 ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด เท่ากับ 1,133.20 ตัน ส่งไปหลุมฝังกลบจำนวน 144.72 ตัน โดยสัดส่วนของขยะอาหารที่ส่งไปหลุมฝังลดลงเหลือเพียงร้อยละ 13 ของปริมาณขยะอาหารทั้งหมด เทียบกับปีก่อนที่สัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ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





เครื่องกำจัดขยะอินทรีย์

ธุรกิจโรงแรมได้นำเครื่องกำจัดขยะอินทรีย์เข้ามาใช้เพื่อเปลี่ยนขยะเศษอาหารและขยะอินทรีย์อื่นๆ ให้กลายมาเป็นเชื้อเพลิงสำหรับประกอบอาหารและปุ๋ย ที่โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา มาริส รีสอร์ท จอมเทียนเป็นที่แรก จากนั้นดำเนินการติดตั้งเพิ่มเติมที่โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต และที่ โรงแรม เซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย สามารถรองรับปริมาณขยะอิยทรีย์รวม 230 กิโลกรัมต่อวัน อัตราการผลิตปุ๋มหมัก 230 ลิตรต่อวัน อัตราการผลิตก๊าซชีวภาพรวมเทียบเท่าก๊าซหุงต้ม (LPG) 10.58 กิโลกรัมต่อวัน สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ปีละ 194.76 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า นอกจากนี้ ที่มัลดีฟส์ ได้เตรียมดำเนินการติดตั้งเครื่องกำจัดขยะอินทรีย์เพื่อเปลี่ยนเป็นปุ๋ยสำหรับโรงแรมที่เซ็นทารา แกรนด์ ไอส์แลนด์ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ และ โรงแรมเซ็นทารา ราสฟูชิ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์ ขนาด 500 กิโลกรัม ซึ่งจะสามารถรายงานข้อมูลขยะอินทรีย์เก็บรวบรวมข้อมูลการจัดการขยะอินทรีย์ได้ในปี 2566



การบริจาคอาหารส่วนเกิน

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

การส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ (Bio Diversity)

บริษัทมุ่งมั่นในการอนุรักษ์ไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ โดยมีนโยบายดังนี้คลอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้

- สนับสนุนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินของบริษัทอย่างเหมาะสม โดยเน้นไปที่เขตพื้นที่คุ้มครองทางธรรมชาติและพื้นที่ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพสูง เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางธรรมชาติให้น้อยที่สุด ให้ระบบนิเวศได้ฟื้นตัวและให้มีการชดเชยให้กับการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการอนุรักษ์ระบบนิเวศน์
- มีมาตรการในการหลีกเลี่ยงการนำสัตว์ละพรรณพืชต่างถิ่นเข้าสู่ระบบนิเวศท้องถิ่น โดยใช้เฉพาะสิ่งมีชีวิตพันธุ์ประจำถิ่นในการจัดภูมิทัศน์และเพื่อการฟื้นฟูระบบนิเวศน์เมื่อสามารถกระทำได้ โดยเฉพาะในภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ
- ปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อระบบนิเวศ
- หากมีปฏิสัมพันธ์กับสัตว์ป่าตามธรรมชาติสามารถทำได้โดยต้องไม่รบกวนสัตว์เหล่านั้นและต้องคำนึงถึงผลกระทบ และมีการบริหารจัดการอย่างมีความรับผิดชอบเพื่อให้เป็นไปตามพฤติกรรมตามธรรมชาติของสัตว์ป่านั้น
- ไม่ให้มีการจัดหา เพาะพันธุ์ หรือกักขังสัตว์ป่าสายพันธุ์ใดๆ เว้นแต่ที่ได้กระทำโดยบุคคลผู้ได้รับอนุญาตและมีอุปกรณ์ที่เหมาะสม และเพื่อจุดประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมที่มีการควบคุมเป็นอย่างดีโดยเป็นไปตามกฎหมายระหว่างประเทศเท่านั้นน ทั้งนี้ให้การจัดที่อยู่การดูแลและควบคุม สัตว์ป่าหรือสัตว์เลี้ยงใดๆนั้นต้องเป็นไปตามมาตรฐานสูงสุดของสวัสดิภาพสัตว์
- บริษัทจะไม่ให้มีการล่า บริโภค นำออกแสดง ขายหรือแลกเปลี่ยนสัตว์ป่าสายพันธุ์ใดๆ เว้นแต่จะได้ทำโดยเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมภายใต้การควบคุมและเป็นไปตามข้อกำหนดของท้องถิ่นและกฎหมายระหว่างประเทศ

ธุรกิจโรงแรมได้นำนโยบายดังกล่าวมากำหนดเป็นแนวปฏิบัติ อบรมให้ความรู้กับพนักงาน และสื่อสารกับลูกค้าที่เข้าพัก เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น

มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)

บริษัทมุ่งมั่นรักษามรดกทางวัฒธรรมและลดผลกระทบที่สร้างความเสียหายต่อมรดกทางวัฒนธรรม โดยได้จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติ ดังนี้

- ปฏิบัติตามแนวทางมาตรฐานระดับสากลและระดับประเทศ ตลอดจนแนวทางปฏิบัติในการเข้าสู่พื้นที่ของชุมชนท้องถิ่น และสถานที่ทางประวัติศาสตร์หรือมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อลดผลกระทบที่จะสร้างความเสียหายต่อชุมชนให้มากที่สุด และสร้างคุณค่าให้กับท้องถิ่น พร้อมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด
- มีส่วนร่วมในการปกป้อง รักษา และพัฒนาแหล่งวัฒนธรรม สถานที่ และขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม และจิตวิญญาณของคนในชุมชนท้องถิ่น และไม่ขัดขวางผู้อยู่อาศัยในชุมชนท้องถิ่นในการเข้าถึงแหล่งวัฒนธรรม สถานที่ และขนบธรรมเนียมประเพณีเหล่านั้น
- ให้ความสำคัญและนำคุณลักษณะอันแท้จริงของวฒันธรรมดั้งเดิมและร่วมสมัยของท้องถิ่นมาใช้ ร่วมกับการดำเนินงานออกแบบ ตกแต่ง การปรุงอาหาร ในขณะเดียวกันก็ให้ความเคารพแก่ภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่นด้วย
- ไม่ให้มีการนำโบราณวัตถุ หรือวัตถุอันมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ใดๆออกจำหน่าย แลกเปลี่ยน หรือจัดแสดง เว้น แต่จะได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่บังคับใช้ในท้องถิ่นและกฎหมายระหว่างประเทศ

ธุรกิจโรงแรมสนับสนุนการรักษาคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้าและผู้มาใช้บริการ ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ อาทิ การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่น จัดกิจกรรมประเพณีท้องถิ่นต่างๆ การแต่งกายด้วยชุดพื้นเมือง ให้คำแนะนำเรื่องภาษาท้องถิ่นให้กับลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารเบื้องต้น รวมถึงการจัดทำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำให้และสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้เข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและเรียนรู้ความหลายหลายของวิถีชีวิตในพื้นที่ต่างๆ โดยการารเผยแพร่ข้อมูลประเพณีและวัฒนธรรมในแต่ละพื้นผ่านช่องทางต่างๆที่ใช้สื่อสารกับลูกค้า อาทิ เว็บไซด์ ช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ รวมถึงช่องทางดิจิตัลภายในโรงแรมด้วย

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment : EIA)

ธุรกิจโรงแรมดำเนินการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมและจัดทำรายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อมและมาตรการติดตามตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อม (Monitoring Report) สำหรับโรงแรมที่เปิดให้บริการเป็นประจำทุกปีปีละ 2 ครั้ง ตามข้อกำหนดของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และดำเนินการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมในกรณีที่เป็นโครงการก่อสร้างใหม่ โดยจัดทำเป็นรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม 4 ด้านตามข้อกำหนด โดยมีรายละเอียดของผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น มาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อม รวมถึงการติดตามการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อม และดำเนินการจัดทำรายงานโดยผู้ที่ได้รับอนุญาตในการจัดทำการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การประเมินความยั่งยืนของโรงแรมตามแนวทางของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (Global Sustainable Tourism Council-GSTC for Hotel)

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

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

- เซ็นทารา แกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์
- เซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว กรุงเทพฯ
- เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา กระบี่
- เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน
- เซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท พัทยา
- เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต
- เซ็นทารา วิลลา สมุย
- เซ็นทารา วิลลา ภูเก็ต
- เซ็นทารา หาดใหญ่
- เซ็นทรา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ
- เซ็นทารา แกรนด์ ไอส์แลนด์ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์
- เซ็นทารา ราสฟูชิ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์

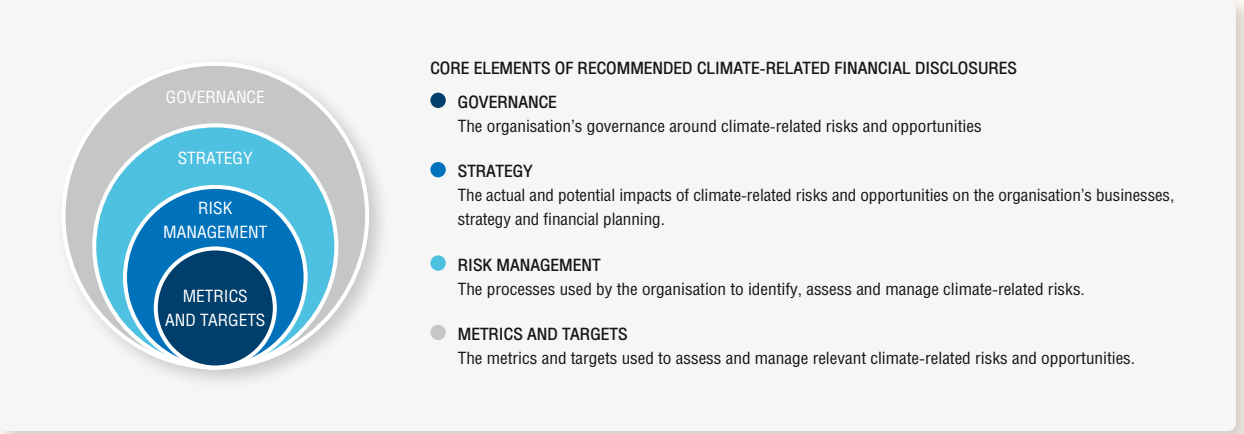
ทั้งนี้ได้ตั้งเป้าหมายภายในปี 2025 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทุกแห่งจะต้องผ่านการรับรองจาก GSTC

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

มาตรฐานโรงแรมสีเขียว

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา 14 แห่ง ได้รับรางวัลโรงแรมสีเขียว (G Mark) จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ และบางกอกคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์
- โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ
- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ทและวิลลา หัวหิน
- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท พัทยา
- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท ภูเก็ต
- โรงแรมเซ็นทารา กะตะ รีสอร์ท ภูเก็ต
- โรงแรมเซ็นทารา วิลลา สมุย
- โรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่
- โรงแรมเซ็นทาราและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ อุดรธานี
- โรงแรมเซ็นทารา อันดาเทวี รีสอร์ท แอนด์ สปา กระบี่
- โรงแรมเซ็นทาราอาซัวร์ พัทยา
- โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ
- โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา มาริส รีสอร์ท จอมเทียน
- โรงแรมเซ็นทรา บาย เซ็นทารา ภูพาโน รีสอร์ท กระบี่



การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD)

ในปี 2565 บริษัท ได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบธุรกิจ โดยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลการดำเนินของงานธุรกิจที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อพิจารณาและประเมินผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร การวิเคราะห์สถานการณ์สภาพภูมิอากาศ (Climate Scenario Analysis) โดยมีผู้เชี่ยวชาญภายนอกองค์กรทำการประเมินความเสี่ยงโดยใช้สถานการณ์ในการวิเคราะห์ 3 สถานการณ์ คือ

- 1.สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการดำเนินธุรกิจตามปกติ (High Climate Change Scenario -RPC 8.5 โดยปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับที่สูงส่งผลให้อุณหภูมิเพิ่มขึ้นสูงเกินกว่า 4 องศาเซลเซียส (4.5oC) ส่งผลกระทบรุนแรง
- 2.สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการดำเนินธุรกิจโดยมีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงปานกลาง (Moderate Climate Change Scenario-RPC 4.5) อุณหภูมิเพิ่มขึ้นเกิน 2 องศาเซลเซียส (2oC)
- 3.สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการดำเนินธุรกิจที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ (Low Climate Change Scenario-RPC 2.6) อุณหภูมิเพิ่มขึ้นไม่เกินเกิน 2 องศาเซลเซียส (2oC) มีการผลัดดันนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศอย่างเร่งด่วน

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk)

- การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบ (Policy Risk) คาดการณ์ว่าหากมีการบังคับใช้กฎหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอนาคต รวมถึงนโยบายภาษีคาร์บอน บริษัทอาจได้รับผลกระทบในระดับต่ำ เนื่องจากบริษัทได้มีการวางแนวทางการดำเนินงานภายใต้เป้าหมายการลดก๊าซเรือนสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 (Net Zero 2050) และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
- การเปลี่ยนแปลงทางการตลาด จากราคาคาร์บอนของคู่ค้า (Market Risk-Suppliers Carbon Pricing Risk) คาดการณ์ภายใต้สถานการณ์ราคาคาร์บอนจากผู้เชี่ยวชาญ บริษัทอาจได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าและวัตถุดิบบางตัวที่เพิ่มขึ้นหากคู่ค้าต้องจ่ายค่าคาร์บอนจากกระบวนการผลิตรวมถึงภาษีคาร์บอนสำหรับคู่ค้า เช่น ราคาอุปกรณ์ในการก่อสร้างโรงแรม อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ รวมถึงกลุ่มบรรจุภัณฑ์สำหรับธุรกิจอาหาร
- การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี (Technology Risk) จากการประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีในธุรกิจรงแรมและธุรกิจอาหาร คาดการณ์ว่าบริษัทอาจจะได้รับผลกระทบในระดับต่ำ จากการพัฒนาผลิตภัฑณ์และบริการคาร์บอนต่ำซึ่งมีการดำเนินการแล้ว อาทิการปรับปรุงอุปกรณ์ให้ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การใช้พลังงานทางเลือก โดยบริษัทได้เพิ่มการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ ตรวจสอบและบริหารจัดการเรื่องการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร (Reputation Risk) จากการประเมินความเสี่ยงในประเด็นนี้ คาดการณ์ว่าบริษัทอาจได้รับผลกระทบในระดับสูง เนื่องจากภาพรวมการดำเนินธุรกิจมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอัตราค่อนข้างสูงเมื่อเทียบในอุตสาหกรรมเดียวกันต่อหน่วยรายได้ แต่บริษัทได้มีการวางแนวทางในการดำเนินการเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน Scope 1 และ 2 ทำให้ความเข้มข้นในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าเมื่อเทียบในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk)

จากการประเมินความเสี่ยงด้านกายภาพ บริษัทอาจเผชิญความเสี่ยงในเรื่องการเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล คลื่นความร้อนและความเสี่ยงเรื่องน้ำในระดับปานกลางจากการผลการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หากแยกตามพื้นที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย กรุงเทพมหานครและกระบี่มีความเสี่ยงในประเด็นระดับน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงมัลดีฟส์ด้วย

หลังจากทำการประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแล้ว บริษัทได้นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนการดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ

การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอาหาร

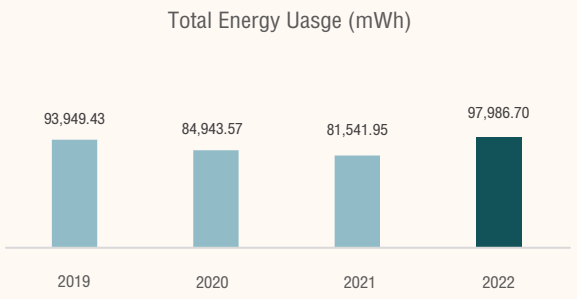
การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอาหาร

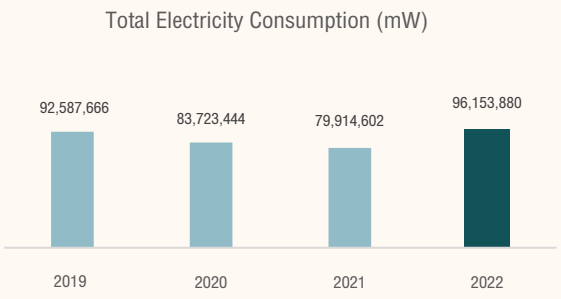
เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป หรือ CRG ดำเนินงานภายใต้นโยบายที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อม ดำเนินธุรกิจควบคู่ไปการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผลักดันให้การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมงานภายใต้กรอบแนวคิดจากผู้บริหารสู่การปฏิบัติและลงมือทำของแบรนด์ต่างๆ และปลูกจิตสำนึกให้พนักงานของกลุ่มธุรกิจอาหาร และสื่อสารให้พนักงานได้ทราบถึงสถานการณ์และปัญหาสิ่งแวดล้อม ถือเป็นหนึ่งในทิศทางของการขับเคลื่อนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เริ่มจากภายในองค์กรและขยายสู่ภายนอก

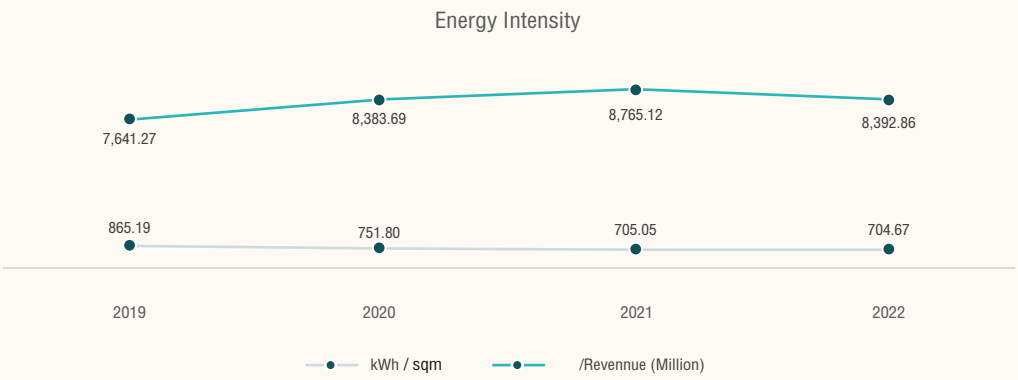
ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอาหาร

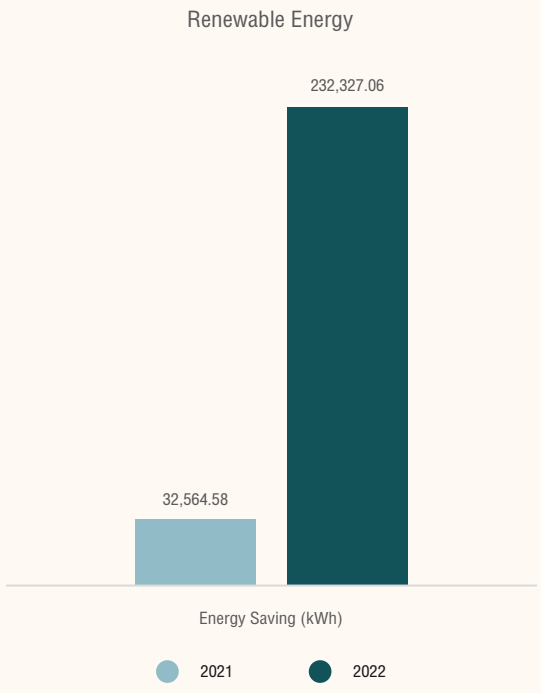
การจัดการด้านพลังงาน

ปริมาณการใช้พลังงานรวมของธุรกิจอาหาร จากการเก็บข้อมูลการใช้ไฟฟ้าและก๊าซหุงต้มปี 2565 อยู่ที่ 97,968.70 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมง เพิ่มขึ้น20 % เมื่อเทียบกับปี 2564 จากการเปิดให้บริการสาขาเต็มจำนวน และมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นตามแผนธุรกิจที่วางไว้ และมีอัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยพื้นที่ 0.70 เมกะวัตต์ต่อชั่งโมง ต่อตารางเมตร ขณะที่ความเข้มข้นของค่าพลังงานต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) อยู่ที่ 8.39 เมกะวัตต์ต่อชั่งโมง ลดลงจากปี 2564 คิดเป็น 4 %







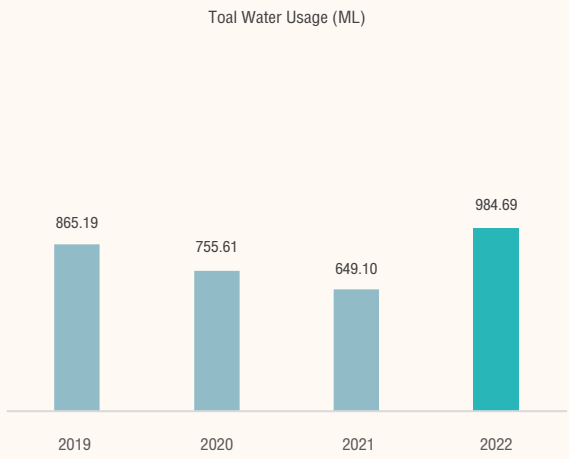


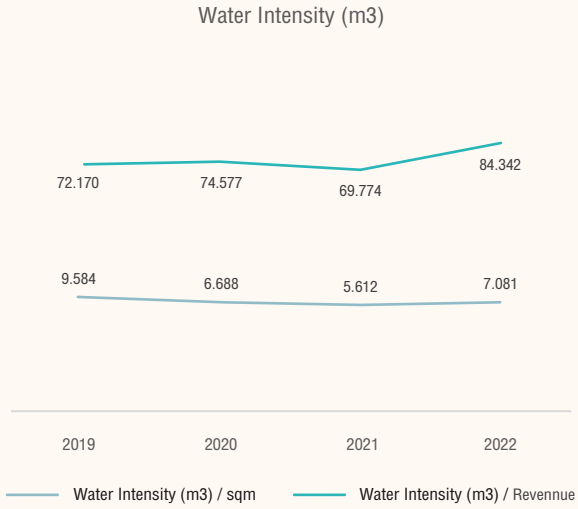
ธุรกิจอาหารได้ดำเนินโครงการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าตามนโยบายการลดใช้พลังงานของบริษัท การติดตั้งชุดอุปกรณ์ปรับความเร็วรอบมอเตอร์ (Kitchen Exhaust Fan & Make Up Fan) เพื่อลดการใช้พลังงานของพัดลมดูดอากาศและพัดลมระบายควันในพื้นที่ครัว การใช้ตู้แช่เย็นและตู้แช่แข็ง ที่ใช้สารทำความเย็นธรรมชาติ (R 290) ซึ่งได้รับการสนับสนุนการลงทุนจากทาง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

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

การจัดการทรัพยากรน้ำ

ปี 2565 ธุรกิจอาหารมีการใช้น้ำประปาในกระบวนการให้บริการรวมทั้งสิ้น 984.69 เมกะลิตร เพิ่มขึ้นจากปีที่ แล้ว 52% เนื่องจากการเปิดสาขาให้บริการเต็มและเปิดจำนวนสาขาเพิ่มขึ้น ขณะที่การใช้น้ำเมื่อเทียบกับขนาดพื้นที่ อยู่ที่ 0.007 เมกะลิตร เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 26% และมีการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) อยู่ที่ 0.84 เมกะลิตร เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 21% จำนวนเมื่อเทียบกับ



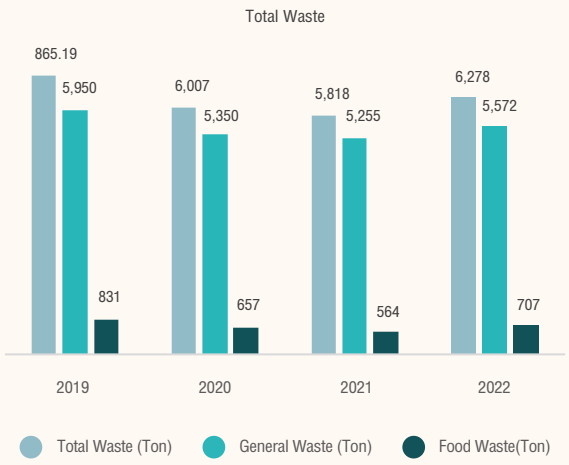


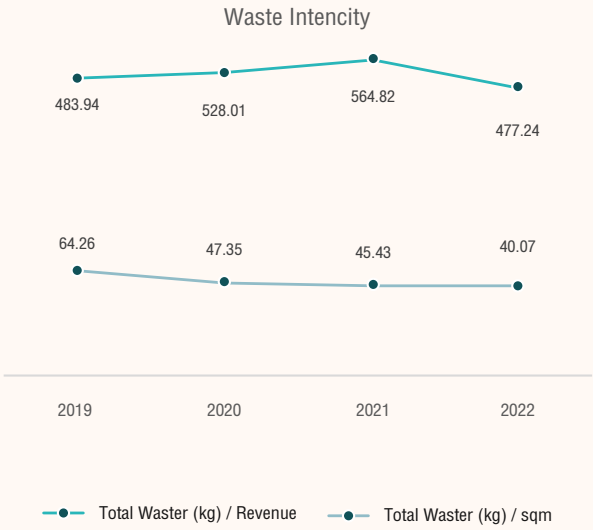
การบริหารจัดการของเสีย

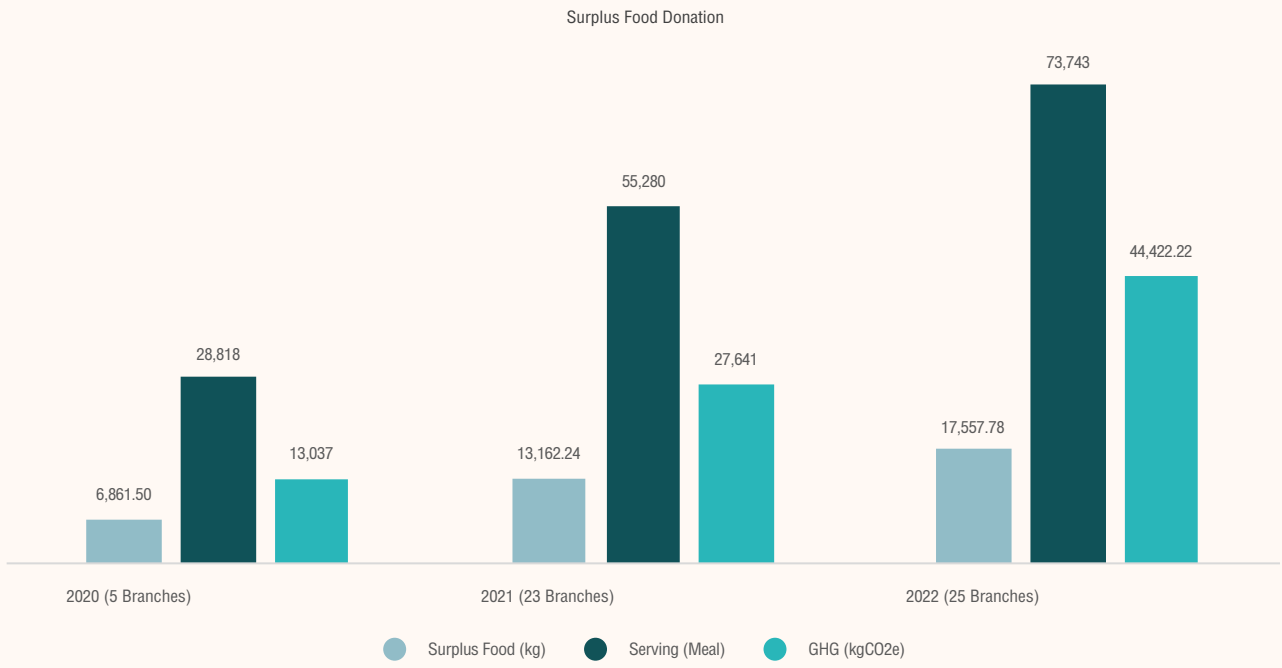
ปริมาณขยะจากธุรกิจอาหารในปี 2565 รวมทั้งสิ้น 6,278 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 8 % ปริมาณขยะทั่วไปรวม 5,350 ตัน เพิ่มขึ้น 6 % และปริมาณขยะอาหารที่เหลือจากการขายและวัตถุดิบที่ไม่สามารถนำมาผลิตอาหารได้ อยู่ที่ 707 ตัน เพิ่มขึ้น 25 % เทียบกับปีที่ผ่านมา อัตราการเกิดของเสียจากการดำเนินงานปี 2565 เท่ากับอยู่ที่ 40.07 กิโลกรัมต่อตารางเมตร และ477.24 กิโลกรัมต่อหน่วยรายได้ลดลงจากปีที่แล้ว ธุรกิจอาหารมีแผนการดำเนินการคัดแยกประเภทของขยะเพื่อลดปริมาณขยะที่ส่งไปหลุมฝังกลบโดยอยู่ระหว่างการดำเนินการและเก็บข้อมูล

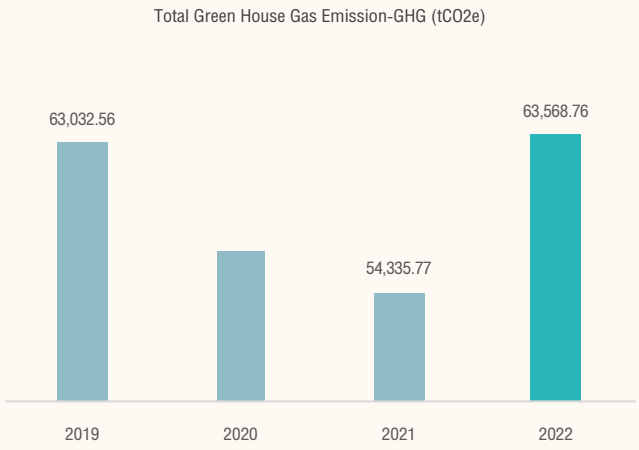
การบริจาคอาหารส่วนเกิน

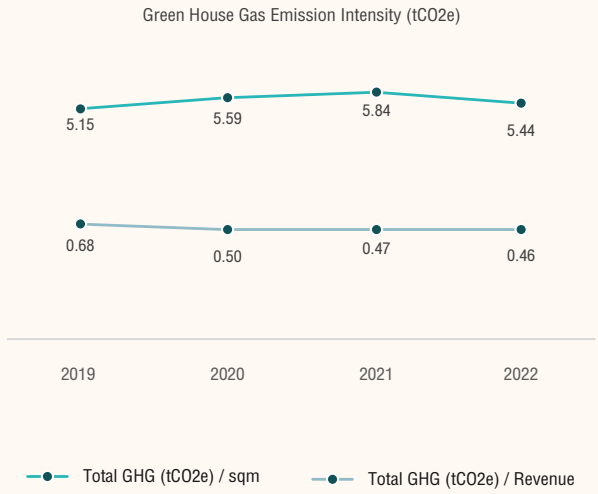
ธุรกิจอาหารได้เข้าร่วมโครงการบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับมูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ซัสทีแนนซ์ (Scholars of Sustenance Foundation-SOS Thailand) นำไปบริจาคให้กับผู้ยากไร้ กลุ่มเปราะบาง ในปี 2563 โดยเริ่มต้นบริจาคโดนัทจากแบรนด์มิสเตอร์โดนัท จำนวน 5 สาขา และขยายไปยัง 23 สาขาใน 4 จังหวัดคือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ประจวบคีรีขันธ์และเชียงใหม่ปัจจุบันและดำเนินโครงการต่อเนื่องมาถึง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











ก๊าซเรือนกระจก Green House Gas Emission

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจอาหารในปี 2565 รวม 64,098.13 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า สูงกว่าปี 2562 ซึ่งเป็นสถานการณ์การปกติเพียง 1% (ปี 2563-25364 ธุรกิจหยุดให้บริการบางส่วนตามมาตรการป้องกันโควิด-19)

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 คิดเป็น 419.58 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ขอบเขตที่ 2 คิดเป็น 48,067.32 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ขอบเขตที่ 3 คิดเป็น 15,081.86 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า การดำเนินงานของธุรกิจอาหารมีสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 2 (scope 2) คิดเป็น76% ของก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดที่ปล่อยออก

ในปี 2565 มีอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยพื้นที่ คิดเป็น 0.46 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร และมีอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ คิดเป็น 5.44 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อหน่วยรายได้ล้านบาท

การเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 เก็บข้อมูลปริมาณก๊าซหุงต้ม ขอบเขตที่ 2 เก็บข้อมูลการใช้ไฟฟ้า และขอบเขตที่ 3 เก็บข้อมูลการใช้น้ำและปริมาณของเสีย ทั้งนี้ธุรกิจอาหารยังไม่ได้ดำเนินการทวนสอบปริมาณคาร์บอนฟุตปริ้นขององค์กรโดยหน่วยงานภายนอก แต่ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลภายในโดยหน่วยงานความยั่งยืนของบริษัท

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

แนวทางการจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัทโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด จัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืนเป็นปีที่ 7 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปี แบบ56-1 One Report เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ ครอบคลุมทุกมิติของความยั่งยืน คือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล รายงานการพัฒนาความยั่งยืน ปี 2565 ได้จัดทำขึ้นตามกรอบคู่มือจัดทำแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี (56-1 One Report) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน (SET Sustainability Reporting Guide) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อ้างอิงกรอบการรายงานให้สอดคล้องกับแนวทางการรายงาน GRI Standard ของ Global Reporting Initiative (Reporting with reference to the GRI Standards) แนวทางปฏิบัติตามเกณฑ์ของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาติ (United Nations Global Compact: UNGC) มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Global Sustainable Tourism Council :GSTC) รวมทั้งเชื่อมโยงการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาติ (Sustainable Development Goals–SDGs)

ขอบเขตของรายงาน

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

การควบคุมคุณภาพของรายงาน

หน่วยงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน เป็นหน่วยงานกลางในการประสานงานและควบคุมการจัดทำรายงานให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ มีการทบทวนเนื้อหาสำคัญ ตรวจสอบคุณภาพการรายงานเพื่อการเผยแพร่โดยฝ่ายบริหาร ในปัจจุบันยังไม่มีนโยบายในการขอการรับรองคุณภาพรายงานความยั่งยืนจากหน่วยงานภายนอก แต่มีการดำเนินการตรวจสอบข้อมูล ความถูกต้องและคุณภาพในการรายงานโดยหน่วยงานภายในที่ได้รับมอบหมาย

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

หลักปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ UN Global Compact Principles

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

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

GRI CONTENT INDEX

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

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION Annual Report (AR) / Sustainability Report (SR) / URL	Mapped to UN SDG
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	AR : Cover page, 5, 208, 312, 432-433, Back Cover Page	
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	AR: 186 / SR: 66	
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	AR: 186 / SR: 66	
	2-4 Restatements of information	AR: 186 / SR: 66	
	2-5 External assurance	AR: 186 / SR: 66	
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	AR: 27, 44, 46-102, 104-105, 126 / SR: 3, 6	
	2-7 Employees	AR: 156-166/SR: 36-46	SDG 8
	2-8 Workers who are not employees	AR: 166 / SR: 46	
	2-9 Governance structure and composition	AR-20-21, 224, 230-232, 287-289 / SR: 14	
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	AR: 221-222 / SR: 14	
	2-11 Chair of the highest governance body	AR: 20, 426-431 / SR: 14	
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	AR: 227 / SR: 14	
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	AR: 227-228 / SR: 14	
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	AR: 127 / SR: 7	
	2-15 Conflicts of interest	AR: 243-247, 369-383	
	2-16 Communication of critical concerns	AR: 115-120 / SR-17-18	
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	AR: 229	
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	AR: 241	
	2-19 Remuneration policies	AR: 233-236	
	2-20 Process to determine remuneration	AR: 233-236	
	2-21 Annual total compensation ratio	-	
	2-22 Statement on sustainable development strategy	AR: 122 / SR: 2	

GRI CONTENT INDEX

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

GRI CONTENT INDEX

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

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

GRI CONTENT INDEX

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

CENTARA
HOTELS & RESORTS

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

4. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

คำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 4 และปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ ”) ขอเรียนชี้แจงคำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือน (ไตรมาส 4) และปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย มัลดีฟส์และดูไบ
2. วิเคราะห์ผลการดำเนินงานรวม และรายธุรกิจของบริษัทฯ
3. สถานะทางการเงิน
4. ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานปี 2566

1. ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย มัลดีฟส์และดูไบ

1.1 การท่องเที่ยวไทย

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเติบโตอย่างมีนัยสำคัญต่อเนื่อง ผลจากการเปิดประเทศและเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยว โดยไตรมาส 4/2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 5.5 ล้านคน เติบโต 15 เท่าเทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวหลัก 3 อันดับแรกได้แก่ มาเลเซีย, อินเดีย และ รัสเซีย โดยมีสัดส่วน 18%, 8% และ 6% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

สำหรับ ปี 2565 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจำนวนรวม 11.2 ล้านคน เติบโต 25 เท่าเทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นการเติบโตจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเป็นสำคัญ โดยนักท่องเที่ยว 3 อันดับแรกได้แก่ มาเลเซีย 17%, อินเดีย 9%, และสิงคโปร์ 6% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด

1.2 การท่องเที่ยวมัลดีฟส์

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเติบโตต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนและช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการผ่อนปรนมาตรการเดินทางระหว่างประเทศในหลายๆ ประเทศและเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยว ในไตรมาส 4/2565 นักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 484,674 คน เติบโต 7% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน โดย นักท่องเที่ยว 3 อันดับแรกได้แก่ อินเดีย, รัสเซีย, และ สหราชอาณาจักร ในสัดส่วน 15%, 12% และ 10% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ตามลาดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียและสหราชอาณาจักรยังคงเติบโตต่อเนื่อง 14% และ 8% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามลาดับ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียลดลง 20% เทียบปีที่ผ่านมา

สำหรับ ปี 2565 มีนักท่องเที่ยวรวม 1.7 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้น 27% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน นักท่องเที่ยว 3 อันดับแรกได้แก่ อินเดีย, รัสเซีย, และสหราชอาณาจักร ในสัดส่วน 14%, 12% และ 11% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ตามลาดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวอินเดียและรัสเซียลดลง 17% และ 9% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ 186% เทียบปีที่ผ่านมา

1.3 การท่องเที่ยวดูไบ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในไตรมาส 4/2565 ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 4.2 ล้านคน เพิ่มขึ้น 24% เทียบปีก่อน โดยนักท่องเที่ยว 3 อันดับแรกได้แก่ อินเดีย, สหราชอาณาจักร และซาอุดิอาระเบีย ในสัดส่วน 14%, 8% และ 7% ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด ตามลาดับ

สำหรับปี 2565 นักท่องเที่ยวรวม 14.4 ล้านคน เติบโต 97% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยว 3 อันดับแรก ได้แก่ อินเดีย, โอมาน และซาอุดิอาระเบีย ในสัดส่วน 13%, 9% และ 8% ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด ตามลาดับ

2. วิเคราะห์ผลการดำเนินงานรวม และรายธุรกิจของบริษัทฯ

2.1 วิเคราะห์ผลการดำเนินงานรวม

ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 4 ปี 2565 และปี 2564

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 4/2565		ไตรมาส 4/2564		เปลี่ยนแปลง (เพิ่มขึ้น + / ลดลง -)	
	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%
รายได้จากธุรกิจโรงแรม	2,363	43%	1,090	29%	1,273	117%
รายได้จากธุรกิจอาหาร	3,139	57%	2,658	71%	481	18%
รวมรายได้	**5,502**	**100%**	**3,748**	**100%**	**1,754**	**15%**
ต้นทุนขาย - ธุรกิจโรงแรม	(777)	-14%	(404)	-11%	373	92%
ต้นทุนขาย - ธุรกิจอาหาร	(1,385)	-25%	(1,048)	-28%	337	32%
รวมต้นทุนขาย(1)	(2,162)	-39%	(1,452)	-39%	710	49%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(1,832)	-33%	(1,294)	-35%	538	42%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	23	0%	(25)	-1%	48	192%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA)	**1,531**	**28%**	**977**	**26%**	**554**	**57%**
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	(765)	-14%	(694)	-19%	(71)	-10%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBIT)	**766**	**14%**	**283**	**8%**	**483**	**171%**
ต้นทุนทางการเงิน(2)	(192)	-3%	(167)	-4%	(25)	-15%
(ค่าใช้จ่าย) รายได้ภาษีเงินได้	(65)	-1%	74	2%	(139)	-188%
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอานาจควบคุม	(11)	0%	(38)	-1%	27	71%
กำไรสุทธิ	**498**	**9%**	**152**	**4%**	**346**	**228%**

(1) ต้นทุนขายไม่รวมค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายส่วนที่ปันส่วนเป็นต้นทุนขาย

(2) ต้นทุนทางการเงินที่ไม่รวมดอกเบี้ยจ่ายตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า มีจำนวนทั้งสิ้น 113 ล้านบาท

ไตรมาส 4/2565 : บริษัทฯ มีรายได้รวม 5,502 ล้านบาท (ไตรมาส 4/2564: 3,748 ล้านบาท) เพิ่มขึ้น 1,754 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 47%) โดยสัดส่วนของรายได้จากธุรกิจโรงแรมต่อรายได้จากธุรกิจอาหาร อยู่ที่ 43%: 57% (ไตรมาส 4/2564: 29% : 71%) ขณะที่กำไรขั้นต้นรวม 3,030 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 58% ของรายได้ (ไม่รวมรายได้อื่น) ลดลงเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 4/2564: 60%) การลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นเป็นผลจากธุรกิจอาหารต้องเผชิญกับต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ธุรกิจโรงแรมอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นจากรายได้ที่เริ่มฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทฯ มีกำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA) รวม 1,531 ล้านบาท (ไตรมาส 4/2564: 977 ล้านบาท) เพิ่มขึ้น 554 ล้านบาท (หรือ 57%) จากไตรมาส 4/2564 โดยคิดเป็นอัตรากำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ ต่อรายได้รวม (% EBITDA) 28% เพิ่มขึ้นเทียบกับปีก่อน (ไตรมาส 4/2564: 26%) ปรับตัวดีขึ้นจากผลการดาเนินงานของธุรกิจโรงแรม บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 498 ล้านบาท หรือเติบโต 228% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 4/2564: กำไรสุทธิ 152 ล้านบาท) ทั้งนี้ ไตรมาส 4/2565 บริษัทฯ มีกำไรจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนสำหรับเงินกู้ยืมสกุลเงินต่างประเทศจำนวน 116 ล้านบาท (ไตรมาส 4/2564: กำไร 56 ล้านบาท)

ผลการดำเนินงานสำหรับ ปี 2565 และปี 2564

(หน่วย: ล้านบาท)	ปี 2565		ปี 2564		เปลี่ยนแปลง (เพิ่มขึ้น + / ลดลง -)	
	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%
รายได้จากธุรกิจโรงแรม	6,541	36%	2,332	20%	4,209	180%
รายได้จากธุรกิจอาหาร	11,675	64%	9,303	80%	2,372	25%
รวมรายได้	**18,216**	**100%**	**11,635**	**100%**	**6,581**	**57%**
ต้นทุนขาย - ธุรกิจโรงแรม	(2,333)	-13%	(1,009)	-9%	1,324	131%
ต้นทุนขาย - ธุรกิจอาหาร	(5,001)	-27%	(3,789)	-33%	1,212	32%
รวมต้นทุนขาย[1]	**(7,334)**	**-40%**	**(4,798)**	**-41%**	**2,536**	**53%**
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(6,427)	-35%	(4,769)	-41%	1,658	35%
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	(44)	0%	(64)	-1%	(20)	-31%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA)	**4,411**	**24%**	**2,004**	**17%**	**2,407**	**120%**
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	(3,132)	-17%	(3,167)	-27%	35	1%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBIT)	**1,279**	**7%**	**(1,163)**	**-10%**	**2,442**	**210%**
ต้นทุนทางการเงิน[2]	(726)	-4%	(718)	-6%	(8)	-1%
(ค่าใช้จ่าย) รายได้ภาษีเงินได้	(138)	-1%	78	1%	(216)	-277%
(กำไร) ขาดทุนสุทธิส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอานาจควบคุม	(17)	0%	24	0%	(41)	-167%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิจากการดำเนินงานปกติ	**398**	**2%**	**(1,779)**	**-15%**	**2,177**	**122%**
รายการพิเศษ						
กลับรายการด้อยค่าของสินทรัพย์	-	-	45	0%	(45)	-100%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	**398**	**2%**	**(1,734)**	**-15%**	**2,132**	**123%**

(1) ต้นทุนขายไม่รวมค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายส่วนที่ปันส่วนเป็นต้นทุนขาย

(2) ต้นทุนทางการเงินที่ไม่รวมดอกเบี้ยจ่ายตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า มีจำนวนทั้งสิ้น 395 ล้านบาท (ปี 2564: 309 ล้านบาท)

ปี 2565: บริษัทฯ มีรายได้รวม 18,216 ล้านบาท (ปี 2564: 11,635 ล้านบาท) เพิ่มขึ้น 6,581 ล้านบาท (หรือ 57%) โดยสัดส่วนของรายได้จากธุรกิจโรงแรมต่อรายได้จากธุรกิจอาหารอยู่ที่ 36%:64% (สำหรับปี 2564: 20%:80%) ขณะที่กำไรขั้นต้นรวม 10,154 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,755 ล้านบาท หรือ 59% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 58% ของรายได้ (ไม่รวมรายได้อื่น) ดีขึ้นเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ปี 2564: 57%) บริษัทฯ มีกำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA) รวม 4,411 ล้านบาท (ปี 2564: 2,004 ล้านบาท) เพิ่มขึ้น 2,407 ล้านบาท (หรือ 120%) จากช่วงเดียวกันของปีก่อนจากการเติบโตทั้งธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร โดยคิดเป็นอัตรากำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ ต่อรายได้รวม (% EBITDA) 24% ดีขึ้นเทียบปีก่อน (ปี 2564: 17%) บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 398 ล้านบาท เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อนขาดทุนสุทธิ 1,734 ล้านบาท หรือเติบโต 123% อย่างไรก็ดี ปี 2565 บริษัทฯ มีกำไรจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนสำหรับเงินกู้ยืมสกุลเงินต่างประเทศจำนวน 91 ล้านบาท (ปี 2564: ขาดทุน 87 ล้านบาท)

2.2 วิเคราะห์ผลการดำเนินงานรายธุรกิจ

2.2.1 ธุรกิจโรงแรม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีโรงแรมภายใต้การบริหารงานทั้งสิ้น จานวน 92 โรงแรม (19,348 ห้อง) แบ่งเป็นโรงแรมที่เปิดดาเนินการแล้ว 50 โรงแรม (10,406 ห้อง) และเป็นโรงแรมที่กาลังพัฒนา 42 โรงแรม (8,942 ห้อง) ในส่วน 50 โรงแรมที่เปิดดาเนินการแล้วนั้น 19 โรงแรม (5,051 ห้อง) เป็นโรงแรมที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของ และ 31 โรงแรม (5,355 ห้อง) เป็นโรงแรมที่อยู่ภายใต้สัญญาบริหาร

ผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของสำหรับไตรมาส 4/2565

อัตราการเข้าพัก (Occupancy - OCC)	ผลการดำเนินงานของโรงแรมทั้งหมด		
	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 4/2564	% เปลี่ยนแปลง
กรุงเทพฯ	71%	31%	40%
ต่างจังหวัด	64%	25%	39%
มัลดีฟส์	68%	81%	-13%
ดูไบ	84%	58%	26%
ประเทศไทยเฉลี่ย	**66%**	**27%**	**39%**
รวมเฉลี่ย (ไม่รวมดูไบ)	**66%**	**30%**	**36%**
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	**68%**	**33%**	**35%**

ราคาห้องพักเฉลี่ย (บาท) (Average Room Rate - ARR)	ผลการดำเนินงานของโรงแรมทั้งหมด		
	ไตรมาส 4/2565	ไตรามาส 4/2564	% เปลี่ยนแปลง
กรุงเทพฯ	4,028	2,314	74%
ต่างจังหวัด	4,065	3,754	8%
มัลดีฟส์	15,634	14,128	11%
ดูไบ	7,169	5,849	23%
ประเทศไทยเฉลี่ย	**4,053**	**3,227**	**26%**
รวมเฉลี่ย (ไม่รวมดูไบ)	**4,728**	**4,943**	**-4%**
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	**5,091**	**5,114**	**0%**

รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (บาท) (Revenue per Available Room - RevPar)	ผลการดำเนินงานของโรงแรมทั้งหมด		
	ไตรมาส 4/2565	ปี 2564	% เปลี่ยนแปลง
กรุงเทพฯ	2,844	715	298%
ต่างจังหวัด	2,595	929	179%
มัลดีฟส์	10,615	11,382	-7%
ดูไบ	6,046	3,376	79%
ประเทศไทยเฉลี่ย	**2,671**	**861**	**210%**
รวมเฉลี่ย (ไม่รวมดูไบ)	**3,122**	**1,475**	**112%**
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	**3,473**	**1,680**	**107%**

หมายเหตุ: คำนวณจากจำนวนห้องพักทั้งหมดของโรงแรมที่เปิดดำเนินการและปิดชั่วคราว

ผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมสำหรับไตรมาส 4/2565

ธุรกิจโรงแรม (ล้านบาท)	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 4/2564	% เปลี่ยนแปลง
รายไดจ้ ากกิจการโรงแรม	2,090	999	109%
รายไดรวม (รวมรายไดอื่น)	2,363	1,090	117%
กา ไรขั้น ตน้	1,314	595	121%
% อตั รากา ไรขั้น ตน้	63%	60%	3% pts.
EBITDA	899	293	207%
% EBITDA	38%	27%	11% pts.
กำไร (ขาดทุน) สุทธิจากการดำเนินงาน	359	(31)	1,258%
% อัตรา(ขาดทุน) สุทธิ	15%	-3%	18% pts.

- **ไตรมาส 4/2565:**

  - ในไตรมาส 4/2565 โรงแรมในประเทศไทยฟื้นตัวต่อเนื่องจากการเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยวและการฟื้นตัวของธุรกิจการจัดงานประชุมสัมมนาซึ่งรวมถึงการจัดประชุม APEC ขณะที่มัลดีฟส์มีผลการดาเนินงานที่ดีขึ้นเทียบไตรมาสก่อน แต่ยังคงด้อยกว่าไตรมาส 4/2564 ภาพรวมรายได้ต่อห้องพักเฉลี่ยของโรงแรมทั้งหมด (RevPar) เพิ่มขึ้น 107% อยู่ที่ 3,473 บาท จากการเพิ่มของอัตราการเข้าพักเฉลี่ยจาก 33% ในไตรมาส 4/2564 เป็น 68% ในไตรมาส 4/2565 ขณะที่ราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) ทรงตัวเทียบปีก่อน ที่ 5,091 บาท

  - **กรุงเทพฯ** : รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) เพิ่ม 298% เป็น 2,844 บาท จากการเพิ่มขึ้นของอัตราการเข้าพัก (OCC) จาก 31% เป็น 71% และราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) เพิ่ม 74% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็น 4,028 บาท การฟื้นตัวของโรงแรมในกรุงเทพฯ เป็นผลสืบเนื่องจากการฟื้นตัวของการจัดงานประชุมสัมมนา (MICE) ส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยบวกทางอ้อมจากการจัดประชุม APEC ทำให้ราคาห้องพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในช่วงเวลาดังกล่าว รวมถึงการกลับมาของกลุ่มลูกค้า MICE โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าภายในประเทศที่มีการจัดงานประชุมสัมมนาและจัดแสดงนิทรรศการในช่วงปลายปี

  - **ต่างจังหวัด** : รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) เพิ่ม 179% เทียบปีก่อน เป็น 2,595 บาท เป็นผลจากการเพิ่มของอัตราการเข้าพัก (OCC) จาก 25% เป็น 64% และราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) เพิ่มขึ้น 8% เทียบปีก่อน เป็น 4,065 บาท จากการฟื้นตัวของโรงแรมในสถานที่ท่องเที่ยวหลักโดยเฉพาะภูเก็ต, กระบี่ และเกาะสมุย ถึงแม้ว่าเกาะสมุยได้รับผลกระทบจากคลื่นลมแรงก่อให้เกิดคลื่นขนาดใหญ่ในช่วงเดือนธันวาคม 2565 ซึ่งส่งผลกระทบต่อการยกเลิกการจองก็ตาม

  - **ต่างประเทศ** : รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) อยู่ที่ 7,386 บาท เพิ่มขึ้น 23% เทียบปีก่อน อัตราการเข้าพัก (OCC) เพิ่มขึ้นจาก 65% เป็น 80% ในไตรมาส 4/2565 และราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) เพิ่มขึ้น 1% เทียบปีก่อน อยู่ที่ 9,289 บาท

    - **มัลดีฟส์**: รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) ลดลง 7% เทียบปีก่อน เป็น 10,615 บาท อัตราการเข้าพัก (OCC) ลดลงจาก 81% เป็น 68% ขณะที่ราคาห้องพักเฉลี่ยเติบโต (ARR) 11% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็น 15,634 บาท อย่างไรก็ดี หากพิจารณาในสกุลดอลลาร์สหรัฐ รายได้ทั้งหมดต่อห้องพักเฉลี่ย (TRevPar) ลดลง 14% เทียบไตรมาส 4/2564 เป็น 461 ดอลลาร์สหรัฐ จากอัตราการเข้าพักเฉลี่ยลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวหลักชาวอินเดียปรับตัวลดลง ทั้งนี้ รายได้ทั้งหมดต่อห้องพักเฉลี่ย (TRevPar) ปรับตัวดีขึ้นเทียบไตรมาส 3/2565 (ไตรมาส 3/2565: 287 ดอลลาร์สหรัฐ) เนื่องจากเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยว

    - **ดูไบ**: เริ่มเปิดดำเนินการเดือนตุลาคม 2564 โดยไตรมาส 4/2565 มีอัตราการเข้าพัก (OCC) 84% ราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) 7,169 บาท และรายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) 6,046 บาท เติบโต 79% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน

- ไตรมาส 4/2565 ธุรกิจโรงแรมมีรายได้รวมอยู่ที่ 2,363 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,273 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 117%) จากปีก่อน โดยมีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,314 ล้านบาท (ไตรมาส 4/2564: 595 ล้านบาท) เติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 121% และมีอัตรากำไรขั้นต้น 63% เพิ่มขึ้นเทียบปีก่อน (ไตรมาส 4/2564: 60%) ธุรกิจโรงแรมมีกำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA) จำนวน 899 ล้านบาท (ไตรมาส 4/2564: 293 ล้านบาท) โดยคิดเป็นอัตรากำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ ต่อรายได้รวม (% EBITDA) 38% เพิ่มขึ้นเทียบปีก่อน (ไตรมาส 4/2564: 27%) ธุรกิจโรงแรม มีกำไรสุทธิ 359 ล้านบาท เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อนขาดทุนสุทธิ 31 ล้านบาท การดาเนินงานธุรกิจโรงแรมที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเทียบปีที่ผ่านมา เนื่องจากผลการดาเนินงานของโรงแรมระดับห้าดาวที่กรุงเทพฯ , พัทยา และกระบี่ เป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ และบางกอกคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ ที่มีผลการดาเนินงานที่โดดเด่น

ผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของสำหรับ ปี 2565

อัตราการเข้าพัก (Occupancy - OCC)	ผลการดำเนินงานของโรงแรมทั้งหมด		
	ปี 2565	ปี 2564	% เปลี่ยนแปลง
กรุงเทพฯ	55%	21%	34%
ต่างจังหวัด	44%	13%	31%
มัลดีฟส์	68%	61%	7%
ดูไบ	77%	58%	19%
ประเทศไทยเฉลี่ย	**47%**	**15%**	**32%**
รวมเฉลี่ย (ไม่รวมดูไบ)	**48%**	**18%**	**30%**
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	**52%**	**19%**	**33%**

ราคาห้องพักเฉลี่ย (บาท) (Average Room Rate - ARR)	ผลการดำเนินงานของโรงแรมทั้งหมด		
	ปี 2565	ปี 2564	% เปลี่ยนแปลง
กรุงเทพฯ	3,443	1,744	97%
ต่างจังหวัด	3,825	3,293	16%
มัลดีฟส์	15,002	11,025	36%
ดูไบ	5,731	5,849	-2%
ประเทศไทยเฉลี่ย	**3,688**	**2,621**	**41%**
รวมเฉลี่ย (ไม่รวมดูไบ)	**4,585**	**4,322**	**6%**
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	**4,791**	**4,460**	**7%**

รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (บาท) (Revenue per Available Room - RevPar)	ผลการดำเนินงานของโรงแรมทั้งหมด		
	ปี 2565	ปี 2564	% เปลี่ยนแปลง
กรุงเทพฯ	1,898	358	430%
ต่างจังหวัด	1,673	415	303%
มัลดีฟส์	10,154	6,756	50%
ดูไบ	4,441	3,376	32%
ประเทศไทยเฉลี่ย	**1,742**	**397**	**339%**
รวมเฉลี่ย (ไม่รวมดูไบ)	**2,219**	**772**	**187%**
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	**2,486**	**849**	**193%**

หมายเหตุ: คำนวณจากจำนวนห้องพักทั้งหมดของโรงแรมที่เปิดดำเนินการและปิดชั่วคราว

ผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมสำหรับ ปี 2565

ธุรกิจโรงแรม (ล้านบาท)	ปี 2565	ปี 2564	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากกิจการโรงแรม	5,935	2,070	187%
รายได้รวม (รวมรายได้อื่น)	6,541	2,332	180%
กำไรขั้นต้น	3,602	1,061	239%
% อัตรากำไรขั้นต้น	61%	51%	10% pts.
EBITDA / (Loss)	1,796	(494)	464%
% EBITDA / (Loss)	27%	-21%	48% pts.
ขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงาน	(161)	(1,990)	92%
กลับรายการสำรองด้อยค่าของสินทรัพย์	-	45	-100%
ขาดทุนสุทธิรหลังรายการพิเศษ	**(161)**	**(1,945)**	**92%**
% อัตราขาดทุนสุทธิ	-2%	-83%	81% pts.

- **ปี 2565:**
  - ภาพรวมอัตราการเข้าพัก (OCC) เพิ่มขึ้น จาก 19% เป็น 52% และราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) เพิ่มขึ้น 7% เทียบปีก่อน เป็น 4,791 บาท ส่งผลให้รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) เพิ่มขึ้น 193% เทียบปีก่อน เป็น 2,486 บาท

  - **กรุงเทพฯ** : รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) เพิ่มขึ้น 430% อยู่ที่ 1,898 บาท จากการเพิ่มขึ้นของอัตราการเข้าพัก (OCC) จาก 21% เป็น 55% ขณะที่ราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) อยู่ที่ 3,443 บาท เพิ่มขึ้น 97% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

  - **ต่างจังหวัด** : รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) เพิ่มขึ้น 303% เป็น 1,673 บาท เป็นผลจากอัตราการเข้าพัก (OCC) เพิ่มจาก 13% เป็น 44% และราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) เพิ่มขึ้น 16% เทียบปีก่อน เป็น 3,825 บาท

  - **ต่างประเทศ** : รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) เพิ่มขึ้น 9% เทียบกับปีก่อน อยู่ที่ 6,117 บาท โดยอัตราการเข้าพัก (OCC) เพิ่มขึ้นจาก 60% เป็น 75% แต่ราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) ลดลง 12% เทียบกับปีก่อน เป็น 8,198 บาท

    - **มัลดีฟส์**: รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) เติบโต 50% เทียบปีก่อน เป็น 10,154 บาท จากการเติบโตของอัตราการเข้าพัก (OCC) เพิ่มขึ้นจาก 61% เป็น 68% และการเติบโตของราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) 36% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็น 15,002 บาท หากพิจารณาในสกุลดอลลาร์สหรัฐ รายได้ทั้งหมดต่อห้องพักเฉลี่ย (TRevPar) เพิ่มขึ้น 29% เทียบกับปีที่ผ่านมา เป็น 442 ดอลลาร์สหรัฐ

    - **ดูไบ**: รายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) เติบโต 32% เทียบปีก่อน อยู่ที่ 4,441 บาท โดยมีอัตราการเข้าพัก (OCC) เพิ่มจาก 58% เป็น 77%, ขณะที่ราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) ลดลง 2% เทียบปีก่อน อยู่ที่ 5,731 บาท

ปี 2565 ธุรกิจโรงแรม มีรายได้รวมอยู่ที่ 6,541 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4,209 ล้านบาท (หรือ 180%) เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีกำไรขั้นต้นจำนวน 3,602 ล้านบาท (ปี 2564: 1,061 ล้านบาท) เพิ่มขึ้น 239% เทียบปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น อยู่ที่ 61% เพิ่มขึ้นเทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน (ปี 2564: 51%) ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมมีกำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงิน (EBITDA) จำนวน 1,796 ล้านบาท (ปี 2564: ขาดทุน 494 ล้านบาท) เติบโต 464% อัตรากำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ ต่อรายได้รวม (% EBITDA) อยู่ที่ 27% ดีขึ้นเทียบปีที่ผ่านมา (ปี 2564: -21%) และมีขาดทุนสุทธิจำนวน 161 ล้านบาท ขาดทุนลดลงเทียบปีก่อนที่ขาดทุนสุทธิ 1,945 ล้านบาท หรือปรับตัวดีขึ้น 92% ผลการดาเนินงานที่ฟื้นตัวอย่างชัดเจนในปี 2565 สืบเนื่องจากการฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญของโรงแรมระดับห้าดาวและระดับลักชัวรี่ (Luxury) ในสถานที่ท่องเที่ยวหลัก โดยเฉพาะกรุงเทพฯ, พัทยา, ภูเก็ต และเกาะสมุย

2.2.2 ธุรกิจอาหาร

ผลการดำเนินงานธุรกิจอาหารสำหรับไตรมาส 4/2565

% อัตราการเติบโตสาขาเดิม (SSS)	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 4/2564
4 แบรนด์หลัก*	11%	-1%
แบรนด์อื่น**	16%	-4%***
เฉลี่ย	**12%**	**-2%**

% อัตราการเติบโตจากยอดขายรวม (TSS)	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 4/2564
4 แบรนด์หลัก*	16%	1%
แบรนด์อื่น**	28%	11%
เฉลี่ย	**18%**	**3%**

* เค เอฟ ซี, มิสเตอร์โดนัท, อานตี้ แอนส์ และ โอโตยะ

** ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุน

*** ปรับตัวเลข

จำนวนสาขารายแบรนด์	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 4/2564
เค เอฟ ซี	319	303
มิสเตอร์โดนัท	469	424
อานตี้ แอนส์	209	197
โอโตยะ	47	46
เปปเปอร์ลันช์	51	48
โคลด์ส โตน ครีมเมอรี่	16	16
เดอะ เทอเรส	7	8
ชาบูตง ราเมน	17	16
โยชิโนยะ	31	27
เทนยะ	12	14
คัตสึยะ	60	49
อร่อยดี	30	37
เกาลูน	1	8
อาริกาโตะ	185	110
แกร็บคิทเช่น บาย เอเวอรีฟู้ด	18	32
แบรนด์ร่วมทุน		
สลัดแฟคทอรี[1]	30	18
บราวน์ คาเฟ่	11	14
คาเฟ่ อเมซอน - เวียดนาม[1]	18	9
ส้มตำนัว	5	7
ชินคันเซ็น ซูชิ[1]	44	-
รวม	1,580	1,383

[1] แบรนด์ที่รวมอยู่ในการร่วมค้าในงบการเงิน

ผลการดำเนินงานธุรกิจอาหารสำหรับไตรมาส 4/2565

ธุรกิจอาหาร (ล้านบาท)	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 4/2564	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากการขาย	3,102	2,650	17%
รายได้รวม (รวมรายได้อื่น)	3,139	2,658	18%
กำไรขั้นต้น	1,716	1,602	7%
% อัตรากำไรขั้นต้น	55%	60%	-5% pts.
EBITDA	632	684	-8%
% EBITDA	20%	26%	-6% pts.
กำไรสุทธิ	**139**	**183**	**-24%**
% อัตรากำไรสุทธิ	4%	7%	-3% pts.

- สำหรับผลประกอบการไตรมาสที่ 4/2565 บรายได้จากธุรกิจอาหารรวม 3,139 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 481 ล้านบาท (หรือเพิ่มขึ้น 18%) โดยบริษัทฯ มีการเติบโตของยอดขายของสาขาเดิม (%SSS) 12% และภาพรวมอัตราการเติบโตจากยอดขายรวม (%TSS) อยู่ที่ 18% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ในไตรมาสนี้ แม้ว่าธุรกิจอาหารจะได้ผลกระทบหลังจากน้าท่วมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งทาให้กาลังซื้อของภูมิภาคดังกล่าวลดลง แต่โดยรวมธุรกิจอาหารยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะจากช่องทางการรับประทานในร้าน (dine-in) เป็นสำคัญ เนื่องจากอยู่ในช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองที่ไม่มีมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 เป็นปีแรกนับจากปี 2563 รวมถึงความกังวลในการแพร่ระบาดของโรคที่ลดลง อย่างไรก็ดี บริษัทฯยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของแบรนด์ต่างๆ รวมถึงการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย อย่างต่อเนื่อง

- ณ สิ้นไตรมาสที่ 4/2565 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 1,580 สาขา เพิ่มขึ้น 197 สาขา เมื่อเทียบกับสิ้นไตรมาส 4/2564 โดยส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มสาขาของ อาริกาโตะ (+75) มิสเตอร์โดนัท (+45) และ ชินคันเซ็น ซูชิ (+44) ซึ่งเป็น แบรนด์ใหม่ ที่บริษัทฯได้เข้าร่วมทุนในเดือนพฤษภาคม 2565 ที่ผ่านมา

- ธุรกิจอาหาร มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,716 ล้านบาท (ไตรมาส 4/2564: 1,602 ล้านบาท) เติบโต 7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 55% ของรายได้จากธุรกิจอาหาร ลดลงเทียบปีก่อน (ไตรมาส 4/2564: 60%) การลดลงของอัตรากำไรขั้นต้น เป็นผลจากแรงกดดันทางด้านต้นทุนราคาวัตถุดิบที่ปรับราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเทียบไตรมาสที่ผ่านมาและปีก่อน การปรับเพิ่มขึ้นของค่าแรงขั้นต่ำ และ อัตราค่าไฟฟ้า และค่าเช่าที่มีส่วนลดลดลงจากปีก่อน เนื่องจากสถานการณ์การรับประทานอาหารในร้านเริ่มมีแนวโน้มการฟื้นตัวอย่างชัดเจนมากขึ้น ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ดาเนินมาตรการต่างๆ เพื่อพยายามรักษาระดับอัตราการทากำไร ได้แก่ การปรับราคาขายบางรายการที่ได้รับผลกระทบด้านต้นทุนอย่างมีนัยสำคัญ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างเหมาะสม การจัดหาแหล่งวัตถุดิบทดแทน รวมถึงการทำสัญญาระยะยาวกับผู้ค้าสำหรับวัตถุดิบที่มีความสำคัญเพื่อลดผลกระทบ ในไตรมาส 4/2565 ธุรกิจอาหารมีกำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA) อยู่ที่ 632 ล้านบาท (ไตรมาส 4/2564: 684 ล้านบาท) ลดลง 8% เทียบกับปีก่อน โดยอัตราส่วน EBITDA ต่อรายได้รวม (% EBITDA) อยู่ที่ 20% ลดลงเทียบปีก่อน (ไตรมาส 4/2564: 26%) เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ส่วนหนึ่งมาจากค่าใช้จ่ายสืบเนื่องจากการขยายสาขา ธุรกิจอาหารมีกำไรสุทธิ 139 ล้านบาท (ไตรมาส 4/2564: 183 ล้านบาท) ลดลง 44 ล้านบาท หรือ 24% จากอัตราการทากำไรที่ปรับตัวลงเทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน

ผลการดำเนินงานธุรกิจอาหารสำหรับ ปี 2565

% อัตราการเติบโตสาขาเดิม (SSS)	ปี 2565	ปี 2564
4 แบรนด์หลัก*	17%	-14%
แบรนด์อื่นๆ **	39%	-18%
เฉลี่ย	**20%**	**-14%**

% อัตราการเติบโตจากยอดขายรวม (TSS)	ปี 2565	ปี 2564
4 แบรนด์หลัก*	23%	-12%
แบรนด์อื่นๆ **	46%	-1%
เฉลี่ย	**26%**	**-10%**

* เค เอฟ ซี, มิสเตอร์โดนทั , อานตี้ แอนส์ และ โอโตยะ

** ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุน

ผลการดำเนินงานธุรกิจอาหารสำหรับ ปี 2565

ธุรกิจอาหาร (ล้านบาท)	ปี 2565	ปี 2564	% เปลี่ยนแปลง
รายได้จากการขาย	11,553	9,127	27%
รายได้รวม (รวมรายได้อื่น)	11,675	9,303	25%
กำไรขั้นต้น	6,552	5,338	23%
% อัตรากำไรขั้นต้น	57%	58%	-1% pts.
EBITDA	2,615	2,499	5%
% EBITDA	22%	27%	-5% pts.
กำไรสุทธิ	**559**	**211**	**165%**
% อัตรากำไรสุทธิ	5%	2%	-3% pts.

3. สำหรับผลประกอบการในช่วง ปี 2565 รายได้จากธุรกิจอาหารรวม 11,675 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,372 ล้านบาท (หรือ 25%) เทียบปี 2564 โดยมียอดขายสาขาเดิม (SSS) มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 20% (ปี 2564: -14%) โดย 4 แบรนด์หลัก มีอัตรา (SSS) เพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ 17% และแบรนด์อื่นเติบโต 39% และมีอัตราการเติบโตรายได้รวม (TSS) เฉลี่ย 26% โดย 4 แบรนด์หลักเติบโต (TSS) 23% และแบรนด์อื่นๆ 46% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ธุรกิจอาหารมีกำไรขั้นต้น 6,552 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23% เทียบปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น 57% ลดลงเล็กน้อยเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ปี 2564: 58%) โดยสาเหตุหลักเป็นผลจากราคาวัตถุดิบที่มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะ ในไตรมาสที่ 3 และ 4 ในแบรนด์หลัก และการปรับตัวเพิ่มขึ้นของค่าแรงขั้นต่ำ และอัตราค่าไฟฟ้าในไตรมาสที่ 4 บริษัทฯ มีกำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA) อยู่ที่ 2,615 ล้านบาท เติบโต 5% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีอัตราส่วน EBITDA ต่อรายได้รวม (% EBITDA) อยู่ที่ 22% (ปี 2564: 27%) ธุรกิจอาหารมีกำไรสุทธิ 559 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 348 ล้านบาท เทียบปีก่อน หรือเติบโต 165% ในภาพรวมกำไรของธุรกิจอาหารยังมีการเติบโตต่อเนื่องจากปีก่อน จากการฟื้นตัวของยอดขายในทุกช่องทางทั้งการรับประทานในร้าน การซื้อกลับบ้านและช่องทางเดลิเวอรี่ โดยเฉพาะการรับประทานในร้านมีอัตราเติบโตสูงสุดเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น โดยกลุ่มแบรนด์หลักที่ผลการดาเนินงานฟื้นตัวดีอย่างต่อเนื่องเทียบปีก่อน คือ เค เอฟ ซี, อานตี้แอนส์, โอโตยะ และเปปเปอร์ลันช์

4. **สถานะทางการเงิน**

ฐานะการเงินและกระแสเงินสด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 48,166 ล้านบาท ลดลง 427 ล้านบาท หรือ 1% เทียบกับสิ้นปี 2564 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของสินทรัพย์สิทธิการใช้จำนวน 1,209 ล้านบาท และการลดลงของที่ดินอาคารและอุปกรณ์ 660 ล้านบาท ในขณะที่เงินลงทุนในการร่วมค้าเพิ่มขึ้น 658 ล้านบาท, ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 426 ล้านบาท และสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 276 ล้านบาท

หนี้สินรวม มีจำนวน 29,275 ล้านบาท ลดลง 886 ล้านบาท หรือ 3% จากสิ้นปี 2564 สาเหตุหลักมาจากการลดลงเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 1,155 ล้านบาท, หนี้สินตามสัญญาเช่าลดลง 1,386 ล้านบาท, หุ้นกู้ลดลง 819 ล้านบาท ขณะที่เจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น 790 ล้านบาท และเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 1,640 ล้านบาท

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมจำนวน 18,891 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2564 จำนวน 459 ล้านบาท หรือ 3% เทียบปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสมยังไม่ได้จัดสรรจำนวน 398 ล้านบาท เป็นสำคัญ

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดาเนินงาน 4,199 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,064 ล้านบาท เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้น 97%) กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนจำนวน 1,798 ล้านบาท ลดลง 1,599 ล้านบาท (หรือ 47%) โดยส่วนใหญ่เป็นการจ่ายเพื่อซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์จำนวน 879 ล้านบาท และเงินลงทุนและเงินให้กู้ยืมแก่การร่วมค้าจำนวน 616 ล้านบาท ขณะที่บริษัทฯมีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 2,516 ล้านบาท ส่วนใหญ่เกิดจากการจ่ายหนี้สินตามสัญญาเช่าจำนวน 1,646 ล้านบาท, จ่ายคืนเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นสถาบันการเงินจำนวน 1,466 ล้านบาท และชำระคืนหุ้นกู้จำนวน 1,000 ล้านบาท สุทธิด้วยเงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 2,300 ล้านบาท

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	ปี 2565	ปี 2564
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.6	0.6
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.2	1.3
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า) ต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.8	0.9

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีอัตราส่วนสภาพคล่องทรงตัวเทียบสิ้นปี 2564 ที่ 0.6 เท่า อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนผู้ถือหุ้นที่ 1.2 เท่า และมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า) ต่อส่วนผู้ถือหุ้น 0.8 เท่า ดีขึ้นเทียบสิ้นปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของส่วนผู้ถือหุ้นในส่วนของกำไรสะสม ยังไม่ได้จัดสรร ทั้งนี้ บริษัทฯ มีเงื่อนไขกับสถาบันการเงินเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า) ต่อส่วนผู้ถือหุ้น อยู่ที่ 2.0 เท่า

5. ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงาน

- ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานปี 2566

ธุรกิจโรงแรม : แม้ว่าการฟื้นตัวของธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มที่ชัดเจนมากขึ้นในปี 2566 จากปัจจัยบวกหลายด้านรวมถึงการเข้ามาของนักท่องเที่ยวประเทศจีนที่เร็วกว่าคาด อย่างไรก็ดี จากสภาวะที่เงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูงส่งผลให้ต้นทุนในการดาเนินกิจการโรงแรมยังปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่องซึ่งรวมถึง ค่าแรง ต้นทุนอาหาร ต้นทุนพลังงาน และรวมถึงอัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ อย่างไรก็ดีบริษัทฯ ได้มีการวางแผนเพื่อลดผลกระทบต่อการปรับตัวขึ้นของต้นทุนดังกล่าว เช่น การเปลี่ยนอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นเพื่อลดการใช้พลังงาน การติดตั้งโซล่าเซลล์เพื่อลดค่าไฟฟ้า และรวมถึงแผนการจ่ายคืนเงินต้นก่อนกาหนดสำหรับเงินกู้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเพื่อลดผลกระทบของการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย

ในปี 2566 บริษัทฯ จะรับรู้รายได้เต็มปีเป็นปีแรกสำหรับโรงแรมเปิดใหม่ 1 โรงแรม คือ

- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ โอซาก้า ระดับ 5 ดาว จำนวน 515 ห้อง กาหนดเปิดดำเนินการวันที่ 1 กรกฎาคม 2566 โดยในโครงการนี้บริษัทฯ มีบริษัท Centara Osaka Japan Kabushiki Kaisha ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯถือหุ้น 100% เป็นผู้เช่าทรัพย์สินเพื่อดาเนินกิจการโรงแรม และบริษัทฯ เองยังเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทร่วมทุน Centara Osaka Tokutei Mokutei Kaisha ซึ่ง ณ สิ้นปี 2565 บริษัทถือหุ้น 51% เป็นผู้ถือทรัพย์สิน ดังนั้นในโครงการดังกล่าวบริษัทฯ จึงมีวิธีบันทึกบัญชีแยกตามบริษัทดังนี้

  - บริษัท Centara Osaka Japan Kabushiki Kaisha ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้น 100% และเป็นผู้เช่าทรัพย์สินเพื่อดาเนินกิจการโรงแรม บริษัทฯจะบันทึกผลการดาเนินงานของโรงแรมซึ่งดำเนินการโดยบริษัทย่อยจะรับรู้ทั้งรายได้และค่าใช้จ่ายทั้งจำนวนในงบการเงินรวม

  - บริษัท Centara Osaka Tokutei Mokutei Kaisha ซึ่ง ณ สิ้นปี 2565 บริษัทฯ ถือหุ้น 51% เป็นบริษัทร่วมทุนและเป็นผู้ถือทรัพย์สิน บริษัทฯ จะบันทึกผลการดาเนินงานและมูลค่าเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียในงบการเงินรวม

บริษัทฯ มีแผนการปรับปรุงใหญ่ (Major Renovation) สำหรับโรงแรมในประเทศไทย 2 โรงแรมดังนี้:

- โรงแรมเซ็นทารา กะรน ภูเก็ต จำนวน 335 ห้อง โดยเริ่มปิดโรงแรมทั้งหมดเพื่อปรับปรุงในช่วงไตรมาส 3/2566
- โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ มิราจ พัทยา จำนวน 553 ห้อง ทยอยปิดปรับปรุงโดยไม่ปิดโรงแรม ซึ่งคาดว่าจะมีผลกระทบต่อผลการดาเนินงานอย่างจากัด โดยเริ่มในช่วงไตรมาส 3/2566

ธุรกิจอาหาร : ความผันผวนราคาวัตถุดิบ รวมถึงต้นทุนค่าไฟและค่าจ้างแรงงานที่มีการปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้การบริหารจัดการต้นทุนมีความท้าทายมากขึ้น บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงสถานการณ์ดังกล่าว โดยมีการวางแผนในการเจรจาต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง หาแหล่งวัตถุดิบทดแทน รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไป และยังมีแผนการปรับเปลี่ยนสาขาที่ไม่สามารถทากำไรได้ตามเป้าหมาย สำหรับแผนการในการเพิ่มประสิทธิภาพและรักษาอัตราการทากำไรให้เป็นไปตามเป้าหมาย บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญแผนการบริหารจัดการใน 3 เรื่องหลัก ได้แก่ การสร้างรายได้ การลดต้นทุน และ ควบคุมในด้านการลงทุนขยายธุรกิจ ดังเช่นที่ได้ทามาอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างรายได้ บริษัทฯ ยังคงเน้นการเติบโตของรายได้ในทุกช่องทางทั้งการรับประทานอาหารในร้าน การซื้อกลับบ้าน การเดลิเวอรี่ และการขายผ่านช่องทาง e-commerce ใหม่ๆ

- **แผนการเติบโตธุรกิจแบบยั่งยืน**

เป้าหมายในการดาเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืน นอกจากการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตตามแผนที่วางไว้ บริษัทยังให้ความสำคัญประเด็นเรื่องสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประกาศความมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero 2050) ภายในปี 2593 มีการกาหนดเป้าหมายระยะแรก 10 ปี (long-term plan 2020-2029) การลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ 20% ภายในปี 2572 ด้วยการบริหารจัดการการใช้พลังงาน การใช้น้า และการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (supply chain management), การดาเนินงานด้านสังคมที่มุ่งเน้นการเคารพสิทธิมนุษยชน ดูแลพนักงานในองค์กรกว่า 30 สัญชาติในทุกพื้นที่อย่างเท่าเทียมกันท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภาษาและเชื้อชาติ จัดทาแผนพัฒนาความสามารถของพนักงานอย่างสม่าเสมอ ช่วยเหลือและพัฒนาชมชุมในพื้นที่ที่บริษัทฯ เข้าไปดาเนินธุรกิจ อาทิ การจ้างงานผู้สูงอายุ ผู้พิการ และกลุ่มเปราะบางที่ขาดโอกาส

- **แนวโน้มธุรกิจปี 2566**

○ **ธุรกิจโรงแรม** : ธุรกิจโรงแรมมีผลการดาเนินงานที่ฟื้นตัวขึ้นตามลาดับ จากมาตรการเปิดประเทศ การเปิดเส้นทางการบินและจำนวนเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยสำคัญต่อธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะประเทศไทยที่พึงพิงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นสำคัญ บริษัทฯ คาดว่าปี 2566 โรงแรมในประเทศไทยยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น และส่วนหนึ่งเป็นการเติบโตจากฐานต่าในช่วงครึ่งปีแรก 2565 โดยการเติบโตมาจากโรงแรมระดับ 5 ดาว รวมถึงแบรนด์เซ็นทารา รีเซิร์ฟ (Centara Reserve) ทั้งในกรุงเทพฯ และแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวหลัก เป็นสำคัญ สำหรับโรงแรมที่มัลดีฟส์คาดว่าผลการดาเนินงานจะปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อน เนื่องจากการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน นอกจากนี้ในปี 2566 การเติบโตของรายได้ส่วนหนึ่งมาจากการเปิดโรงแรมใหม่ (Inorganic Growth) โดยบริษัทฯ จะรับรู้รายได้จากการดาเนินงานโรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ โอซาก้า ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 เป็นต้นไป ภาพรวมปี 2566 คาดการณ์อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (รวมโรงแรมร่วมทุน) 65% - 72% และรายได้ต่อห้องพักเฉลี่ย (RevPar) เติบโต 30% - 37% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 3,250 – 3,400 โดยการเติบโตของ RevPar มาจากอัตราการเข้าพักที่เพิ่มขึ้นและราคาห้องพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะจากโรงแรมในต่างประเทศที่เมืองดูไบและประเทศญี่ปุ่นที่ราคาเฉลี่ยสูงกว่าราคาห้องพักในประเทศไทย

○ **ธุรกิจอาหาร** : ในปี 2566 คาดยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการฟื้นตัวเศรษฐกิจจากการเปิดประเทศและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่กลับมาดาเนินตามปกติ บริษัทฯ ประมาณการอัตราการเติบโตจากสาขาเดิม (Same-Store-Sales: SSS) ไม่รวมกิจการร่วมทุน เติบโต 7% - 9% เทียบปีก่อน และอัตราการเติบโตของยอดขายรวมทุกสาขา (Total-System-Sales: TSS) จะอยู่ในช่วง 13% - 15% เทียบปีที่ผ่านมา สำหรับการเติบโตของจำนวนสาขา บริษัทฯ คาดว่าจะมีจำนวนสาขาเพิ่มขึ้นสุทธิรวมแบรนด์ร่วมทุน ประมาณ 120-150 สาขา (รวมสาขา shop-in-shop อาริกาโตะในมิสเตอร์โดนัท) เทียบกับปี 2565 โดยแบรนด์ที่เน้นการขยายสาขาเพิ่มได้แก่ เค เอฟ ซี, มิสเตอร์โดนัท, อานตี้ แอนส์, สลัดแฟคทอรี, ส้มตานัว และ ชินคันเซ็น ซูชิ ถึงแม้ว่าสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 จะดีขึ้นตามลาดับและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มที่ดีขึ้น บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญในการบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะสามารถให้บริษัทฯ มีความยืดหยุ่น และสามารถลดผลกระทบใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับผลกำไรของบริษัทฯ จากการผันผวนทางเศรษฐกิจและปัจจัยเสี่ยงใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

(นายกันย์ ศรีสมพงษ์)
ประธานเจ้าหน้าที่การเงิน และ รองประธานฝ่ายการเงินและบริหาร

ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

5. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

5.1 ข้อมูลทั่วไป

- ชื่อบริษัท บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
- ประเภทธุรกิจ ธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร อาหาร และเครื่องดื่ม ฯ ลฯ
- เลขทะเบียนบริษัท 0107536001389 (เดิม บมจ. 212)
- Home Page http://www.centarahotelsresorts.com

ทุนเรือนหุ้น ณ 31 ธันวาคม 2565

- ทุนจดทะเบียน: 1,350,000,000 บาท ประกอบด้วย
- หุ้นสามัญ 1,350,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
- ทุนที่ออกและชำระแล้ว: 1,350,000,000 บาท ประกอบด้วย
- หุ้นสามัญ 1,350,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

สำนักงาน โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา

- สถานที่ตั้ง: 999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
- โทรศัพท์: (02) 769-1234
- โทรสาร: (02) 769-1235

สำนักงาน โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ

- สถานที่ตั้ง: 1695 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
- โทรศัพท์: (02) 541-1234
- โทรสาร: (02) 541-1087

นายทะเบียนหุ้นสามัญ

- บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
- โทรศัพท์ : (02) 009-9000
- โทรสาร : (02) 009-9991

นายทะเบียนหุ้นกู้

- ธนาคารซีไอเอ็มบี (ไทย) จำกัด (มหาชน)
- สำนักงานใหญ่ : 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
- โทรศัพท์ : (02) 626-7777

  - "หุ้นกู้ของ บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 3/2559 ชุดที่ 2 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2566" (CENTEL239A)
  - "หุ้นกู้ของ บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 3/2559 ชุดที่ 3 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2569" (CENTEL269A)
  - "หุ้นกู้ของ บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2562 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2567" (CENTEL240A)

ผู้สอบบัญชี

- บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
- ชั้น 33 อาคารเลครัชดา ออฟฟิส คอมเพล็กซ์ 193/136-137
  ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
- โทรศัพท์ : (02) 264-0777
- โทรสาร : (02) 264-0790

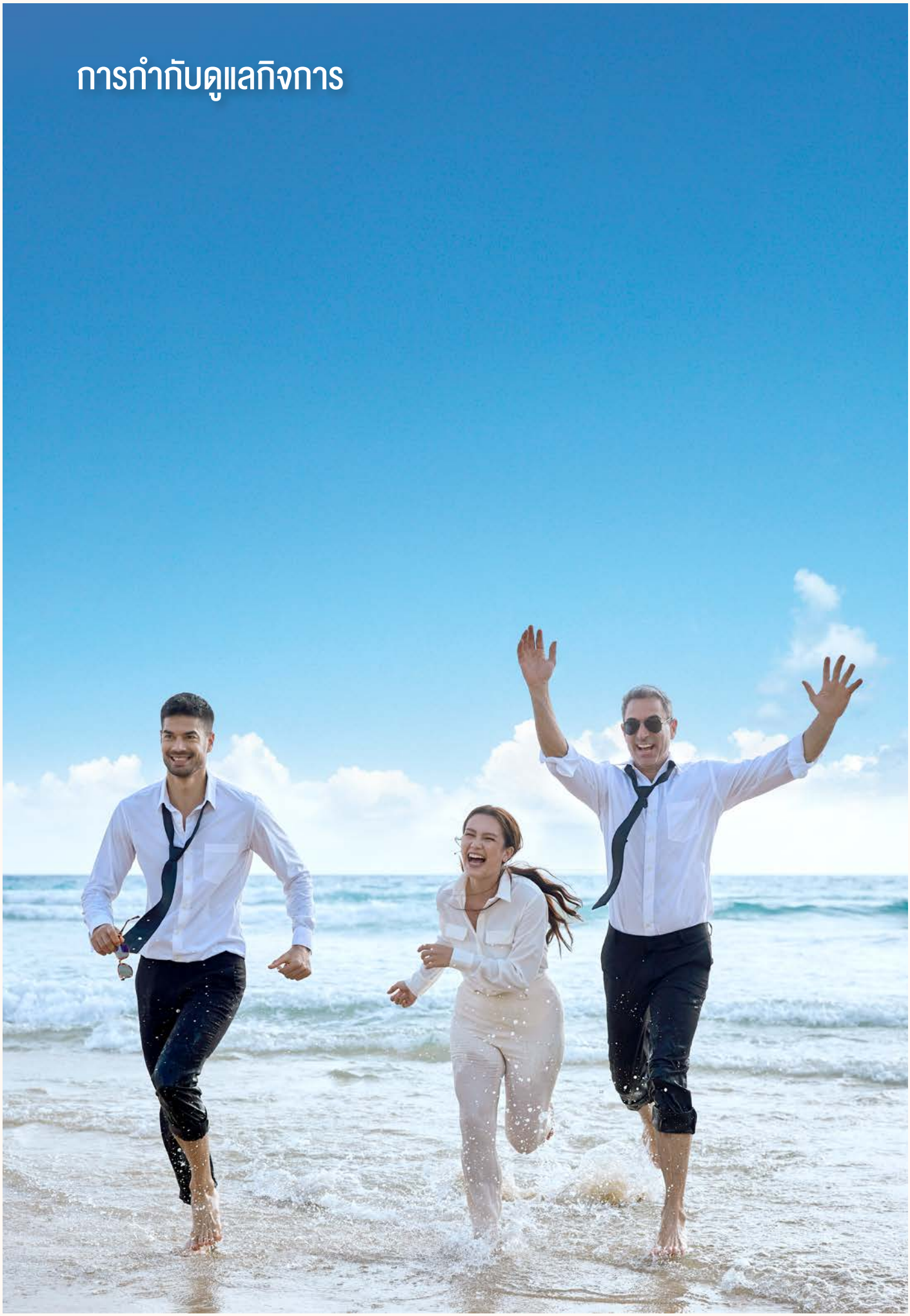
บริษัทจัดอันดับเครดิต

- บริษัท ทริส เรทติ้ง จำกัด
- ชั้น 24 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ เลขที่ 191 ถนนสีลม กรุงเทพมหานคร 10500
- โทรศัพท์ : (02) 231-3011

5.2 ข้อพิพาททางกฎหมาย

- - ไม่มี -

การกำกับดูแลกิจการ



รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ

เรียน ผู้ถือหุ้น บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ราย ประกอบด้วย

1. นางสาวโสภาวดี	เลิศมนัสชัย	ประธานกรรมการตรวจสอบ
2. นายนรชิต	สิงหเสนี	กรรมการตรวจสอบ
3. นายชัยวัฒน์	ทองคำคูณ (*)	กรรมการตรวจสอบ

(*) ในระหว่างปี 2565 นายพิสิฐ กุศลาไสยานนท์ ได้ขอลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัท โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 เป็นต้นไป ทำให้สิ้นสุดการเป็นกรรมการตรวจสอบด้วย ซึ่งต่อมาคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติแต่งตั้ง นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณเป็นกรรมการตรวจสอบแทน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 10 พฤศจิกายน 2565

ทั้งนี้ กรรมการทุกรายมีคุณสมบัติครบถ้วนและมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ โดยมีกรรมการที่มีคุณสมบัติสามารถปฏิบัติหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้ตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2565 คณะกรรมการตรวจสอบมีการประชุมรวม 8 ครั้ง กรรมการตรวจสอบได้เข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง โดยมีผู้บริหารด้านบัญชีและการเงินของบริษัทและบริษัทย่อยที่เกี่ยวข้อง ผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เข้าร่วมประชุมตามวาระที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอข้อมูลและความเห็นที่เป็นประโยชน์ โดยคณะกรรมการตรวจสอบได้รายงานผลการประชุมให้คณะกรรมการบริษัททราบทุกครั้ง ซึ่งสรุปกิจกรรมที่สำคัญ ได้ดังนี้

1. งบการเงินรายไตรมาสและงบการเงินประจำปี 2565

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานงบการเงินรายไตรมาสและงบการเงินประจำปี 2565 ร่วมกับผู้สอบบัญชีและผู้บริหารผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำรายงานทางการเงิน โดยได้พิจารณาการปฏิบัติตามมาตรฐานของรายงานทางการเงิน การเปิดเผยข้อมูล ประมาณการที่สำคัญและรายการปรับปรุงบัญชีที่มีผลกระทบต่องบการเงิน ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ นอกจากนี้ คณะกรรมการตรวจสอบยังได้ประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชีเป็นการเฉพาะโดยไม่มีฝ่ายจัดการร่วมประชุมด้วย 1 ครั้ง เพื่อสอบถามถึงความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี ความร่วมมือของผู้บริหาร และเรื่องสำคัญจากการตรวจสอบ (Key Audit Matters) ทั้งนี้ ในระหว่างการปฏิบัติงานตรวจสอบของผู้สอบบัญชี ไม่มีรายงานถึงคณะกรรมการตรวจสอบว่าพบพฤติการณ์อันควรสงสัยว่ากรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทได้กระทำความผิดตามมาตรา 89/25 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แต่ประการใด

คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่างบการเงินประจำปี 2565 ได้แสดงไว้อย่างถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ

2. ระบบการควบคุมภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานระบบการควบคุมภายในตามสรุปผลการตรวจสอบที่สำนักงานตรวจสอบภายในได้รายงานเป็นรายไตรมาสและผลการประเมินการควบคุมภายในประจำปีตามแบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในแล้ว มีความเห็นว่า ระบบควบคุมภายในของบริษัทมีความเพียงพอและเหมาะสม ทั้งนี้ หากมีข้อเสนอแนะของสำนักงานตรวจสอบภายในหรือข้อสังเกตของผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายใน ฝ่ายจัดการก็จะดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ระบบการควบคุมภายในมีความรัดกุมมากยิ่งขึ้นต่อไป

3. การตรวจสอบภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาให้ความเห็นชอบแผนการตรวจสอบภายในประจำปี ซึ่งครอบคลุมกระบวนการปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงสูงและจุดควบคุมที่สำคัญ การควบคุมภายในด้านบัญชี และการเงิน การควบคุมภายในด้านการปฏิบัติการ การควบคุมภายในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีขอบเขตรวมถึงบริษัทย่อยและบริษัทที่รับจ้างบริหารด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน นอกจากนี้ คณะกรรมการตรวจสอบยังได้ติดตามผลการดำเนินงาน การพัฒนาบุคลากรและให้คำแนะนำการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยให้การตรวจสอบภายในเป็นไปตามมาตรฐานสากล และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4. การปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานกระบวนการติดตามการปฏิบัติงานตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทแล้ว เห็นว่าบริษัทมีการกำกับดูแลที่เหมาะสมเพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด

5. รายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาสอบทานรายการที่เกิดขึ้นกับบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกันทุกไตรมาส เห็นว่ารายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผล การกำหนดราคาเป็นไปตามราคาตลาด ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และได้เปิดเผยข้อมูลไว้อย่างครบถ้วนและเพียงพอ

6. การพิจารณาและเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีประจำปี 2565

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาคัดเลือกผู้สอบบัญชีประจำปี 2566 จากความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชี มาตรฐานการตรวจสอบที่ดี บุคลากรที่เพียงพอและความเหมาะสมของค่าสอบบัญชีแล้ว จึงได้เสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้ขออนุมัติต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นให้แต่งตั้งนายวิชาติ โลเกศกระวี เลขทะเบียน 4451 นางสาวกมลทิพย์ เลิศวิทย์วรเทพ เลขทะเบียน 4377 นางสาวสาธิดา รัตนานุรักษ์ เลขทะเบียน 4753 นางสาวศิริวรรณ นิตย์ดำรง เลขทะเบียน 5906 คนใดคนหนึ่งจากบริษัทสำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทประจำปี 2566 โดยมีค่าสอบบัญชีจำนวน 1,890,000 บาท (หนึ่งล้านแปดแสนเก้าหมื่นบาทถ้วน)

ในการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบด้วยตนเอง คณะกรรมการตรวจสอบได้เปรียบเทียบกิจกรรมที่สำคัญของคณะกรรมการตรวจสอบในรอบปีกับกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบและแนวปฏิบัติที่ดีแล้ว ผลการประเมินสรุปได้ว่าการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบเป็นไปตามกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบที่กำหนดไว้

โดยสรุป คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติตามหน้าที่และความรับผิดชอบตามที่ได้ระบุไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบโดยใช้ความรู้ความสามารถ ความระมัดระวัง รอบคอบ และความเป็นอิสระ ในการให้ความเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่าบริษัทมีการรายงานข้อมูลทางการเงินและการดำเนินงานอย่างถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน มีระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอและเหมาะสม โดยมีการตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิผล รวมทั้งมีการกำกับให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง

(นางสาวโสภาวดี เลิศมนัสชัย)
ประธานกรรมการตรวจสอบ

รายงานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

ในปี 2565 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามข้อบังคับของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนโดยมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 3 ครั้ง สรุปสาระสำคัญของการปฏิบัติหน้าที่ได้ดังนี้

1. พิจารณาสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นกรรมการ เสนอต่อคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เพื่อพิจารณาแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ออกตามวาระประจำปี 2565 โดยบริษัทได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยสามารถเสนอรายชื่อบุคคลเป็นกรรมการบริษัทได้ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 ถึงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 แต่ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาแต่งตั้งเป็นกรรมการ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจึงมีมติอนุมัติให้เสนอที่ประชุมคณะกรรมการพิจารณาเสนอให้ผู้ถือหุ้นพิจารณาแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ต้องออกตามวาระประจำปี 2565 กลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกวาระหนึ่ง โดยที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งกรรมการทุกท่านตามที่เสนอ

2. พิจารณาสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมด้านความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญเป็นกรรมการทดแทนกรรมการที่ลาออกและได้นำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นพิจารณาแต่งตั้ง

3. พิจารณากำหนดค่าตอบแทนประจำปี 2565 สำหรับคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติ โดยได้มีการพิจารณาค่าตอบแทนตามความเหมาะสมของหน้าที่ความรับผิดชอบ ผลการปฏิบัติงาน และปัจจัยแวดล้อมอื่นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเปรียบเทียบกับบริษัทในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน ทั้งนี้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติตามที่เสนอ

4. พิจารณาและให้ความเห็นต่อแผนการสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงของบริษัท เพื่อให้มีความต่อเนื่อง และสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของบริษัท

5. พิจารณาติดตามความคืบหน้าและให้ความเห็นเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานด้านบุคลากร อาทิ แผนงานประจำปีและผลการดำเนินงานระหว่างปี 2565 การสรรหาพนักงาน อัตราการลาออก และแผนการพัฒนาบุคลากร

6. พิจารณากำหนดเป้าหมายและประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารประจำปี 2565 โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายและวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง

7. พิจารณาทบทวนหน้าที่ความรับผิดชอบและการปฏิบัติหน้าที่ตามข้อบังคับของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยมีความเห็นว่ากฎบัตรฉบับปัจจุบันยังคงมีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาวการณ์และแนวปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแลต่าง ๆ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและเป็นอิสระเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท ผู้ถือหุ้น ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ทั้งนี้ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้รายงานสรุปผลการประชุมทุกครั้งเสนอให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบทุกครั้ง

(นายนรชิต สิงหเสนี)
ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

รายงานคณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงและการกำกับดูแล

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ตระหนักและให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารความเสี่ยงองค์กรแบบบูรณาการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียถึงการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ภายใต้สภาพแวดล้อมและความไม่แน่นอนในการดำเนินธุรกิจ โดยคณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและเสนอแนะแนวทางการบริหารความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด กลั่นกรองและให้คำแนะนำแก่ฝ่ายบริหารและพนักงาน ส่งเสริมสนับสนุนให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงตามนโยบายและแนวทางที่กำหนด พร้อมทั้งติดตามผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลและการพัฒนาความยั่งยืน

ในปี 2565 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลได้มีการประชุม รวม 4 ครั้ง สรุปสาระสำคัญของการดำเนินงานของคณะกรรมการได้ดังนี้

1. กำกับดูแลและพิจารณาการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรให้เป็นไปตามมาตรฐาน COSO ERM ตลอดจนติดตามและสอบทานผลการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อให้มั่นใจว่าสภาพแวดล้อมของความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้และสามารถบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

2. พิจารณาสอบทานและอนุมัติ Key Risk Indicators และ Risk Rating Scales ให้เกิดความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์

3. ติดตามและให้ข้อเสนอแนะความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ของปี 2565 ที่อาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อเป้าหมายหรือกลยุทธ์ของบริษัท ซึ่งประกอบไปด้วย

   - ความเสี่ยงจากเศรษฐกิจมหภาคและความไม่แน่นอนทางการเมือง ผลการดำเนินงานและแผนพัฒนาของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้หลายประการ เช่น ปัญหาความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับยูเครน สถานการณ์เศรษฐกิจโลก รวมถึงเศรษฐกิจภายในประเทศที่ชะลอตัวลงและความไม่มั่นคงทางการเมือง บริษัทใช้มาตรการในการลดความเสี่ยงต่างๆ เพื่อลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ต่อธุรกิจของบริษัท

   - ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act - PDPA) บริษัทมีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ของบริษัท เช่น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน เป็นต้น บริษัทได้มีการทบทวนกระบวนการทำงานและปรับปรุงระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล โดยจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลเฉพาะเท่าที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าเท่านั้น นอกจากนี้ บริษัทได้แจ้งให้คู่ค้าทราบและทำความเข้าใจต่อนโยบายข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้คู่ค้าปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ในส่วนของพนักงาน ทุกคนจะต้องเข้ารับการอบรมการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อกำหนดมาตรการในด้านต่างๆ ทั้งการปรับวิธีปฏิบัติงาน การปรับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเปลี่ยนแปลงนโยบายเอกสารทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายดังกล่าว

   - ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ บริษัทมีการพัฒนาระบบความปลอดภัยทางไซเบอร์เพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับวิธีสังเกตอีเมล์ปลอมให้กับพนักงาน นอกจากนี้บริษัทได้ติดต่อผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมการประเมินมาตรการและมาตรฐานการดำเนินงานทางด้านข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการวางแผนระยะยาวของระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านงานเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

   - ความเสี่ยงด้านความพร้อมในการมุ่งสู่เป้าหมายการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ ประชาคมโลกมีความตระหนักเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งนี้ประเทศไทยเองมีการประกาศจุดยืนและเป้าหมายที่ชัดเจนในการมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero GHG Emission) บริษัทได้ประกาศเป้าหมายในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 โดยกำหนดเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อลดก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

4. ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยสนับสนุนให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริหารและพนักงานทั้งระดับองค์กรและหน่วยธุรกิจ

5. สื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงและการควบคุมภายในกับคณะกรรมการตรวจสอบ

6. ส่งเสริมให้มีการประกาศใช้ประมวลจริยธรรม ตลอดจนนโยบายรับเรื่องร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนได้มีโอกาสแจ้งเบาะแสในกรณีที่พบพฤติกรรมเข้าข่ายการทุจริตคอร์รัปชั่นหรือการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม

7. ส่งเสริมและให้ข้อเสนอแนะแก่คณะทำงานเพื่อการพัฒนาความยั่งยืนในการขับเคลื่อนงานด้านความยั่งยืนขององค์กรครอบคลุมธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร

สำหรับการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน ในปี 2565 บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และเกณฑ์มาตราฐานในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ดังนี้

มิติสิ่งแวดล้อม บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ตามมาตรฐาน TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosures และได้กำหนดกลยุทธ์ Centara Net Zero โดยตั้งเป้าหมายมุ่งสู่การเป็นองค์กร Net Zero ในปีพ.ศ. 2593 และกำหนดเป้าหมายระยะ 10 ปีแรก ระหว่างปี พ.ศ. 2562-2572 เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 20% เทียบจากปีฐาน 2562 รวมถึงการวางแผนปลูกต้นไม้เพื่อช่วยดูดซับคาร์บอนจำนวน 200,000 ต้น เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กร Net Zero ในปีพ.ศ. 2593 นอกจากนี้บริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับโรงแรม (GSTC Certification Criteria for Hotel) จำนวน 12 โรงแรมรวมทั้งสำนักงานใหญ่ จากหน่วยงานทวนสอบ Vireo Srl ผู้เชี่ยวชาญการทวนสอบความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการท่องเที่ยวจากประเทศอิตาลี ตามหลักเกณฑ์การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก ของ Global Sustainable Tourism Council (GSTC) และยังได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมพลังงานหมุนเวียนไทย (RE100) และสมาชิกเครือข่ายอนุรักษ์พลังงาน “Energy Beyond Standards” เพื่อแสดงเจตนารมย์ในการให้ความสำคัญเรื่องการดำเนินงานด้านการใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

มิติสังคม บริษัทดำเนินการอบรมเรื่องหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานให้กับพนักงานทุกคน เพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงดำเนินโครงการฝึกอบรมภาคปฏิบัติการฝึกทักษะวิชาชีพสำหรับคนพิการด้านการบริการการโรงแรม ซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (พก.) ศูนย์พัฒนาและฝึกอบรมคนพิการแห่งเอเชียและแปซิฟิก และได้รับรางวัลองค์กรต้นแบบความยั่งยืนตลาดทุนไทยด้านสนับสนุนคนพิการ 2565 ประเภทดีเด่น โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และกระทรวงแรงงาน

มิติบรรษัทภิบาล บริษัทได้รับการประกาศเป็นรายชื่อหุ้นยั่งยืน Thailand Sustainability Investment 2022 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 และได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณ: Sustainability Disclosure Recognition จากสถาบันไทยพัฒน์ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3

บริษัทยังคงยึดมั่นการดำเนินงานที่สร้างผลกระทบเชิงบวก ลดผลกระทบเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่องและมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการที่สร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคมตลอดไป

โดยสรุปแล้ว คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างครบถ้วนตามขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย ทั้งนี้ เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงองค์กร การกำกับดูแลและการพัฒนาสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

(นายนรชิต สิงหเสนี)
ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแล

6. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นที่จะบริหารองค์กร โดยยึดหลักบรรษัทภิบาลที่ดีและตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้การกำกับดูแลกิจการที่ดียังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุน สถาบันการเงิน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ในการดำเนินธุรกิจอันจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของผู้ถือหุ้นและประโยชน์ที่สมดุลร่วมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัท คณะกรรมการบริษัท จึงได้กำหนดนโยบายกลไกการบริหาร การดำเนินงาน และระบบการกำกับดูแลบนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งยึดมั่นในความโปร่งใส รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมทั้งยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ทั้งนี้ คณะกรรมการได้มีการทบทวนและปรับปรุงหลักการกำกับดูแลกิจการให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนได้รับทราบจรรยาบรรณและนโยบายการกำกับดูแลกิจการและถือปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งของวินัย นอกจากนี้บริษัทยังมีการเผยแพร่และสื่อสารให้ทุกคนในองค์กรตระหนักในเรื่องจรรยาบรรณและแนวปฏิบัติที่ดี โดยได้เผยแพร่นโยบายดังกล่าวผ่านเว็บไซต์ของบริษัท (http://www.centarahotelsresorts.com) การปฐมนิเทศพนักงานใหม่ และป้ายประชาสัมพันธ์ โดยนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีประกอบด้วย 5 หมวด มีรายละเอียดสำคัญดังนี้

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น (Rights of Shareholders)

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญในการรักษาสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกราย ดังต่อไปนี้

- ดูแลและสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นทุกรายไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย นักลงทุนสถาบัน หรือผู้ถือหุ้นต่างชาติ ได้รับสิทธิพื้นฐานและการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน และไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการละเมิดหรือลิดรอนสิทธิของผู้ถือหุ้น รวมถึงการจำกัดโอกาสของผู้ถือหุ้นในการได้รับข้อมูลสารสนเทศของบริษัทและการเข้าร่วมประชุมของผู้ถือหุ้น ได้แก่ สิทธิในการจดทะเบียนเป็นเจ้าของหุ้นของบริษัท สิทธิในการเปลี่ยนมือหรือการโอนสิทธิในหุ้นของตน สิทธิในการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีนัยสำคัญของบริษัทอย่างถูกต้อง สม่ำเสมอ และเพียงพอ สิทธิในการเข้าร่วมประชุมเพื่อออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท สิทธิในการแต่งตั้งหรือถอดถอนกรรมการบริษัท สิทธิในการพิจารณาค่าตอบแทนของกรรมการบริษัท สิทธิในการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและกำหนดค่าสอบบัญชี สิทธิในการรับส่วนแบ่งกำไรหรือเงินปันผลของบริษัท สิทธิในการเข้าร่วมตัดสินใจและทราบถึงผลของการตัดสินใจของบริษัทที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยพื้นฐานของบริษัท
- เผยแพร่สารสนเทศ รายละเอียดการใช้สิทธิในเรื่องต่างๆ ผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัท โดยคำนึงถึงความเท่าเทียมกันในการรับรู้ข่าวสาร โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการจำกัดสิทธิในการเข้าถึงสารสนเทศของบริษัท

การประชุมผู้ถือหุ้น ประจำปี 2565

ประชุมเมื่อวันพฤหัสบดีที่ 28 เมษายน 2565 เวลา 14.30 น. โดยรูปแบบการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีผู้ถือหุ้นมาประชุมด้วยตนเอง 8 ราย จำนวน 1,385,360 หุ้น และผู้รับมอบฉันทะมาประชุม 1,059 ราย จำนวนหุ้น 1,133,503,394 หุ้น รวมทั้งสิ้นมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 1,067 ราย รวมจำนวนหุ้นได้ 1,134,888,754 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 84.07 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด ซึ่งเกินกว่าหนึ่งในสามของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายได้ทั้งหมด ถือว่าครบเป็นองค์ประชุมตามข้อบังคับของบริษัท กรรมการเข้าร่วมประชุม 13 ท่าน คิดเป็น 100% โดยประธานกรรมการบริษัท ประธานกรรมการตรวจสอบ ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เลขานุการบริษัท ผู้สอบบัญชี และผู้ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบการลงคะแนนเสียงและการนับคะแนนเสียง เข้าร่วมประชุมอย่างครบถ้วนพร้อมเพรียงกัน

ทั้งนี้บริษัทให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน โดยบริษัทส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นทุกรายไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้ถือหุ้นรายบุคคล นักลงทุนสถาบัน หรือผู้ถือหุ้นต่างชาติเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น ตลอดจนหลักการที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้อย่างเป็นรูปธรรมในการจัดประชุมผู้ถือหุ้นทุกครั้ง ตั้งแต่ก่อนการประชุม วันประชุม และหลังการประชุม ดังนี้

ก่อนการประชุมผู้ถือหุ้น

1. ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยสามารถเสนอเรื่องเข้าสู่ระเบียบวาระการประชุมผู้ถือหุ้น และสามารถเสนอชื่อบุคคลผู้มีคุณสมบัติเพื่อรับการพิจารณาแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัทได้ก่อนวันประชุม ตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด
2. หนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นและเอกสารประกอบการพิจารณามีข้อมูลที่สำคัญครบถ้วนและชัดเจน ประกอบด้วยรายละเอียดระเบียบวาระการประชุม เอกสารประกอบระเบียบวาระต่างๆ พร้อมความเห็นของคณะกรรมการ รวมทั้งแผนที่แสดงสถานที่ประชุม โดยจัดทำทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3. เผยแพร่หนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้นและเอกสารประกอบการประชุมต่างๆ ล่วงหน้าก่อนวันประชุมอย่างน้อย 30 วัน ทางเว็บไซต์ของบริษัท (www.centarahotelsresorts.com) และมีการแจ้งผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
4. จัดส่งหนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้นและเอกสารประกอบการประชุมต่างๆ ให้ผู้ถือหุ้นล่วงหน้าก่อนวันประชุมอย่างน้อย 14 วัน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมีเวลาเพียงพอในการศึกษาข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงคะแนนในวาระต่างๆ
5. ผู้ถือหุ้นสามารถส่งคำถามเกี่ยวกับวาระในการประชุมผู้ถือหุ้นล่วงหน้ามาที่เลขานุการบริษัท

วันประชุมผู้ถือหุ้น

6. กำหนดวัน เวลา สถานที่ในการจัดประชุมผู้ถือหุ้น โดยคำนึงถึงความสะดวกของผู้ถือหุ้นที่จะเข้าประชุม
7. นำเทคโนโลยีมาใช้กับการประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งการลงทะเบียนผู้ถือหุ้น การนับคะแนนและแสดงผล เพื่อให้การดำเนินการประชุมสามารถกระทำได้รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ
8. ในการประชุมผู้ถือหุ้น ประธานคณะกรรมการชุดต่างๆ เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นครบทุกท่าน เพื่อตอบคำถามในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งประธานที่ประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นทุกคน มีโอกาสเท่าเทียมกันในการตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัท สอบถาม หรือแสดงความคิดเห็น
9. กรรมการ ผู้บริหารของบริษัท และผู้ตรวจสอบบัญชี เข้าร่วมการประชุมผู้ถือหุ้น และเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถซักถาม แสดงความคิดเห็น และขอรับการชี้แจงจากคณะกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้สอบบัญชีในวาระที่เกี่ยวข้อง
10. ชี้แจงให้ผู้ถือหุ้นทราบหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการควบคุมการประชุมผู้ถือหุ้น การออกเสียงลงคะแนนและการนับคะแนน อย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มประชุม จัดให้มีการลงมติเป็นแต่ละรายการในกรณีที่วาระนั้นมีหลายรายการ
11. เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถลงคะแนนเสียงเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคล และสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นใช้บัตรลงคะแนนเสียงในทุกวาระ ในกรณีที่มีการประชุม ณ สถานที่จัดประชุม และสนับสนุนให้มีการลงคะแนนเสียงผ่านระบบ e-voting กรณีที่มีการประชุมผู้ถือหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์
12. บริษัทให้สิทธิผู้ถือหุ้นที่มาร่วมประชุมผู้ถือหุ้นภายหลังเริ่มการประชุมแล้วมีสิทธิออกเสียงหรือลงคะแนนในระเบียบวาระที่อยู่ระหว่างการพิจารณาและยังไม่ได้ลงมติ
13. ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง สามารถออกเสียงลงคะแนนโดยการมอบฉันทะให้กรรมการอิสระของบริษัท หรือบุคคลอื่นที่ผู้ถือหุ้นเห็นสมควรเข้าร่วมประชุมและลงคะแนนเสียงแทนได้
14. ส่งเสริมให้บริษัทจัดให้มีบุคคลที่เป็นอิสระเป็นผู้ตรวจนับหรือตรวจสอบคะแนนเสียงในการประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้น และเปิดเผยให้ที่ประชุมทราบอย่างชัดเจนและโปร่งใส พร้อมบันทึกไว้ในรายงานการประชุม
15. ไม่เพิ่มวาระการประชุมนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น หรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่สำคัญ โดยไม่แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า

หลังการประชุมผู้ถือหุ้น

16. เปิดเผยให้สาธารณชนทราบถึงผลการลงคะแนนของแต่ละวาระ และมติที่ประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้น ผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัทในวันทำการถัดไป
17. เผยแพร่บันทึกภาพการประชุมผู้ถือหุ้นในลักษณะสื่อวีดีทัศน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท
18. จัดทำรายงานการประชุมที่มีสาระสำคัญครบถ้วน ควรบันทึกการชี้แจงขั้นตอนการลงคะแนน และวิธีการแสดงผลคะแนนให้ที่ประชุมทราบก่อนจะดำเนินการประชุม รวมทั้งบันทึกรายชื่อกรรมการผู้เข้าร่วมประชุมและกรรมการที่ลาประชุมด้วย เพื่อจัดส่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเผยแพร่บนเว็บไซต์บริษัทภายใน 14 วันนับแต่วันประชุม

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment of Shareholders)

บริษัทให้ความสำคัญต่อผู้ถือหุ้นทุกราย โดยไม่คำนึงถึง เพศ อายุ สีผิว เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา ความเชื่อ ความคิดเห็นทางการเมือง ซึ่งผู้ถือหุ้นทุกรายทั้งผู้ถือหุ้นรายใหญ่และผู้ถือหุ้นรายย่อย ควรได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม ไม่แสดงความเอนเอียงกับผู้ถือหุ้นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยการให้สารสนเทศที่ยังไม่เปิดเผย โดยบริษัทมีนโยบายในการกำกับดูแล เพื่อปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้นอย่างเสมอภาคและยุติธรรม สร้างความมั่นใจในการลงทุนกับบริษัทดังนี้

1. การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ

คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลได้กำหนดให้มีนโยบายที่ใช้ในการควบคุมเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท และการใช้ข้อมูลภายใน เพื่อให้เกิดความเสมอภาคและยุติธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกราย และป้องกันมิให้กรรมการและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องซื้อขายหลักทรัพย์และหาผลประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ

1.1 การถือหลักทรัพย์ของบริษัท

- ผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง จะต้องรายงานการถือหลักทรัพย์เมื่อแรกเข้ารับตำแหน่งและต้องแจ้งต่อคณะกรรมการ, เลขานุการบริษัท หรือผู้ที่คณะกรรมการมอบหมายทราบอย่างน้อย 1 วันล่วงหน้า ก่อนทำการซื้อขาย รวมทั้งมีหน้าที่ต้องรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ภายใน 3 วัน นับแต่วันที่มีการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ โดยจัดส่งรายงานดังกล่าวให้แก่คณะกรรมการเป็นประจำ และมีการเปิดเผยในรายงานประจำปี
- ในกรณีที่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ มีการ ซื้อ ขาย โอน หรือรับโอน หลักทรัพย์ของบริษัท จะต้องจัดทำและเปิดเผยรายงานการถือหลักทรัพย์ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทต่อหน่วยงานกำกับดูแลให้รับทราบตามเกณฑ์ที่กำหนด
- เพื่อป้องกันมิให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ต้องไม่ซื้อ ขาย โอน หรือรับโอน หลักทรัพย์ของบริษัทในช่วงระยะเวลา 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงินแก่สาธารณชน

1.2 การควบคุมเกี่ยวกับข้อมูลภายใน

- การใช้ข้อมูลภายในร่วมกันเพื่อจุดประสงค์ในการทำงานต้องอยู่ในกรอบของหน้าที่และความรับผิดชอบเฉพาะที่ได้รับมอบหมายหรืออนุญาตเท่านั้น ทั้งนี้พนักงานอื่นจะไม่ได้รับอนุญาตให้สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจหรือข้อมูลบริษัทเป็นการส่วนตัว
- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ต้องไม่ใช้ข้อมูลภายในของบริษัทที่มีสาระสำคัญ และยังไม่ได้เปิดเผยสารสนเทศต่อสาธารณชนเพื่อประโยชน์ของตนเองและผู้อื่น และยึดถือปฏิบัติตามนโยบายการเก็บรักษาและการใช้ข้อมูลภายในที่บริษัทกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด
- กำหนดแนวทางในการเก็บรักษา และป้องกันการใช้ข้อมูลภายในเป็นลายลักษณ์อักษร และแจ้งแนวทางดังกล่าวให้ทุกคนในองค์กรถือปฏิบัติ

2. **การกำกับดูแลด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์**

บริษัทมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต เปิดกว้าง โปร่งใส และเป็นธรรม โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ปฏิบัติดังนี้

- ห้ามประกอบหรือมีส่วนร่วมในธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัท หลีกเลี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวโยงกับตนเองหรือบุคคล/นิติบุคคลที่เกี่ยวข้อง ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท
- คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ดูแลให้บริษัทมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวโยงกัน ตามที่กฎหมายหรือหน่วยงานกำกับดูแลกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด
- ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน รายการนั้นจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ ด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม เปรียบเสมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอก และคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัท
- กรรมการที่มีส่วนได้เสียจะต้องไม่มีส่วนในการพิจารณารายการที่ตนมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ในกรณีที่เป็นรายการที่เกี่ยวโยงกันที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ต้องผ่านการสอบทานและให้ความเห็นจากคณะกรรมการตรวจสอบ ก่อนนำเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้น (แล้วแต่กรณี)

3. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทมีการกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจโดยตรงให้ครบถ้วน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้เสียทุกฝ่าย มั่นใจว่าการประกอบธุรกิจของบริษัทได้คำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้จัดทำข้อพึงปฏิบัติเกี่ยวกับจรรยาบรรณของคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการและพนักงาน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องยึดถือเป็นแนวทางการปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจของบริษัทด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และเที่ยงธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทได้ให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ดังนี้

- **ผู้ถือหุ้น:** บริษัทมุ่งมั่นเป็นตัวแทนที่ดีของผู้ถือหุ้นในสร้างการเติบโตของธุรกิจและองค์กรอย่างมีเสถียรภาพ รวมถึงการเติบโตของมูลค่าบริษัทอย่างยั่งยืน มีการดำเนินการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใสแก่ผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ ยังส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตนอันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้น ตลอดจนรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทจากผู้ถือหุ้น
- **พนักงาน:** บริษัทถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่า และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนบริษัท ให้ก้าวหน้าและประสบความสำเร็จ บริษัทมุ่งมั่นที่จะดูแลและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม ทั้งในด้านโอกาสในหน้าที่การงาน ผลตอบแทน การพัฒนาศักยภาพ ตลอดจนการควบคุมดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยไม่เอาเปรียบในการทำสัญญาจ้างงาน มีการกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสม มีการฝึกอบรม และให้การศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากร พนักงานทุกคนควรได้รับการดูแลอย่างทั่วถึง
- **เจ้าหนี้:** บริษัทกำหนดวิธีการและแนวปฏิบัติในการไม่ละเมิดสิทธิของเจ้าหนี้ ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด ควบคุมให้มีการชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยให้กับเจ้าหนี้เงินกู้ยืมทุกประเภทอย่างครบถ้วนตามกำหนดเวลา และปฏิบัติตามเงื่อนไขการกู้ยืมเงินตามข้อตกลงอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ จะไม่ดำเนินการใดๆ ที่เป็นการทุจริตต่อเจ้าหนี้ทุกราย
- **ลูกค้า:** บริษัทมุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยเอาใจใส่ดูแลและรับผิดชอบต่อลูกค้า ให้บริการแก่ลูกค้าตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รักษาความลับลูกค้า ไม่ทำการเปิดเผยข้อมูลของลูกค้าหากมิได้รับการอนุญาตจากลูกค้า บริษัทมีระบบและหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับข้อร้องเรียนของลูกค้า มีแนวทางในการพิจารณาเพื่อเร่งดำเนินการหาข้อยุติด้วยความเป็นธรรมและแก้ไขข้อร้องเรียนดังกล่าวโดยเร็วที่สุด
- **คู่ค้า:** ปฏิบัติกับคู่ค้าด้วยความเสมอภาคและคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน พัฒนาและรักษาสัมพันธภาพที่ยั่งยืนกับคู่ค้า และสร้างความเชื่อถือซึ่งกันและกัน โดยบริษัทยึดถือปฏิบัติตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งมีการกำหนดขั้นตอนและวิธีปฏิบัติไว้อย่างชัดเจน
- **คู่แข่ง:** บริษัทปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันที่ดี รักษาบรรทัดฐานข้อพึงปฏิบัติในการแข่งขัน และจะไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางธุรกิจด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่ชอบธรรม ตลอดจนไม่ทำลายชื่อเสียงทางธุรกิจของคู่แข่งโดยการกล่าวหาในทางร้าย
- **สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม:** บริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม และปฏิบัติตามกฎหมาย และ/หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ดูแลป้องกันมิให้การดำเนินงานของบริษัทก่อให้เกิดความเสียหายต่อคุณภาพชีวิตของสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม สร้างปฏิสัมพันธ์อันดีกับชุมชนที่สถานประกอบการของบริษัทตั้งอยู่ สนับสนุนโครงการและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมอย่างสม่ำเสมอ
- **ภาครัฐ:** ให้ความร่วมมือและสนับสนุนนโยบายภาครัฐเพื่อผลประโยชน์ของประเทศชาติภายใต้กฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเข้าโครงการหรือแนวทางในการต่อต้านการทุจริตการคอรัปชั่น รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมและปลูกฝังให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

นโยบายและแนวทางปฏิบัติ

1. **นโยบายการเก็บรักษาและการใช้ข้อมูลภายใน**

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย ดังนั้น การเก็บรักษาข้อมูลและการใช้ข้อมูลภายในจึงเป็นนโยบายที่มีความสำคัญมาก บุคลากรของบริษัทจะต้องไม่นำข้อมูลภายในของบริษัทซึ่งยังมิได้เปิดเผยต่อสาธารณะชนไปใช้แสวงหาผลประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น การเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญทางธุรกิจจะต้องเป็นไปโดยบุคคลผู้มีอำนาจและจะต้องเกิดความเสมอภาค ยุติธรรม เท่าเทียมและโปร่งใส ในกรณีที่มีข่าวลือต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุน บริษัทจะต้องให้ผู้มีอำนาจออกมาเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงโดยเร็วที่สุด

2. นโยบายด้านความปลอดภัยสารสนเทศ

การใช้งานระบบสารสนเทศจะต้องเป็นไปเพื่อการดำเนินธุรกิจเท่านั้น โดยพนักงานทุกคนมีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามนโยบายความปลอดภัยสารสนเทศ รวมถึงกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พนักงานจะต้องใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง นอกจากนี้ พนักงานทุกคนจะต้องไม่ใช้สื่ออินเตอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีหรือขัดต่อกฎหมายและนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. นโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทได้จัดทำนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้บุคลากรของบริษัทตระหนักถึงหลักการว่าการตัดสินใจใดๆ ในการเข้าทำธุรกรรมหรือรายการใดๆ ของบริษัท จะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นของบริษัท และควรหลีกเลี่ยงการกระทำที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

4. นโยบายการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทได้จัดให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่ครอบคลุมทุกด้านทั้งด้านการเงิน การปฏิบัติงาน การดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับและระเบียบที่เกี่ยวข้อง และจัดให้มีกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการป้องกัน รักษาและดูแลเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นและทรัพย์สินของบริษัทอยู่เสมอ จัดให้มีการกำหนดลำดับขั้นของอำนาจอนุมัติและความรับผิดชอบของผู้บริหารและพนักงาน กำหนดระเบียบงานเป็นลายลักษณ์อักษร มีสำนักตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานทั้งหน่วยงานธุรกิจและหน่วยงานสนับสนุนให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ รวมทั้งประเมินประสิทธิภาพและความเพียงพอของการควบคุมภายในของหน่วยงานนั้น ๆ ทั้งนี้ คณะกรรมการดูแลให้สำนักตรวจสอบภายในมีความเป็นอิสระ สามารถทำหน้าที่ตรวจสอบและถ่วงดุลได้อย่างเต็มที่และให้รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำตามเวลาที่กำหนดไว้

นอกจากนี้ยังได้จัดให้มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยผู้บริหารจะต้องเข้าใจถึงปัจจัยเสี่ยง มีการประเมินระดับความเสี่ยงทั้งทางด้านโอกาสเกิดและผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น และสามารถบริหารความเสี่ยงดังกล่าวให้อยู่ในระดับที่บริษัทยอมรับได้อย่างทันเวลา

5. นโยบายเคารพกฎหมายและสิทธิมนุษยชน

บริษัทให้การสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชน ให้ความเคารพนับถือและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศ

6. นโยบายการมีส่วนร่วมทางการเมือง

บริษัทมีนโยบายไม่เข้าร่วมหรือไม่แสดงความคิดเห็นใดๆ ที่ทำให้เข้าใจว่าบริษัทมีส่วนเกี่ยวข้องหรือให้การสนับสนุนพรรคการเมือง หรือฝักใฝ่พรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งอันเป็นเหตุให้เกิดความไม่สามัคคีกัน หรือเพื่อได้รับสิทธิพิเศษอันมิชอบ

7. นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีนโยบายที่จะสื่อสารสร้างความเข้าใจที่ดีภายในองค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงทำการประชาสัมพันธ์แนวทางและนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมต่อบุคคลภายนอกเพื่อสร้างความสัมพันธ์และทัศนคติที่ดีเพื่อสนับสนุนการดำเนินการของบริษัท เช่น การรับนักศึกษาวิชาการโรงแรมจากสถาบันการศึกษาต่างๆเข้าฝึกงานกับโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา เพื่อเป็นการสร้างโอกาสให้กับนักศึกษา นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้มีการพัฒนาโครงการช่วยเหลือชุมชนแบบครบวงจรในการสร้างงาน สร้างอาชีพให้สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้

นอกจากนี้บริษัทยังได้มุ่งมั่นดำเนินการให้สอดคล้องกับข้อกำหนดกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัญหาสิ่งแวดล้อมขององค์กร มีการทบทวน ติดตามและประเมินผลด้านสิ่งแวดล้อมจากบริการของบริษัทในการลดภาระให้กับสิ่งแวดล้อม โดยมีการสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานทุกคนเพื่อให้มีความเข้าใจในหน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบในการมุ่งมั่นในการที่จะรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

8. นโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงาน

กำหนดให้มีนโยบายในการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์พลังงาน ในการดำเนินกิจการของบริษัท โดยพัฒนาระบบและบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนางานด้านพลังงาน มีการสื่อสารนโยบายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์พลังงานให้พนักงาน เพื่อกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนมีความตระหนักในความสำคัญและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน

9. นโยบายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

กำหนดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนดและระเบียบอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพื่อความปลอดภัยสำหรับพนักงานรวมถึงลูกค้าที่เราให้บริการโดยจัดให้มีการทบทวน ติดตามและประเมินผลการดำเนินการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เช่น การลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่เกิดจากการทำงานหรือความเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากการปฏิบัติงานไม่ถูกวิธี เพื่อนำไปสู่กระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีการฝึกอบรมแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอในด้านการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือต่อเหตุการณ์วิกฤตต่าง ๆที่สามารถเกิดขึ้น

10. นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

บริษัทจะทำการประชาสัมพันธ์และการตลาดอย่างชัดเจน ครบถ้วน ทันเวลา เท่าเทียมและเป็นธรรม โดยต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง ไม่บิดเบือน หรือชี้นำอันเป็นผลให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด และเนื่องจากสภาพและความคาดหวังของสังคม รวมถึง โซเชียล เน็ตเวิร์ค (Social Network) ได้มีอย่างแพร่หลาย ดังนั้น การติดต่อสื่อสารและตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ จะต้องมีความถูกต้องและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการให้สัมภาษณ์กับสื่อต่าง ๆ จะต้องทำอย่างเต็มใจเต็มกำลังความสามารถ

11. นโยบายด้านภาษี

บริษัทจัดให้มีการบริหารจัดการด้านภาษีอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ตามแนวทางที่กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องของทุกประเทศที่บริษัทดำเนินการ เพื่อให้บริษัทได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่เหมาะสม และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังจัดให้มีการวางแผน ศึกษา วิเคราะห์ผลกระทบทางภาษีสำหรับโครงการลงทุนต่าง ๆ ของบริษัทให้เหมาะสมก่อนเข้าลงทุน

12. นโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญา

บริษัทดำเนินธุรกิจและส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานภายใต้กฎหมายหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวกับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ว่าจะเป็นเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า และทรัพย์สินทางปัญญาด้านอื่นที่กฎหมายกำหนด รวมถึงส่งเสริมบุคลากรของบริษัทให้ตระหนักถึงความสำคัญของการเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในด้านที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรงและการดำเนินชีวิตประจำวัน

13. นโยบายความหลากหลายของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทตระหนักดีถึงประโยชน์ความหลากหลายของคณะกรรมการบริษัทและเห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจและการทำงานของคณะกรรมการบริษัท

ทั้งนี้ ความหลากหลายนั้นไม่ได้จำกัดเฉพาะในเรื่องเพศเท่านั้น แต่ยังรวมถึง อายุ ประวัติการศึกษา ประสบการณ์ในวิชาชีพ ทักษะ และความรู้ ดังนั้นในการสรรหาและการพิจารณาแต่งตั้งกรรมการของบริษัทจะอยู่บนพื้นฐานของความรู้ความสามารถและใช้หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกซึ่งได้คำนึงถึงผลประโยชน์ของความหลากหลายมาประกอบด้วย

14. นโยบายการให้สินเชื่อและระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (credit term)

บริษัทมีการกำหนดหลักเกณฑ์และขั้นตอนในการพิจารณาการให้สินเชื่อกับลูกค้า กำหนดวงเงินสินเชื่อ กำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อ รวมถึงมีระบบงานในการควบคุมการให้สินเชื่อ และมีการติดตามลูกหนี้ที่มีการค้างชำระ มูลค่ายุติธรรมของลูกหนี้ซึ่งแสดงไว้ในงบแสดงฐานะการเงิน คือ ยอดสุทธิของลูกหนี้หลังจากหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ โดยปกติระยะเวลาการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าของกลุ่มบริษัทมีระยะเวลาตั้งแต่ 30 วัน ถึง 45 วัน

15. นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและทุจริตคอร์รัปชัน

เพื่อเป็นการตอกย้ำเจตนารมณ์ของ บริษัท ฯ ที่มุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นธรรม ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดจนความสำคัญของภาคธุรกิจในการแก้ไขปัญหาคอรัปชั่น ซึ่งเป็นปัญหาเชิงระบบจึงไม่สามารถพึ่งพาองค์กรใดองค์กรหนึ่ง แต่หากต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม ด้วยเหตุผลสำคัญนี้ บริษัทจึงได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต Collective Action Coalition Against Corruption (CAC) ซึ่งมีสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นผู้ขับเคลื่อนโครงการโดยกำหนดหลักเกณฑ์และสอบทานโดยประธานคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อที่บริษัทจะยังคงได้รับการรับรองจากคณะกรรมการ CAC ให้เป็นบริษัทที่มีนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนดและมีพันธกิจที่จะต้องปฏิบัติจริง ทั้งนี้ เพื่อดำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ (Integrity) ในการดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรม และสนับสนุนการแข่งขันทางธุรกิจอย่างเป็นธรรม ตลอดจนความต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาทุจริตคอรัปชั่นของประเทศ

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

1. การเปิดเผยข้อมูล

บริษัทให้ความสำคัญในการสื่อสารอย่างเปิดเผย ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงเวลา และสม่ำเสมอ ไม่เลือกปฏิบัติต่อข้อมูลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท เป็นไปตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดการเปิดเผยข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มิใช่ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ มีดังนี้

- ให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส ทั่วถึงและทันเวลาทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่การเงิน เพื่อให้นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายมีข้อมูลที่เชื่อถือได้และเพียงพอประกอบการตัดสินใจอย่างสม่ำเสมอ
- เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของบริษัทที่เป็นประโยชน์แก่นักลงทุนรายย่อย นักลงทุนสถาบัน นักวิเคราะห์และบุคคลทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม และทั่วถึงผ่านหลายช่องทางทางการสื่อสารเช่น เว็บไซต์ของบริษัท ระบบการแจ้งข่าวผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การแถลงผลประกอบการประจำไตรมาส การแถลงแผนงานในการดำเนินธุรกิจของบริษัท รายงานประจำปี เป็นต้น
- ข้อมูลที่สำคัญที่มีการเปิดเผยต่อสาธารณชน อาทิ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รายงานประจำปี (56-2) ข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่และสิทธิในการออกเสียง ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ สารสนเทศแจ้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นโยบายการจ่ายเงินปันผล นโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมและแผนการดำเนินงานต่าง ๆของบริษัท เป็นต้น

2. **ผู้มีหน้าที่ในการเปิดเผยข้อมูล**

- ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือผู้ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทโดยต้องยึดถือหลักการด้านความถูกต้อง ครบถ้วน ทันต่อเวลาและเท่าเทียมกัน
- เลขานุการบริษัทรับผิดชอบในการเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน
- ผู้บริหารระดับสูงในสายงานทางการเงินและหน่วยงานลงทุนสัมพันธ์ รับผิดชอบในการให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น นักลงทุน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์และบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงิน ผลการดำเนินงานลักษณะการประกอบธุรกิจ นโยบายบริษัท แผนงานและการลงทุน โครงการระหว่างการพัฒนา โครงสร้างการถือหุ้น ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานที่สำคัญ
- ผู้บริหารระดับสูงในสายงานการตลาดและหน่วยงานประชาสัมพันธ์ รับผิดชอบในการให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามของสื่อมวลชนและบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการตลาดและการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท นอกจากนี้ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่สำคัญกับบริษัท หน่วยงานประชาสัมพันธ์จะต้องประสานกับหน่วยงานเจ้าของข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริง เพื่อชี้แจงและตอบข้อซักถามของสื่อมวลชนภายใต้ขอบเขตที่ได้รับมอบหมาย
- ผู้ที่ไม่มีหน้าที่รับผิดชอบในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท หรือไม่ใช่ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ห้ามเปิดเผยข้อมูลภายในที่อาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท รวมถึงข้อมูลที่อาจมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาและปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์บริษัท

3. **ผู้สอบบัญชีและการจัดทำรายการทางการเงิน**

งบการเงินของบริษัทและบริษัทย่อยได้รับการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีที่มีความเป็นอิสระ มีความรู้ความชำนาญและมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนด เพื่อให้มั่นใจแก่คณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้นว่างบการเงินของบริษัทและบริษัทย่อยสะท้อนให้เห็นฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทได้ตามความเป็นจริง คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญและรับผิดชอบต่องบการเงินของบริษัทและบริษัทย่อย ซึ่งจัดทำขึ้นตามมาตรฐานและหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป โดยใช้นโยบายการบัญชีที่เหมาะสมตามหลักความระมัดระวังถูกต้องและครบถ้วน เพื่อให้สามารถสะท้อนผลการดำเนินงานของบริษัทตามความเป็นจริง คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานและเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างโปร่งใสและเพียงพอโดยรายงานต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุนนอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งให้คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่สอบทานความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของรายงานทางการเงิน รวมทั้งระบบควบคุมภายในให้เป็นไปอย่างเพียงพอและเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่างบการเงินของบริษัทสามารถเชื่อถือได้

4. **สารสนเทศที่มีนัยสำคัญ**

- บริษัทจะไม่เปิดเผยหรือให้ข้อมูลที่มีนัยสำคัญ ซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชนให้แก่พนักงานที่ไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงนักลงทุน นักวิเคราะห์ และสื่อมวลชน จนกว่าข้อมูลดังกล่าวจะได้รับการเปิดเผยออกสู่สาธารณชนแล้ว หากมีข้อมูลใดที่มิควรถูกเปิดเผยได้เผยแพร่ออกไป บริษัทจะดำเนินการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวต่อสาธารณชนโดยทันที
- บุคลากรของบริษัทมีหน้าที่รักษาข้อมูลภายใน ข้อมูลความลับของคู่ค้า ข้อมูลความลับของลูกค้ารวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ร่วมดำเนินธุรกิจไว้เป็นความลับ โดยไม่นำข้อมูลที่ได้ล่วงรู้จากการปฏิบัติหน้าที่ไปเผยแพร่หรือนำไปใช้แสวงหาประโยชน์ ตลอดจนระมัดระวังการให้ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นใดๆ ซึ่งตนเองไม่ได้มีหน้าที่หรือได้รับมอบหมายให้เปิดเผยข้อมูลดังกล่าว

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

เพื่อกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและเป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาล คณะกรรมการมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนกลยุทธ์ในระยะ 5 ปี โดยมีการทบทวนเป็น ประจำทุกปี เพื่อปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงได้มีการติดตามดูแลให้มีการนำกลยุทธ์ของบริษัทไปปฏิบัติ โดยในการประชุมคณะกรรมการทุกไตรมาส คณะกรรมการได้ติดตามผลการดำเนินงานของฝ่ายบริหาร โดยกำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานและผลประกอบการของบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้

กรรมการอิสระ

กรรมการที่มีความเป็นอิสระจากการควบคุมของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่และต้องไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับการตัดสินใจของผู้บริหาร ทั้งนี้ คุณสมบัติความเป็นอิสระของกรรมการมีดังนี้

1. ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 0.5 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ทั้งนี้ให้นับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องของกรรมการอิสระรายนั้นๆ ด้วย
2. ไม่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำ หรือ ผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง เว้นแต่จะพ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี ก่อนได้รับการแต่งตั้ง
3. ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมาย ในลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่น้อง และบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตรของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทหรือบริษัทย่อย
4. ไม่มีหรือเคยมีสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ในลักษณะ ที่อาจขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตน รวมทั้งไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระ หรือผู้บริหาร ของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง เว้นแต่จะพ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง

5. ความสัมพันธ์ทางธุรกิจตามวรรคแรก รวมถึงการทำรายการทางการค้าที่กระทำเป็นปกติเพื่อประกอบกิจการ การเช่าหรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ รายการเกี่ยวกับสินทรัพย์หรือบริการ การให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงินด้วยการรับหรือให้กู้ยืม ค้ำประกัน การให้สินทรัพย์เป็นหลักประกันหนี้สินรวมถึงพฤติการณ์อื่นทำนองเดียวกันซึ่งเป็นผลให้บริษัทหรือคู่สัญญามีภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่ออีกฝ่ายหนึ่งตั้งแต่ร้อยละ 3 ของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัท หรือตั้งแต่ 20 ล้านบาทขึ้นไป แล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่า ทั้งนี้ การคำนวณภาระหนี้ดังกล่าวให้เป็นไปตามวิธีการคำนวณมูลค่าของรายการที่เกี่ยวโยงกันตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวโยงกันโดยอนุโลม แต่ในการพิจารณาภาระหนี้ดังกล่าวให้นับรวมภาระหนี้ที่เกิดขึ้นระหว่าง 1 ปี ก่อนวันที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบุคคลเดียวกัน
6. ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง และไม่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระ ผู้บริหาร หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งสังกัดอยู่ เว้นแต่จะพ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง
7. ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆ ซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมายหรือที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่า 2 ล้านบาทต่อปี จากบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ให้บริการทางวิชาชีพเป็นนิติบุคคลให้รวมถึงการเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระ ผู้บริหาร หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วย เว้นแต่จะพ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี ก่อนได้รับการแต่งตั้ง
8. ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท
9. ไม่ประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือ บริษัทย่อย หรือไม่เป็นหุ้นส่วนที่มีนัยในห้างหุ้นส่วน หรือ เป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมในการบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่รับเงินเดือนประจำ หรือถือหุ้นเกินร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทอื่น ซึ่งประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีกับกิจการของบริษัทหรือบริษัทย่อย
10. ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท
11. กรรมการอิสระอาจได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งโดยมีการตัดสินใจในรูปแบบขององค์คณะได้

องค์ประกอบและการแต่งตั้งคณะกรรมการ

1. คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน โดยต้องประกอบด้วยกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน และกรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด ต้องมีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร
2. คณะกรรมการเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานกรรมการ ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควร จะเลือกกรรมการคนหนึ่งหรือหลายคนเป็นรองประธานกรรมการก็ได้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้กรรมการคนหนึ่ง หรือหลายคน หรือบุคคลอื่นใดปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งแทนคณะกรรมการก็ได้
3. ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ไม่เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อให้มีการแบ่งแยกบทบาทอย่างชัดเจนและมีการถ่วงดุลอำนาจในการดำเนินงาน
4. การแต่งตั้งกรรมการบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยจะต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใสและชัดเจน

   - กรณีที่มีกรรมการครบวาระออกจากตำแหน่งกรรมการ ให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาแต่งตั้งกรรมการโดยบุคคลที่ได้รับคะแนนสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่ากับจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ถ้ามีคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด
   - กรณีที่ตำแหน่งกรรมการว่างลงเนื่องจากเหตุอื่นนอกจากการครบวาระออกจากตำแหน่งกรรมการให้คณะกรรมการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายเข้าเป็นกรรมการแทนในการประชุมคณะกรรมการคราวถัดไป เว้นแต่วาระของกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งจะเหลือน้อยกว่า 2 เดือน โดยบุคคลซึ่งเข้าเป็นกรรมการแทนจะอยู่ในตำแหน่งกรรมการได้เพียงวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการซึ่งตนแทน ทั้งนี้ มติการแต่งตั้งบุคคลเข้าเป็นกรรมการแทนดังกล่าวต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนกรรมการที่ยังเหลืออยู่

การสรรหากรรมการ

1. คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เป็นผู้สรรหาและพิจารณากลั่นกรองบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ที่จะแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัท โดยให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา
2. ขั้นตอนและการดำเนินการสรรหาเป็นไปอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้และเป็นธรรม ภายใต้กฎหมายและข้อกำหนดว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ บริษัทมหาชนจำกัด กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนหลักเกณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. หลักเกณฑ์และวิธีการสรรหา: คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน พิจารณาคัดเลือกและกลั่นกรองบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมตามข้อบังคับบริษัท กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และตาม Skill Matrix ที่บริษัทได้กำหนดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะพิจารณาผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นกรรมการจากช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

   - เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย กรรมการ หรือผู้บริหารของบริษัทเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาแต่งตั้งเป็นกรรมการ
   - พิจารณาจากทำเนียบกรรมการ (Director Pool) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย หรือของหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีการจัดทำข้อมูลดังกล่าว
   - ช่องทางอื่น ๆ ที่คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพิจารณาเห็นสมควร

เมื่อคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้พิจารณาอย่างครบถ้วนละเอียดรอบคอบแล้วจะนำเสนอชื่อบุคคลดังกล่าวต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาโดยคณะกรรมการบริษัท จะพิจารณากลั่นกรองด้วยความระเอียดรอบคอบระมัดระวัง เพื่อให้มั่นใจว่าบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อให้แต่งตั้งเป็นกรรมการมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับธุรกิจของบริษัท เพื่อเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาคัดเลือกต่อไปในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งกรรมการในที่ประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทให้ผู้ถือหุ้นใช้บัตรลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคล โดยให้ผู้ถือหุ้นลงคะแนนเสียงทั้งหมดที่ตนมีอยู่เลือกบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อเป็นกรรมการเป็นรายบุคคลและนำเสนอขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท จากนั้นนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ

คุณสมบัติของกรรมการ

1. กรรมการต้องเป็นบุคคลธรรมดา และ
   - บรรลุนิติภาวะ
   - ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
   - ไม่เคยรับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในความผิดเกี่ยวกับทรัพย์ได้กระทำโดยทุจริต
   - ไม่เคยถูกลงโทษไล่ออก หรือปลดออกจากราชการ หรือองค์การ หรือหน่วยงานของรัฐ ฐานทุจริตต่อหน้าที่
   - ไม่เคยถูกเปรียบเทียบปรับในความผิดเกี่ยวกับทรัพย์ที่ได้โดยทุจริต

2. กรรมการต้องมีความรู้สามารถ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ มีคุณธรรมมีความซื่อสัตย์ และมีเวลาอย่างเพียงพอที่จะอุทิศให้กับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการอย่างเต็มที่

3. กรรมการสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่นได้ แต่ต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการของบริษัท โดยกำหนดให้กรรมการควรดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ไม่เกิน 5 บริษัท

4. กรรมการต้องไม่กระทำการใดๆ ที่มีลักษณะเข้าไปบริหารหรือจัดการในกิจการอื่น อันจะก่อให้เกิดการบั่นทอนผลประโยชน์ของบริษัท หรือเอื้อประโยชน์ให้บุคคลหรือนิติบุคคลใด ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น

5. ห้ามมิให้กรรมการประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกิจการของบริษัท หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือเป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นกรรมการของบริษัทเอกชนหรือบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ผู้อื่นเว้นแต่จะแจ้งให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนมีมติแต่งตั้ง

การปฐมนิเทศกรรมการใหม่

บริษัทจัดให้มีการพบปะกันระหว่างกรรมการใหม่และคณะกรรมการบริษัท รวมถึงคณะผู้บริหารของบริษัท และมีการจัดปฐมนิเทศเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรรมการและอธิบายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของบริษัทให้แก่กรรมการใหม่ โดยประกอบด้วยการนำเสนอข้อมูลต่างๆ เช่น เป้าหมาย วิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ของบริษัท โครงสร้างองค์กรและลักษณะการดำเนินธุรกิจ โครงสร้างผู้ถือหุ้น ผลการดำเนินงาน รวมถึงนโยบายต่างๆ ของบริษัท

นอกจากนี้เลขานุการบริษัทได้จัดเตรียมเอกสารและนำส่งเอกสารแก่กรรมการใหม่ ดังนี้

1. เอกสารแนะนำบริษัทและรายงานประจำปีย้อนหลัง
2. ระเบียบข้อบังคับ หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงนโยบายต่อต้านการทุจริตคอรัปชั่นของบริษัท
3. กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ
4. กำหนดการประชุมกรรมการและประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี
5. รายงานการประชุมคณะกรรมการและรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น ย้อนหลัง 1 ปี

การสรรหาผู้บริหารระดับสูง

- **การสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่**
  คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้พิจารณาเบื้องต้นในการกลั่นกรองสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเหมาะสม มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติต่อไป

- **การสรรหาผู้บริหารระดับสูง**
  ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้พิจารณาสรรหาและแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งและหน้าที่ ความรับผิดชอบ รวมถึงมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยการคัดเลือกเป็นไปตามระเบียบในการสรรหาบุคคลของฝ่ายทรัพยากรบุคคล

การควบคุมภายใน

คณะกรรมการบริษัทจัดให้บริษัท มีระบบการควบคุมภายในที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งด้านการเงินการปฏิบัติงาน การดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง และการบริหารความเสี่ยง และจัดให้มีกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการปกป้องรักษาและดูแลเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นและสินทรัพย์ของบริษัทอยู่เสมอ จัดให้มีการกำหนดลำดับขั้นของอำนาจอนุมัติและความรับผิดชอบของผู้บริหารและพนักงาน กำหนดระเบียบการปฏิบัติงานเป็นลายลักษณ์อักษร มีสำนักตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานธุรกิจและหน่วยงานสนับสนุนให้เป็นไปตามที่วางไว้ รวมทั้งประเมินประสิทธิภาพและความเพียงพอของการควบคุมภายในของหน่วยงานนั้นๆ ทั้งนี้ คณะกรรมการดูแลให้สำนักตรวจสอบภายในมีความเป็นอิสระ สามารถทำหน้าที่ตรวจสอบและถ่วงดุลได้อย่างเต็มที่ และให้รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำตามเวลาที่กำหนดไว้

คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาคุณสมบัติและความเหมาะสมของผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายใน แล้วจึงมีมติแต่งตั้งผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายในของบริษัทเป็นเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่เตรียมและจัดการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ตลอดจนประสานงานให้มีการรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท

ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่เข้าร่วมประชุมแต่ไม่มีสิทธิออกเสียงในคณะกรรมการตรวจสอบ และชอบที่จะเสนอผู้ช่วยได้ ในกรณีการแต่งตั้ง ถอดถอน และโยกย้ายผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายใน ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ

จริยธรรมธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายที่จะให้ความสำคัญเท่าเทียมและควบคู่กันไประหว่างความสำเร็จตามเป้าหมายและรูปแบบและวิธีการที่ใช้ในการให้ได้มาซึ่งความสำเร็จนั้นๆ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายดังกล่าว คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดข้อประพฤติปฏิบัติสำหรับการประกอบธุรกิจขึ้นไว้สำหรับให้กรรมการผู้บริหารและพนักงานยึดถือในการปฏิบัติงาน รวมถึงได้รวบรวมข้อพึงปฏิบัติดังกล่าวจัดทำเป็นเอกสาร “คู่มือจริยธรรมธุรกิจ” ขึ้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนสะดวกแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ที่จะได้รับทราบถึงมาตรฐานการปฏิบัติที่บริษัทคาดหวัง นับตั้งแต่การปฏิบัติต่อพนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่งขันทางการค้า และต่อสังคมส่วนรวม ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัทได้จัดให้มีกลไกและกระบวนการที่จะดูแลให้มีการปฏิบัติอย่างจริงจังโดยเคร่งครัด

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของนโยบาย แนวปฏิบัติ และระบบการกำกับดูแลกิจการในรอบปีที่ผ่านมา

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาทบทวนการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560 (CG Code) ที่กำหนดโดยสำนักงาน ก.ล.ต. ไปปรับใช้ตามบริบททางธุรกิจของบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยในปี 2565 คณะกรรมการบริษัทได้พัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการดังนี้

- คณะกรรมการบริษัท ได้ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบและกฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ในส่วนที่สมควรได้รับการแก้ไข เพื่อให้ครบถ้วนถูกต้องตามแนวทางปฏิบัติที่ดีและตามประกาศตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- คณะกรรมการบริษัท ได้เห็นชอบให้บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยมีส่วนร่วมในการเสนอวาระการประชุมและเสนอชื่อกรรมการแทนกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งสำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2565
- คณะกรรมการบริษัทได้จัดให้มีการประชุมระหว่างกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร จำนวน 1 ครั้ง
- คณะกรรมการบริษัทพิจารณาแต่งตั้งประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล เพื่อให้สอดคล้องกับกฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล ซึ่งระบุว่า คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงฯ จะต้องประกอบด้วยกรรมการจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน โดยมีกรรมการอิสระและกรรมการที่เป็นตัวแทนจากฝ่ายบริหาร โดยประธานกรรมการต้องเป็นกรรมการอิสระ
- คณะกรรมการบริษัทพิจารณาแต่งตั้งประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เพื่อให้สอดคล้องกับกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งระบุไว้ว่า คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ให้มีจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน ประกอบด้วย กรรมการอิสระไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของกรรมการ และประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นกรรมการอิสระ

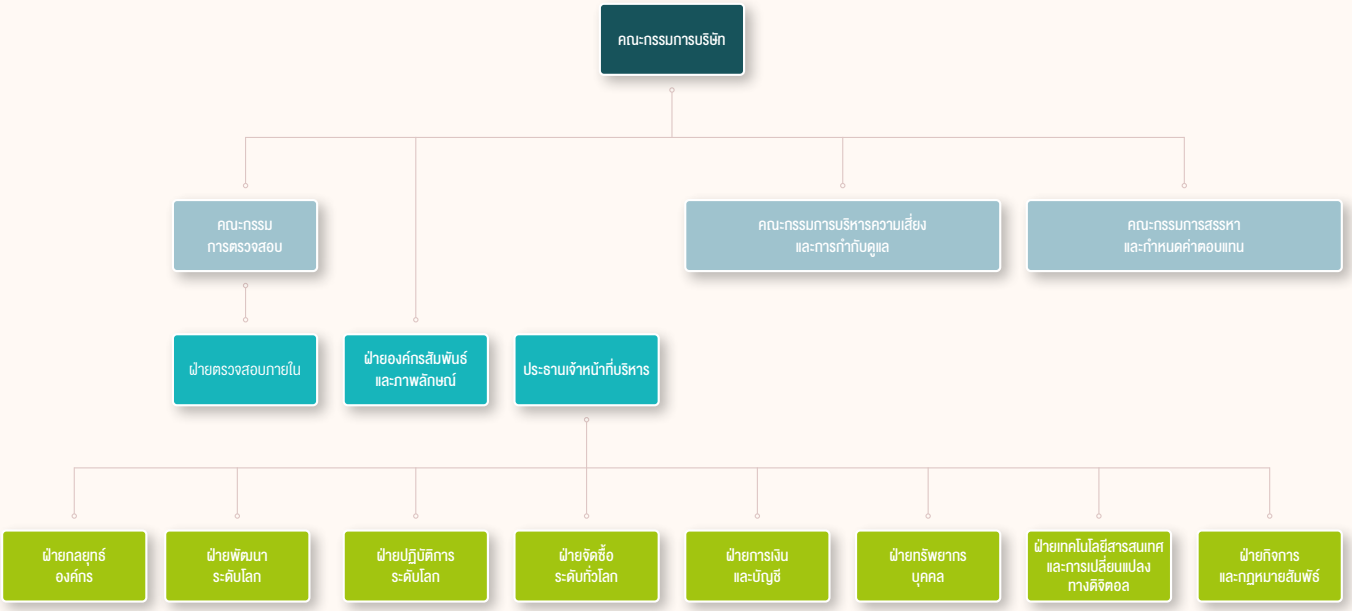
นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัท ยังได้เห็นชอบให้บริษัท เปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการเพิ่มเติมในเว็บไซต์ของบริษัท และรายงานประจำปี เพื่อเป็นข้อมูลแก่นักลงทุนผู้ถือหุ้นและสาธารณชนทั่วไป โดยสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง

การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในเรื่องอื่น ๆ

บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (CG Code) เพื่อรองรับการประเมินต่างๆ เช่น โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report CGR) โดยสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ภายใต้การสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) โดยผลการประเมินในปี 2565 ของบริษัทอยู่ในระดับ “ดีเลิศ” และโครงการประเมินคุณภาพการจัดการประชุมผู้ถือหุ้น (AGM) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยสมาคมส่งเสริมการลงทุนไทย โดยผลการประเมินในปี 2565 ของบริษัทอยู่ที่ 100 คะแนนเต็ม อีกทั้งยังได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) และผ่านการประเมินได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559 และมีการต่ออายุเป็นครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2565 ที่ผ่านมา และจะดำเนินการต่ออายุสมาชิกฯอีกครั้งเมื่อครบกำหนด 3 ปี

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงาน และอื่นๆ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ



ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ

กรรมการบริษัท มีทั้งหมด 12 ท่าน

- เป็นกรรมการอิสระ 4 ท่าน (คิดเป็นร้อยละ 33)
- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 12 ท่าน (คิดเป็นร้อยละ 83)
- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร 2 ท่าน (คิดเป็นร้อยละ 17)

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วย กรรมการอิสระ 4 คน จากกรรมการทั้งหมด 12 คน คิดเป็นสัดส่วนกรรมการอิสระ 1 ใน 3 ของคณะกรรมการทั้งหมด โดยกรรมการอิสระทุกท่านมีคุณสมบัติความเป็นอิสระครบถ้วนตามที่บริษัทกำหนด สามารถปฏิบัติหน้าที่กรรมการอิสระได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ อย่างเต็มที่

ทั้งนี้ เพื่อให้การกำกับดูแลองค์กรเป็นไปอย่างทั่วถึงในทุกมิติและสอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการชุดย่อย คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการจัดการ ตลอดจนเลขานุการบริษัท ซึ่งมีบทบาทหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

การประชุมของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร

คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารมีการประชุมกันเอง ตามความเหมาะสม โดยไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหาร หรือฝ่ายบริหารเข้าร่วม ในการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้อภิปรายปัญหาต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวกับธุรกิจ ของบริษัทฯ เช่น กลยุทธ์การบริหารงาน แนวทางการเติบโตอย่างยั่งยืน หรือเรื่องอื่นๆ ที่อยู่ในความสนใจ โดยในปี 2565 ได้มีการประชุมของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารรวม 1 ครั้ง เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 10 พฤศจิกายน 2565

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 12 ท่าน ดังนี้

	รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง
1	นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์	ประธานกรรมการ
2	นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์	กรรมการ
3	นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์	กรรมการ กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล
4	นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์	กรรมการ กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล
5	นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล
6	นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	กรรมการ รองประธานอาวุโสฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์
7	นางจินตนา บุญรัตน์	กรรมการ
8	นางสิริเกศ จิรกิติ	กรรมการ
9	นายเกริด เคิร์ก สตีป	กรรมการอิสระ
10	นายนรชิต สิงหเสนี	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล
11	นางสาวโสภาวดี เลิศมนัสชัย	กรรมการอิสระ ประธานกรรมการตรวจสอบ
12	นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณ	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

รายละเอียดการถือครองหลักทรัพย์ของ CENTEL โดยกรรมการและผู้บริหาร ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 30 ธันวาคม 2565

ลำดับ	รายชื่อ		ตำแหน่ง	จำนวนหุ้นที่ถือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2565			การเปลี่ยนแปลงจำนวนการถือหุ้น(1) เพิ่ม / (ลด) ระหว่างปี 2565			จำนวนหุ้นที่ถือ ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2565			สัดส่วนการถือหุ้น (%) ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2565
				ทางตรง	ทางอ้อม(2)	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม(2)	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม(2)	รวม	
1	คุณสุทธิเกียรติ	จิราธิวัฒน์	ประธานกรรมการ	31,170,141	-	31,170,141	-	-	-	31,170,141	-	31,170,141	2.31
2	คุณสุทธิศักดิ์	จิราธิวัฒน์	กรรมการ	16,205,095	5,850,000	22,055,095	-	-	-	16,205,095	5,850,000	22,055,095	1.63
3	คุณสุทธิธรรม	จิราธิวัฒน์	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลกิจการที่ดี กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	16,016,654	-	16,016,654	-	-	-	16,016,654	-	16,016,654	1.19
4	คุณปริญญ์	จิราธิวัฒน์	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลกิจการที่ดี กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	29,263,374	-	29,263,374	-	-	-	29,263,374	-	29,263,374	2.17
5	คุณธีระยุทธ	จิราธิวัฒน์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร / กรรมการบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการที่ดี	16,725,000	-	16,725,000	-	-	-	16,725,000	-	16,725,000	1.24
6	คุณสุพัตรา	จิราธิวัฒน์	กรรมการ / รองประธานบริหารอาวุโสฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์	2,436,376	-	2,436,376	-	-	-	2,436,376	-	2,436,376	0.18
7	คุณจินตนา	บุญรัตน์	กรรมการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	คุณสิริเกศ	จิรกิติ	กรรมการ	13,797,260	-	13,797,260	-	-	-	13,797,260	-	13,797,260	1.02
9	คุณเกริด	เคิร์ก สตีป	กรรมการอิสระ	-	-	-	30,000	-	-	30,000	-	30,000	0.00
10	คุณนรชิต	สิงหเสนี	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ / ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน / ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลกิจการที่ดี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	คุณโสภาวดี	เลิศมนัสชัย	กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการตรวจสอบ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12	คุณชัยวัฒน์	ทองคำคูณ	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	คุณธีระเกียรติ	จิราธิวัฒน์	รองประธานบริหารฝ่ายจัดซื้อระดับทั่วโลก	16,921,000	-	16,921,000	-	-	-	16,921,000	-	16,921,000	1.25
14	คุณกันย์	ศรีสมพงษ์	ประธานเจ้าหน้าที่การเงินและรองประธานฝ่ายการเงินและบริหาร										
15	คุณศิริวรรณ	หวังธำรง	รองประธานบริหารฝ่ายขายและการตลาด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16	คุณเดวิด	กู๊ด	รองประธานบริหารฝ่ายปฏิบัติการโรงแรม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17	คุณแอนดรู	แลงสตั้น	รองประธานอาวุโสฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : (1) การได้มา/จำหน่ายไปของหุ้น แสดงตามรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ (59) ของกรรมการและผู้บริหาร ณ สิ้นไตรมาสนั้น ๆ

(2) ถือหลักทรัพย์โดยคู่สมรสและ/หรือบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของกรรมการหรือผู้บริหาร

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัท

กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อแทนบริษัท คือ นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์ นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์ นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์ และนายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์ กรรมการสองในห้าคนนี้ลงลายมือชื่อร่วมกัน

อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

1. ปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนมติคณะกรรมการ และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น (Duty of Obedience) ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต (Duty of Loyalty) ความระมัดระวัง (Duty of Care) มีความรับผิดชอบ (Accountability) และมีจริยธรรม (Ethic) และเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส เชื่อถือได้ ทันเวลา และเท่าเทียมกัน (Duty of Disclosure) โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน
2. กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงแผนงานและงบประมาณประจำปีของบริษัท โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และสามารถจัดการอุปสรรคปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันเวลา
3. พิจารณาอนุมัติรายการที่สำคัญตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ ตามที่กฎหมายและข้อบังคับของบริษัทกำหนดรวมถึงพิจารณาอนุมัติงบประมาณรายจ่ายลงทุนที่มีวงเงินมากกว่า 100 ล้านบาท
4. กำหนดและทบทวนโครงสร้างคณะกรรมการ ในเรื่องจำนวนกรรมการ สัดส่วนกรรมการอิสระ รวมทั้งคุณสมบัติที่หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ตลอดจนพิจารณาค่าตอบแทนกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อยอย่างเหมาะสม โดยผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเสนอ
5. พิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบของคณะกรรมการตามความเหมาะสมและความจำเป็น โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานของคณะกรรมการชุดย่อยอย่างสม่ำเสมอ
6. กรรมการที่เป็นอิสระควรใช้ดุลยพินิจอย่างเป็นอิสระในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ การบริหารงาน การใช้ทรัพยากร การแต่งตั้งกรรมการและการกำหนดมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งพร้อมที่จะคัดค้านการกระทำของฝ่ายจัดการหรือกรรมการอื่น ในกรณีที่มีความเห็นขัดแย้งในเรื่องที่มีผลกระทบต่อความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นทุกราย
7. จัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส เชื่อถือได้ ทันเวลา และเท่าเทียมกัน
8. จัดให้มีระบบควบคุมภายในและการตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
9. จัดให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถประเมิน ติดตาม และบริหารความเสี่ยงที่สำคัญได้
10. จัดให้มีเลขานุการบริษัทเพื่อช่วยดูแลกิจกรรมต่างๆ ของคณะกรรมการและช่วยให้คณะกรรมการและบริษัทปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
11. จัดให้มีจรรยาบรรณธุรกิจของกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อเป็นมาตรฐานแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
12. จัดให้มีการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสนับสนุนให้มีการสื่อสารไปสู่ทุกคนในบริษัทให้ได้รับทราบยึดถือปฏิบัติอย่างจริงจัง
13. จัดให้มีกระบวนการที่ชัดเจนและโปร่งใสเกี่ยวกับการทำรายการระหว่างกัน
14. จัดให้มีกระบวนการที่ชัดเจนในการรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบต่อคณะกรรมการ เมื่อพบหรือมีข้อสงสัยเกี่ยวกับรายการหรือการกระทำ ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท คณะกรรมการต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภายในเวลาที่คณะกรรมการตรวจสอบเห็นสมควร
15. จัดให้มีการกำหนดแผนการสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงของบริษัท
16. จัดให้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแผนงานที่สำคัญต่างๆ ให้เป็นปัจจุบันและเหมาะสมกับสภาพธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ
17. ประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี รวมทั้งติดตามผลการประเมินของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อพิจารณาร่วมกันในคณะกรรมการบริษัท
18. พัฒนาความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง โดยเข้าอบรมหรือเข้าร่วมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการหรือกิจกรรมใด ๆ ที่เป็นการเพิ่มพูนความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง
19. กำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชั่น ปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นของบริษัทอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่บุคคลากรของบริษัท ตลอดจนสนับสนุนให้มีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างแท้จริง
20. กำกับดูแลให้มีกระบวนการและช่องทางในการรับและจัดการกับข้อร้องเรียนของผู้ที่ประสงค์จะแจ้งเบาะแสหรือผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างมีประสิทธิผล
21. กำกับดูแลให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งรวมถึงการกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติในการรักษาความลับ (Confidentiality) การรักษาความน่าเชื่อถือ (Integrity) และความพร้อมใช้ของข้อมูล (Availability) รวมทั้งการจัดการข้อมูลที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ (Market Sensitive Information) ตลอดจนดูแลให้กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน ตลอดจนบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติตามระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลด้วย
22. จัดให้มีการทบทวนและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทให้สอดคล้องกับภาวการณ์
23. สามารถแสวงหาความเห็นทางวิชาชีพเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้วยการว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกด้วยค่าใช้จ่ายบริษัท
24. ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดเกี่ยวกับกิจการของบริษัทตามที่ผู้ถือหุ้นมอบหมาย

บทบาทหน้าที่ของประธานกรรมการ

1. กำกับ ติดตาม และดูแลให้มั่นใจว่า การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักขององค์กร
2. ดูแลให้มั่นใจว่า กรรมการทุกคนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี
3. พิจารณากำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการบริษัทร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารและมีมาตรการดูแลให้เรื่องที่สำคัญและเป็นไปตามอำนาจดำเนินการได้ถูกบรรจุเป็นวาระการประชุม
4. จัดสรรเวลาอย่างเพียงพอเพื่อให้ฝ่ายจัดการสามารถเสนอเรื่องและเพียงพอที่กรรมการบริษัทจะอภิปรายประเด็นสำคัญอย่างรอบคอบโดยทั่วกัน ตลอดจนส่งเสริมให้กรรมการบริษัทมีดุลยพินิจที่รอบคอบ และให้ความเห็นได้อย่างอิสระ
5. เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกรรมการบริษัทกับฝ่ายจัดการ และสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและฝ่ายจัดการตามนโยบายของบริษัท
6. กำกับดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลและการจัดการอย่างโปร่งใสในกรณีที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
7. กำกับดูแลให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทโดยรวม คณะกรรมการชุดย่อยต่าง ๆ และกรรมการบริษัทแต่ละคน เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

การประชุมคณะกรรมการ

1. คณะกรรมการต้องประชุมอย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง โดยกำหนดวันประชุมล่วงหน้าตลอดทั้งปี และอาจมีการประชุมวาระพิเศษตามความจำเป็น
2. กรรมการอย่างน้อย 2 คนขึ้นไป มีสิทธิร้องขอให้เรียกประชุม ทั้งนี้ ประธานกรรมการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจะต้องกำหนดวันประชุมภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ได้รับการร้องขอ
3. การเรียกประชุมคณะกรรมการให้ประธานกรรมการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายส่งหนังสือนัดประชุม โดยระบุวัน เวลา สถานที่ และกิจการที่จะประชุมไปยังกรรมการทุกคนล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วันก่อนวันประชุม เว้นแต่ในกรณีจำเป็นรีบด่วนเพื่อรักษาสิทธิประโยชน์ของบริษัทจะแจ้งการนัดประชุมโดยวิธีอื่น และกำหนดวันประชุมให้เร็วกว่านั้นก็ได้
4. การประชุมคณะกรรมการ ต้องมีกรรมการเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม ทั้งนี้ประธานกรรมการจะทำหน้าที่เป็นประธานในการประชุม หากในการประชุมคราวใดประธานกรรมการไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม
5. การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมคณะกรรมการ ให้ถือเสียงข้างมากโดยกรรมการคนหนึ่งมีเสียงหนึ่งเสียงในการลงคะแนน และถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มมากขึ้นอีกหนึ่งเสียงเป็นเสียงชี้ขาด ทั้งนี้ กรรมการที่มีส่วนได้เสียในวาระใดไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในวาระนั้น
6. คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้บันทึกองค์ประชุมขณะที่คณะกรรมการบริษัทลงมติไว้ในรายงานการประชุมทุกครั้ง การลงมติในวาระเพื่อพิจารณาอนุมัติมีกรรมการอยู่ในที่ประชุมไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของกรรมการทั้งหมด
7. คณะกรรมการมีอำนาจเชิญฝ่ายจัดการ ผู้บริหาร หรือ บุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของบริษัทมาให้ความเห็นเข้าร่วมประชุม หรือให้ข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณา
8. กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารต้องประชุมร่วมกัน โดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วม อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ
9. ให้เลขานุการบริษัทหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายทำหน้าที่จดบันทึกการประชุม

การแยกตำแหน่งประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัทกำหนดให้ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารเลือกตั้งมาจากกรรมการบริษัท และเป็นคนละบุคคลกันเสมอ โดยมีการแบ่งแยกหน้าที่ด้านนโยบาย การติดตามประเมินผล และการบริหารงานออกจากกัน ประธานกรรมการมีภาวะผู้นำและบทบาทหลักในการดูแลให้การทำหน้าที่ของคณะกรรมการเป็นอิสระจากฝ่ายผู้บริหาร กำหนดระเบียบวาระการประชุมตามหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ทำหน้าที่ประธานในที่ประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการสนับสนุนและผลักดันให้กรรมการทุกคนมีส่วนร่วมในการประชุม

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัทที่ได้รับการแต่งตั้งโดยคณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่รับผิดชอบบริหารและจัดการบริษัทให้มีการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่กำหนดไว้ โดยมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ภายใต้กฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนมติคณะกรรมการและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารอาจจะไปดำรงตำแหน่งกรรมการที่บริษัทอื่นได้ แต่ต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท และกิจการนั้นต้องไม่เป็นธุรกิจประเภทเดียวกัน หรือเป็นการแข่งขันกับธุรกิจของบริษัท โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทก่อนไปดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่น

ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน จากนั้นจึงนำเสนอผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาเห็นชอบ โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงานของตนเองและรับทราบเป้าหมายที่ได้รับอนุมัติในแต่ละปี

ตารางความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน (Skill Matrix) ของคณะกรรมการบริษัท ประจำปี 2565

ลำดับ	ชื่อ-สกุล				คณะกรรมการ			คระอนุกรรมการ			ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน								
	ชื่อ-สกุล		อายุ	เพศ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	กรรมการอิสระ	กรรมการตรวจสอบ	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	การบริหารจัดการ	การวางแผนกลยุทธ์	ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจของบริษัท	บัญชีและการเงิน	กฎหมาย	การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	การบริหารองค์กรและทรัพยากรมนุษย์	การกำกับดูแลกิจการที่ดี	ธุรกิจระหว่างประเทศ
1	นายสุทธิเกียรติ	จิราธิวัฒน์	M	80	C						/	/	/						/
2	นายสุทธิศักดิ์	จิราธิวัฒน์	M	77	/						/			/		/	/	/	
3	นายสุทธิธรรม	จิราธิวัฒน์	M	75	/				/	/	/	/	/			/	/	/	/
4	นางจินตนา	บุญรัตน์	F	70	/						/	/		/		/	/	/	
5	นางสิริเกศ	จิรกิติ	F	66	/						/	/					/	/	
6	นายปริญญ์	จิราธิวัฒน์	M	60	/				/	/	/	/	/	/		/		/	/
7	นางสุพัตรา	จิราธิวัฒน์	F	65		/					/	/	/			/	/	/	/
8	นางสาวโสภาวดี	เลิศมนัสชัย	F	69	/		/	C						/			/	/	
9	นายนรชิต	สิงหเสนี	M	68	/		/	/	C	C		/			/		/		
10	นายชัยวัฒน์	ทองคำคูณ	M	63	/		/	/	/			/					/	/	
11	นายเกริด	เคิร์ก สตีป	M	79	/		/				/	/	/			/	/		/
12	นายธีระยุทธ	จิราธิวัฒน์	M	57		/				/	/	/	/				/	/	/

หมายเหตุ: C = Chairman หมายถึง ประธาน / = Member หมายถึง กรรมการ

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการชุดย่อยประกอบด้วยคณะกรรมการทั้งหมด 3 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล

คณะกรรมการตรวจสอบ

รายชื่อและตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ

1.	นางสาวโสภาวดี	เลิศมนัสชัย	ประธานกรรมการตรวจสอบ
2.	นายนรชิต	สิงหเสนี	กรรมการตรวจสอบ
3.	นายชัยวัฒน์	ทองคำคูณ(*)	กรรมการตรวจสอบ

(*) ในระหว่างปี 2565 นายพิสิฐ กุศลาไสยานนท์ ได้ขอลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัท โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 เป็นต้นไป ทำให้สิ้นสุดการเป็นกรรมการตรวจสอบด้วย ซึ่งต่อมาคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติแต่งตั้ง นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณเป็นกรรมการตรวจสอบแทน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 10 พฤศจิกายน 2565

หน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ

1. คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่และความรับผิดชอบในภารกิจตามที่ได้รับมอบหมาย จากคณะกรรมการบริษัท โดยปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ขอบเขตของกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ สอบทานให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิผลโดยสอบทานร่วมกับผู้สอบบัญชีและผู้ตรวจสอบภายใน สอบทานหลักฐานการไต่สวนภายในเมื่อมีข้อสงสัยหรือสันนิษฐานว่าอาจมีการทุจริตหรือมีสิ่งผิดปกติ หรือมีความบกพร่องสำคัญในระบบการควบคุมภายใน และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาต่อไป และคณะกรรมการตรวจสอบยังมีหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นชอบในการคัดเลือก เสนอแต่งตั้งและเสนอเลิกจ้าง บุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระ เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท และเสนอค่าตอบแทนของบุคคลดังกล่าว รวมทั้งเข้าประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
2. คณะกรรมการตรวจสอบประกอบด้วยกรรมการอิสระอย่างน้อย 3 คน หรือตามจำนวนที่กำหนดโดยประกาศของคณะกรรมการ ก.ล.ต. ประกอบด้วยประธานคณะกรรมการและกรรมการตรวจสอบ โดยทั้งหมดต้องมีคุณสมบัติเป็นกรรมการที่เป็นอิสระ สามารถใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายด้วยความเป็นอิสระ เที่ยงธรรม และมีคุณสมบัติตามที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการ ก.ล.ต. กรรมการตรวจสอบต้องมีความรู้และประสบการณ์เพียงพอที่จะทำหน้าที่ในฐานะกรรมการตรวจสอบ ทั้งนี้ต้องมีกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน ที่มีความรู้และประสบการณ์เพียงพอที่สามารถทำหน้าที่สอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้
3. ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ ต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง จึงจะครบองค์ประชุม
4. กรรมการตรวจสอบมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละไม่เกิน 3 ปี หรือมีวาระเท่ากับจำนวนที่ยังคงมีอยู่ในคณะกรรมการบริษัท กรรมการที่พ้นตำแหน่งตามวาระมีสิทธิได้รับเลือกกลับเข้ามาใหม่ได้ ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากการออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้กรรมการตรวจสอบมีจำนวนครบตามที่กำหนด โดยบุคคลที่รับตำแหน่งแทนนั้นจะดำรงตำแหน่งเท่าวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการที่ตนมาที่รับตำแหน่งแทน
5. ให้ผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายในของบริษัทเป็นเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ มีหน้าที่เตรียมและจัดการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ตลอดจนประสานงานให้มีการรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่เข้าร่วมประชุมแต่ไม่มีสิทธิออกเสียงในคณะกรรมการตรวจสอบ และชอบที่จะเสนอผู้ช่วยได้
6. คณะกรรมการตรวจสอบกำหนดให้มีการประชุมอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง เพื่อพิจารณางบการเงิน การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์และกฎหมายบริษัทมหาชน การเรียกประชุมให้ทำเป็นหนังสือเชิญประชุมไปยังกรรมการตรวจสอบไม่น้อยกว่า 5 วัน ก่อนวันประชุม โดยกำหนดวันประชุมไว้ล่วงหน้าตลอดทั้งปี กรรมการตรวจสอบทุกท่านจะต้องเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการตรวจสอบไม่ต่ำกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนครั้งที่มีการประชุมในปีนั้นๆ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

- คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนต้องประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่า 3 คน โดยมีกรรมการอิสระไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของกรรมการทั้งหมด และในการประชุมแต่ละครั้งต้องมีกรรมการเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด และต้องมีกรรมการอิสระเข้าร่วมประชุมอย่างน้อย 1 คน จึงจะครบองค์ประชุม
- คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี แต่วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการแต่ละคนนั้นจะอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของการดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท โดยจะต้องได้รับการคัดเลือกและแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท กรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งใหม่ได้
- คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนต้องจัดให้มีการประชุมตามความจำเป็นและสมควรแก่หน้าที่รับผิดชอบตามข้อบังคับเกี่ยวกับคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะต้องแจ้งกำหนดการประชุมไว้ล่วงหน้า รวมถึงจัดส่งวาระการประชุม และเอกสารประกอบการประชุมให้ล่วงหน้าในเวลาอันสมควร เพื่อให้กรรมการได้พิจารณาเอกสารก่อนถึงวันประชุมพร้อมทั้งเสนอและรายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อทราบภายหลังจากมีการประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนในแต่ละครั้ง

รายชื่อและตำแหน่งของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

1.	นายนรชิต	สิงหเสนี	ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
2.	นายสุทธิธรรม	จิราธิวัฒน์	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
3.	นายปริญญ์	จิราธิวัฒน์	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
4.	นายชัยวัฒน์	ทองคำคูณ(*)	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

(*) ในระหว่างปี 2565 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติแต่งตั้งให้ นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณ ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบและกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน แทนนายพิสิฐ กุศลาไสยานนท์ ซึ่งได้ลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัท โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 10 พฤศจิกายน 2565

หน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการสรรหา

1. เสนอนโยบายการคัดเลือกและสรรหากรรมการ โดยต้องมีวิธีการและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนเป็นธรรมและสมเหตุสมผล เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา แล้วจึงเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ
2. เสนอนโยบายการคัดเลือกและสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยต้องมีวิธีการหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน เป็นธรรมและสมเหตุสมผล เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ
3. ทบทวนและนำเสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการบริษัทในเรื่องเกี่ยวกับนโยบายและกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคล ซึ่งควรสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
4. สรรหาคัดเลือกและเสนอชื่อบุคคลที่ทรงคุณวุฒิ มีคุณธรรม จริยธรรมและคุณสมบัติเหมาะสมที่สมควรได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการและหรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร แล้วแต่กรณี
5. ทบทวนสัดส่วน จำนวน และประสบการณ์ของกรรมการบริษัท รวมถึงให้ข้อเสนอแนะในการสรรหากรรมการแทนตำแหน่งที่ว่างลง
6. ดูแลให้มีแผนสืบแทนตำแหน่งที่เฉพาะเจาะจงของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
7. วางข้อกำหนดต่างๆในสัญญาจ้างประธานเจ้าหน้าที่บริหารรวมทั้งประเมินผลงานและเสนอแนะผู้สืบแทนตำแหน่ง

หน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทน

1. กำหนดนโยบายและรูปแบบการให้ผลประโยชน์ตอบแทนกรรมการ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยต้องมีวิธีการและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนเป็นธรรมและสมเหตุผล เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัท พิจารณา แล้วจึงเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ
2. กำหนดนโยบายและรูปแบบการให้ผลประโยชน์ตอบแทนประธานเจ้าหน้าที่บริหารให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยต้องมีวิธีการและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน เป็นธรรมและสมเหตุสมผลเพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ
3. เสนอแนะแนวทางและวิธีการจ่ายค่าตอบแทนทั้งที่เป็นตัวเงินหรือค่าตอบแทนรูปแบบอื่นให้แก่คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดอื่นที่คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้ง รวมถึงประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท
4. พิจารณาและทบทวนโครงสร้างและระบบการจ่ายค่าตอบแทนและอัตราค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด ณ ปัจจุบันและเหมาะสมกับผลการดำเนินงานของบริษัทและผลการปฏิบัติงานของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร แล้วแต่กรณี
5. ดูแลปรับปรุงให้กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อบริษัท
6. กำหนดวิธีการประเมินผลงานของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อพิจารณาปรับค่าตอบแทนประจำปี โดยคำนึงถึงหน้าที่ ความรับผิดชอบและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องรวมถึงการให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้นในระยะยาว
7. พิจารณากำหนดค่าตอบแทนประจำปีแก่กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารเพื่อเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล

รายชื่อและตำแหน่งของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล

1.	นายนรชิต สิงหเสนี	ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล
2.	นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์	กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล
3.	นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์	กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล
4.	นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์	กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล
5.	นายณัฐ วงศ์พานิช	กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแลระดับองค์กร

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแลระดับองค์กรซึ่งผ่านการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท โดยประกอบด้วยกรรมการอิสระ และกรรมการที่เป็นตัวแทนจากฝ่ายบริหาร โดยมีประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ และมีการประชุมอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง ทั้งนี้ กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี เมื่อครบกำหนดออกตามวาระ อาจได้รับการเสนอชื่อและแต่งตั้งเข้ามาใหม่ได้ โดยการอนุมัติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยมีหน้าที่ดังนี้

ด้านการบริหารความเสี่ยง

1. มีหน้าที่พิจารณานโยบาย กลยุทธ์ โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงและดำเนินการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าแผนกลยุทธ์ที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่บริษัทยอมรับได้ และเป็นไปตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย
2. ให้การสนับสนุนการบริหารงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงระดับปฏิบัติการ
3. มีการติดตามและประเมินผลถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการความเสี่ยงโดยรวม
4. เข้าใจและสามารถประเมินความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ต่อองค์กรและสามารถทำให้มั่นใจได้ว่าความเสี่ยงเหล่านั้นได้รับการจัดการกับความเสี่ยงนั้น ๆ จนถึงระดับที่บริษัทยอมรับได้
5. ให้คำแนะนำและให้ความเห็นชอบในการบริหารความเสี่ยงขององค์กร

ด้านการกำกับดูแล

กำหนดและทบทวนนโยบาย ข้อกำหนด และวิธีการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประชุมติดตามความคืบหน้าของแผนงานบรรษัทภิบาล รวมทั้งให้ข้อแนะนำและการสนับสนุนที่จำเป็นแก่คณะทำงานบรรษัทภิบาล ตรวจประเมินภายในด้วยเกณฑ์บรรษัทภิบาล เพื่อกำหนดประเด็นที่ควรปรับปรุง เป็นตัวแทนบริษัทในการสื่อสารและการดำเนินกิจกรรมด้านบรรษัทภิบาลทั้งกับผู้บริหาร พนักงานและหน่วยงานภายนอก

ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติและเป้าหมายการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทครอบคลุม การดำเนินด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ ติดตามผลการดำเนินงานเพื่อให้มั่นใจว่าดำเนินการตามทิศทาง นโยบาย กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างครบถ้วนผ่านช่องทางที่เหมาะสม

คณะกรรมการได้จัดให้มีมาตรการเพื่อดูแลอย่างรอบคอบเมื่อมีรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์มีการกำหนดนโยบายและขั้นตอนการอนุมัติรายการที่เกี่ยวโยงไว้อย่างชัดเจนและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะสอบทานและให้ความเห็นต่อการทำรายการระหว่างกันที่มีนัยสำคัญซึ่งไม่อยู่ในอำนาจการพิจารณาของคณะกรรมการจัดการและคณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาความเหมาะสมอย่างรอบคอบ คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทเป็นสำคัญ ซึ่งคณะกรรมการคนใดที่ที่มีส่วนได้เสียจะไม่เข้าร่วมประชุมและงดออกเสียงในการพิจารณาวาระดังกล่าว

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ผู้บริหารของบริษัทมีจำนวน 7 ท่าน ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อผู้บริหาร		ตำแหน่ง
1	นาย ธีระยุทธ	จิราธิวัฒน์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2	นาง สุพัตรา	จิราธิวัฒน์	รองประธานบริหารอาวุโสฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์
3	นาย ธีระเกียรติ	จิราธิวัฒน์	รองประธานบริหารฝ่ายจัดซื้อระดับทั่วโลก
4	นาย กันย์	ศรีสมพงษ์	ประธานเจ้าหน้าที่การเงินและรองประธานฝ่ายการเงินและบริหาร
5	นาง ศิริวรรณ	หวังธำรง	รองประธานบริหารฝ่ายทรัพยากรบุคคล
6	นาย เดวิด	โรเบิร์ต กู๊ด	รองประธานบริหารฝ่ายปฏิบัติการโรงแรม
7	นาย แอนดรูว์	เฟรเดอริค แลงสตั้น	รองประธานอาวุโสฝ่ายพัฒนาธุรกิจ

ค่าตอบแทนกรรมการ และผู้บริหารบริษัท

บริษัทได้มีนโยบายในการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการอย่างเป็นธรรมและสมเหตุสมผล โดยต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการ ผลการดำเนินงานของบริษัท และได้มีการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน ค่าตอบแทนรวมที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2565 มีวงเงินไม่เกิน 10,000,000 บาท มีรายละเอียดดังนี้

ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

ประเภทค่าตอบแทน	จำนวน (บาท)
1. ค่าตอบแทนประจำไตรมาส (บาท/ไตรมาส)	
• ประธานกรรมการ	100,000
• ประธานกรรมการตรวจสอบ	70,000
• กรรมการ	60,000
2. ค่าเบี้ยประชุมกรรมการบริษัท (บาท/ครั้ง)	
• ประธานกรรมการ	35,000
• กรรมการ	30,000
3. ค่าเบี้ยประชุมกรรมการตรวจสอบ (บาท/ครั้ง)	
• ประธานกรรมการ	40,000
• กรรมการ	30,000
4. ค่าเบี้ยประชุมกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (บาท/ครั้ง)	
• ประธานกรรมการ	35,000
• กรรมการ	30,000
5. ค่าเบี้ยประชุมกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล (บาท/ครั้ง)	
• ประธานกรรมการ	35,000
• กรรมการ	30,000

ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน (1/2)

ค่าตอบแทนกรรมการ: ค่าตอบแทนรวมของคณะกรรมการที่ได้รับจากบริษัท ในฐานะกรรมการบริษัท กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน สำหรับกรรมการ 14 ท่าน รวมทั้งสิ้น 6,215,000 บาท ทั้งนี้ รายละเอียดการเข้าร่วมประชุมและค่าตอบแทนกรรมการปี 2565 มีดังนี้

รายชื่อกรรมการ		ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)				ค่าตอบแทน (บาท/ปี)
			คณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล	
1 นายสุทธิเกียรติ	จิราธิวัฒน์	ประธานกรรมการ	4/4				540,000
2 นายสุทธิชัย	จิราธิวัฒน์[1]	รองประธานกรรมการ	2/2				180,000
3 นางสาวโสภาวดี	เลิศมนัสชัย	กรรมการอิสระ	4/4				400,000
		ประธานกรรมการตรวจสอบ		8/8			320,000
4 นายนรชิต	สิงหเสนี	กรรมการอิสระ	4/4				360,000
		กรรมการตรวจสอบ		8/8			240,000
		ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน			3/3		105,000
		ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล				4/4	140,000
5 นายพิสิฐ	กุศลาไสยานนท์[3]	กรรมการอิสระ	3/3				270,000
		กรรมการตรวจสอบ		5/6			150,000
		กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน			2/2		60,000
6 นางสุพัตรา	จิราธิวัฒน์[2]	กรรมการ	2/2				150,000
		รองประธานอาวุโสฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์					
7 นายชัยวัฒน์	ทองคำคูณ	กรรมการอิสระ	4/4				360,000
		กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน			-		-
		กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล				-	-

ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน (1/2)

ค่าตอบแทนกรรมการ: ค่าตอบแทนรวมของคณะกรรมการที่ได้รับจากบริษัท ในฐานะกรรมการบริษัท กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน สำหรับกรรมการ 14 ท่าน รวมทั้งสิ้น 6,215,000 บาท ทั้งนี้ รายละเอียดการเข้าร่วมประชุมและค่าตอบแทนกรรมการปี 2565 มีดังนี้

รายชื่อกรรมการ			ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)				ค่าตอบแทน (บาท/ปี)
				คณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล	
8	นายเกริด	เคิร์ก สตีป	กรรมการอิสระ	4/4				360,000
9	นายสุทธิศักดิ์	จิราธิวัฒน์	กรรมการ	4/4				360,000
10	นายสุทธิธรรม	จิราธิวัฒน์	กรรมการ	4/4				360,000
			กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน			3/3		90,000
			กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล				4/4	120,000
11	นายปริญญ์	จิราธิวัฒน์	กรรมการ	4/4				360,000
			กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน			3/3		90,000
			กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล				4/4	120,000
12	นางจินตนา	บุญรัตน์	กรรมการ	4/4				360,000
13	นางสิริเกศ	จิรกิติ	กรรมการ	4/4				360,000
14	นายธีระยุทธ	จิราธิวัฒน์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	4/4				240,000
			กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล				4/4	120,000
			รวมค่าตอบแทนทั้งสิ้น					6,215,000

หมายเหตุ

[1]นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์ ลาออกจากการเป็นรองประธานกรรมการ และกรรมการบริษัท และได้รับการแต่งตั้งให้เข้าดำรงตำแหน่งประธานกรรมการกิตติมศักดิ์ เนื่องด้วยเป็นบุคคลผู้ทรงคุณวุฒิ และมีประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทฯ โดยมีผลวันที่ 13 พฤษภาคม 2565

[2]นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์ ได้รับการแต่งตั้งให้เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท แทนนายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์ โดยมีผลวันที่ 13 พฤษภาคม 2565

[3]นายพิสิฐ กุศลาไสยานนท์ ลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัท กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565

*ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กรรมการบริษัทฯ มีทั้งหมด 12 ท่าน

โบนัส: บริษัทจะจ่ายเงินโบนัสกรรมการโดยให้คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้พิจารณากำหนดเงื่อนไข รายละเอียด รูปแบบ และอัตราการจ่ายโบนัสตามความเหมาะสม ทั้งนี้ เงินโบนัสจะจ่ายให้แก่กรรมการตามผลการปฏิบัติงานและการมีส่วนร่วมในการประชุม ซึ่งบริษัทจะจัดสรรจากงบประมาณค่าตอบแทนที่คงเหลืออยู่ ณ สิ้นปีให้กับกรรมการแต่ละคนโดยพิจารณาจากผลประกอบการของบริษัท ผลการปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมในการประชุมของกรรมการ โดยกรรมการที่เป็นผู้บริหารของบริษัท (Executive Director) จะไม่ได้รับเงินโบนัสกรรมการ

เบี้ยเลี้ยงรับรองพิเศษ:

นอกจากค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน บริษัทได้ให้เบี้ยเลี้ยงรับรองพิเศษในการมาใช้บริการที่ห้องอาหารของโรงแรม แก่กรรมการบริษัทท่านละ 80,000 บาท โดยในปี 2565 ค่าเบี้ยเลี้ยงรับรองที่กรรมการทุกท่านใช้ไปจริงมีจำนวน 655,854 บาท

ค่าตอบแทนผู้บริหาร:

บริษัทพิจารณาจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหารโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและเหมาะสมตามหน้าที่รับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และพิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราค่าตอบแทนของบริษัทอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียง

นอกจากนี้ ยังพิจารณาผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคน ตามเป้าหมายของงานที่รับผิดชอบโดยมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจและแผนกลยุทธ์ประจำปีของบริษัทฯ เพื่อเป็นแรงผลักดันให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารสร้างความมั่นคงและเติบโตให้แก่องค์กรในระยะยาว โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ค่าตอบแทนประธานเจ้าหน้าที่บริหาร: คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริษัท พิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลการประเมินดังกล่าวมาประกอบการพิจารณากำหนดค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
- ค่าตอบแทนผู้บริหารระดับสูง: ประธานเจ้าหน้าที่บริหารพิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับสูงเป็นรายบุคคลเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลประเมินดังกล่าวมาพิจารณากำหนดค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงในรูปแบบของเงินเดือนและโบนัส

ค่าตอบแทนผู้บริหาร 7 รายในปี 2565 ซึ่งได้รับเป็นเงินเดือน โบนัส และผลประโยชน์อื่นๆ เป็นเงินทั้งสิ้น 49,473,644 บาท แบ่งเป็นดังนี้

	ค่าตอบแทน (บาท) ปี 2565
เงินเดือน	45,382,680
ผลประโยชน์อื่น	4,090,964
รวม	49,473,644

1. ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน

ค่าตอบแทนและจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงานของบริษัท และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีรายละเอียดดังนี้

บริษัท	จำนวนพนักงาน (คน)	
	ณ 31 ธ.ค. 64	ณ 31 ธ.ค. 65
บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)		
ฝ่ายบริหาร	21	19
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	6	9
ฝ่ายออกแบบและเทคนิค	14	17
ฝ่ายขายและการตลาด	93	96
ฝ่ายปฏิบัติการโรงแรม	281	362
ฝ่ายจัดซื้อระดับทั่วโลก	9	10
ฝ่ายการเงินและการบัญชี	65	57
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	35	34
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล	14	18
ฝ่ายกิจการและกฎหมายสัมพันธ์	7	10
ฝ่ายตรวจสอบภายใน	10	8
รวม	555	640
จำนวนพนักงานบริษัทย่อย	9,748	14,367
รวม	10,303	15,007

หมายเหตุ: จำนวนพนักงานของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งคือ บจ. เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป ใช้จำนวน พนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวเฉลี่ย (Full-time Equivalent) รวมกัน

2. ค่าตอบแทนของพนักงาน

บริษัทกำหนดนโยบายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรมให้กับพนักงาน โดยกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทน อาทิ เงินเดือน โบนัส และเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ตามนโยบายบริษัทที่กำหนดไว้ในคู่มือ จรรยาบรรณและหลักการกำกับดูแลกิจการ ในหัวข้อ "นโยบายการปฏิบัติต่อพนักงาน.

ในปี 2565 ผลตอบแทนของพนักงานบริษัทและบริษัทย่อย ประกอบด้วย เงินเดือน โบนัส เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และอื่นๆ เป็นจำนวนเงินรวม 4,373 ล้านบาท สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมในรายงานทางการเงิน 2565 หัวข้อ "ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน"

การเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานอย่างมีนัยสำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

ในช่วงปี 2562 – 2564 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งคือ บจ. เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป มีจำนวนพนักงานลดลงทุกปี เนื่องจากบริษัทได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ต้องมีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพเพื่อรักษากระแสเงินสดของบริษัท แต่ในปี 2565 จำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นตามจำนวนสาขาที่เปิดใหม่

	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
จำนวนสาขา	1,064	1,094	1,335	1,566
จำนวนพนักงาน*	10,784	8,851	6,856	11,261

หมายเหตุ: จำนวนพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวเฉลี่ย (Full-time Equivalent) รวมกัน

ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

ในช่วงปี 2563 – 2565 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางด้านแรงงานที่มีสัดส่วนเป็นนัยสำคัญคือเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท

นโยบายการพัฒนาบุคลากร

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ถือเป็นประเด็นหลักสำคัญในการดำเนินงานของบริษัทเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนธุรกิและองค์กรให้ก้าวหน้าเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน "พนักงาน" ที่มีคุณภาพเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงมีนโยบายมุ่งเน้นการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการและระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สนับสนุนและพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อสร้างให้บริษัทก้าวสู่การเป็นองค์กรแห่งความความยั่งยืนโดยมุ่งเน้นเรื่องการสรรหาทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสม (Recruitment and Staffing) สนับสนุนการอบรมและพัฒนาบุคลากร (Training and Development) ให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม การดูแลและบริหารจัดการด้านอัตราจ้างงานให้เหมาะสมกับปริมาณงาน (Payroll Management)การบริหารจัดการด้านประสิทธิภาพของการทำงานตลอดจนการประเมินผลการทำงาน(Appraisals and Performance Management) การบริหารจัดการแก้ปัญหาและลดความขัดแย้ง (Conflict Resolution) และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในองค์กรหรือแรงงานสัมพันธ์ (Employee Relation) บริษัท มียึดหลักในการดูแลพนักงานเสมือนคนในครอบครัว ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรมและเท่าเทียมในการว่าจ้าง การแต่งตั้ง โยกย้ายเลื่อนตำแหน่งโดยพิจารณาบนพื้นฐานของหลักคุณธรรม และหลักปฏิบัติสากลด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อนำศักยภาพของพนักงานมาสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กร

นโยบายค่าตอบแทนพนักงาน

บริษัทมีนโยบายค่าตอบแทนพนักงานที่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

- ปรับหลักเกณฑ์ในการคำนวณค่าบริการ (Service Charge) สำหรับบางสาขา
- ปรับค่าแรงขั้นต่ำและผลกระทบเพื่อให้สอดคล้องตามกฎหมายแรงงานประกาศเมื่อ 19 กันยายน 2565 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565
- ปรับค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือแรงงานตามประกาศกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

เลขานุการบริษัท

บริษัทได้มอบหมายให้เลขานุการบริษัท มีหน้าที่ดำเนินการดังนี้

1. จัดเตรียมและจัดเก็บเอกสารของคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น ซึ่งได้แก่ ทะเบียนกรรมการ หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น รายงานการประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น และรายงานประจำปีของบริษัทรวมถึงงบการเงินรายไตรมาสของบริษัท
2. จัดเก็บรายงานการมีส่วนได้เสียที่รายงานโดยกรรมการและผู้บริหารของบริษัท
3. แนะนำกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและความรับผิดชอบของกรรมการ
4. ดำเนินการอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย จากคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทได้มีมติแต่งตั้งให้ นางภารณี กาลวิโรจน์ ดำรงตำแหน่งเป็นเลขานุการบริษัท ตั้งแต่เดือนวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565 ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมในการดำรงตำแหน่งดังกล่าว

ชื่อ – นามสกุล	• นางภารณี กาลวิโรจน์
ตำแหน่ง	• ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายบัญชีและการเงิน และเลขานุการบริษัท
อายุ	• 52 ปี
การถือหุ้นในบริษัท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	• ของตนเอง : ไม่มี • คู่สมรส/บุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ : ไม่มี
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาโท การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ • ปริญญาตรี การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประสบการณ์	• ปี 2565 – ปัจจุบัน ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายบัญชีและการเงิน และเลขานุการบริษัท บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา • ปี 2564 – 2565 ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายบัญชีและการเงิน และผู้ช่วยเลขานุการบริษัท บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา • ปี 2552 – 2564 ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน และผู้ช่วยเลขานุการบริษัท บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา
การดำรงตำแหน่งกรรมการ / ผู้บริหารในบริษัทจดทะเบียนอื่น	• ไม่มี
การดำรงตำแหน่งกรรมการ / ผู้บริหารในบริษัทอื่น	• ไม่มี
การอบรมที่เกี่ยวข้อง	• Company Secretary Forum 2022 “Challenges of Company Secretary in Building Trust” • CFO Refresher “ ประเด็นด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน(ESG) ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การดำเนินการ การเปิดเผยข้อมูลและรายงานทางการเงิน • หลักสูตรพื้นฐานสำหรับผู้ปฏิบัติงานเลขานุการกรรมการบริษัท (FPCS) รุ่นที่ 20 โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย

บริษัทมอบหมายให้ นายภักดี อ่อนนิภา ดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายใน เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของหน่วยงานทางการที่กำกับดูแลการประกอบธุรกิจของบริษัท โดยสำนักงานตรวจสอบภายในมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 9 คน

ประวัติและคุณสมบัติของผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายใน มีดังนี้

ชื่อ – นามสกุล	• นายภักดี อ่อนนิภา
ตำแหน่ง	• ผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายใน
อายุ	• 55 ปี
คุณวุฒิทางการศึกษาและประวัติการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้อง	• บริหารธุรกิจบัณฑิต(การบัญชี) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยรามคำแหง • Risk Based Audit, Operational Auditing, Remote Auditing, The role of IT auditor with PDPA, Risk management in crisis situations, Agile Auditing (by IIAT) • IT Auditing, Fraud risk and control in the new normal age, Anti-Money Laundering Act (by FAP) • Shadow IT, Internal audit management in the new normal (by SET) • Personal Data Protection Act, Computer – Related Crime Act (by TLCA) • Fraud & cyber security insight (by KPMG) • Fraud Auditing (by P&D Training) • Fraud Prevention for Management, Tax Strategies & Tax Planning for Hotel Business (by Dharmniti)
ประสบการณ์	• ปี 2540 – ปัจจุบัน ผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายใน บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา • ปี 2538 – 2540 ผู้จัดการส่วนตรวจสอบ บจก.ภัทรประสิทธิ์โฮลดิ้ง • ปี 2535 – 2538 ผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบ บมจ.อุตสาหกรรมอาหาร ส.ขอนแก่น

นักลงทุนสัมพันธ์ และข้อมูลเพื่อการติดต่อ

คณะกรรมการตระหนักดีว่า การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส ทันเวลา และ อย่างเท่าเทียมกัน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนและผู้ถือหุ้นของบริษัท จึงได้จัดให้มีหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations Department) ซึ่งทำหน้าที่ในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัททั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงิน รวมถึงเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ต่อนักวิเคราะห์ นักลงทุน ผู้ถือหุ้น และบุคคลทั่วไป โดยผ่านช่องทางการเผยแพร่ต่าง ๆ เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, สำนักงาน ก.ล.ต.,หนังสือพิมพ์ และข่าวประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์นักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัท (https://investor.centarahotelsresorts.com) โดยมีการปรับปรุงข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ

ตัวอย่างข้อมูลเช่น:

- ข้อมูลบริษัท เช่น ความเป็นมาของบริษัท ลักษณะธุรกิจและผลิตภัณฑ์ วิสัยทัศน์พันธกิจ และโครงสร้างองค์กร
- ข้อมูลทางการเงิน
- ราคาหลักทรัพย์ เครื่องคำนวณการลงทุน
- เอกสารเผยแพร่ เช่น แบบแสดงรายงานประจำปี (แบบ 56-1) รายงานทางการเงิน การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ(Management Discussion & Analysis)
- รายงานความยั่งยืนและเอกสารการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- ห้องข่าว ประกอบด้วยข่าวแจ้งตลาดหลักทรัพย์ ข่าวจากหนังสือพิมพ์ และข่าวแจ้งสื่อมวลชน
- ข้อมูลผู้ถือหุ้น เช่น หนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น รายงานการประชุมผู้ถือหุ้น ประวัติการจ่ายเงินปันผล
- ข้อมูลหุ้นกู้ และข้อมูลการจัดอันดับเครดิต
- ข้อมูลนักวิเคราะห์ และบทวิเคราะห์
- ภาพวี ดี โอ และเอกสารนำเสนอ
- การแจ้งเบาะแส

ทั้งนี้บริษัทมีการนำเสนอผลการดำเนินงาน แผนการดำเนินธุรกิจ เป้าหมายและแผนงานความยั่งยืน และแนวโน้มทางธุรกิจให้แก่นักวิเคราะห์ และนักลงทุนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศผ่านกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ต่างๆ ประกอบด้วย การประชุมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์และนักลงทุนสถาบัน (Analyst meetings, Roadshows) ทั้งแบบพบหน้าและแบบเสมือนจริง (virtual meetings) การเข้าร่วมประชุมสัมมนา, Conference calls และการเข้าร่วมกิจกรรมพบนักลงทุนกับตลาดหลักทรัพย์ (Opportunity days) อย่างไรก็ดี เนื่องจากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัสมีแนวโน้มดีขึ้น กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์จึงมีการผสมผสานระหว่างการประชุมรูปแบบพบหน้ากับการประชุมเสมือนจริงในปี 2565

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดช่วงเวลางดติดต่อสื่อสาร (Silent Period) กับนักเวิคราะห์และนักลงทุนสำหรับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัทรายไตรมาส เป็นเวลา 14 วัน ก่อนวันนำส่งผลการดำเนินงานต่อตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่เป็นธรรมในการเผยแพร่ข้อมูล

สรุปกิจกรรมหลักปี 2565 ดังนี้

	จำนวนครั้ง		จำนวนราย	
กิจกรรม	2021	2022	2021	2022
งานประชุมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์และนักลงทุนสถาบัน (Analyst meetings)	4	4	234	240
การประชุมรูปแบบพบหน้าและเสมือนจริงจัดโดยบริษัทหลักทรัพย์ (Physical and Virtual Meetings hosted by the securities)	24	23	332	215
เข้าพบที่บริษัทและเยี่ยมชมกิจการ (Company and Site Visits)	-	9	-	22
บริษัทจดทะเบียนพบนักลงทุน (Opportunity days)	4	4	617	1,043
E-mails/ Calls	5.8 times/week	5.9 times/week	-	-

ผู้สนใจสามารถติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ เบอร์โทรศัพท์ 66(0) 2769-1234 ต่อ 6640 หรือ อีเมล: ir@chr.co.th

ค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จ่ายค่าตอบแทนการสอบบัญชีให้แก่ สำนักงานสอบบัญชีที่สอบบัญชีสังกัด บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกับผู้สอบบัญชีและสำนักงานสอบบัญชีที่ผู้สอบบัญชีสังกัด มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

	2563	2564	2565
ค่าสอบบัญชี	11,690,009	9,696,524	1,558,000
ค่าบริการอื่น	- 0 -	- 0 -	- 0 -

รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ

การสรรหา พัฒนา และประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ

ในปี 2565 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน พิจารณาสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นกรรมการ เสนอต่อคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เพื่อพิจารณาแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ออกตามวาระประจำปี 2565 โดยบริษัทได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยสามารถเสนอรายชื่อบุคคลเป็นกรรมการบริษัทได้ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 ถึงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 แต่ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาแต่งตั้งเป็นกรรมการ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจึงเสนอให้พิจารณาแต่งตั้งกรรมการที่ออกตามวาระประจำปี 2565 กลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกวาระหนึ่ง ได้แก่

1. นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ ประธานกรรมการ
2. นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์ กรรมการ
3. นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์ กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
4. นายเกริด เคิร์ก สตีป กรรมการอิสระ

การอบรมและสัมมนาของคณะกรรมการ

เลขานุการบริษัทมีส่วนสนับสนุนให้คณะกรรมการได้พัฒนา ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำหน้าที่ในฐานะกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อยอย่างต่อเนื่อง โดยมีการประชาสัมพันธ์และประสานงานเพื่ออำนวยความ สะดวกให้กับกรรมการทุกท่านในการเข้าร่วมการอบรมและสัมมนาหลักสูตรต่างๆ

รายละเอียดการอบรมและสัมมนาของคณะกรรมการในปี 2565 มีดังนี้

รายชื่อกรรมการ	หลักสูตร
นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• หลักสูตรสุดยอดผู้นำวิทยาการประกันภัยนะดับสูง รุ่นที่ 2

ตารางการอบรมและสัมมนาหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ของคณะกรรมการ ดังนี้

ลำดับ	หลักสูตร	นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์	นางสาวโสภาวดี เลิศมนัสชัย	นายนรชิต สิงหเสนี	นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณ	นายเกริด เคิร์ก สตีป	นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์	นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์	นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์	นางจินตนา บุญรัตน์	นางสิริเกศ จิรกิติ	นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์
1	Advanced Audit Committee Program (AACP)									/			
2	Audit Committee Program (ACP)		/							/			
3	Anti-Corruption for Executive Program (ACEP)												
4	Chief Financial Officer (CFO)									/			
5	Corporate Governance for Capital Market Intermediations Program (CGI)									/			
6	Director Accreditation Program (DAP)	/	/					/		/			
7	Director Certification Program (DCP)							/	/	/	/	/	/
8	Monitoring the Internal Audit Function (MIA)									/			
9	Monitoring the System of Internal Control and Risk Management (MIR)									/			
1	Monitoring Fraud Risk Management (MFM)									/			
11	Monitoring the Quality of Financial Reporting (MFR)									/			
12	Role of Chairman Program (RCP)									/	/		
13	Successful Formulation and Execution of Strategy (SFE)		/										
14	Finance for Non-Finance Director (FND)												

การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท

1. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการรายคณะ

หลักเกณฑ์

แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการรายคณะนำแนวทางจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาปรับใช้ให้เหมาะสม กับลักษณะและโครงสร้างของคณะกรรมการ ซึ่งผลการประเมินจะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ และการดำเนินงานเกี่ยวกับคณะกรรมการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลยิ่งขึ้นต่อไป ทั้งนี้ แบบประเมินแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คณะกรรมการประเมินระดับคะแนนความเห็น หรือระดับการดำเนินการใน 5 หัวข้อประเมิน ได้แก่

1. โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ
2. บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
3. การประชุมคณะกรรมการ
4. ความสัมพันธ์กับฝ่ายจัดการ
5. การพัฒนาตนเองของกรรมการและการพัฒนาผู้บริหาร

ส่วนที่ 2 คณะกรรมการให้ความเห็น ข้อเสนอแนะ หรือสิ่งที่ ให้ความสนใจเป็นกรณีพิเศษสำหรับการปฏิบัติงานของ คณะกรรมการหรือการดำเนินงานด้านต่างๆ ของบริษัท

กระบวนการประเมิน

เลขานุการบริษัทจะจัดส่งแบบประเมินให้กรรมการบริษัท ทุกท่านประเมินตนเองในทุกสิ้นปี และเป็นผู้รวบรวม และรายงานสรุปผลต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณารับทราบและหารือกันเป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทได้จัดส่งแบบประเมินทั้งแบบรูปเล่มและในรูปแบบออนไลน์เพื่อความสะดวก

และความปลอดภัยแก่กรรมการภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโรค COVID-19

2. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการรายบุคคล

หลักเกณฑ์

แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการรายบุคคลเป็น เครื่องมือที่ช่วยให้กรรมการได้ทบทวนและพัฒนาการปฏิบัติ หน้าที่ของตนเองให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น โดยมีหัวข้อในการประเมินที่สอดคล้องกับหน้าที่ความ รับผิดชอบที่สำคัญของคณะกรรมการตามกฎหมาย กฎบัตร จรรยาบรรณของกรรมการบริษัท แนวปฏิบัติที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการกำ กับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้

1. จรรยาบรรณและการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ
2. การกำหนดกลยุทธ์ การกำกับดูแลและติดตามการดำเนินงาน
3. ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย

กระบวนการประเมิน

เลขานุการบริษัทจะจัดส่งแบบประเมินให้กรรมการบริษัท ทุกท่านประเมินตนเองในทุกสิ้นปี และเป็นผู้รวบรวม และรายงานสรุปผลต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณารับทราบและหารือกันเป็นประจำทุกปี

3. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการชุดย่อยแต่ละคณะ ซึ่งประกอบด้วย 1) คณะกรรมการตรวจสอบ 2) คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และ 3) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล มีการประเมินตนเองเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลประเมินมาพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ในการสนับสนุนการ ทำงานของคณะกรรมการบริษัทและการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ปี 2565 ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท อยู่ในเกณฑ์ “ดีเลิศ” สรุปได้ดังนี้

การประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท ปี 2565	ผลประเมิน (%)
คณะกรรมการบริษัททั้งคณะ	91.95%
คณะกรรมการบริษัทรายบุคคล	92.44%

การประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

หลักเกณฑ์

แบบประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร แบ่งเป็น 2 หมวด ตามแนวทางการประเมินจากตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย ประกอบด้วย

หมวดที่ 1 การวัดผลการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยหัวข้อการประเมิน 8 หัวข้อ ได้แก่

1. การวางแผนกลยุทธ์
2. ความเป็นผู้นำ
3. การวางแผนและผลปฏิบัติทางการเงิน
4. การบริหารงานด้านการปฏิบัติการ
5. การสืบทอดตำแหน่ง
6. การบริหารงานและความสัมพันธ์กับบุคลากร
7. การสัมพันธ์กับบุคคลภายนอก
8. ความสัมพันธ์กับคณะกรรมการ

หมวดที่ 2 การพัฒนาของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประกอบด้วยจุดแข็งและประเด็นที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ควรได้รับการพัฒนามากยิ่งขึ้น โดยคณะกรรมการบริษัท เป็นผู้ให้ความเห็นเพิ่มเติมในหมวดนี้

กระบวนการประเมิน

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายในการปฏิบัติงาน ของตนเองและรับทราบเป้าหมายที่ได้รับการอนุมัติในแต่ละปี หลังจากนั้นในทุกสิ้นปีเลขานุการบริษัทจะจัดส่งแบบประเมินให้กรรมการบริษัททุกท่านประเมินประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมทั้งจัดส่งแบบประเมินดังกล่าวให้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประเมินตนเองเพื่อนำผลการประเมินมาเปรียบเทียบและเป็นข้อมูลในการพัฒนา ศักยภาพของ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารต่อไป

ทั้งนี้ เลขานุการบริษัทจะเป็นผู้รวบรวมและรายงานสรุปผล ต่อที่ประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริษัทพิจารณากำหนดค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตามลำดับ โดยผลการประเมินประจำปี 2565 คิดเป็นร้อยละ 88.8 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ “ดี”

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการรายบุคคล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 12 ท่าน ดังนี้

รายชื่อกรรมการ			ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม/จำนวนครั้งประชุม
1	นายสุทธิเกียรติ	จิราธิวัฒน์	ประธานกรรมการ	4/4
2	นายสุทธิศักดิ์	จิราธิวัฒน์	กรรมการ	4/4
3	นายสุทธิธรรม	จิราธิวัฒน์	กรรมการ	4/4
			กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	3/3
			กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	4/4
4	นายปริญญ์	จิราธิวัฒน์	กรรมการ	4/4
			กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	3/3
			กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	4/4
5	นายธีระยุทธ	จิราธิวัฒน์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	4/4
			กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	4/4
6	นางสุพัตรา	จิราธิวัฒน์[3]	กรรมการ	2/2
			รองประธานอาวุโสฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์	
7	นางจินตนา	บุญรัตน์	กรรมการ	4/4
8	นางสิริเกศ	จิรกิติ	กรรมการ	4/4
9	นายเกริด	เคิร์ก สตีป	กรรมการอิสระ	4/4
10	นายนรชิต	สิงหเสนี	กรรมการอิสระ	4/4
			กรรมการตรวจสอบ	8/8
			ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	3/3
			ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	4/4
11	นางสาวโสภาวดี	เลิศมนัสชัย	กรรมการอิสระ	4/4
			ประธานกรรมการตรวจสอบ	8/8
12	นายชัยวัฒน์	ทองคำคูณ[5]	กรรมการอิสระ	4/4
			กรรมการตรวจสอบ	
			กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	

ค่าตอบแทนกรรมการประจำปี 2565

	รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	ค่าเบี้ยประชุม ปี 2565	โบนัส[1] ปี 2565
1	นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์	ประธานกรรมการ	540,000	437,500
2	นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์[2]	รองประธานกรรมการ	180,000	-
3	นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์	กรรมการ	360,000	350,000
4	นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์	กรรมการ กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	570,000	350,000
5	นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์	กรรมการ กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	570,000	350,000
6	นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	360,000	350,000
7	นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์[3]	กรรมการ รองประธานอาวุโสฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์	150,000	-
8	นางจินตนา บุญรัตน์	กรรมการ	360,000	350,000
9	นางสิริเกศ จิรกิติ	กรรมการ	360,000	350,000
10	นายเกริด เคิร์ก สตีป	กรรมการอิสระ	360,000	350,000
11	นางสาวโสภาวดี เลิศมนัสชัย	กรรมการอิสระ ประธานกรรมการตรวจสอบ	720,000	402,500
12	นายนรชิต สิงหเสนี	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	845,000	350,000
13	นายพิสิฐ กุศลาไสยานนท์[4]	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	480,000	-
14	นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณ[5]	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	360,000	350,000
		รวม	6,215,000	3,640,000

[1] โบนัสประจำปี 2565 จ่ายให้แก่กรรมการในไตรมาส 1/2566

[2] นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์ ลาออกจากการเป็นรองประธานกรรมการ และกรรมการบริษัท และได้รับการแต่งตั้งให้เข้าดำรงตำแหน่งประธานกรรมการกิตติมศักดิ์ เนื่องด้วยเป็นบุคคลผู้ทรงคุณวุฒิ และมีประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทฯ โดยมีผลวันที่ 13 พฤษภาคม 2565

[3] นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์ ได้รับการแต่งตั้งให้เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท แทนนายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์ ซึ่งได้ลาออกจากการเป็นรองประธานกรรมการ และกรรมการบริษัท โดยมีผลวันที่ 13 พฤษภาคม 2565

[4] นายพิสิฐ กุศลาไสยานนท์ ลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัท กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565

[5] นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณ ได้รับการแต่งตั้งให้เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน แทนนายพิสิฐ กุศลาไสยานนท์ ที่ลาออก โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 10 พฤศจิกายน 2565

*ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กรรมการบริษัทฯ มีทั้งหมด 12 ท่าน

การกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทจะส่งกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทไปเป็นตัวแทนของบริษัทในการกำหนดนโยบายและดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทหลัก และเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมนั้นๆ การส่งตัวแทนไปบริหารเป็นขอบเขตอำนาจของฝ่ายบริหาร เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ เพื่อรักษาประโยชน์สูงสุดของบริษัท และรายงานตรงต่อฝ่ายบริหาร หากเป็นธุรกรรมในเรื่องสำคัญต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อขอการอนุมัติ

บริษัทมีนโยบายเรื่องการเปิดเผยรายการได้มาและจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ การทำรายการเกี่ยวโยงกันระหว่างบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม ครอบคลุมทุกๆบริษัทในกลุ่มตามประกาศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงการกำกับดูแลการบันทึกบัญชีของบริษัทย่อย ให้บริษัทสามารถรวบรวมจัดทำงบการเงินรวมได้ทันตามกำหนดเวลา

การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

1. **การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์**

บริษัทมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต เปิดกว้าง โปร่งใส และเป็นธรรม โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ปฏิบัติดังนี้

- ห้ามประกอบหรือมีส่วนร่วมในธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัท หลีกเลี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวโยงกับตนเองหรือบุคคล/นิติบุคคลที่เกี่ยวข้อง ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท
- คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ดูแลให้บริษัทมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวโยงกัน ตามที่กฎหมายหรือหน่วยงานกำกับดูแลกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด
- ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน รายการนั้นจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ ด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม เปรียบเสมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอก และคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัท
- กรรมการที่มีส่วนได้เสียจะต้องไม่มีส่วนในการพิจารณารายการที่ตนมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ในกรณีที่เป็นรายการที่เกี่ยวโยงกันที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต้องผ่านการสอบทานและให้ความเห็นจากคณะกรรมการตรวจสอบ ก่อนนำเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้น (แล้วแต่กรณี)

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ตรวจสอบกรณีที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น และไม่พบการกระทำใดที่ขัดแย้งกับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ตามที่บริษัทกำหนด

2. **การใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์**

บริษัทมีนโยบายและวิธีการในการดูแลผู้บริหารในการนำข้อมูลภายในของบริษัทไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน เพื่อให้เป็นตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังนี้

- บริษัทได้ให้ความรู้และความเข้าใจแก่ผู้บริหารในระดับต่างๆ เกี่ยวกับภาระหน้าที่ของผู้บริหารในการรายงานการถือหลักทรัพย์ ของตนเอง คู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ตลอดจนรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ของบริษัท ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 59 และบทกำหนดโทษตามมาตรา 275 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งกำหนดให้กรรมการ และผู้บริหารระดับสูงที่ประสงค์จะซื้อขายหลักทรัพย์ ต้องแจ้งต่อคณะกรรมการ, เลขานุการบริษัท หรือผู้ที่คณะกรรมการมอบหมายทราบอย่างน้อย 1 วันล่วงหน้า ก่อนทำการซื้อขาย และมีหน้าที่ต้องรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ภายใน 3 วัน นับแต่วันที่มีการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์
- บริษัทได้กำหนดในข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของพนักงานสำหรับการไม่เปิดเผยหรือใช้ประโยชน์จากข่าวสารใด ๆ ที่เป็นความลับของบริษัท การระมัดระวังรักษาข้อมูลให้เป็นความลับ และการไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ในบริษัทหรือข้อมูลที่ได้รับระหว่างการปฏิบัติงานในบริษัทไปแสวงหาผลประโยชน์ในทางมิชอบ โดยบริษัทจะใช้บทลงโทษสูงสุดหากพบว่าผู้บริหารได้ใช้ข้อมูลภายในไปในทางที่จะทำให้บริษัทได้รับความเสื่อมเสียหรือเสียหาย
- บริษัทมีนโยบายห้ามกรรมการและผู้บริหารใช้ข้อมูลภายในที่มีสาระสำคัญของบริษัท ซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชนเพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น ซึ่งรวมถึงการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท โดยกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานซึ่งอยู่ในหน่วยงานที่ทราบข้อมูลภายใน ห้ามทำการซื้อขาย หรือรับโอนหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 1 เดือนก่อนและหลังวันที่ในงบการเงินเผยแพร่สาธารณชน

ในปี 2565 ที่ผ่านมา ฝ่ายเลขานุการบริษัทได้แจ้งเป็นอีเมลล์ ไปยังบุคคลที่เกี่ยวข้องให้ทราบช่วงเวลา Blackout Period ล่วงหน้า และไม่พบว่ากรรมการ ผู้บริหาร หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องมีการซื้อขายหลักทรัพย์ในช่วงที่บริษัทกำหนดให้งดการซื้อขาย

ในปี 2565 กรรมการและผู้บริหารมีการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทรวมทั้งสิ้น 1 ครั้ง และจากการตรวจสอบพบว่ามีการปฏิบัติถูกต้องครบถ้วน นอกจากนี้ บริษัทได้ให้ความรู้และความเข้าใจแก่คณะกรรมการและผู้บริหารทุกท่านถึงความสำคัญและวิธีการรายงานการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์อยู่เสมอเพื่อให้ทุกท่านตระหนักและสามารถรายงานได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

3. **การต่อต้านทุจริตคอรัปชั่น**

เพื่อเป็นการตอกย้ำเจตนารมณ์ของ บริษัทที่มุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นธรรม ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดจนความสำคัญของภาคธุรกิจในการแก้ไขปัญหาคอรัปชั่น ซึ่งเป็นปัญหาเชิงระบบจึงไม่สามารถพึ่งพาองค์กรใดองค์กรหนึ่ง แต่หากต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม ด้วยเหตุผลสำคัญนี้ บริษัทจึงได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต Collective Action Coalition Against Corruption (CAC) ซึ่งมีสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นผู้ขับเคลื่อนโครงการโดยกำหนดหลักเกณฑ์และสอบทานโดยประธานคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อที่บริษัทจะยังคงได้รับการรับรองจากคณะกรรมการ CAC ให้เป็นบริษัทที่มีนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนดและมีพันธกิจที่จะต้องปฏิบัติจริง ทั้งนี้ เพื่อดำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ (Integrity) ในการดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรม และสนับสนุนการแข่งขันทางธุรกิจอย่างเป็นธรรม ตลอดจนความต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาทุจริตคอรัปชั่นของประเทศ

นอกจากนี้บริษัทยังได้เข้าเป็นสมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต(Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption: CAC) ซึ่งเป็นโครงการภายใต้สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หอการค้าไทย หอการค้าต่างชาติ สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สมาคมธนาคารไทย สภาธุรกิจตลาดทุนไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2554 และผ่านการประเมินได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559 และมีการต่ออายุเป็นครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2565 ที่ผ่านมา และจะดำเนินการต่ออายุสมาชิกฯอีกครั้งเมื่อครบกำหนด 3 ปี

(4) การแจ้งเบาะแส (whistleblowing)

การนำส่งข้อมูลหรือข้อร้องเรียนภายใต้ 'โครงการผู้แจ้งข้อมูลการทุจริต'

บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียต่างๆที่มีความสงสัย ข้อเรียกร้อง หรือพบเห็นพฤติกรรมฝ่าฝืนหรือการกระทำใดๆ ที่ไม่เป็นไปตามนโยบายต่อต้านการทุจริตที่บังคับใช้ รวมถึงมาตรการต่างๆ และแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการทุจริต และจรรยาบรรณทางธุรกิจของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท มีหน้าที่ในการแจ้งอย่างในทางลับ ผ่านทางช่องทางการสื่อสารที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้:

- สำนักเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ
  โทรศัพท์: (02) 769-1234 ต่อ 6658
  อีเมล: whistleblower_centel@chr.co.th
  ไปรษณีย์: คณะกรรมการตรวจสอบ
  บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
  999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

- สำนักเลขานุการบริษัท
  โทรศัพท์: (02) 769-1234 ต่อ 6132
  อีเมล: co.secretary_centel@chr.co.th
  ไปรษณีย์: สำนักเลขานุการบริษัท
  บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
  999/99 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ในปีที่ผ่านมา ไม่มีการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือละเมิดนโยบายการกากับดูแลกิจการของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังได้ให้พนักงานและผู้บริหารทุกท่านเข้าเรียนออนไลน์ในหัวข้อ จรรยาบรรณในการทำงานและการต่อต้านทุจริตคอรัปชั่น เพื่อเป็นการเน้นย้ำถึงความสำคัญของการต่อต้านทุจริตคอรัปชั่น

การควบคุมภายในและรายการที่เกี่ยวโยงกัน

การควบคุมภายใน

บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อแสดงความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอและความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในของบริษัท โดยระบบการควบคุมภายในของบริษัทครอบคลุมตั้งแต่ระดับพนักงานจนถึงระดับบริหาร และมีการกำหนดขอบข่ายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารแต่ละรายไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อป้องกันความเสียหายจากการนำทรัพย์สินของบริษัทไปใช้โดยมิชอบหรือโดยปราศจากอำนาจ

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทมีหน้าที่กำกับดูแลและสอบทานความมีประสิทธิภาพ ความเพียงพอและความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในของบริษัทในด้านต่าง ๆ และหากมีการตรวจพบข้อบกพร่องหรือเหตุการณ์ผิดปกติที่เป็นสาระสำคัญแล้ว จะต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อปรับปรุงและแก้ไขโดยเร็ว

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบทุกท่านเข้าร่วมประชุม คณะกรรมการของบริษัทได้จัดทำแบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัท แล้วสรุปได้ว่า จากการประเมินระบบการควบคุมภายในของบริษัทในด้านต่าง ๆ 5 ส่วน คือ องค์กรและสภาพแวดล้อม การบริหารความเสี่ยง การควบคุมการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหาร ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล และระบบการติดตาม คณะกรรมการบริษัทรับทราบความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบที่สอดคล้องกับความเห็นของผู้สอบบัญชีว่า ระบบการควบคุมภายในของบริษัทมีความเพียงพอและเหมาะสม สามารถป้องกันความเสียหายของทรัพย์สินของบริษัท อันเกิดจากการที่ผู้บริหารนำไปใช้โดยมิชอบหรือโดยปราศจากอำนาจ และที่ผ่านมา บริษัทไม่มีข้อบกพร่องของระบบการควบคุมภายในที่จะมีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีในงบการเงิน

นอกจากนี้ ในส่วนของการควบคุมภายในด้านบัญชีของบริษัท ผู้ตรวจสอบบัญชีของบริษัทได้ศึกษาและประเมินประสิทธิภาพแล้ว ไม่พบข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญของระบบการควบคุมภายในที่จะมีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการแสดงความเห็นต่องบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564

รายการที่เกี่ยวโยงกัน

สรุปรายการที่เกี่ยวโยงกันของบริษัทและบริษัทย่อย กับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทและบริษัทย่อยมีการทำรายการที่เกี่ยวโยงกันกับบริษัทที่เกี่ยวข้องหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งมีลักษณะรายการเป็นปกติและเป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไป และมีการอนุมัติการทำรายการที่เกี่ยวโยงกันตามอำนาจดำเนินการของบริษัท โดยมีรายละเอียดตามแนบ

มาตรการหรือขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน

บริษัทในฐานะที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาตั้งแต่ปี 2533 ได้ตระหนักดีถึงความจำเป็นในการเปิดเผยข้อมูลและการดำเนินการอย่างโปร่งใสในการทำรายการที่เกี่ยวโยงกันมาโดยตลอด ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบได้กำกับดูแลให้มีการทำรายการให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการกำหนดนโยบายการประกอบธุรกิจระหว่างกันที่ชัดเจน มีการพิจารณาราคาและเงื่อนไขให้เป็นไปตามปกติธุรกิจ มีการสรุปรายการที่เกี่ยวโยงกันให้คณะกรรมการตรวจสอบทราบ การขออนุมัติเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด และมีการเปิดเผยสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สำหรับรายการที่เกี่ยวโยงกันที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต บริษัทได้กำหนดให้คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทเป็นผู้พิจารณาและให้ความเห็นต่อรายการดังกล่าว ซึ่งรายการที่เกี่ยวโยงกันในอนาคตขึ้นอยู่กับเหตุผลและความจำเป็นของบริษัท การรับและจ่ายค่าตอบแทนระหว่างกันจะต้องเป็นไปตามราคาตลาด ยุติธรรม และโปร่งใส

นโยบายหรือแนวโน้มการทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน

บริษัทมีนโยบายในการทำธุรกรรมกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เฉพาะในส่วนที่เป็นการประกอบธุรกิจตามปกติของบริษัท โดยให้มีการกำหนดเงื่อนไขต่างๆ ให้เป็นไปตามลักษณะการดำเนินการค้าปกติ และเป็นราคาซึ่งไม่มีความแตกต่างจากบุคคลภายนอก

ที่ประชุมได้กำหนดนโยบายและมาตรการอนุมัติรายการที่เกี่ยวโยงกันโดยให้เป็นไปตามขั้นตอนการอนุมัติตามปกติ แต่กรรมการหรือผู้บริหารจะต้องไม่ทำการอนุมัติรายการที่บริษัทกระทำกับตนเองหรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง หากมีรายการดังกล่าวเกิดขึ้นจะต้องเปิดเผยรายการดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทำการพิจารณา และจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติทำรายการนั้นๆ ซึ่งคณะกรรมการบริษัทจะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ทั้งนี้ หากมีรายการที่เกี่ยวโยงกันของบริษัทเกิดขึ้นกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ มีส่วนได้ส่วนเสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดในอนาคต บริษัทจะได้ให้คณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นและความเหมาะสมของรายการนั้น ในกรณีที่กรรมการตรวจสอบไม่มีความชำนาญในการพิจารณารายการที่เกี่ยวโยงกันที่อาจเกิดขึ้น บริษัทจะให้ผู้เชี่ยวชาญอิสระ หรือผู้สอบบัญชีของบริษัท เป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวโยงกันดังกล่าว เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจของคณะกรรมการตรวจสอบ หรือผู้ถือหุ้นตามแต่กรณี

ในการเปิดเผยรายการที่เกี่ยวโยงกันนั้น บริษัทจะปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีเรื่องการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้อง

บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)			เหตุผลและความจำเป็น
		ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	
1 บริษัท ซูซิเด็น จำกัด					
ความสัมพันธ์ มีบุคคลที่เกี่ยวโยงกัน ถือหุ้นรวมกันเกินกว่าร้อยละ 10	บจ. ซีอาร์จี แมนูแฟคเจอริ่ง ขายสินค้าให้แก่ บจ. ซูซิเด็น โดยคิดค่าสินค้าตามราคาตลาด	0.00	0.10	0.18	ค่าสินค้าเป็นราคายุติธรรมเช่นเดียวกับที่ผู้ขายคิดกับลูกค้าทั่วไป
2 R.M.L Leisure Private Limited					
ความสัมพันธ์ มีบุคคลที่เกี่ยวโยงกันที่มิใช่ บมจ. โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา ถือหุ้นรวมกันเกินกว่าร้อยละ 10	บมจ. โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา และ Centara Maldives Private Limited ได้ให้บริการด้านการบริหารงาน บริการด้านบุคลากรแก่ R.M.L Leisure Private Limited โดยคิดค่าบริหารงานหรือค่าการปันส่วนตามปริมาณงานหรือระยะเวลาการทำงาน เพื่อเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด	14.04	8.42	12.90	อัตราค่าบริหารและค่าบริการที่ตกลงกันเป็นราค ยุติธรรม และสมเหตุสมผล
	บมจ. โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา และนายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ ค้ำประกันเงินกู้ยืมจากธนาคารให้แก่ R.M.L Leisure Private Limited โดยคิดค่าธรรมเนียมในอัตราตลาดเมื่อเทียบเคียงกับค่าธรรมเนียมของธนาคาร	6.79	6.79	8.60	อัตราค่าธรรมเนียมเป็นอัตรายุติธรรมและ สมเหตุสมผล
	บจ. เซ็นทารา อิมพอร์ต-เอ็กซพอร์ต จัดหาสินค้าให้แก่ R.M.L Leisure Private Limited โดยคิดค่าสินค้าตามราคาที่จัดหาบวกค่าดำเนินการตามอัตราตลาดเมื่อเทียบเคียงกับผู้ขายรายอื่น	2.52	0.83	3.20	ค่าสินค้าและค่าดำเนินการเป็นราคายุติธรรม และสมเหตุสมผล
	บจ. เซ็นทาราลอยัลตี้มาร์เก็ตติ้ง (บริษัทย่อย) ให้บริการด้านการตลาดในการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ของโรงแรม ให้แก่ R.M.L Leisure Private Limited โดยคิดราคาในอัตราเดียวกันทั้งกลุ่มกิจการโรงแรม (รวมโรงแรมที่รับจ้างบริหาร)	0.17	0.57	1.07	อัตราค่าธรรมเนียมเป็นอัตรายุติธรรม และสมเหตุสมผล
	บจ. เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ รับบริหาร R.M.L Leisure Private Limited โดยคิดราคาในอัตราตลาดเมื่อเทียบกับโรงแรมที่รับจ้างบริหารในกลุ่มกิจการโรงแรม	13.08	23.54	42.94	อัตราค่าบริหารที่ตกลงกันเป็นอัตรายุติธรรม และสมเหตุสมผล
	บุคคลที่เกี่ยวโยงได้ให้เงินกู้ยืมแก่ R.M.L Leisure Private Limited เพื่อในการดำเนินกิจการ ซึ่งคิดอัตราดอกเบี้ยตามราคาตลาดเมื่อเทียบเคียงกับอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร	1.60	6.00	7.26	อัตราดอกเบี้ยเป็นอัตรายุติธรรมและสมเหตุสมผล
3 Centara Maldives Private Limited					
ความสัมพันธ์ มีบุคคลที่เกี่ยวโยงกันที่มิใช่ บมจ. โรงแรม เซ็นทรัลพลาซา ถือหุ้นรวมกันเกินกว่าร้อยละ 10	บมจ. โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา และ R.M.L Leisure Private Limited ได้ให้บริการด้านการบริหาร บริการด้านบุคลากรแก่ Centara Maldives Private Limited โดยคิดค่าบริหารงานหรือค่าบริการปันส่วนตามปริมาณงานหรือระยะเวลาการทำงาน เพื่อเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด	8.72	13.03	6.18	อัตราค่าบริการที่ตกลงกันเป็นราคายุติธรรม และสมเหตุสมผล
	บจ. เซ็นทารา อิมพอร์ต-เอ็กซพอร์ต จัดหาสินค้าให้แก่ Centara Maldives Private Limited โดยคิดค่าสินค้าตามราคาที่จัดหาบวกค่าดำเนินการตามอัตราตลาดเมื่อเทียบเคียงกับผู้ขายรายอื่น	3.42	0.74	3.80	อัตราค่าธรรมเนียมเป็นอัตรายุติธรรม และสมเหตุสมผล
	บจ. เซ็นทาราลอยัลตี้มาร์เก็ตติ้ง (บริษัทย่อย) ให้บริการด้านการตลาดในการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ของโรงแรม ให้แก่ Centara Maldives Private Limited โดยคิดราคาในอัตราเดียวกันทั้งกลุ่มกิจการโรงแรม (รวมโรงแรมที่รับจ้างบริหาร)	0.16	0.25	1.16	ค่าสินค้าและค่าดำเนินการเป็นราคายุติธรรม และสมเหตุสมผล
	บจ. เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ รับบริหาร Centara Maldives Private Limited โดยคิดราคาในอัตราตลาดเมื่อเทียบกับโรงแรมที่รับจ้างบริหารในกลุ่มกิจการโรงแรม	11.14	36.17	61.23	อัตราค่าบริหารที่ตกลงกันเป็นราคายุติธรรม เช่นเดียวกับผู้ว่าจ้างบริหารโรงแรมรายอื่น

งบการเงิน

รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน

คณะกรรมการบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) เป็นผู้รับผิดชอบต่องบการเงินรวมของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และสารสนเทศทางการเงินที่ปรากฏในรายงานประจำปี ซึ่งงบการเงินดังกล่าวจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน โดยเลือกใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสม และถือปฏิบัติสม่ำเสมอ และได้ใช้ดุลยพินิจอย่างระมัดระวังและประมาณการที่ดีที่สุดในการจัดทำ รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

คณะกรรมการบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการที่เป็นอิสระ เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงิน และประเมินระบบการควบคุมภายในให้มีประสิทธิผล เพื่อให้มีความมั่นใจได้ว่ามีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีถูกต้องครบถ้วนอย่างเพียงพอ ทันเวลา และป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตหรือการดำเนินการที่ผิดปกติอย่างมีสาระสำคัญ ซึ่งความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบปรากฏในรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบแล้ว

คณะกรรมการบริษัทมีความเห็นว่าระบบการควบคุมภายในของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับที่น่าพอใจและสามารถสร้างความเชื่อมั่นอย่างมีเหตุผลต่อความเชื่อถือได้ของงบการเงินรวมของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565

สุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์
ประธานกรรมการ

ธีระยุทธ จิราธิวัฒน์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอต่อผู้ถือหุ้นของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินรวมของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (กลุ่มบริษัท) ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นรวมและงบกระแสเงินสดรวม สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน และหมายเหตุประกอบงบการเงินรวม รวมถึงหมายเหตุสรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ และได้ตรวจสอบงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ด้วยเช่นกัน

ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

เกณฑ์ในการแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าได้กล่าวไว้ในวรรค*ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงิน*ในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากกลุ่มบริษัทตาม*ประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี รวมถึงมาตรฐานเรื่องความเป็นอิสระ* ที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี (ประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงิน และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านจรรยาบรรณอื่นๆตามประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบคือเรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดตามดุลยพินิจเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพของข้าพเจ้าในการตรวจสอบงบการเงินสำหรับงวดปัจจุบัน ข้าพเจ้าได้นำเรื่องเหล่านี้มาพิจารณาในบริบทของการตรวจสอบงบการเงินโดยรวมและในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ทั้งนี้ ข้าพเจ้าไม่ได้แสดงความเห็นแยกต่างหากสำหรับเรื่องเหล่านี้

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบที่ได้กล่าวไว้ในวรรคความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ซึ่งได้รวมความรับผิดชอบที่เกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ด้วย การปฏิบัติงานของข้าพเจ้าได้รวมวิธีการตรวจสอบที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองต่อการประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ผลของวิธีการตรวจสอบของข้าพเจ้า ซึ่งได้รวมวิธีการตรวจสอบสำหรับเรื่องเหล่านี้ด้วย ได้ใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้าต่องบการเงินโดยรวม

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ พร้อมวิธีการตรวจสอบสำหรับแต่ละเรื่องมีดังต่อไปนี้

การรับรู้รายได้

รายได้จากกิจการโรงแรมและจากการขายอาหารและเครื่องดื่มถือเป็นบัญชีที่สำคัญต่องบการเงิน โดยคิดเป็นประมาณร้อยละ 97 ของยอดรายได้รวม กลุ่มบริษัทรับรู้รายได้จากกิจการโรงแรมเมื่อได้ให้บริการ และรับรู้รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่มเมื่อจำหน่าย เนื่องจากรายได้จากกิจการโรงแรมและจากการขายอาหารและเครื่องดื่มมีรายการเกิดขึ้นเป็นประจำทุกวันและจำนวนรายได้ที่บันทึกในบัญชีจะส่งผลโดยตรงต่อผลกำไรขาดทุนประจำปีของกลุ่มบริษัท ประกอบกับกลุ่มบริษัทมีลูกค้าจำนวนมากราย และหลายประเภทซึ่งมีเงื่อนไขและข้อตกลงที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ข้าพเจ้าจึงให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อการรับรู้รายได้จากการประกอบกิจการโรงแรมและจากการขายอาหารและเครื่องดื่ม

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบรายได้โดยประเมินและทดสอบระบบการควบคุมภายในของวงจรรายได้โดยสอบถามผู้รับผิดชอบ ทำความเข้าใจ และเลือกตัวอย่างมาสุ่มทดสอบการปฏิบัติตามการควบคุมที่กลุ่มบริษัทออกแบบไว้ สุ่มตัวอย่างรายการรายได้คู่ค้าที่เกิดขึ้นในระหว่างปีและช่วงใกล้วันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี เพื่อตรวจสอบกับเอกสารประกอบรายการ และสอบทานใบลดหนี้ที่กลุ่มบริษัทออกภายหลังวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี ประกอบกับได้สุ่มตัวอย่างส่งหนังสือยืนยันยอดลูกหนี้ที่คงค้าง ณ วันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี โดยสำหรับหนังสือยืนยันยอดที่ไม่ได้รับการตอบกลับจากลูกหนี้ ข้าพเจ้าได้ใช้วิธีการตรวจสอบอื่น นอกจากนี้ ข้าพเจ้าได้วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลบัญชีรายได้แบบแยกย่อย (Disaggregated data) เพื่อตรวจสอบความผิดปกติที่อาจเกิดขึ้นของรายการรายได้ตลอดรอบระยะเวลาบัญชี โดยเฉพาะรายการบัญชีที่ทำผ่านใบสำคัญทั่วไป

การด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทย่อยและการร่วมค้า รวมถึงเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทย่อยและการร่วมค้า และค่าความนิยม

ข้าพเจ้าให้ความสำคัญเรื่องการพิจารณาการการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทย่อยและการร่วมค้า รวมถึงเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทย่อยและการร่วมค้าและค่าความนิยมที่อาจเกิดขึ้นตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 6, 12, 13, 14 และ 17 และนโยบายการบัญชีข้อ 4.4, 4.9 และ 4.17 เนื่องจากการไม่สามารถทำกำไรให้เป็นไปตามการคาดการณ์ของกิจการบางแห่งในกลุ่มบริษัท ซึ่งอาจส่งผลต่อมูลค่าที่จะได้รับคืนของเงินลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทย่อย และการร่วมค้ารวมถึงเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทย่อยและการร่วมค้า นอกจากนี้กลุ่มบริษัทมีค่าความนิยมจำนวน 360 ล้านบาท ซึ่งเกิดจากการลงทุนทางอ้อมในบริษัทแห่งหนึ่ง กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงของการด้อยค่าของค่าความนิยม เนื่องจากกระแสเงินสดในอนาคตจากธุรกิจอาจไม่เป็นไปตามการคาดการณ์ เนื่องจากการประเมินมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของเงินลงทุน เงินให้กู้ยืมและค่าความนิยมต้องใช้ดุลยพินิจอย่างสูงในการประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตที่กิจการคาดว่าจะได้รับรวมถึงข้อสมมติที่ผู้บริหารใช้ในการประมาณการ ด้วยเหตุนี้ข้าพเจ้าจึงให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทย่อยและการร่วมค้า รวมถึงเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทย่อยและการร่วมค้า และค่าความนิยม

ในการประเมินการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วม มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนนั้นประมาณจากมูลค่าสินทรัพย์สุทธิ โดยมูลค่าของเงินลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เป็นส่วนประกอบหลักของมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของบริษัทร่วม มูลค่าดังกล่าวประเมินโดยผู้ประเมินราคาอิสระซึ่งแต่งตั้งโดยบริษัทร่วม โดยพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันของประมาณการกระแสเงินสดในอนาคต ข้าพเจ้าพิจารณามูลค่าสินทรัพย์สุทธิต่อหน่วยและการประเมินรายงานการประเมินมูลค่าของเงินลงทุนในอสังหาริมทรัพย์สำหรับเงินลงทุนในบริษัทร่วมดังกล่าว โดยข้าพเจ้าประเมินคุณสมบัติ ความสามารถและความเป็นอิสระของผู้ประเมินราคาอิสระ รวมถึงพิจารณาข้อสมมติและวิธีการที่ผู้ประเมินราคาอิสระใช้ในการคำนวณหามูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ ประเมินความเหมาะสมของอัตราคิดลดที่ใช้โดยเปรียบเทียบกับข้อมูลที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมที่เปรียบเทียบได้ และข้าพเจ้าได้พิจารณาถึงความเพียงพอในการเปิดเผยข้อมูลให้เป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

ในการประเมินการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยและการร่วมค้า เงินให้กู้ยืมแก่บริษัทย่อยและการร่วมค้า การประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนใช้วิธีการประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตซึ่งอนุมัติโดยผู้บริหาร และข้อสมมติที่ผู้บริหารใช้ในการประมาณการ ข้าพเจ้าได้ประเมินกระบวนการในการระบุข้อบ่งชี้ของการด้อยค่าและทำความเข้าใจในกระบวนการทดสอบการด้อยค่า ประเมินความเหมาะสมของข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำประมาณการกระแสเงินสด และประเมินความเหมาะสมของข้อสมมติที่ใช้ในการจัดทำแผนโดยเปรียบเทียบข้อสมมติหลักดังกล่าวกับแหล่งข้อมูลภายนอกและภายในของกลุ่มบริษัท รวมถึงการพิจารณาอัตราคิดลดที่ฝ่ายบริหารของบริษัทฯเลือกใช้โดยการวิเคราะห์ต้นทุนทางการเงินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของบริษัทฯและของอุตสาหกรรม นอกจากนี้ข้าพเจ้าได้พิจารณาถึงความเพียงพอในการเปิดเผยข้อมูลให้เป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

ในการประเมินการด้อยค่าของค่าความนิยม ข้าพเจ้าได้ประเมินการกำหนดหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดและแบบจำลองทางการเงินที่ฝ่ายบริหารของบริษัทฯเลือกใช้โดยการทำความเข้าใจกระบวนการพิจารณาของฝ่ายบริหารว่าสอดคล้องตามลักษณะการให้ประโยชน์ของสินทรัพย์หรือไม่ นอกจากนี้ ข้าพเจ้าได้ทำการทดสอบข้อสมมติที่สำคัญที่ใช้ในการประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตจากสินทรัพย์ที่จัดทำโดยฝ่ายบริหารของบริษัทฯ โดยการเปรียบเทียบข้อสมมติดังกล่าวกับแหล่งข้อมูลภายในและภายนอกของบริษัทฯ รวมถึงเปรียบเทียบประมาณการกระแสเงินสดในอดีตกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงเพื่อประเมินการใช้ดุลยพินิจของฝ่ายบริหารในการประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตดังกล่าว และพิจารณาอัตราคิดลดที่ฝ่ายบริหารของบริษัทฯเลือกใช้โดยการวิเคราะห์ต้นทุนทางการเงินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของบริษัทฯและของอุตสาหกรรม เพื่อช่วยประเมินข้อมูลดังกล่าวโดยการเทียบเคียงกับแหล่งข้อมูลภายนอกตามมาตรฐานความรู้และประสบการณ์ในอดีตของผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนทดสอบการคำนวณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์ดังกล่าวตามแบบจำลองทางการเงิน และพิจารณาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงข้อสมมติที่สำคัญต่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนโดยเฉพาะอัตราคิดลดและอัตราการเติบโตของรายได้ในระยะยาว นอกจากนี้ ข้าพเจ้าได้สอบทานการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินการด้อยค่าของค่าความนิยม รวมถึงผลกระทบของประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตจากการเปลี่ยนแปลงข้อสมมติที่สำคัญ

การด้อยค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์สิทธิการใช้ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 16, 18 และ 25 ยอดคงเหลือของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์สิทธิการใช้และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบกิจการมีสาระสำคัญต่องบการเงินของกลุ่มบริษัท หรือคิดเป็นร้อยละ 73 ของสินทรัพย์รวม ข้าพเจ้าจึงให้ความสำคัญในการตรวจสอบและพิจารณาการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าว เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ากลุ่มบริษัทจะไม่แสดงมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์สูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์นั้น การพิจารณาค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวต้องใช้ดุลยพินิจที่สำคัญของฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคตและการประเมินแผนงานในอนาคต รวมถึงการกำหนดอัตราคิดลดและสมมติฐานที่สำคัญ ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงเกี่ยวกับมูลค่าค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์

ข้าพเจ้าได้ประเมินการกำหนดหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดและแบบจำลองทางการเงินที่ฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทเลือกใช้ตามความเหมาะสมของสินทรัพย์แต่ละประเภท โดยการทำความเข้าใจกระบวนการพิจารณาของฝ่ายบริหารว่าสอดคล้องตามลักษณะการให้ประโยชน์ของสินทรัพย์ นอกจากนี้ ข้าพเจ้าได้ทำความเข้าใจและประเมินเรื่องดังต่อไปนี้

- ข้อสมมติที่ใช้ในการจัดทำแผนและคาดการณ์กระแสเงินสดในอนาคตของกลุ่มบริษัท โดยการทำความเข้าใจในกระบวนการที่ทำให้ได้มาซึ่งตัวเลขดังกล่าว เปรียบเทียบข้อสมมติดังกล่าวกับแหล่งข้อมูลภายนอกและภายในของกลุ่มบริษัท และเปรียบเทียบประมาณการกระแสเงินสดในอดีตกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงเพื่อประเมินการใช้ดุลยพินิจของฝ่ายบริหารในการประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตดังกล่าว รวมถึงเปรียบเทียบอัตราการเติบโตระยะยาวของกลุ่มบริษัทกับการคาดการณ์ของภาคเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม
- อัตราคิดลด โดยประเมินต้นทุนถัวเฉลี่ยของเงินทุนและข้อมูลอื่น ๆ กับบริษัทอื่นที่เปรียบเทียบกันได้

ข้าพเจ้าได้พิจารณาขอบเขตและความเป็นไปได้ของการเปลี่ยนแปลงในข้อสมมติที่สำคัญที่อาจเกิดขึ้น (ทั้งข้อสมมติเดี่ยวและข้อสมมติโดยรวมที่จำเป็น) โดยเฉพาะอัตราการเติบโตที่ใช้ในการคาดการณ์กระแสเงินสดโดยการเปรียบเทียบกับภาคเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ข้าพเจ้าได้สอบทานการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ซึ่งรวมถึงข้อมูลที่รวมอยู่ในรายงานประจำปีของกลุ่มบริษัท (แต่ไม่รวมถึงงบการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีที่แสดงอยู่ในรายงานนั้น) ซึ่งคาดว่าจะถูกจัดเตรียมให้กับข้าพเจ้าภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้

ความเห็นของข้าพเจ้าต่องบการเงินไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ข้อสรุปในลักษณะการให้ความเชื่อมั่นในรูปแบบใด ๆ ต่อข้อมูลอื่นนั้น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวเนื่องกับการตรวจสอบงบการเงินคือ การอ่านและพิจารณาว่าข้อมูลอื่นนั้นมีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับงบการเงินหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้าหรือไม่ หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นแสดงขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปีของกลุ่มบริษัทตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว และหากสรุปได้ว่ามีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ข้าพเจ้าจะสื่อสารเรื่องดังกล่าวให้ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลทราบเพื่อให้มีการดำเนินการแก้ไขที่เหมาะสมต่อไป

ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต่องบการเงิน

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำงบการเงิน ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่อง การเปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวกับการดำเนินงานต่อเนื่องในกรณีที่มีเรื่องดังกล่าว และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับกิจการที่ดำเนินงานต่อเนื่องเว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะเลิกกลุ่มบริษัทหรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องอีกต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการกำกับดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของกลุ่มบริษัท

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและถือว่ามีสาระสำคัญเมื่อคาดการณ์อย่างสมเหตุสมผลได้ว่ารายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินจากการใช้งบการเงินเหล่านี้

ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ด้วย

- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติงานตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการแสดงข้อมูล การแสดงข้อมูลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริง หรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน

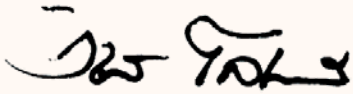
- ทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิผลของการควบคุมภายในของกลุ่มบริษัท
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ผู้บริหารจัดทำ
- สรุปเกี่ยวกับความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับกิจการที่ดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหาร และสรุปจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญที่เกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ หากข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าจะต้องให้ข้อสังเกตไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าถึงการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องในงบการเงิน หรือหากเห็นว่าการเปิดเผยดังกล่าวไม่เพียงพอ ข้าพเจ้าจะแสดงความเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้กลุ่มบริษัทต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่องได้
- ประเมินการนำเสนอ โครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประเมินว่างบการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่
- รวบรวมเอกสารหลักฐานการสอบบัญชีที่เหมาะสมอย่างเพียงพอเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินของกิจการหรือของกิจกรรมทางธุรกิจภายในกลุ่มบริษัทเพื่อแสดงความเห็นต่องบการเงินรวม ข้าพเจ้ารับผิดชอบต่อการกำหนดแนวทาง การควบคุมดูแล และการปฏิบัติงานตรวจสอบกลุ่มบริษัท ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อความเห็นของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบรวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้ให้คำรับรองแก่ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลว่าข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระและได้สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทั้งหมดตลอดจนเรื่องอื่นซึ่งข้าพเจ้าเชื่อว่ามีเหตุผลที่บุคคลภายนอกอาจพิจารณาว่ากระทบต่อความเป็นอิสระ และการดำเนินการเพื่อขจัดอุปสรรคหรือมาตรการป้องกันของข้าพเจ้า (ถ้ามี)

จากเรื่องทั้งหลายที่สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล ข้าพเจ้าได้พิจารณาเรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดในการตรวจสอบงบการเงินในงวดปัจจุบันและกำหนดเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ข้าพเจ้าได้อธิบายเรื่องเหล่านี้ไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชี เว้นแต่กฎหมายหรือข้อบังคับห้ามไม่ให้เปิดเผยเรื่องดังกล่าวต่อสาธารณะ หรือในสถานการณ์ที่ยากที่จะเกิดขึ้น ข้าพเจ้าพิจารณาว่าไม่ควรสื่อสารเรื่องดังกล่าวในรายงานของข้าพเจ้าเพราะการกระทำดังกล่าวสามารถคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่าจะมีผลกระทบในทางลบมากกว่าผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้เสียสาธารณะจะได้จากการสื่อสารดังกล่าว

ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบงานสอบบัญชีและการนำเสนอรายงานฉบับนี้



วิชาติ โลเกศกระวี
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 4451

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
กรุงเทพฯ: 24 กุมภาพันธ์ 2566

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	หมายเหตุ	2565	2564	2565	2564
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	*7*	3,136,630,955	3,354,432,402	867,755,295	273,481,281
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	*6, 8*	1,227,402,976	801,361,551	194,954,988	121,985,867
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	*6*	15,300,000	15,300,000	-	-
เงินปันผลค้างรับจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	*6*	-	-	127,199,815	79,999,884
สินค้าคงเหลือ	*9*	1,023,892,399	747,783,814	22,402,527	21,351,985
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	*10*	653,884,658	500,259,700	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	*11*	257,451,807	313,041,606	27,981,792	32,965,735
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		6,314,562,795	5,732,179,073	1,240,294,417	529,784,752
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	*19*	373,910,493	203,300,517	-	-
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	*12*	486,292,481	500,415,117	480,298,180	491,844,241
เงินลงทุนในบริษัทย่อย	*13*	-	-	5,792,732,404	5,794,332,404
เงินลงทุนในการร่วมค้า	*14*	4,078,593,249	3,420,155,445	-	-
เงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	*6*	-	-	8,362,461,909	8,398,750,133
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	*15*	167,459,968	170,615,144	182,194,445	193,773,929
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	*16*	29,215,223,804	29,875,459,433	6,817,189,859	6,960,141,170
สินทรัพย์สิทธิการใช้	*25*	5,428,373,896	6,637,238,573	1,014,203,209	1,126,042,475
ค่าความนิยม	*17*	360,432,454	360,432,454	-	-
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	*18*	695,915,067	681,743,417	7,757,577	8,832,749
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	*36*	450,682,442	445,738,061	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	*20*	594,145,560	565,265,428	5,722,683	3,407,318
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		41,851,029,414	42,860,363,589	22,662,560,266	22,977,124,419
รวมสินทรัพย์		48,165,592,209	48,592,542,662	23,902,854,683	23,506,909,171

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	หมายเหตุ	2565	2564	2565	2564
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้น					
จากสถาบันการเงิน	*21*	809,035,570	1,964,298,489	460,000,000	1,463,000,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	*6, 22*	3,459,770,394	2,669,309,659	422,686,973	265,205,053
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน					
ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	*23*	4,091,229,985	2,075,902,238	3,697,965,377	1,689,684,028
ส่วนของหุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	*24*	1,090,667,615	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	*6*	8,930,039	5,250,000	300,000,000	156,512,747
เงินกู้ยืมระยะยาวจากกิจการที่เกี่ยวข้องกันที่ถึงกำหนด					
ชำระภายในหนึ่งปี	*6*	-	52,328,547	-	-
ส่วนของหนี้สินทางการเงินจากสัญญาเช่าระยะยาว					
ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	*6*	64,816,127	61,386,628	-	-
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระ					
ภายในหนึ่งปี	*25*	1,259,845,495	1,516,698,088	141,788,035	130,157,261
รายได้รับล่วงหน้ารอการตัดบัญชี					
ที่ถึงกำหนดภายในหนึ่งปี	*6*	39,534,146	38,438,275	54,294,778	52,789,287
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		94,124,244	17,172,975	-	-
หนี้สินทางการเงินหมุนเวียนอื่น		70,427,425	127,936,632	1,427,131	1,599,170
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	*26*	178,657,562	135,403,202	28,044,759	16,036,561
รวมหนี้สินหมุนเวียน		11,167,038,602	9,664,124,733	6,106,207,053	4,774,984,107
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน - สุทธิ					
จากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	*23*	8,102,816,832	8,477,879,354	7,577,218,519	7,569,870,183
หุ้นกู้ - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	*24*	1,190,667,615	2,100,000,000	1,100,000,000	2,100,000,000
เงินกู้ยืมระยะยาวจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	*6*	61,125,054	8,795,800	248,322,142	-
หนี้สินทางการเงินจากสัญญาเช่าระยะยาว - สุทธิ					
จากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	*6*	1,706,129,201	1,756,461,880	-	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิจากส่วนที่					
ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	*25*	4,095,108,927	5,223,845,208	724,225,364	854,145,135
รายได้รับล่วงหน้ารอการตัดบัญชี	*6*	75,980,952	82,052,403	741,623,745	792,777,692
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	*36*	2,406,725,801	2,383,591,278	576,793,892	546,403,794
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	*27*	299,370,798	299,617,173	75,129,383	80,880,964
ประมาณการหนี้สินสำหรับค่ารื้อถอน	*28*	165,921,372	155,236,563	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		3,978,638	9,250,028	4,688,677	10,409,075
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		18,107,825,190	20,496,729,687	11,048,001,722	11,954,486,843
รวมหนี้สิน		29,274,863,792	30,160,854,420	17,154,208,775	16,729,470,950

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	หมายเหตุ	2565	2564	2565	2564
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (ต่อ)					
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุนเรือนหุ้น					
ทุนจดทะเบียน					
หุ้นสามัญ 1,350,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท		1,350,000,000	1,350,000,000	1,350,000,000	1,350,000,000
ทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว					
หุ้นสามัญ 1,350,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท		1,350,000,000	1,350,000,000	1,350,000,000	1,350,000,000
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	*29*	970,000,000	970,000,000	970,000,000	970,000,000
กำไรสะสม					
จัดสรรแล้ว - สำรองตามกฎหมาย	*30*	158,080,000	158,080,000	158,080,000	158,080,000
ยังไม่ได้จัดสรร		6,047,841,835	5,649,760,325	1,521,915,465	1,550,707,778
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น		9,992,212,460	9,948,570,766	2,748,650,443	2,748,650,443
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ		18,518,134,295	18,076,411,091	6,748,645,908	6,777,438,221
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม					
ของบริษัทย่อย		372,594,122	355,277,151	-	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		18,890,728,417	18,431,688,242	6,748,645,908	6,777,438,221
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		48,165,592,209	48,592,542,662	23,902,854,683	23,506,909,171
		-	-	-	-

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

.....

กรรมการ

.....

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	หมายเหตุ	2565	2564	2565	2564
รายได้					
รายได้จากการประกอบกิจการโรงแรม		5,935,130,497	2,069,737,832	1,417,952,226	457,677,122
รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม		11,552,598,957	9,127,232,274	-	-
รายได้เงินปันผล	*6, 12, 13*	-	-	133,687,295	149,209,673
รายได้ค่าเช่า		14,279,196	14,279,196	50,333,333	50,333,333
รายได้อื่น	*31*	534,308,343	317,256,351	235,019,217	91,327,390
รวมรายได้		18,036,316,993	11,528,505,653	1,836,992,071	748,547,518
ค่าใช้จ่าย					
ต้นทุนการประกอบกิจการโรงแรม		4,278,963,688	2,517,086,987	1,143,707,502	709,896,276
ต้นทุนขายอาหารและเครื่องดื่ม		6,214,752,733	5,096,352,048	-	-
ค่าใช้จ่ายในการขาย		584,021,642	449,596,215	111,624,799	50,351,460
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		5,815,859,198	4,625,282,480	495,906,631	1,087,642,272
รวมค่าใช้จ่าย		16,893,597,261	12,688,317,730	1,751,238,932	1,847,890,008
กำไร(ขาดทุน)จากกิจกรรมดำเนินงาน		1,142,719,732	(1,159,812,077)	85,753,139	(1,099,342,490)
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	*12*	28,410,907	29,177,808	-	-
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	*14*	(71,977,169)	(93,261,325)	-	-
รายได้ทางการเงิน	*32*	179,429,841	106,897,734	298,403,547	234,524,852
ต้นทุนทางการเงิน	*33*	(726,302,006)	(717,945,096)	(381,492,312)	(315,618,807)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้		552,281,305	(1,834,942,956)	2,664,374	(1,180,436,445)
รายได้(ค่าใช้จ่าย)ภาษีเงินได้	*36*	(137,849,290)	77,542,635	(31,456,687)	(31,767,131)
กำไร(ขาดทุน)สำหรับปี		414,432,015	(1,757,400,321)	(28,792,313)	(1,212,203,576)

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (ต่อ)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	หมายเหตุ	2565	2564	2565	2564
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:					
รายการที่จะถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง					
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่างบการเงินที่					
เป็นเงินตราต่างประเทศ		44,543,065	312,703,653	-	-
รายการที่จะถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง		44,543,065	312,703,653	-	-
รายการที่จะไม่ถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง					
กำไรจากการตีราคาที่ดิน		-	12,012,828,263	-	3,435,813,054
หัก: ผลกระทบของภาษีเงินได้	*36*	-	(2,402,565,653)	-	(687,162,611)
กำไรจากการตีราคาที่ดิน (สุทธิจากภาษีเงินได้)		-	9,610,262,610	-	2,748,650,443
กำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วย					
มูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น		81,369	36,697	-	-
หัก: ผลกระทบของภาษีเงินได้	*36*	(16,274)	(7,339)	-	-
กำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วย					
มูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น - สุทธิจากภาษีเงินได้		65,095	29,358	-	-
รายการที่จะไม่ถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง					
- สุทธิจากภาษีเงินได้		65,095	9,610,291,968	-	2,748,650,443
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี		44,608,160	9,922,995,621	-	2,748,650,443
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี		459,040,175	8,165,595,300	(28,792,313)	1,536,446,867
การแบ่งปันกำไร(ขาดทุน)					
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ		398,081,510	(1,733,206,887)	(28,792,313)	(1,212,203,576)
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย		16,350,505	(24,193,434)		
		414,432,015	(1,757,400,321)		
การแบ่งปันกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม					
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ		441,723,204	8,153,641,454	(28,792,313)	1,536,446,867
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย		17,316,971	11,953,846		
		459,040,175	8,165,595,300		
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้น	*37*				
กำไร(ขาดทุน)ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ (บาท)		0.29	(1.28)	(0.02)	(0.90)
จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (หุ้น)		1,350,000,000	1,350,000,000	1,350,000,000	1,350,000,000

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม											
	ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่											
					องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น							
					กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น							
			กำไรสะสม									
	ทุนเรือนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว	ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	จัดสรรแล้ว - สำรองตามกฎหมาย	ยังไม่ได้จัดสรร	ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ	ส่วนเกินทุนจากการวัดมูลค่าเงินลงทุนในหลักทรัพย์เผื่อขาย	การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย	ส่วนเกินทุนจากการตีราคาที่ดิน	รวมองค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	รวมส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ	ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	รวมส่วนของผู้ถือหุ้น
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2564	1,350,000,000	970,000,000	158,080,000	7,382,967,212	(82,172,347)	472,772	143,422,000	-	61,722,425	9,922,769,637	312,379,974	10,235,149,611
ขาดทุนสำหรับปี	-	-	-	(1,733,206,887)	-	-	-	-	-	(1,733,206,887)	(24,193,434)	(1,757,400,321)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	-	-	-	-	289,260,296	29,358	-	9,597,558,687	9,886,848,341	9,886,848,341	36,147,280	9,922,995,621
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	(1,733,206,887)	289,260,296	29,358	-	9,597,558,687	289,289,654	(1,443,917,233)	11,953,846	8,165,595,300
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมจากการซื้อเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30,943,331	30,943,331
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564	1,350,000,000	970,000,000	158,080,000	5,649,760,325	207,087,949	502,130	143,422,000	9,597,558,687	9,948,570,766	18,076,411,091	355,277,151	18,431,688,242
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2565	1,350,000,000	970,000,000	158,080,000	5,649,760,325	207,087,949	502,130	143,422,000	9,597,558,687	9,948,570,766	18,076,411,091	355,277,151	18,431,688,242
กำไรสำหรับปี	-	-	-	398,081,510	-	-	-	-	-	398,081,510	16,350,505	414,432,015
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	-	-	-	-	43,576,599	65,095	-		43,641,694	43,641,694	966,466	44,608,160
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	398,081,510	43,576,599	65,095	-	-	43,641,694	441,723,204	17,316,971	459,040,175
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	1,350,000,000	970,000,000	158,080,000	6,047,841,835	250,664,548	567,225	143,422,000	9,597,558,687	9,992,212,460	18,518,134,295	372,594,122	18,890,728,417

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ					
			กำไรสะสม		องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	
	ทุนเรือนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว	ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	จัดสรรแล้ว - สำรองตามกฎหมาย	ยังไม่ได้จัดสรร	ส่วนเกินทุนจากการตีราคาที่ดิน	รวมส่วนของผู้ถือหุ้น
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2564	1,350,000,000	970,000,000	158,080,000	2,762,911,354	-	5,240,991,354
ขาดทุนสำหรับปี	-	-	-	(1,212,203,576)	-	(1,212,203,576)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	-	-	-	-	2,748,650,443	2,748,650,443
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	(1,212,203,576)	2,748,650,443	1,536,446,867
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564	1,350,000,000	970,000,000	158,080,000	1,550,707,778	2,748,650,443	6,777,438,221
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2565	1,350,000,000	970,000,000	158,080,000	1,550,707,778	2,748,650,443	6,777,438,221
ขาดทุนสำหรับปี	-	-	-	(28,792,313)	-	(28,792,313)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	-	-	-	-	-	-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	(28,792,313)	-	(28,792,313)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	1,350,000,000	970,000,000	158,080,000	1,521,915,465	2,748,650,443	6,748,645,908

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไร(ขาดทุน)สุทธิก่อนภาษี	552,281,305	(1,834,942,956)	2,664,374	(1,180,436,445)
รายการปรับกระทบขาดทุนสุทธิก่อนภาษี				
เป็นเงินสดรับ(จ่าย)จากกิจกรรมดำเนินงาน				
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3,132,575,989	3,167,498,950	306,197,471	305,497,764
ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเพิ่มขึ้น(ลดลง)	23,678,934	19,506,261	9,524,985	(1,800,000)
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	-	-	-	6,338,126
ขาดทุนจากการจำหน่ายอาคารและอุปกรณ์	116,116,160	55,536,068	10,945,308	4,810,123
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์	5,350,420	22,473,685	-	15
การปรับลด(กลับรายการ)สินค้าคงเหลือเป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ	(684,696)	1,935,969	-	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงินเพิ่มขึ้น (กลับรายการ)	12,211,768	(74,786,280)	-	-
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้	(87,053,537)	(394,793,134)	-	-
ผลแตกต่างสุทธิของสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินสัญญาเช่าจากการประเมินใหม่	(23,496,232)	(3,084,577)	-	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น	-	-	1,600,000	526,750,000
กลับรายการการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	-	(24,500,000)	-
ค่าเผื่อการลดมูลค่าของเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มขึ้น	-	-	7,800,000	98,700,000
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า	43,566,262	64,083,517	-	-
โอนรายได้รับล่วงหน้ารอการตัดบัญชีเป็นรายได้	(37,423,113)	(54,748,762)	(58,597,593)	(56,219,703)
เงินปันผลรับ	-	-	(133,687,295)	(149,209,673)
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	29,093,065	29,472,227	6,518,965	6,668,529
ดอกเบี้ยรับ	(179,429,841)	(106,897,734)	(298,403,547)	(234,524,852)
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	726,302,006	717,945,096	381,492,312	315,618,807
ขาดทุน(กำไร)จากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้นจริง	(91,167,651)	87,091,291	(91,167,651)	87,091,291
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์ และหนี้สินดำเนินงาน	4,221,920,839	1,696,289,621	120,387,329	(270,716,018)
สินทรัพย์จากการดำเนินงาน(เพิ่มขึ้น)ลดลง				
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(456,720,359)	(295,503,414)	(81,952,710)	(31,481,706)
สินค้าคงเหลือ	(275,423,889)	33,379,902	(1,050,542)	2,263,469
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	56,040,759	(36,006,029)	(6,577,274)	199,665
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(35,144,808)	(11,548,673)	(2,315,365)	(11,932)
หนี้สินจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น(ลดลง)				
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	758,572,103	760,022,808	156,694,735	33,956,384
หนี้สินทางการเงินหมุนเวียนอื่น	(57,509,207)	(7,354,347)	(172,039)	(11,121)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	43,254,360	28,002,346	12,008,198	(4,007,839)
รายได้รับล่วงหน้ารอการตัดบัญชี	32,447,533	46,095,829	8,949,137	818,229
เงินสดจ่ายผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	(29,339,440)	(50,752,535)	(12,270,546)	(12,755,804)
จ่ายค่าเรือถอน	(11,003,733)	(11,393,318)	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	(5,271,390)	(14,956,971)	(5,720,398)	(1,261,717)
เงินสดจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมดำเนินงาน	4,241,822,768	2,136,275,219	187,980,525	(283,008,390)
เงินสดรับจากภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายรอเรียกคืน	16,813,658	14,628,514	11,839,249	14,628,514
จ่ายภาษีเงินได้	(59,988,769)	(16,058,628)	(1,344,622)	(8,069,864)
เงินสดสุทธิจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมดำเนินงาน	4,198,647,657	2,134,845,105	198,475,152	(276,449,740)

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
งบกระแสเงินสด (ต่อ)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่นลดลง	(150,197,458)	(400,000,000)	-	-
ดอกเบี้ยรับ	79,964,926	13,865,040	297,862,151	225,626,447
เงินสดรับคืนจากเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	4,758,774,684	3,643,337,230
เงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มขึ้น	-	(15,300,000)	(4,730,286,460)	(6,989,805,017)
เงินลงทุนและเงินให้กู้ยืมแก่การร่วมค้าเพิ่มขึ้น	(616,351,280)	(1,136,537,605)	-	-
เงินสดรับจากการขายอาคารและอุปกรณ์	7,568,129	12,017,901	350,729	650,898
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(878,711,295)	(1,629,779,216)	(37,472,849)	(39,031,099)
เงินสดจ่ายค่าสินทรัพย์สิทธิการใช้	(173,669,089)	(5,190,000)	-	-
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(115,623,344)	(79,296,962)	(516,245)	(156,000)
รับคืนมูลค่าหน่วยลงทุนในกองทุนรวม	36,046,061	15,367,219	36,046,061	15,367,219
เงินสดจ่ายเพื่อลงทุนในบริษัทย่อย	-	(191,234,278)	-	(298,750,000)
เงินสดรับจากการคืนทุนบริษัทย่อย	-	-	-	50,000,000
รับเงินปันผลจากบริษัทย่อย	-	-	79,999,884	42,619,231
รับเงินปันผลจากบริษัทร่วม	6,487,480	26,590,558	6,487,480	26,590,558
เงินจ่ายล่วงหน้าค่าก่อสร้างลดลง(เพิ่มขึ้น)	6,264,676	(7,971,744)	-	-
เงินสดสุทธิจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมลงทุน	(1,798,221,194)	(3,397,469,087)	411,245,435	(3,323,550,533)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน				
เงินสดรับจากเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	291,284,150	1,718,997,082	200,000,000	1,463,000,000
จ่ายคืนเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	(1,466,110,980)	(1,526,844,485)	(1,203,000,000)	(1,000,000,000)
จ่ายดอกเบี้ย	(417,893,580)	(291,902,115)	(339,745,494)	(275,304,079)
จ่ายหนี้สินตามสัญญาเช่า	(1,645,584,089)	(1,874,565,855)	(163,911,762)	(155,503,480)
จ่ายค่าธรรมเนียมการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน	(2,250,000)	(7,750,000)	(2,250,000)	(7,750,000)
เงินกู้ยืมจากบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มขึ้น	3,680,039	8,795,800	993,263,889	553,368,187
จ่ายคืนเงินกู้ยืมจากบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	(173,040,000)	(158,556,552)	(601,454,494)	(773,375,565)
เงินสดรับจากการออกหุ้นกู้	186,075,825	-	-	-
ชำระคืนหุ้นกู้	(1,000,000,000)	(980,000,000)	(1,000,000,000)	(980,000,000)
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น	2,300,000,000	5,788,644,325	2,300,000,000	5,564,597,845
จ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(591,812,842)	(948,903,362)	(198,348,712)	(700,000,000)
เงินสดสุทธิจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมจัดหาเงิน	(2,515,651,477)	1,727,914,838	(15,446,573)	3,689,032,908
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินเพิ่มขึ้น(ลดลง)	(102,576,433)	155,431,157	-	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง)สุทธิ	(217,801,447)	620,722,013	594,274,014	89,032,635
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	3,354,432,402	2,733,710,389	273,481,281	184,448,646
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี	3,136,630,955	3,354,432,402	867,755,295	273,481,281
	-		-	

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ข้อมูลกระแสเงินสดเปิดเผยเพิ่มเติม				
รายการที่ไม่ใช่เงินสด				
ยอดหนี้ค้างชำระจากการซื้ออาคารและอุปกรณ์	199,596,611	186,939,561	825,247	1,301,176
ค่าซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์โดยการทำสัญญาเช่า	222,354,877	106,897,734	12,535,110	-
เงินปันผลค้างรับ	-	-	127,199,815	79,999,884
เจ้าหนี้จากการซื้อเงินลงทุนในการร่วมค้า	50,000,000	-	-	-

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
หมายเหตุประกอบงบการเงินรวม
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

1. ข้อมูลทั่วไป

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") เป็นบริษัทมหาชนซึ่งจัดตั้งและมีภูมิลำเนาในประเทศไทย บริษัทฯจดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2533 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในระหว่างปีได้แก่ กลุ่มจิราธิวัฒน์ โดยถือหุ้นร้อยละ 62.0 (2564: ถือหุ้นร้อยละ 63.3) กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจโรงแรม รับบริหารโรงแรม และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ที่อยู่ตามที่จดทะเบียนของบริษัทฯอยู่ที่ 1695 ถนนพหลโยธิน จตุจักร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

2. เกณฑ์ในการจัดทำงบการเงิน

2.1 งบการเงินนี้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่กำหนดในพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 โดยแสดงรายการในงบการเงินตามข้อกำหนดในประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้าออกตามความในพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543

งบการเงินฉบับภาษาไทยเป็นงบการเงินฉบับที่บริษัทฯใช้เป็นทางการตามกฎหมาย งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษแปลจากงบการเงินฉบับภาษาไทยนี้

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมเว้นแต่จะได้เปิดเผยเป็นอย่างอื่นในนโยบายการบัญชี

2.2 เกณฑ์ในการจัดทำงบการเงินรวม

ก) งบการเงินรวมนี้ได้จัดทำขึ้นโดยรวมงบการเงินของบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) (ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "บริษัทฯ") และบริษัทย่อย (ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "บริษัทย่อย") (รวมเรียกว่า "กลุ่มบริษัท") ดังต่อไปนี้

บริษัทย่อยที่บริษัทฯถือหุ้นโดยตรง

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นในประเทศ	อัตราร้อยละของการถือหุ้น	
			2565	2564
			ร้อยละ	ร้อยละ
บริษัท เซ็นทรัลสมุย บีชรีสอร์ท จำกัด	โรงแรม	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทรัลกะรน วิลเลจ จำกัด	โรงแรม	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทรัลกระบี่ เบย์รีสอร์ท จำกัด	โรงแรม	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทรัลหัวหิน บีชรีสอร์ท จำกัด	โรงแรม	ไทย	63.9	63.9
บริษัท โรงแรม เซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด	โรงแรม	ไทย	100	100

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นในประเทศ	อัตราร้อยละของการถือหุ้น	
			2565	2564
			ร้อยละ	ร้อยละ
บริษัท โรงแรม เซ็นทรัลเกาะกูด จำกัด	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทรัลโฮเต็ลแมนเนชเม้นท์ จำกัด	ลงทุนในบริษัทอื่น	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทรัลเรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด	อาหารและเครื่องดื่ม	ไทย	100	100
บริษัท ทริปเปิลไนน์ เดคคอร์ จำกัด	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทรัลสมุย โฮเต็ลแมนเนจเม้นท์ จำกัด	โรงแรม	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ จำกัด	ลงทุนในบริษัทอื่นและรับบริหาร โรงแรม	ไทย	100	100
บริษัท เอส. พี. เรียลตี้ หาดฝรั่ง รีสอร์ท จำกัด	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ไทย	100	100
บริษัท เอส. พี. เรียลตี้ พัทยา บีช จำกัด	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ไทย	100	100
บริษัท รีเฟรช โซน จำกัด	สปา	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทรัล บางกอกคอนเวนชัน และเอ็กซิบิชั่น จำกัด	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	รับบริหารโรงแรม	ไทย	100	100
บริษัท โรงแรมกะรน ภูเก็ต จำกัด	โรงแรม	ไทย	99.3	99.3
บริษัท โคซี่ โฮเต็ล จำกัด	โรงแรม	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทารา อิมพอร์ต-เอ็กซพอร์ต จำกัด	ธุรกิจนำเข้าและส่งออก	ไทย	100	100
บริษัท โคซี่ โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ จำกัด	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทาราลอยัลตี้ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด	จัดหาสิทธิพิเศษ ให้กับลูกค้า	ไทย	100	100
บริษัท ศูนย์การเรียนรู้ เซ็นทารา จำกัด	ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนา บุคลากร	ไทย	100	100
บริษัท โรงแรมกะตะภูเก็ต จำกัด	โรงแรม	ไทย	99	99
บริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด	รับบริหารโรงแรม	ไทย	100	100
บริษัท เซ็นทรัล เซาท์ พัทยา จำกัด	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ไทย	100	100

บริษัทย่อยทางอ้อมที่ถือหุ้นโดยผ่านบริษัทย่อยของบริษัทฯ

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นในประเทศ	อัตราร้อยละของการถือหุ้นโดยทางอ้อม	
			2565	2564
			ร้อยละ	ร้อยละ
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท เซ็นทรัลโฮเต็ลแมนเนชเม้นท์ จำกัด				
บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลสุคนธา จำกัด	โรงแรม	ไทย	100	100
บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลแม่สอดฮิลล์ จำกัด	โรงแรม	ไทย	98.4	98.4
บริษัท เซ็นทรัลบริการ ซักรีด จำกัด	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ไทย	100	100
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท เซ็นทรัลสมุย บีชรีสอร์ท จำกัด				
บริษัท เซ็นทรัลสมุย วิลเลจ จำกัด	โรงแรม	ไทย	100	100
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท เซ็นทรัลเรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด				
บริษัท ซีอาร์จีแมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด	อาหารและเครื่องดื่ม	ไทย	100	100
บริษัท ซีอาร์จี อินเตอร์ เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด	อาหารและเครื่องดื่ม	ไทย	100	100
Central Restaurants Group (HK) Limited	ลงทุนในบริษัทอื่น	เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน	100	100
Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited	ลงทุนในบริษัทอื่น	เวียดนาม	100	100
บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด	อาหารและเครื่องดื่ม	ไทย	51	51
บริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด	อาหารและเครื่องดื่ม	ไทย	85	85
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท เซ็นทรัลกระบี่ เบย์ รีสอร์ท จำกัด				
บริษัท เอส.พี. เรียลตี้ ลันตาบีช จำกัด	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ไทย	100	100
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ จำกัด				
Centara Maldives Pvt. Ltd.	โรงแรม	มัลดีฟส์	75	75
R.M.L Leisure Pvt. Ltd.	โรงแรม	มัลดีฟส์	74	74
Centara (Shanghai) Hotel Management Co., Ltd.	ไม่ได้ประกอบกิจการ	สาธารณรัฐประชาชนจีน	100	100
CIM for Hotel Management - Egypt, S.A.E.	ไม่ได้ประกอบกิจการ	อียิปต์	100	100
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด				
Centara Capital Limited	ลงทุนในบริษัทอื่น	เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน	100	100
Centara Singapore Private Limited	ลงทุนในบริษัทอื่น	สิงค์โปร์	100	100
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย Centara Capital Limited				
Lagoon Assets Private Limited	ไม่ได้ประกอบกิจการ	มัลดีฟส์	100	100
Centara Lagoon Private Limited	ไม่ได้ประกอบกิจการ	มัลดีฟส์	100	100
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย Centara Singapore Private Limited				
Centara Japan Capital Godo Kaisha	ลงทุนในบริษัทอื่น	ญี่ปุ่น	100	100
Centara Osaka Japan Kabushiki Kaisha	ไม่ได้ประกอบกิจการ	ญี่ปุ่น	100	100

ข) บริษัทฯจะถือว่ามีการควบคุมกิจการที่เข้าไปลงทุนหรือบริษัทย่อยได้ หากบริษัทฯมีสิทธิได้รับหรือมีส่วนได้เสียในผลตอบแทนของกิจการที่เข้าไปลงทุน และสามารถใช้อำนาจในการสั่งการกิจกรรมที่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อจำนวนเงินผลตอบแทนนั้นได้

ค) บริษัทฯนำงบการเงินของบริษัทย่อยมารวมในการจัดทำงบการเงินรวมตั้งแต่วันที่บริษัทฯมีอำนาจในการควบคุมบริษัทย่อยจนถึงวันที่บริษัทฯสิ้นสุดการควบคุมบริษัทย่อยนั้น

ง) งบการเงินของบริษัทย่อยได้จัดทำขึ้นโดยใช้นโยบายการบัญชีที่สำคัญเช่นเดียวกันกับของบริษัทฯ

จ) สินทรัพย์และหนี้สินตามงบการเงินของบริษัทย่อยซึ่งจัดตั้งในต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน ส่วนรายได้และค่าใช้จ่ายแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยรายเดือน ผลต่างซึ่งเกิดขึ้นจากการแปลงค่าดังกล่าวได้แสดงไว้เป็นรายการ “ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ” ในงบแสดงการเปลี่ยนแปลงของผู้ถือหุ้น

ฉ) ยอดคงค้างระหว่างกลุ่มบริษัท รายการค้าระหว่างกันที่มีสาระสำคัญได้ถูกตัดออกจากงบการเงินรวมนี้แล้ว

ช) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม คือ จำนวนกำไรหรือขาดทุนและสินทรัพย์สุทธิของบริษัทย่อยส่วนที่ไม่ได้เป็นของบริษัทฯ และแสดงเป็นรายการแยกต่างหากในส่วนของกำไรหรือขาดทุนรวมและส่วนของผู้ถือหุ้นในงบแสดงฐานะการเงินรวม

2.3 บริษัทฯจัดทำงบการเงินเฉพาะกิจการ โดยแสดงเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วมและการร่วมค้าตามวิธีราคาทุนหักค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

3. มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่

ก. มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่ที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปีปัจจุบัน

ในระหว่างปี กลุ่มบริษัทได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงินและการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงจำนวนหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2565 มาถือปฏิบัติ มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐาน

การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัตินี้ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของกลุ่มบริษัท

ข. มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2566

สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งจะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2566 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐาน

ฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทเชื่อว่าการปรับปรุงมาตรฐานนี้จะไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของกลุ่มบริษัท

4. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ

4.1 การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย

รายได้จากกิจการโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง

รายได้ในกิจการโรงแรมจากค่าห้อง ค่าอาหารและเครื่องดื่ม และรายได้ค่าบริการอื่น บันทึกเป็นรายได้เมื่อแขกเข้าพักในห้อง มีการขายอาหารและเครื่องดื่มและเมื่อมีการให้บริการแล้ว

รายได้ค่าบริหารจัดการโปรแกรมสิทธิพิเศษ

รายได้ค่าบริหารจัดการโปรแกรมสิทธิพิเศษจะรับรู้เป็นรายได้เมื่อลูกค้ามาใช้สิทธิและกิจการได้ปฏิบัติตามสัญญาภาระผูกพัน

รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม

รายได้ในกิจการร้านอาหารและเครื่องดื่มจากธุรกิจอาหาร บันทึกเป็นรายได้เมื่อมีการขายอาหารและเครื่องดื่มให้กับผู้ซื้อแล้ว

รายได้ค่าเช่า

รายได้ค่าเช่าจากอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนโดยวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า ค่าใช้จ่ายเริ่มแรกที่เกิดขึ้นเป็นการเฉพาะเพื่อให้เกิดสัญญาเช่ารับรู้เป็นส่วนหนึ่งของค่าเช่าทั้งสิ้นตามสัญญา ค่าเช่าที่อาจเกิดขึ้นรับรู้เป็นรายได้ในรอบระยะเวลาบัญชีซึ่งค่าเช่านั้นเกิดขึ้น

รายได้ค่าบริหารจัดการ

รายได้ค่าบริหารจัดการรับรู้เป็นรายได้ตามระยะเวลาของสัญญาจ้างดำเนินการบริหารธุรกิจซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่ระบุในสัญญาที่เกี่ยวข้อง

รายได้ดอกเบี้ย

รายได้ดอกเบี้ยรับรู้ตามเกณฑ์คงค้างด้วยวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริง โดยจะนำมูลค่าตามบัญชีขั้นต้นของสินทรัพย์ทางการเงินมาคูณกับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง ยกเว้นสินทรัพย์ทางการเงินที่เกิดการด้อยค่าด้านเครดิตในภายหลัง ที่จะนำมูลค่าตามบัญชีสุทธิของสินทรัพย์ทางการเงิน (สุทธิจากค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น) มาคูณกับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง

ต้นทุนทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจากหนี้สินทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายคำนวณ โดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงและรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

เงินปันผลรับ

เงินปันผลรับถือเป็นรายได้เมื่อกลุ่มบริษัทมีสิทธิในการรับเงินปันผล

4.2 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หมายถึง เงินสดและเงินฝากธนาคาร และเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูง ซึ่งถึงกำหนดจ่ายคืนภายในระยะเวลาไม่เกินสามเดือนนับจากวันที่ได้มาและไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

4.3 สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือวัดมูลค่าด้วยราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

ต้นทุนของสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบจากธุรกิจการผลิต และสินค้าประเภทสปาคำนวณ โดยใช้วิธีเข้าก่อนออกก่อน ต้นทุนของสินค้าประเภทไอศกรีมคำนวณ โดยใช้วิธีถัวเฉลี่ยเคลื่อนที่ ต้นทุนสินค้าประกอบด้วยราคาทุนที่ซื้อ ต้นทุนแปลงสภาพหรือต้นทุนอื่นเพื่อให้สินค้าอยู่ในสถานที่และสภาพปัจจุบัน

ในกรณีของสินค้าสำเร็จรูปและสินค้าระหว่างผลิตที่ผลิตเอง ต้นทุนสินค้าคำนวณ โดยการใช้ต้นทุนมาตรฐานซึ่งได้รับการปรับปรุงให้ใกล้เคียงกับราคาทุนถัวเฉลี่ย รวมการปันส่วนของค่าโสหุ้ยการผลิตอย่างเหมาะสมโดยคำนึงถึงระดับกำลังการผลิตตามปกติ

มูลค่าสุทธิที่จะได้รับเป็นการประมาณราคาที่จะขายได้จากการดำเนินธุรกิจปกติหักด้วยค่าใช้จ่ายที่จำเป็นโดยประมาณในการขาย

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อย การร่วมค้าและบริษัทร่วม

ก) เงินลงทุนในการร่วมค้าและบริษัทร่วมที่แสดงอยู่ในงบการเงินรวมแสดงมูลค่าตามวิธีส่วนได้เสีย

ข) เงินลงทุนในบริษัทย่อย การร่วมค้าและบริษัทร่วมที่แสดงอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงมูลค่าตามวิธีราคาทุนหักค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

4.5 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

กลุ่มบริษัทบันทึกมูลค่าเริ่มแรกของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในราคาทุนซึ่งรวมต้นทุนการทำรายการ หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทจะบันทึกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

ค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนคำนวณจากราคาทุนโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์ ค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนรวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน ประมาณการอายุการให้ประโยชน์ของของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแสดงได้ดังนี้

อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	15 และ 30	ปี
อุปกรณ์	15	ปี

ไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดิน

กลุ่มบริษัทรับรู้ผลต่างระหว่างจำนวนเงินที่ได้รับสุทธิจากการจำหน่ายกับมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในปีที่ตัดรายการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนออกจากบัญชี

4.6 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และค่าเสื่อมราคา

ที่ดินแสดงมูลค่าตามราคาที่ตีใหม่ อาคารและอุปกรณ์แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม และค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี)

กลุ่มบริษัทบันทึกมูลค่าเริ่มแรกของที่ดินในราคาทุน ณ วันที่ได้สินทรัพย์มา หลังจากนั้นกลุ่มบริษัทจัดให้มีการประเมินราคาที่ดินโดยผู้ประเมินราคาอิสระและบันทึกสินทรัพย์ดังกล่าวในราคาที่ตีใหม่ ทั้งนี้กลุ่มบริษัทจัดให้มีการประเมินราคาสินทรัพย์ดังกล่าวเป็นครั้งคราวเพื่อมิให้ราคาตามบัญชี ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานแตกต่างจากมูลค่ายุติธรรมอย่างมีสาระสำคัญ

กลุ่มบริษัทบันทึกส่วนต่างซึ่งเกิดจากการตีราคาสินทรัพย์ดังต่อไปนี้

- กลุ่มบริษัทบันทึกราคาตามบัญชีของสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นจากการตีราคาใหม่ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นและรับรู้จำนวนสะสมในบัญชี “ส่วนเกินทุนจากการตีราคาสินทรัพย์” ในส่วนของผู้ถือหุ้น อย่างไรก็ตาม หากสินทรัพย์นั้นเคยมีการตีราคาลดลงและกลุ่มบริษัทได้รับรู้ราคาที่ลดลงในส่วนของกำไรหรือขาดทุนแล้ว ส่วนที่เพิ่มจากการตีราคาใหม่นี้จะถูกรับรู้เป็นรายได้ไม่เกินจำนวนที่เคยลดลงซึ่งรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายปีก่อนแล้ว
- กลุ่มบริษัทรับรู้ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์ที่ลดลงจากการตีราคาใหม่ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน อย่างไรก็ตาม หากสินทรัพย์นั้นเคยมีการตีราคาเพิ่มขึ้นและยังมียอดคงค้างของบัญชี “ส่วนเกินทุนจากการตีราคาสินทรัพย์” อยู่ในส่วนของผู้ถือหุ้น ส่วนที่ลดลงจากการตีราคาใหม่จะถูกรับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นในจำนวนที่ไม่เกินยอดคงเหลือของบัญชี “ส่วนเกินทุนจากการตีราคาสินทรัพย์”

ค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์ คำนวณจากราคาทุนของสินทรัพย์โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณดังนี้

ส่วนปรับปรุงที่ดิน	-	10 - 25 ปี หรือตามอายุสัญญาเช่า
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	-	10 - 50 ปี
เครื่องจักรและอุปกรณ์	-	5 - 30 ปี
เครื่องตกแต่ง ติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	-	3 - 19 ปี
ส่วนปรับปรุงสัญญาเช่า	-	3 - 20 ปี
ยานพาหนะ	-	5 - 10 ปี

ค่าเสื่อมราคารวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน

ไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและสินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง

กลุ่มบริษัทตีราคาลินิน เครื่องแก้วและเครื่องเงินตามยอดคงเหลือจากการตรวจนับซึ่งกระทำทุกไตรมาส ค่าเครื่องแบบและเครื่องใช้ในครัวที่ซื้อมาในปีที่เปิดดำเนินการ ได้ถือเป็นมูลค่าหลักของสินทรัพย์นี้ การซื้อเพิ่มเติมในภายหลังจะถือเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อมีรายการซื้อเกิดขึ้น เว้นแต่การซื้อเพิ่มเติมสำหรับภัตตาคารที่เปิดใหม่

กลุ่มบริษัทตัดรายการอุปกรณ์ออกจากบัญชี เมื่อจำหน่ายสินทรัพย์หรือคาดว่าจะไม่ได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตจากการใช้หรือการจำหน่ายสินทรัพย์ รายการผลกำไรหรือขาดทุนจาก การจำหน่ายสินทรัพย์จะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุนเมื่อกลุ่มบริษัทตัดรายการสินทรัพย์นั้นออกจากบัญชี

4.7 ต้นทุนการกู้ยืม

ต้นทุนการกู้ยืมของเงินกู้ที่ใช้ในการได้มา การก่อสร้าง หรือการผลิตสินทรัพย์ที่ต้องใช้ระยะเวลานานในการแปลงสภาพให้พร้อมใช้หรือขาย ได้ถูกนำไปรวมเป็นราคาทุนของสินทรัพย์จนกว่าสินทรัพย์นั้นจะอยู่ในสภาพพร้อมที่จะใช้ได้ตามที่มุ่งประสงค์ ส่วนต้นทุนการกู้ยืมอื่นถือเป็นค่าใช้จ่ายในงวดที่เกิดรายการ ต้นทุนการกู้ยืมประกอบด้วยดอกเบี้ยและต้นทุนอื่นที่เกิดขึ้นจากการกู้ยืมนั้น

4.8 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

กลุ่มบริษัทบันทึกต้นทุนเริ่มแรกของสินทรัพย์นั้นตามราคาทุน ภายหลังการรับรู้รายการเริ่มแรก สินทรัพย์ไม่มีตัวตนแสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี) ของสินทรัพย์นั้น

กลุ่มบริษัทตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่มีอายุการให้ประโยชน์จำกัดโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์ของสินทรัพย์นั้น และจะประเมินการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวเมื่อมีข้อบ่งชี้ว่าสินทรัพย์นั้นเกิดการด้อยค่า กลุ่มบริษัทจะทบทวนระยะเวลาการตัดจำหน่ายและวิธีการตัดจำหน่ายของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนดังกล่าวทุกสิ้นปีเป็นอย่างน้อย ค่าตัดจำหน่ายรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่มีอายุการให้ประโยชน์จำกัดมีดังนี้

		อายุการให้ประโยชน์
ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์	-	10 ปี
ค่าสัญญาสิทธิ	-	10 ปี
ค่าสิทธิแรกเริ่มรอตัดบัญชี	-	10 ปี
เครื่องหมายการค้า	-	20 ปี

4.9 ค่าความนิยม

กลุ่มบริษัทบันทึกมูลค่าเริ่มแรกของค่าความนิยมในราคาทุน ซึ่งเท่ากับต้นทุนการรวมธุรกิจส่วนที่สูงกว่ามูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ได้มา หากมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ได้มาสูงกว่าต้นทุนการรวมธุรกิจ กลุ่มบริษัทจะรับรู้ส่วนที่สูงกว่านี้เป็นกำไรในส่วนของกำไรหรือขาดทุนทันที

กลุ่มบริษัทแสดงค่าความนิยมตามราคาทุนหักค่าเผื่อการด้อยค่าสะสม และจะทดสอบการด้อยค่าของค่าความนิยมทุกปีหรือเมื่อใดก็ตามที่มีข้อบ่งชี้ของการด้อยค่าเกิดขึ้น

เพื่อวัตถุประสงค์ในการทดสอบการด้อยค่า กลุ่มบริษัทจะปันส่วนค่าความนิยมที่เกิดขึ้นจากการรวมกิจการให้กับหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด (หรือกลุ่มของหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด) ที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้นจากการรวมกิจการ และกลุ่มบริษัทจะทำการประเมินมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของหน่วยของสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดแต่ละรายการ (หรือกลุ่มของหน่วยของสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด) หากมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของหน่วยของสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชี กลุ่มบริษัทจะรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าในส่วนของกำไรหรือขาดทุน และกลุ่มบริษัทไม่สามารถกลับบัญชีขาดทุนจากการด้อยค่าของค่าความนิยมได้ในอนาคต

4.10 สัญญาเช่า

กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

ณ วันเริ่มต้นของสัญญาเช่า กลุ่มบริษัทจะประเมินว่าสัญญาเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่าหรือไม่ โดยสัญญาจะเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่า ก็ต่อเมื่อสัญญานั้นมีการให้สิทธิในการควบคุมการใช้สินทรัพย์ที่ระบุได้สำหรับช่วงเวลาหนึ่งเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนกับสิ่งตอบแทน

กลุ่มบริษัทใช้วิธีการบัญชีเดียวสำหรับการรับรู้รายการและการวัดมูลค่าสัญญาเช่าทุกสัญญา เว้นแต่สัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าที่สินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล (วันที่สินทรัพย์อ้างอิงพร้อมใช้งาน) กลุ่มบริษัทบันทึกสินทรัพย์สิทธิการใช้ซึ่งแสดงสิทธิในการใช้สินทรัพย์อ้างอิงและหนี้สินตามสัญญาเช่าตามการจ่ายชำระตามสัญญาเช่า

สินทรัพย์สิทธิการใช้

สินทรัพย์สิทธิการใช้วัดมูลค่าด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม ผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม และปรับปรุงด้วยการวัดมูลค่าของหนี้สินตามสัญญาเช่าใหม่ ราคาทุนของสินทรัพย์สิทธิการใช้ประกอบด้วยจำนวนเงินของหนี้สินตามสัญญาเช่าจากการรับรู้เริ่มแรก ต้นทุนทางตรงเริ่มแรกที่เกิดขึ้น จำนวนเงินที่จ่ายชำระตามสัญญาเช่า ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผลหรือก่อนวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล และหักด้วยสิ่งจูงใจตามสัญญาเช่าที่ได้รับ

ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้คำนวณจากราคาทุนโดยวิธีเส้นตรงตามอายุสัญญาเช่าหรืออายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์สิทธิการใช้แล้วแต่ระยะเวลาใดจะสั้นกว่า ดังนี้

ที่ดินและอาคาร	ตามอายุสัญญาเช่า

หากความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อ้างอิงได้โอนให้กับกลุ่มบริษัทเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่าหรือราคาทุนของสินทรัพย์ดังกล่าวได้รวมถึงการใช้สิทธิเลือกซื้อ ค่าเสื่อมราคาจะคำนวณจากอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์

หนี้สินตามสัญญาเช่า

หนี้สินตามสัญญาเช่าวัดมูลค่าด้วยมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าตลอดอายุสัญญาเช่า จำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าประกอบด้วยค่าเช่าคงที่หักด้วยสิ่งจูงใจตามสัญญาเช่า ค่าเช่าผันแปรที่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตรา จำนวนเงินที่คาดว่าจะจ่ายภายใต้การรับประกันมูลค่าคงเหลือ รวมถึงราคาใช้สิทธิของสิทธิเลือกซื้อซึ่งมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลที่กลุ่มบริษัทจะใช้สิทธินั้น และการจ่ายค่าปรับเพื่อการยกเลิกสัญญาเช่า หากข้อกำหนดของสัญญาเช่าแสดงให้เห็นว่ากลุ่มบริษัทจะใช้สิทธิในการยกเลิกสัญญาเช่า กลุ่มบริษัทบันทึกค่าเช่าผันแปรที่ไม่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตราเป็นค่าใช้จ่ายในงวดที่เหตุการณ์หรือเงื่อนไขซึ่งเกี่ยวข้องกับการจ่ายชำระนั้นได้เกิดขึ้น

กลุ่มบริษัทคิดลดมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าด้วยอัตราดอกเบี้ยตามนัยของสัญญาเช่าหรืออัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มของกลุ่มบริษัท หลังจากวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินตามสัญญาเช่าจะเพิ่มขึ้นจากดอกเบี้ยของหนี้สินตามสัญญาเช่าและลดลงจากการจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า นอกจากนี้ มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินตามสัญญาเช่าจะถูกวัดมูลค่าใหม่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอายุสัญญาเช่า การเปลี่ยนแปลงการจ่ายชำระตามสัญญาเช่า หรือการเปลี่ยนแปลงในการประเมินสิทธิเลือกซื้อสินทรัพย์อ้างอิง

สัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ

สัญญาเช่าที่มีอายุสัญญาเช่า 12 เดือนหรือน้อยกว่านับตั้งแต่วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล หรือสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ จะบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายตามวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า

กลุ่มบริษัทในฐานะผู้ให้เช่า

สัญญาเช่าที่ความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของส่วนใหญ่ได้โอนไปให้กับผู้เช่าถือเป็นสัญญาเช่าเงินทุน ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล กลุ่มบริษัทบันทึกสินทรัพย์ภายใต้สัญญาเช่าเงินทุนเป็นลูกหนี้ด้วยจำนวนที่เท่ากับเงินลงทุนสุทธิตามสัญญาเช่า กล่าวคือ ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันสุทธิของจำนวนเงินที่จะได้รับตามสัญญาเช่าและมูลค่าคงเหลือของสินทรัพย์อ้างอิงที่ไม่ได้รับการประกัน หลังจากนั้นจะรับรู้รายได้ทางการเงินตลอดอายุสัญญาเช่าในรูปแบบที่สะท้อนถึงอัตราผลตอบแทนรายงวดคงที่ของเงินลงทุนสุทธิตามสัญญาเช่า

สัญญาเช่าที่ความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของส่วนใหญ่ไม่ได้โอนไปให้กับผู้เช่าถือเป็นสัญญาเช่าดำเนินงาน กลุ่มบริษัทบันทึกจำนวนเงินที่ได้รับตามสัญญาเช่าดำเนินงานเป็นรายได้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุนตามวิธีเส้นตรงตลอดอายุของสัญญาเช่า ต้นทุนทางตรงเริ่มแรกที่เกิดขึ้นจากการได้มาซึ่งสัญญาเช่าดำเนินงานรวมในมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์อ้างอิงและรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายตลอดอายุสัญญาเช่าโดยใช้เกณฑ์เดียวกันกับรายได้จากสัญญาเช่า

4.11 รายการธุรกิจกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัทฯ หมายถึง บุคคลหรือกิจการที่มีอำนาจควบคุมบริษัทฯ หรือถูกบริษัทฯควบคุมไม่ว่าจะเป็นโดยทางตรงหรือทางอ้อม หรืออยู่ภายใต้การควบคุมเดียวกันกับบริษัทฯ

นอกจากนี้บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันยังหมายรวมถึงบริษัทร่วม และบุคคลหรือกิจการที่มีสิทธิออกเสียงโดยทางตรงหรือทางอ้อมซึ่งทำให้มีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญต่อบริษัทฯ ผู้บริหารสำคัญ กรรมการหรือพนักงานของบริษัทฯที่มีอำนาจในการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ

4.12 เงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯแสดงงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการเป็นสกุลเงินบาท ซึ่งเป็นสกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ รายการต่าง ๆ ของแต่ละกิจการที่รวมอยู่ในงบการเงินรวมวัดมูลค่าด้วยสกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานของแต่ละกิจการนั้น

รายการที่เป็นเงินตราต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ สินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินซึ่งอยู่ในสกุลเงินตราต่างประเทศได้แปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

กำไรและขาดทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยนได้รวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน

4.13 การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กลุ่มบริษัทจะทำการประเมินการด้อยค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์สิทธิการใช้ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน หรือสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนอื่นของกลุ่มบริษัทหากมีข้อบ่งชี้ว่าสินทรัพย์ดังกล่าวอาจด้อยค่า และจะทำการประเมินการด้อยค่าของค่าความนิยม เป็นรายปี กลุ่มบริษัทรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าเมื่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์มีมูลค่าต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ทั้งนี้มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายของสินทรัพย์หรือมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์แล้วแต่ราคาใดจะสูงกว่า ในการประเมินมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ กลุ่มบริษัทประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตที่กิจการคาดว่าจะได้รับจากสินทรัพย์และคำนวณคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันโดยใช้อัตราคิดลดก่อนภาษีที่สะท้อนถึงการประเมินความเสี่ยงในสภาพตลาดปัจจุบันของเงินสดตามระยะเวลาและความเสี่ยงซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของสินทรัพย์ที่กำลังพิจารณาอยู่ ในการประเมินมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขาย กลุ่มบริษัทใช้แบบจำลองการประเมินมูลค่าที่ดีที่สุดซึ่งเหมาะสมกับสินทรัพย์ ซึ่งสะท้อนถึงจำนวนเงินที่กิจการสามารถจะได้มาจากการจำหน่ายสินทรัพย์หักด้วยต้นทุนในการจำหน่าย โดยการจำหน่ายนั้นผู้ซื้อกับผู้ขายมีความรอบรู้และเต็มใจในการแลกเปลี่ยนและสามารถต่อรองราคากันได้อย่างเป็นอิสระในลักษณะของผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน

กลุ่มบริษัทจะรับรู้รายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าในส่วนของกำไรหรือขาดทุน ยกเว้นในกรณีที่ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ซึ่งใช้วิธีการตีราคาใหม่และได้บันทึกส่วนเกินทุนจากการตีราคาใหม่ไว้ในส่วนของผู้ถือหุ้น ขาดทุนจากการด้อยค่าจะรับรู้ในส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกินไปกว่าส่วนเกินทุนจากการตีราคาที่เคยบันทึกไว้

หากในการประเมินการด้อยค่าของสินทรัพย์มีข้อบ่งชี้ที่แสดงให้เห็นว่าผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่รับรู้ในงวดก่อนได้หมดไปหรือลดลง กลุ่มบริษัทจะประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์นั้น และจะกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าที่รับรู้ในงวดก่อนก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประมาณการที่ใช้กำหนดมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนภายหลังจากการรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าครั้งล่าสุด โดยมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นจากการกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าต้องไม่สูงกว่ามูลค่าตามบัญชีที่ควรจะเป็นหากกิจการไม่เคยรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ในงวดก่อน ๆ กลุ่มบริษัทจะบันทึกกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์โดยรับรู้ไปยังส่วนของกำไรหรือขาดทุนทันที

4.14 ผลประโยชน์ของพนักงาน

ผลประโยชน์ระยะสั้นของพนักงาน

กลุ่มบริษัทรับรู้เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส และเงินสมทบกองทุนประกันสังคมเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการ

ผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงาน

โครงการสมทบเงิน

กลุ่มบริษัทและพนักงานได้ร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งประกอบด้วยเงินที่พนักงานจ่ายสะสมและเงินที่กลุ่มบริษัทจ่ายสมทบให้เป็นรายเดือน สินทรัพย์ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพได้แยกออกจากสินทรัพย์ของกลุ่มบริษัท เงินที่กลุ่มบริษัทจ่ายสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในปีที่เกิดรายการ

โครงการผลประโยชน์หลังออกจากงาน

กลุ่มบริษัทมีภาระสำหรับเงินชดเชยที่ต้องจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อออกจากงานตามกฎหมายแรงงาน ซึ่งกลุ่มบริษัทถือว่าเงินชดเชยดังกล่าวเป็นโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานสำหรับพนักงาน

กลุ่มบริษัทคำนวณหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงาน โดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ (Projected Unit Credit Method) โดยผู้เชี่ยวชาญอิสระได้ทำการประเมินภาระผูกพันดังกล่าวตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย

ผลกำไรหรือขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงานจะรับรู้ทันทีในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น

ต้นทุนบริการในอดีตจะถูกรับรู้ทั้งจำนวนในกำไรหรือขาดทุนทันทีที่มีการแก้ไขโครงการหรือลดขนาดโครงการ หรือเมื่อกิจการรับรู้ต้นทุนการปรับโครงสร้างที่เกี่ยวข้อง

4.15 ประมาณการหนี้สิน

กลุ่มบริษัทจะบันทึกประมาณการหนี้สินไว้ในบัญชีเมื่อภาระผูกพันซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์ในอดีตได้เกิดขึ้นแล้ว และมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ว่ากลุ่มบริษัทจะเสียทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจไปเพื่อปลดเปลื้องภาระผูกพันนั้น และกลุ่มบริษัทสามารถประมาณมูลค่าภาระผูกพันนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือ

4.16 ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้ประกอบด้วยภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้ปัจจุบัน

กลุ่มบริษัทบันทึกภาษีเงินได้ปัจจุบันตามจำนวนที่คาดว่าจะจ่ายให้กับหน่วยงานจัดเก็บภาษีของรัฐ โดยคำนวณจากกำไรทางภาษีตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎหมายภาษีอากร

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

กลุ่มบริษัทบันทึกภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวระหว่างราคาตามบัญชีของสินทรัพย์และหนี้สิน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานกับฐานภาษีของสินทรัพย์และหนี้สินที่เกี่ยวข้องนั้น โดยใช้อัตราภาษีที่มีผลบังคับใช้ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

กลุ่มบริษัทรับรู้หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวที่ต้องเสียภาษีทุกรายการ แต่รับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษี รวมทั้งผลขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้ในจำนวนเท่าที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่กลุ่มบริษัทจะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีและผลขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้นั้น

กลุ่มบริษัทจะทบทวนมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีทุกสิ้นรอบระยะเวลารายงาน และจะทำการปรับลดมูลค่าตามบัญชีดังกล่าว หากมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ว่ากลุ่มบริษัทจะไม่มีกำไรทางภาษีเพียงพอต่อการนำสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีทั้งหมดหรือบางส่วนมาใช้ประโยชน์

กลุ่มบริษัทจะบันทึกภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้นหากภาษีที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับรายการที่ได้บันทึกโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้น

4.17 เครื่องมือทางการเงิน

กลุ่มบริษัทรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกของสินทรัพย์ทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม และบวกด้วยต้นทุนการทำรายการเฉพาะในกรณีที่เป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน อย่างไรก็ตาม สำหรับลูกหนี้การค้าที่ไม่มีองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญ กลุ่มบริษัทจะรับรู้สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าวด้วยราคาของรายการ ตามที่กล่าวไว้ในนโยบายการบัญชีเรื่องการรับรู้รายได้

การจัดประเภทรายการและการวัดมูลค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน

กลุ่มบริษัทจัดประเภทสินทรัพย์ทางการเงิน ณ วันที่รับรู้รายการเริ่มแรก เป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น และสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน โดยพิจารณาจากแผนธุรกิจของกิจการในการจัดการสินทรัพย์ทางการเงิน และลักษณะของกระแสเงินสดตามสัญญาของสินทรัพย์ทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทวัดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย เมื่อกลุ่มบริษัทถือครองสินทรัพย์ทางการเงินนั้นเพื่อรับกระแสเงินสดตามสัญญา และเงื่อนไขตามสัญญาของสินทรัพย์ทางการเงินก่อให้เกิดกระแสเงินสดที่เป็นการรับชำระเพียงเงินต้นและดอกเบี้ยจากยอดคงเหลือของเงินต้นในวันที่ระบุไว้เท่านั้น

สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าววัดมูลค่าในภายหลังโดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงและต้องมีการประเมินการด้อยค่า ทั้งนี้ ผลกำไรและขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดรายการ การเปลี่ยนแปลง หรือการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวจะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์ทางการเงินที่มีการกำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น (ตราสารทุน)

ณ วันที่รับรู้รายการวันแรก กลุ่มบริษัทสามารถเลือกจัดประเภทเงินลงทุนในตราสารทุนซึ่งไม่ได้ถือไว้เพื่อค้า เป็นตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น โดยไม่สามารถเปลี่ยนการจัดประเภทในภายหลังได้ ทั้งนี้ การจัดประเภทรายการจะพิจารณาเป็นรายตราสาร

ผลกำไรและขาดทุนที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นของสินทรัพย์ทางการเงินนี้จะไม่สามารถโอนไปรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุนได้ในภายหลัง

เงินปันผลรับจากเงินลงทุนดังกล่าวถือเป็นรายได้อื่นในส่วนของกำไรหรือขาดทุน เว้นแต่ในกรณีที่เป็นการได้รับคืนของต้นทุนการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินอย่างชัดเจน กลุ่มบริษัทจะรับรู้รายการนั้นในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น

นอกจากนี้ เงินลงทุนในตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นไม่มีข้อกำหนดให้ประเมินการด้อยค่า

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน จะแสดงในงบแสดงฐานะการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม โดยรับรู้การเปลี่ยนแปลงสุทธิของมูลค่ายุติธรรมในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

ทั้งนี้ สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าว หมายความรวมถึง ตราสารอนุพันธ์ เงินลงทุนในหลักทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อค้า เงินลงทุนในตราสารทุนซึ่งกลุ่มบริษัทไม่ได้เลือกจัดประเภทให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น และสินทรัพย์ทางการเงินที่มีกระแสเงินสดที่ไม่ได้รับชำระเพียงเงินต้นและดอกเบี้ย

เงินปันผลรับจากเงินลงทุนในตราสารทุนของบริษัทจดทะเบียนถือเป็นรายได้อื่นในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

การจัดประเภทรายการและการวัดมูลค่าของหนี้สินทางการเงิน

ยกเว้นหนี้สินตราสารอนุพันธ์ กลุ่มบริษัทรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกสำหรับหนี้สินทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนการทำรายการ และจัดประเภทหนี้สินทางการเงินเป็นหนี้สินทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย โดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริง ทั้งนี้ ผลกำไรและขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดรายการหนี้สินทางการเงินและการตัดจำหน่ายตามวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงจะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน โดยการคำนวณมูลค่าราคาทุนตัดจำหน่ายคำนึงถึงค่าธรรมเนียมหรือต้นทุนที่ถือเป็นส่วนหนึ่งของอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงนั้นด้วย ทั้งนี้ ค่าตัดจำหน่ายตามวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงแสดงเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนทางการเงินในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

การรับรู้และการตัดรายการของเครื่องมือทางการเงิน

กลุ่มบริษัทรับรู้หรือตัดรายการสินทรัพย์ทางการเงินในวันที่เข้าทำรายการ ซึ่งเป็นวันที่กลุ่มบริษัทมีข้อผูกมัดที่จะซื้อหรือขายสินทรัพย์นั้น / วันที่จ่ายชำระ ซึ่งเป็นวันที่ได้มีการส่งมอบสินทรัพย์นั้น สำหรับการซื้อหรือการขายสินทรัพย์ทางการเงินตามปกติ

สินทรัพย์ทางการเงินจะถูกตัดรายการออกจากบัญชี เมื่อสิทธิที่จะได้รับกระแสเงินสดของสินทรัพย์นั้นได้สิ้นสุดลง หรือได้มีการโอนสิทธิที่จะได้รับกระแสเงินสดของสินทรัพย์นั้น รวมถึงได้มีการโอนความเสี่ยงและผลตอบแทนเกือบทั้งหมดของสินทรัพย์นั้น หรือมีการโอนการควบคุมในสินทรัพย์นั้น

กลุ่มบริษัทตัดรายการหนี้สินทางการเงินก็ต่อเมื่อได้มีการปฏิบัติตามภาระผูกพันของหนี้สินนั้นแล้ว มีการยกเลิกภาระผูกพันนั้น หรือมีการสิ้นสุดลงของภาระผูกพันนั้น ในกรณีที่มีการเปลี่ยนหนี้สินทางการเงินที่มีอยู่ให้เป็นหนี้สินใหม่จากผู้ให้กู้รายเดียวกันซึ่งมีข้อกำหนดที่แตกต่างกันอย่างมาก หรือมีการแก้ไขข้อกำหนดของหนี้สินที่มีอยู่อย่างเป็นสาระสำคัญ จะถือว่าเป็นการตัดรายการหนี้สินเดิมและรับรู้หนี้สินใหม่ โดยรับรู้ผลแตกต่างของมูลค่าตามบัญชีดังกล่าวในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

การด้อยค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน

กลุ่มบริษัทรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของตราสารหนี้ทั้งหมดที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนวณจากผลต่างของกระแสเงินสดที่จะครบกำหนดชำระตามสัญญากับกระแสเงินสดทั้งหมดที่กลุ่มบริษัทคาดว่าจะได้รับชำระ และคิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงโดยประมาณของสินทรัพย์ทางการเงิน ณ วันที่ได้มา โดยกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับ รวมถึงกระแสเงินสดที่ได้มาจากขายหลักประกันที่ถือไว้หรือส่วนปรับปรุงด้านเครดิตอื่นๆ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของเงื่อนไขตามสัญญา

ในกรณีที่ความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์ไม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับตั้งแต่การรับรู้รายการเริ่มแรก กลุ่มบริษัทวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยพิจารณาจากการผิดสัญญาที่อาจจะเกิดขึ้นใน 12 เดือนข้างหน้า ในขณะที่หากความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับตั้งแต่การรับรู้รายการเริ่มแรก กลุ่มบริษัทวัดมูลค่าผลขาดทุนด้วยจำนวนเงินที่เท่ากับผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุที่เหลืออยู่ของเครื่องมือทางการเงิน

กลุ่มบริษัทพิจารณาว่าความเสี่ยงด้านเครดิตจะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อมีการค้างชำระการจ่ายเงินตามสัญญาเกินกว่า 30 วัน และพิจารณาว่าสินทรัพย์ทางการเงินนั้นมีการด้อยค่าด้านเครดิตหรือมีการผิดสัญญาเมื่อมีการค้างชำระการจ่ายเงินตามสัญญาเกินกว่า 90 วัน อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี กลุ่มบริษัทอาจพิจารณาว่าสินทรัพย์ทางการเงินนั้นมีการเพิ่มขึ้นของความเสี่ยงด้านเครดิตอย่างมีนัยสำคัญและมีการผิดสัญญา โดยพิจารณาจากข้อมูลภายในหรือข้อมูลภายนอกอื่น เช่น อันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิตของผู้ออกตราสาร

กลุ่มบริษัทใช้วิธีการอย่างง่ายในการคำนวณผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นสำหรับลูกหนี้การค้า ดังนั้น ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กลุ่มบริษัทจึงไม่มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของความเสี่ยงทางด้านเครดิต แต่จะรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุของลูกหนี้การค้า

การคำนวณผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นข้างต้นอ้างอิงจากข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีต ปรับปรุงด้วยข้อมูลการคาดการณ์ไปในอนาคตเกี่ยวกับลูกหนี้นั้นและสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ

สินทรัพย์ทางการเงินจะถูกตัดจำหน่ายออกจากบัญชี เมื่อกิจการคาดว่าจะไม่ได้รับคืนกระแสเงินสดตามสัญญาอีกต่อไป

การหักกลบของเครื่องมือทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินจะนำมาหักกลบกัน และแสดงด้วยยอดสุทธิในงบแสดงฐานะการเงิน ก็ต่อเมื่อกิจการมีสิทธิบังคับใช้ได้ตามกฎหมายอยู่แล้วในการหักกลบจำนวนเงินที่รับรู้ และกิจการมีความตั้งใจที่จะชำระด้วยยอดสุทธิ หรือตั้งใจที่จะรับสินทรัพย์และชำระหนี้สินพร้อมกัน

4.18 การวัดมูลค่ายุติธรรม

มูลค่ายุติธรรม หมายถึง ราคาที่คาดว่าจะได้รับจากการขายสินทรัพย์หรือเป็นราคาที่จะต้องจ่ายเพื่อโอนหนี้สินให้ผู้อื่นโดยรายการดังกล่าวเป็นรายการที่เกิดขึ้นในสภาพปกติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (ผู้ร่วมในตลาด) ณ วันที่วัดมูลค่า กลุ่มบริษัทใช้ราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องในการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินซึ่งมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องกำหนดให้ต้องวัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม ยกเว้นในกรณีที่ไม่มีตลาดที่มีสภาพคล่องสำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่มีลักษณะเดียวกันหรือไม่สามารถหาราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องได้ กลุ่มบริษัทจะประมาณมูลค่ายุติธรรมโดยใช้เทคนิคการประเมินมูลค่าที่เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ และพยายามใช้ข้อมูลที่สามารถสังเกตได้ที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่จะวัดมูลค่ายุติธรรมนั้นให้มากที่สุด

ลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมที่ใช้วัดมูลค่าและเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงินแบ่งออกเป็นสามระดับตามประเภทของข้อมูลที่นำมาใช้ในการวัดมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

ระดับ 1 ใช้ข้อมูลราคาเสนอซื้อขายของสินทรัพย์หรือหนี้สินอย่างเดียวกันในตลาดที่มีสภาพคล่อง

ระดับ 2 ใช้ข้อมูลอื่นที่สามารถสังเกตได้ของสินทรัพย์หรือหนี้สิน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางตรงหรือทางอ้อม

ระดับ 3 ใช้ข้อมูลที่ไม่สามารถสังเกตได้ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับกระแสเงินสดในอนาคตที่กิจการประมาณขึ้น

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กลุ่มบริษัทจะประเมินความจำเป็นในการโอนรายการระหว่างลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินที่ถืออยู่ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานที่มีการวัดมูลค่ายุติธรรมแบบเกิดขึ้นประจำ

5. การใช้ดุลยพินิจและประมาณการทางบัญชีที่สำคัญ

ในการจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจและการประมาณการในเรื่องที่มีความไม่แน่นอนเสมอ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินที่แสดงในงบการเงินและต่อข้อมูลที่แสดงในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ผลที่เกิดขึ้นจริงอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการที่สำคัญมีดังนี้

สัญญาเช่า

การกำหนดอายุสัญญาเช่าที่มีสิทธิการเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่า - กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

ในการกำหนดอายุสัญญาเช่า ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประเมินว่ากลุ่มบริษัทมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลหรือไม่ที่จะใช้สิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่าโดยคำนึงถึงข้อเท็จจริงและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ทำให้เกิดสิ่งจูงใจในทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มบริษัทในการใช้หรือไม่ใช้สิทธิเลือกนั้น

การกำหนดอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่ม - กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

กลุ่มบริษัทไม่สามารถกำหนดอัตราดอกเบี้ยตามนัยของสัญญาเช่า ดังนั้น ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มของกลุ่มบริษัทในการคิดลดหนี้สินตามสัญญาเช่า โดยอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มเป็นอัตราดอกเบี้ยที่กลุ่มบริษัทจะต้องจ่ายในการกู้ยืมเงินที่จำเป็นเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่มีมูลค่าใกล้เคียงกับสินทรัพย์สิทธิการใช้ในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่คล้ายคลึง โดยมีระยะเวลาการกู้ยืมและหลักประกันที่คล้ายคลึง

ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของเงินให้กู้ยืม

ในการประมาณค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของเงินให้กู้ยืม ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากเงินให้กู้ยืม โดยฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับชำระในอนาคตจากเงินให้กู้ยืมดังกล่าว รวมทั้งการพิจารณาอัตราคิดลดที่เหมาะสม

ค่าความนิยม

ในการบันทึกและวัดมูลค่าของค่าความนิยม ณ วันที่ได้มา ตลอดจนการทดสอบการด้อยค่าในภายหลัง ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตจากสินทรัพย์ หรือ หน่วยของสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด รวมทั้งการเลือกอัตราคิดลดที่เหมาะสมในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดนั้นๆ

ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน

ในการประเมินค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน ฝ่ายบริหารต้องใช้ดุลยพินิจในการประเมินมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์ดังกล่าว มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายของสินทรัพย์หรือมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์แล้วแต่ราคาใดจะสูงกว่า ในการประเมินมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขาย กลุ่มบริษัทอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เกี่ยวกับธุรกรรมการขายที่มีผลผูกพันซึ่งได้เข้าทำในลักษณะของผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกันสำหรับสินทรัพย์ที่คล้ายคลึงกันหรืออ้างอิงจากราคาตลาดที่สามารถสังเกตได้หักด้วยต้นทุนส่วนเพิ่มในการจำหน่ายสินทรัพย์นั้น ในการประเมินมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ กลุ่มบริษัทใช้แบบจำลองการคิดลดกระแสเงินสด ซึ่งใช้ข้อมูลงบประมาณและไม่รวมถึงการปรับโครงสร้างใด ๆ ที่กิจการยังไม่ได้มีผลผูกพันหรือการลงทุนในอนาคตที่สำคัญซึ่งจะทำให้สินทรัพย์นั้นดีขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนคืออัตราคิดลดที่ใช้ในแบบจำลองดังกล่าว ตลอดจนกระแสเงินสดรับในอนาคตที่คาดการณ์และอัตราการเติบโตที่ใช้เพื่อการคาดการณ์ การประมาณการดังกล่าวส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับเงินลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทย่อยและการร่วมค้า ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และค่าความนิยมซึ่งกลุ่มบริษัทได้บันทึกไว้ในงบการเงิน สมมติฐานสำคัญที่ใช้ในการประเมินมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนได้เปิดเผยและอธิบายไว้ในหมายเหตุ 17 และ 18

6. รายการธุรกิจกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ		นโยบายการกำหนดราคา
	2565	2564	2565	2564	
รายการธุรกิจกับบริษัทย่อย (ตัดออกจากงบการเงินรวมแล้ว)					
ค่าเช่ารับ	-	-	2,930	2,930	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
ดอกเบี้ยรับ	-	-	295,963	234,334	อิงตามอัตราดอกเบี้ยธนาคาร
รายได้ในการบริหารจัดการ	-	-	65,000	65,000	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
รายได้จากการค้ำประกันเงินกู้	-	-	6,298	7,224	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
เงินปันผลรับ	-	-	127,200	122,619	ตามการประกาศจ่ายเงินปันผล
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	5,203	6,478	อิงตามอัตราดอกเบี้ยธนาคาร
ค่าใช้จ่ายอื่น	-	-	5,688	5,794	ตามราคาที่ตกลงร่วมกัน
ค่าเช่าจ่าย	-	-	6,832	7,323	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
ค่าบริหารจัดการ	-	-	81,950	19,106	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
รายการธุรกิจกับบริษัทร่วม					
ค่าเช่ารับ	100,333	100,333	50,333	50,333	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
เงินปันผลรับ	6,487	26,591	6,487	26,591	ตามการประกาศจ่ายเงินปันผล
ค่าเช่าจ่าย	183,546	183,546	-	-	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
รายการธุรกิจกับกิจการร่วมค้า					
ดอกเบี้ยรับ	160,369	93,270	-	-	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
รายการธุรกิจกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน					
ค่าเช่ารับ	14,279	14,279	-	-	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
รายได้ในการบริหารจัดการ	4,559	1,966	-	-	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
รายได้อื่น	648	400	-	-	ตามราคาที่ตกลงร่วมกัน
ค่าเช่าจ่าย	771,229	589,559	170,517	161,001	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
ค่าไฟฟ้า	33,590	19,067	33,590	19,067	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
ค่าบริหารจัดการ	37,727	36,417	17,729	16,885	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
ค่าบริการทางบัญชี	46,803	36,395	3,630	-	ตามสัญญาที่ตกลงร่วมกัน
ค่าบริการอื่น	-	10	-	-	ตามราคาที่ตกลงร่วมกัน

ยอดคงค้างระหว่างบริษัทฯและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน (หมายเหตุ 8)				
บริษัทย่อย	-	-	118,368	64,761
กิจการร่วมค้า	23,470	17,906	40	2,037
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน (มีกรรมการร่วมกัน)	105,327	20,223	10,575	7,998
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	128,797	38,129	128,983	74,796
เงินปันผลค้างรับ - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน				
บริษัทย่อย	-	-	127,200	80,000
รวมเงินปันผลค้างรับ - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	127,200	80,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน (หมายเหตุ 22)				
บริษัทย่อย	-	-	87,003	19,593
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน (มีกรรมการร่วมกัน)	220,047	6,226	5,257	1
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	220,047	6,226	92,260	19,594

<u>เงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>

ยอดคงค้างของเงินให้กู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

เงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	อัตราดอกเบี้ย		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564
	(ร้อยละต่อปี)					
เงินให้กู้ยืมระยะสั้น						
กิจการร่วมค้า	2.0	2.0	15,300	15,300	-	-
เงินให้กู้ยืมระยะยาว						
บริษัทย่อย	3.0	3.0	-	-	8,362,462	8,398,750
รวม			15,300	15,300	8,362,462	8,398,750

การเปลี่ยนแปลงของเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
เงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน				
บริษัทย่อย/การร่วมค้า				
ณ วันที่ 1 มกราคม	15,300	-	9,444,533	6,098,065
เพิ่มขึ้น	-	15,300	4,730,287	6,989,805
ลดลง	-	-	(4,758,775)	(3,643,337)
รวม	15,300	15,300	9,416,045	9,444,533
หัก: ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	-	-	(1,053,583)	(1,045,783)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	15,300	15,300	8,362,462	8,398,750

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของเงินให้กู้ยืมแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ยอดคงเหลือต้นปี	-	-	1,045,783	947,083
สำรองผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	-	-	7,800	98,700
ยอดคงเหลือปลายปี	-	-	1,053,583	1,045,783

เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการร่วมค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งมีเงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการร่วมค้าเป็นจำนวนทั้งสิ้น 15.3 ล้านบาท เงินให้กู้ยืมดังกล่าวเป็นตั๋วสัญญาใช้เงินโดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยเมื่อทวงถาม

เงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

ยอดคงค้างของเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวจากบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

เงินกู้ยืมจากบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	อัตราดอกเบี้ย		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564
	(ร้อยละต่อปี)					
เงินกู้ยืมระยะสั้น						
บริษัทย่อย	0.8	2.0 - 3.0	-	-	300,000	156,513
บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	2.0	2.0	8,930	5,250	-	-
เงินกู้ยืมระยะยาว						
บริษัทย่อย	2.0 - 3.0	-	-	-	248,322	-
บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	3.0	3.0	61,125	61,125	-	-
รวม			70,055	66,375	548,322	156,513

การเปลี่ยนแปลงของเงินกู้ยืมจากบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
เงินกู้ยืมระยะสั้น				
บริษัทย่อย/บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน				
ณ วันที่ 1 มกราคม	5,250	-	156,513	376,520
เพิ่มขึ้นจากการซื้อธุรกิจ	-	5,250	-	-
เพิ่มขึ้น	3,680	-	744,941	553,368
ลดลง	-	-	(601,454)	(773,375)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	8,930	5,250	300,000	156,513
เงินกู้ยืมระยะยาว				
บริษัทย่อย/บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน				
ณ วันที่ 1 มกราคม	61,125	52,329	-	-
เพิ่มขึ้น	-	8,796	248,322	-
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-	(52,329)	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	61,125	8,796	248,322	-

เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

ในระหว่างปีบริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญากู้ยืมเงินระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันเป็นจำนวนเงิน 3.6 ล้านบาท (2564: 5.3 ล้านบาท) โดยเงินกู้ยืมดังกล่าวจะครบกำหนดชำระคืนเมื่อทวงถาม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 8.9 ล้านบาท (2564: 5.3 ล้านบาท)

เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

บริษัทย่อยแห่งหนึ่งมีเงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นตั๋วสัญญาใช้เงิน มีกำหนดชำระคืนเงินต้นภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2562 บริษัทย่อยดังกล่าวได้ออกตั๋วสัญญาใช้เงินฉบับใหม่เพื่อขยายระยะเวลาในการชำระคืนเงินต้นเป็นภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2565 หรือเมื่อบริษัทใหญ่ของบริษัทที่กู้ยืมสูญเสียการควบคุมในบริษัทที่กู้ยืมเงินแล้วแต่เหตุการณ์ใดจะเกิดขึ้นก่อน ต่อมาเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 บริษัทย่อยดังกล่าวได้ออกตั๋วสัญญาใช้เงินฉบับใหม่เพื่อขยายระยะเวลาในการชำระคืนเงินต้นภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2568

ในปี 2564 บริษัทย่อยกู้ยืมเงินเพิ่มจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกันเป็นจำนวน 8.8 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นตั๋วสัญญาใช้เงิน มีกำหนดชำระคืนเงินต้นภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2567

หนี้สินทางการเงินจากสัญญาเช่าระยะยาว

รายการเคลื่อนไหวของหนี้สินทางการเงินจากสัญญาเช่าระยะยาวสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม	
	2565	2564
หนี้สินทางการเงินจากสัญญาเช่าระยะยาว		
บริษัทร่วม		
ณ วันที่ 1 มกราคม	1,817,849	1,847,072
ลดลง	(46,904)	(29,223)
	1,770,945	1,817,849
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(64,816)	(61,387)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	1,706,129	1,756,462

<u>สัญญาที่สำคัญกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>

<u>สัญญาเช่าระยะยาว</u>

บริษัทฯ

โครงการโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว

ภายใต้เงื่อนไขของสัญญาต่างตอบแทนระหว่างบริษัทฯกับ บริษัท เซ็นทรัลอินเตอร์พัฒนา จำกัด (“CID”) ซึ่งทำสัญญาเช่าที่ดินระยะยาวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย (“รฟท.”) บริษัทฯได้รับสิทธิในการก่อสร้างอาคารโรงแรมบนที่ดินที่เช่าช่วงจาก CID และสามารถดำเนินกิจการโรงแรมเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯจนถึงวันที่ 18 ธันวาคม 2551 สัญญานี้ต่ออายุได้อีกครั้งละ 10 ปี

เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2551 ซึ่งเป็นวันครบกำหนดของสัญญาต่างตอบแทนดังกล่าว บริษัทฯต้องโอนสิ่งปลูกสร้างบนที่ดินที่เช่าช่วง ส่วนติดตั้งและปรับปรุง รวมถึงอุปกรณ์บางส่วนให้แก่ รฟท. ซึ่งมีมูลค่าสุทธิทางบัญชี ณ วันครบกำหนดสัญญาเป็นจำนวน 23.9 ล้านบาท เป็นผลให้บริษัทฯมีขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ในจำนวนเดียวกัน

เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2551 บริษัทฯได้รับแจ้งจาก CID ว่า CID ได้เข้าทำสัญญาเช่าที่ดินและอาคารฉบับใหม่โดยมีระยะเวลาการเช่า 20 ปีกับ รฟท. แล้ว ดังนั้น บริษัทฯจึงได้เข้าลงนามในบันทึกข้อตกลงกับ CID เพื่อรักษาสิทธิและยืนยันการใช้สิทธิในการเข้าทำสัญญาเช่าช่วงใหม่กับ CID โดย CID ได้แจ้งให้บริษัทฯจ่ายเงินประกันสิทธิการเช่าที่ดินและอาคารโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว จำนวน 95 ล้านบาท ในวันที่ CID เข้าทำสัญญาเช่ากับ รฟท.

ในปี 2552 บริษัทฯทำสัญญาเช่าช่วงทรัพย์สิน ซึ่งประกอบด้วย อาคารโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ และส่วนปรับปรุงอาคารโรงแรม พร้อมทั้งทรัพย์สินครุภัณฑ์ กับ CID (“ผู้ให้เช่าช่วง”) เป็นระยะเวลา 20 ปี และจะสิ้นสุดลงในวันที่ 18 ธันวาคม 2571 บริษัทฯจะต้องจ่ายค่าผลประโยชน์ตอบแทนการได้สิทธิเช่าช่วงและค่าเช่าสำหรับการเช่าช่วงสินทรัพย์รายปีให้แก่ผู้ให้เช่าช่วงตลอดอายุสัญญาเช่าเป็นจำนวนเงินรวม 2,556 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทฯจะต้องจ่ายค่าเช่าครุภัณฑ์ให้แก่ผู้ให้เช่าช่วงตลอดอายุสัญญาเช่าเป็นจำนวนเงินรวม 31 ล้านบาท โดยบริษัทฯบันทึกค่าเช่าครุภัณฑ์เป็นสินทรัพย์ภายใต้สัญญาเช่าการเงิน และบริษัทฯแสดงสิทธิเช่าช่วงและค่าเช่าดังกล่าวเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้ในงบแสดงฐานะการเงินรวมและงบแสดงฐานะการเงินเฉพาะกิจการ

ทรัพย์สินที่เช่าที่บริษัทฯได้ดำเนินการบูรณะพัฒนา ปรับปรุงหรือก่อสร้าง แก้ไข ดัดแปลง ต่อเติม ซ่อมแซมหรือสร้างทดแทนทรัพย์สินเดิมตามสัญญานี้ ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ รฟท. ทันทีที่มีการดำเนินการดังกล่าวแล้วเสร็จ นอกจากนี้ บริษัทฯต้องส่งมอบครุภัณฑ์ที่เช่าตามรายการในสัญญาเช่าให้แก่ รฟท. เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าตามสภาพตามสมควรและอายุการใช้งานในขณะนั้น

บริษัทย่อย

โครงการโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย

สัญญาระหว่างบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย กับกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา

เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2551 บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้เข้าทำสัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวกับที่ดิน และอาคาร โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย กับกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา (“CTARAF”) โดยมีสาระสำคัญต่อไปนี้

1) บริษัท เซ็นทรัลสมุยบีชรีสอร์ท จำกัด (“CSBR”) ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินกับ CTARAF เพื่อให้ CTARAF เช่าที่ดินเป็นระยะเวลา 30 ปี นับตั้งแต่วันที่คู่สัญญาได้นำสัญญาเช่าไปจดทะเบียนการเช่า (วันที่ 26 กันยายน 2551) ทั้งนี้ CTARAF ตกลงชำระค่าเช่าที่ดินเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,500 ล้านบาท โดยชำระทั้งจำนวนในวันจดทะเบียนการเช่า CSBR บันทึกรายการดังกล่าวเป็นรายได้รับล่วงหน้ารอการตัดบัญชีในงบแสดงฐานะการเงินของบริษัทย่อย และทยอยตัดบัญชีเป็นรายได้โดยวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า 30 ปี โดยกลุ่มบริษัทแสดงรายการดังกล่าวเป็นหนี้สินทางการเงินจากสัญญาเช่าระยะยาวในงบแสดงฐานะการเงินรวม

2) บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) (“CPH”) ได้ทำสัญญาเช่าอาคารสิ่งปลูกสร้างโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย รวมทั้งระบบสาธารณูปโภคและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ CTARAF เพื่อให้ CTARAF เช่าเป็นระยะเวลา 30 ปี นับตั้งแต่วันที่คู่สัญญาได้นำสัญญาเช่าไปจดทะเบียนการเช่า (วันที่ 26 กันยายน 2551) ทั้งนี้ CTARAF ตกลงชำระค่าเช่าอาคารเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,510 ล้านบาท โดยชำระทั้งจำนวนในวันจดทะเบียนการเช่า CPH บันทึกรายการดังกล่าวเป็นรายได้รับล่วงหน้ารอการตัดบัญชีในงบแสดงฐานะการเงินของงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ และทยอยตัดบัญชีเป็นรายได้โดยวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า 30 ปี โดยกลุ่มบริษัทแสดงรายการดังกล่าวเป็นหนี้สินทางการเงินจากสัญญาเช่าระยะยาวในงบแสดงฐานะการเงินรวม

ภายใต้สัญญาเช่าอาคารสิ่งปลูกสร้าง CPH ตกลงและรับรองว่า ภายในระยะเวลา 4 ปีนับจากวันจดทะเบียนการเช่า CTARAF จะมีรายได้ค่าเช่าจากการนำทรัพย์สินที่เช่าไปหาผลประโยชน์ ไม่น้อยกว่ารายได้ค่าเช่าประกันสะสม ตามจำนวนเงินที่ระบุในสัญญา โดยหาก CTARAF มีรายได้ค่าเช่าสะสมน้อยกว่ารายได้ค่าเช่าประกันสะสมตามสัญญา CPH ตกลงจะชำระเงินให้ CTARAF ในจำนวนเท่ากับส่วนต่างระหว่างรายได้ค่าเช่าสะสมของกองทุนรวม ลบด้วยรายได้ค่าเช่าประกันสะสม

เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2551 CPH และ CSBR ได้ทำสัญญาเกี่ยวกับการประกันรายได้ของ CTARAF โดย CSBR ในฐานะผู้ให้เช่าที่ดินซึ่งได้รับประโยชน์ส่วนหนึ่งจากการเช่าทรัพย์สินของ CTARAF ตกลงร่วมรับประกันรายได้ค่าเช่า โดยหาก CPH ต้องชำระเงินใดๆ ให้แก่ CTARAF ภายใต้เงื่อนไขการรับประกันข้างต้น CSBR ตกลงจะชำระเงินค่ารับประกันบางส่วนให้แก่ CPH ตามอัตราร้อยละที่กำหนดในสัญญา

ทั้งนี้ หาก CTARAF ประสงค์จะต่ออายุสัญญาเช่าที่ดิน และสัญญาเช่าอาคาร ตามข้อ 1) และข้อ 2) ข้างต้น ไปอีกนับจากวันครบระยะเวลาการเช่า CTARAF ต้องแจ้งความประสงค์ดังกล่าวให้แก่ CSBR และ CPH แล้วแต่กรณี ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรภายในปีที่ 26 นับจากปีแรกของระยะเวลาการเช่า และคู่สัญญาจะร่วมกันเจรจารายละเอียดในการต่ออายุสัญญาเช่าให้แล้วเสร็จภายในปีที่ 27 นับจากปีแรกของระยะเวลาการเช่า

3) CSBR ได้ทำสัญญาซื้อขายเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ที่ได้ติดตั้ง ใช้งานอยู่ในโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย กับ CTARAF โดย CTARAF ตกลงชำระค่าตอบแทนการรับโอนกรรมสิทธิ์ในเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ดังกล่าว เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 80 ล้านบาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยชำระทั้งจำนวนในวันโอนกรรมสิทธิ์ (วันที่ 26 กันยายน 2551)

4) CTARAF ได้ทำสัญญาเช่าช่วงอาคารโครงการโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย กับบริษัท เซ็นทรัลสมุยโฮเต็ลแมนเนจเม้นท์ จำกัด (“CSHM”) เพื่อให้เช่าที่ดิน อาคารและระบบสาธารณูปโภคและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง และเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์แก่ CSHM เพื่อให้ CSHM ใช้ในการดำเนินธุรกิจโรงแรม โดยมีระยะเวลาการเช่า 3 ปี นับจากวันที่ 26 กันยายน 2551 ทั้งนี้ CTARAF ตกลงให้คำมั่นแก่ CSHM เพื่อให้ CSHM มีสิทธิเช่าทรัพย์ที่เช่าต่อไปอีก 3 ปีนับจากวันที่ครบระยะเวลาการเช่า โดย CSHM ต้องแจ้งให้ CTARAF ทราบถึงการใช้สิทธิตามคำมั่นให้สิทธิการเช่าล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนวันครบระยะเวลาการเช่า เพื่อเจรจาร่วมกันในการกำหนดค่าเช่าคงที่ใหม่ ทั้งนี้ CTARAF สามารถใช้สิทธิระงับการเช่าโดยแจ้ง CSHM เป็นลายลักษณ์อักษร ตามสัญญาฉบับนี้ CSHM ตกลงชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน ซึ่งประกอบด้วย ค่าเช่าคงที่ ในอัตรารวม 225 ล้านบาทต่อปี และค่าเช่าผันแปรในอัตราเท่ากับร้อยละ 90 ของกำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ทั้งนี้ ตามสัญญาเช่าช่วงและสัญญาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง CSHM ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญา เช่น ส่งมอบเอกสาร และข้อมูลต่างๆ ตามที่ระบุในสัญญา เปิดบัญชีและดำรงบัญชีเงินฝากต่างๆ รวมทั้งโอนสิทธิเรียกร้องในบัญชีเงินฝากดังกล่าวให้แก่ CTARAF ไม่ก่อหนี้เพิ่มเติม ขาย จำหน่าย ให้เช่า ก่อภาระผูกพันในทรัพย์สินไม่ว่าทั้งหมด หรือบางส่วน ให้เงินกู้ ลงทุนใดๆ ยกเว้นได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจาก CTARAF

แต่ในกรณีที่ CSHM แสดงให้ CTARAF เห็นได้ว่ามีเหตุการณ์ใดๆ เป็นเหตุการณ์ที่ไม่อยู่ภายใต้การควบคุมหรือป้องกันของ CSHM และเหตุการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจโรงแรมของ CSHM ในทางลบอย่างมีนัยสำคัญ โดยเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นเป็นกรณีชั่วคราว (“กรณีเหตุสุดวิสัยชั่วคราว”) และส่งผลให้ CSHM ไม่สามารถชำระค่าเช่าคงที่ให้แก่ CTARAF ตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนดในสัญญาเช่าช่วง ให้ CSHM ชำระค่าเช่าให้แก่ CTARAF ในจำนวนเท่ากับร้อยละ 100 ของกำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (“EBITDA”) ที่คำนวณได้จากการประกอบธุรกิจโรงแรม ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวโดยไม่ถือว่า CSHM เป็นผู้ผิดนัดชำระหนี้

เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2557 CSHM ได้มีหนังสือแสดงเจตนาใช้สิทธิเช่าโครงการโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย ต่อไปอีกตามที่กำหนดในเงื่อนไขเกี่ยวกับการต่ออายุสัญญาเช่าช่วง ซึ่งสัญญาเช่าดังกล่าวสิ้นสุดในวันที่ 25 กันยายน 2557 ต่อมาในวันที่ 23 กันยายน 2557 บริษัทจัดการของ CTARAF ได้แจ้งให้ CSHM ทราบว่า CTARAF และ CSHM ต้องร่วมกันตกลงอัตราค่าเช่าคงที่ใหม่ในการต่ออายุสัญญาเช่าช่วง โดยบริษัทจัดการของ CTARAF ได้ยืนยันอัตราค่าเช่าใหม่ให้เป็นไปตามอัตราค่าเช่าเดิม แต่ CSHM เสนออัตราค่าเช่าจำนวนเท่ากับร้อยละ 100 ของ EBITDA ดังนั้น บริษัทจัดการของ CTARAF และ CSHM จึงยังไม่สามารถตกลงอัตราค่าเช่าใหม่ร่วมกันได้

เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2558 บริษัทจัดการของ CTARAF ได้รายงานต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่า ในการต่ออายุสัญญาเช่าช่วงซึ่งสิ้นสุดในเดือนกันยายน 2557 นั้น CTARAF และ CSHM ยังคงไม่สามารถตกลงอัตราค่าเช่าร่วมกันได้

เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2558 บริษัทจัดการของ CTARAF ได้รายงานต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าบริษัทจัดการได้ดำเนินการประกาศการสรรหาผู้เช่าช่วงโรงแรมและกำหนดให้ผู้สนใจเข้ายื่นซองประมูล ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2558 บริษัทจัดการได้ตรวจสอบเอกสารซองประมูลของผู้เข้าประมูลที่ได้ยื่นมาทั้งหมด ซึ่งข้อเสนอนี้ยังไม่เป็นประโยชน์ที่ดีที่สุดสำหรับกองทุนและ/หรือผู้ถือหน่วยลงทุน กองทุนจึงใช้สิทธิไม่เลือกผู้ยื่นซองประมูลในการประมูลครั้งนี้

เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2560 บริษัทจัดการของ CTARAF ได้รายงานต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าบริษัทจัดการอยู่ระหว่างดำเนินการสรรหาข้อเสนอการเช่าช่วงอาคารโครงการโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย เพิ่มเติมนอกเหนือจากทางเลือกทั้ง 3 ทางเลือกที่เสนอในการประชุมผู้ถือหน่วยลงทุนเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2559 โดยมีกำหนดการยื่นข้อเสนอในวันที่ 2 พฤษภาคม 2560

เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2560 บริษัทจัดการของ CTARAF ได้รายงานต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเรื่องมติที่ประชุมผู้ถือหน่วยลงทุนโดย 1) รับทราบรายงานความคืบหน้าการดำเนินการต่างๆ ของบริษัทจัดการเกี่ยวกับการเช่าช่วงอาคารโครงการโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย 2) มีมติอนุมัติทางเลือกที่ 4 เป็นข้อเสนอการเช่าช่วงอาคารโครงการโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย จาก CSHM โดยมีค่าเช่าคงที่ในปีแรก 168 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตของค่าเช่าคงที่ร้อยละ 3 ทุก 3 ปี และมีผลนับจากวันที่สัญญาเช่าช่วงใหม่จะมีผลบังคับใช้จนถึงวันที่ 25 กันยายน 2581 รวมถึงอนุมัติค่าเช่าสำหรับระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 26 กันยายน 2557 จนถึงวันที่กองทุนรวมลงนามในสัญญาเช่าช่วงฉบับใหม่กับ CSHM ในอัตราร้อยละ 100 ของ EBITDA ที่คำนวณได้จากการประกอบธุรกิจโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย ระหว่างช่วงระยะเวลาดังกล่าว และ 3) มีมติอนุมัติการแก้ไขเพิ่มเติมโครงการจัดการกองทุนรวม ทั้งนี้สัญญาเช่าช่วงฉบับใหม่ตามมติที่ประชุมผู้ถือหน่วยลงทุนดังกล่าวได้จัดทำและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2561 ทั้งนี้ CPH ได้เข้าทำสัญญาค้ำประกันกับ CTARAF เพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติหน้าที่ของ CSHM ตามสัญญาเช่าช่วง ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขและข้อกำหนดหนึ่งภายใต้สัญญาเช่าช่วงฉบับใหม่

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด

เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2548 บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด (“CWH”) ได้ทำสัญญาเช่าช่วงที่ดินและอาคารในส่วนของโรงแรมจากกองทุนรวมธุรกิจไทย 4 (“กองทุน”) เพื่อพัฒนาและใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับโรงแรมหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง CWH ต้องจ่ายค่าเช่าและค่าตอบแทนการใช้ประโยชน์ในพื้นที่อาคารศูนย์การค้าล่วงหน้า รวมถึงค่าเช่ารายปีให้แก่กองทุนตลอดอายุของสัญญาซึ่งสิ้นสุดวันที่ 22 ธันวาคม 2575 เป็นจำนวนเงิน 1,198.8 ล้านบาท ทั้งนี้ CWH ได้ชำระค่าเช่าล่วงหน้าเมื่อลงนามในสัญญาเป็นจำนวนเงิน 275 ล้านบาท และได้จ่ายค่าตอบแทนการใช้ประโยชน์ในพื้นที่อาคารศูนย์การค้าเป็นจำนวน 10 ล้านบาท โดยแสดงรายการดังกล่าวเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้ในงบแสดงฐานะการเงินรวม

สัญญาข้างต้นกำหนดให้อาคารและสิ่งปลูกสร้างใด ๆ ที่ CWH ได้ซ่อมแซม ปรับปรุงหรือก่อสร้างขึ้นบนที่ดินที่เช่าช่วงให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของเจ้าของทรัพย์สินคือสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ทันทีที่การซ่อมแซม ปรับปรุงหรือก่อสร้างดังกล่าวเสร็จสิ้น

บริษัท โคซี่ โฮเต็ล จำกัด

เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2559 บริษัท โคซี่ โฮเต็ล จำกัด (“COSI”) ได้ทำสัญญาเช่าช่วงที่ดินโครงการเซ็นทรัลเฟสติวัล สมุย จากบริษัท เซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด (“CTW”) เพื่อพัฒนาโรงแรมโคซี่ สมุย COSI ต้องจ่ายค่าตอบแทนการเช่าช่วงที่ดินเป็นจำนวนเงินรวม 62 ล้านบาท ตลอดระยะเวลาการเช่าช่วง 37 ปี 2 เดือน โดยแสดงรายการดังกล่าวเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้ในงบแสดงฐานะการเงินรวม

เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2562 บริษัท โคซี่ โฮเต็ล จำกัด (“COSI”) ได้ทำสัญญาเช่าช่วงที่ดินเป็นระยะเวลา 30 ปี จากบริษัท เพลินฤดี จำกัด เพื่อพัฒนาโรงแรมโคซี่ ท่าแพ โดยต้องจ่ายค่าตอบแทนการเช่าที่ดินเป็นจำนวนเงินรวม 13.6 ล้านบาท และต้องจ่ายค่าเช่าที่ดินและค่าบริการตลอดอายุสัญญาเป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 135.5 ล้านบาท โดยแสดงรายการดังกล่าวเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้ในงบแสดงฐานะการเงินรวม

Centara Osaka Japan Kabushiki Kaisha

เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563 Centara Osaka Japan Kabushiki Kaisha (บริษัทย่อยทางอ้อมในต่างประเทศ) ได้ทำสัญญาเช่าอาคารกับ Centara Osaka Tokutei Mokuteki Kaisha (กิจการร่วมค้า) โดยสัญญาดังกล่าวมีระยะเวลา 50 ปี 3 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม 2566 หรือวันที่ส่งมอบอาคารโรงแรม แล้วแต่อย่างใดจะเกิดก่อน ซึ่งบริษัทย่อยดังกล่าวจะต้องจ่ายค่าเช่ารายเดือนเป็นอัตราคงที่และแปรผันตามอัตราที่กำหนดในสัญญา

<u>สัญญาบริการระยะยาว</u>

บริษัทฯ

เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2551 บริษัทฯได้ทำสัญญาการจัดการกับบริษัท เซ็นทรัลสมุยโฮเต็ลแมนเนจเม้นท์ จำกัด เพื่อให้บริการบริหารงานโรงแรมเป็นระยะเวลา 30 ปี นับจากวันที่ในสัญญา บริษัทฯจะได้รับค่าตอบแทนการจัดการในอัตราที่กำหนดไว้ในสัญญา

เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2557 บริษัทฯได้ทำสัญญาการบริการกับบริษัท ห้างเซ็นทรัลดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด มีกำหนด 1 ปี เพื่อรับข้อมูลทางธุรกิจและคำแนะนำต่าง ๆ อันเกี่ยวกับการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ บริษัทฯตกลงจ่ายค่าบริการในอัตราเดือนละ 1 ล้านบาท สัญญาดังกล่าวสามารถต่ออายุอัตโนมัติได้ทุก 1 ปี โดยที่อัตราค่าบริการในแต่ละปีจะเพิ่มขึ้นตามอัตราที่ตกลงกัน

เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2560 บริษัทฯได้ทำสัญญาให้คำปรึกษาทางการเงินและการบริหารกับบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (“CRG”) เพื่อให้บริการให้คำปรึกษา ตลอดจนแนะนำเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอาหารของ CRG โดยบริษัทฯได้รับค่าตอบแทนการจัดการเป็นรายไตรมาสๆ ละ 1.25 ล้านบาท สัญญาดังกล่าวมีกำหนดระยะเวลา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562 ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ก่อนครบกำหนดดังกล่าว โดยจะต้องบอกกล่าวเป็นหนังสือให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน โดยสัญญาดังกล่าวสามารถต่ออายุอัตโนมัติได้ทุก 1 ปี

เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 บริษัทฯได้ทำสัญญาบริการกับบริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด เพื่อให้บริการการกำกับดูแล สั่งการ และควบคุมการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้ชื่อโรงแรม บริษัทฯจะจ่ายค่าตอบแทนการบริการในอัตราที่กำหนดไว้ในสัญญา โดยสัญญาจะมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยสัญญาดังกล่าวสามารถต่ออายุอัตโนมัติได้ทุก 1 ปี

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2564 บริษัทฯได้ทำสัญญาค่าตอบแทนการจัดการกับบริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด โดยสัญญาดังกล่าวมีกำหนด 1 ปี โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ค่าตอบแทนการจัดการดังกล่าวมีกำหนดชำระเป็นรายเดือน และบริษัทฯจะได้รับค่าตอบแทนการจัดการในอัตราที่กำหนดไว้ในสัญญา โดยสัญญาดังกล่าวสามารถต่ออายุอัตโนมัติได้ทุก 1 ปี

บริษัทย่อย

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลสุคนธา จำกัด (“CHY”) ได้ทำสัญญาให้เช่าและให้บริการกับบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด มีกำหนดเวลา 30 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 พฤษภาคม 2567 โดยบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด ได้ตกลงเช่าส่วนหนึ่งของอาคารของ CHY เพื่อใช้ประกอบกิจการศูนย์การค้า โดย CHY มีรายได้รวมประมาณ 428 ล้านบาท ตลอดอายุของสัญญา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 รายได้รับล่วงหน้ารอการตัดบัญชีมีจำนวน 26.2 ล้านบาท (31 ธันวาคม 2564: 40.5 ล้านบาท) ในงบการเงินรวม

เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2555 บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (“CRG’’) ได้ทำสัญญาการบริการกับบริษัท ห้างเซ็นทรัล ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด มีกำหนด 1 ปี เพื่อรับข้อมูลทางธุรกิจและคำแนะนำต่างๆ อันเกี่ยวกับการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ โดย CRG ตกลงจ่ายค่าบริการในอัตราเดือนละ 500,000 บาท สัญญาดังกล่าวสามารถต่ออายุอัตโนมัติได้ทุก 1 ปี โดยที่อัตราค่าบริการในแต่ละปีจะเพิ่มขึ้นตามอัตราที่ตกลงกัน

เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2558 บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (“CRG”) ได้ทำสัญญาให้คำปรึกษาปัญหากฎหมายกับบริษัท ห้างเซ็นทรัล ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด เพื่อรับคำปรึกษา คำชี้แจง คำแนะนำในปัญหากฎหมายตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายและกฎหมายอื่น โดยเน้นเฉพาะข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจของ CRG โดยตกลงจ่ายค่าบริการในอัตราเดือนละ 73,000 บาท สัญญาดังกล่าวมีกำหนด 1 ปี โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558 เว้นแต่โดยพฤติการณ์ของคู่สัญญาได้มีการหารือ และให้คำปรึกษาภายใต้เจตนาแห่งสัญญานี้ต่อเนื่องกันไปโดยมิได้ทำสัญญาใหม่ ให้ถือว่าได้เริ่มทำสัญญาโดยไม่กำหนดเวลา และให้เป็นสิทธิของคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งบอกเลิกสัญญาได้ แต่ต้องบอกล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน ต่อมาในวันที่ 1 กรกฎาคม 2562 CRG ได้ทำการต่อสัญญาบริการดังกล่าวโดยมีกำหนด 2 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยพฤติการณ์ของคู่สัญญาได้มีการหารือ และให้คำปรึกษาภายใต้เจตนาแห่งสัญญานี้ต่อเนื่องกันไปโดยมิได้ทำสัญญาใหม่ ให้ถือว่าได้เริ่มทำสัญญาโดยไม่กำหนดเวลา และให้เป็นสิทธิของคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งบอกเลิกสัญญาได้ แต่ต้องบอกล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน โดย CRG ตกลงจ่ายค่าบริการในอัตราเดือนละ 77,000 บาท

เมื่อวันที่ 17 เมษายน 2560 บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (“CRG’’) ได้ทำสัญญาบริการกับบริษัท ห้างเซ็นทรัลดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด โดยสัญญาดังกล่าวมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2559 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564 และสามารถต่ออายุได้อีกคราวละ 3 ปี เพื่อรับบริการด้านการเงินและการบัญชี ค่าตอบแทนเป็นไปตามที่ระบุในสัญญา โดยที่อัตราค่าบริการในแต่ละปีจะเพิ่มขึ้นตามอัตราที่ตกลงกัน

เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2560 บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (“CRG”) ได้ทำสัญญาให้บริการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลกับบริษัท ห้างเซ็นทรัล ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด เพื่อรับบริการการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและรองรับการเติบโตของธุรกิจ โดยตกลงจ่ายค่าบริการตามที่กำหนดในสัญญา สัญญาดังกล่าวมีกำหนด 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2561 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2561 หากมิได้มีการแจ้งบอกเลิกสัญญาจากฝ่ายใดล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน ให้ถือว่าสัญญานี้ได้ต่ออายุออกไปอีกคราวละ 1 ปี ด้วยความตกลงและเงื่อนไขเดิมทุกประการ ยกเว้นเรื่องอัตราค่าบริการซึ่งทั้งสองฝ่ายอาจจะได้มีการตกลงกันใหม่

สัญญาเช่าและบริการระยะยาว

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (“CRG”) มีสัญญาเช่าและบริการระยะยาวกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน เป็นเวลา 3 - 30 ปี จนถึงปี 2579 ตามเงื่อนไขของสัญญา CRG จะต้องจ่ายค่าเช่าและบริการเป็นยอดคงที่รายเดือนหรือคิดเป็นร้อยละของยอดขาย

ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

ในระหว่างปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานที่ให้แก่กรรมการและผู้บริหาร ดังต่อไปนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564
ผลประโยชน์ระยะสั้น	91	84
ผลประโยชน์หลังออกจากงาน	2	1
รวม	93	85

7. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
เงินสด	82,165	113,274	1,724	1,553
เงินฝากธนาคารประเภทกระแสรายวัน	1,695,666	835,324	866,021	271,928
เงินฝากธนาคารประเภทออมทรัพย์	1,358,800	2,405,834	10	-
รวม	3,136,631	3,354,432	867,755	273,481

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เงินฝากธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยระหว่างร้อยละ 0.13 ถึง 0.95 ต่อปี (2564: ร้อยละ 0.13 ถึง 0.45 ต่อปี)

8. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ลูกหนี้การค้า - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน				
อายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ				
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	187,007	112,817	9,815	7,972
ค้างชำระ				
ไม่เกิน 3 เดือน	86,192	36,449	16,631	7,046
3 - 6 เดือน	13,474	1,904	870	10
6 - 12 เดือน	4,240	6,257	269	52
มากกว่า 12 เดือน	12,067	17,963	7	5,821
รวม	302,980	175,390	27,592	20,901
หัก: ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(47,534)	(23,920)	(8,929)	(6,847)
รวมลูกหนี้การค้า - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน สุทธิ	255,446	151,470	18,663	14,054
รวมลูกหนี้การค้า - สุทธิ	255,446	151,470	18,663	14,054
ลูกหนี้อื่น				
ลูกหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	128,797	38,129	128,983	74,796
ลูกหนี้อื่น - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	815,157	618,483	48,174	22,552
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	71,970	65,335	21,116	25,122
เงินจ่ายล่วงหน้าค่าสินค้า	42,137	6,984	-	-
รวม	1,058,061	728,931	198,273	122,470
หัก: ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(86,104)	(79,039)	(21,981)	(14,538)
รวมลูกหนี้อื่น สุทธิ	971,957	649,892	176,292	107,932
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	1,227,403	801,362	194,955	121,986

ระยะเวลาการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าโดยปกติมีระยะเวลา 30 วัน ถึง 45 วัน

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ยอดคงเหลือต้นปี	102,959	94,453	21,385	23,185
สำรองผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (โอนกลับ)	30,679	8,506	9,525	(1,800)
ยอดคงเหลือปลายปี	133,638	102,959	30,910	21,385

9. สินค้าคงเหลือ

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
อาหารและเครื่องดื่ม	76,061	62,149	12,059	11,435
วัตถุดิบ	580,905	404,137	-	-
งานระหว่างทำ	50,414	14,192	-	-
สินค้าสำเร็จรูป	9,039	8,561	-	-
วัสดุสิ้นเปลือง	288,095	250,901	9,286	8,844
อื่นๆ	25,211	14,362	1,058	1,073
	1,029,725	754,302	22,403	21,352
หัก: ค่าเผื่อการปรับลดมูลค่าสินค้าคงเหลือเป็นมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับ	(5,833)	(6,518)	-	-
สินค้าคงเหลือสุทธิ	1,023,892	747,784	22,403	21,352
ต้นทุนของสินค้าคงเหลือที่บันทึกเป็นค่าใช้จ่ายและได้รวมในบัญชีต้นทุนขาย				
- ต้นทุนขาย	4,567,155	3,387,025	664,100	67,704
- การปรับลดมูลค่าเป็นมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับ (กลับรายการ)	(685)	1,936	-	-
ต้นทุนของสินค้าคงเหลือสุทธิ	4,566,470	3,388,961	664,100	67,704

10. สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
เงินฝากประจำ	653,885	500,260	-	-
รวมสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น - สุทธิ	653,885	500,260	-	-

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เงินฝากประจำมีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1.20 - 1.75 ต่อปี (2564: ร้อยละ 0.65 - 1.75 ต่อปี)

11. สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ภาษีเงินได้นิติบุคคลถูกหัก ณ ที่จ่ายและ ลูกหนี้ภาษีมูลค่าเพิ่ม	243,974	265,753	25,244	29,463
ภาษีซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	10,129	45,782	2,406	3,386
อื่นๆ	3,349	1,507	332	117
รวมสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	257,452	313,042	27,982	32,966

12. เงินลงทุนในบริษัทร่วม

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
บริษัทร่วม				
ณ วันที่ 1 มกราคม	500,415	513,195	491,844	507,211
ส่วนแบ่งกำไรสุทธิจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	28,411	29,178	-	-
รับคืนมูลค่าหน่วยลงทุน	(36,046)	(15,367)	(36,046)	(15,367)
เงินปันผลรับ	(6,487)	(26,591)	-	-
กลับรายการค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน	-	-	24,500	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	486,293	500,415	480,298	491,844

ไม่มีการซื้อและจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทร่วมในระหว่างปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564

เงินลงทุนในบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 และเงินปันผลรับสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นในประเทศ	งบการเงินรวม									
			สัดส่วนเงินลงทุน		ทุนชำระแล้ว		ราคาทุน		มูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสีย		เงินปันผลรับสำหรับปี	
			2565 (ร้อยละ)	2564 (ร้อยละ)	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
กองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา	ลงทุนในสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์	ไทย	25.3	25.3	2,717,632	2,859,872	687,862	723,908	486,293	500,415	6,487	26,591
รวม							687,862	723,908	486,293	500,415	6,487	26,591

กองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 มีราคาปิดอยู่ที่ 5.20 บาท (2564: 5.30 บาท) มูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนในกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราเท่ากับ 422 ล้านบาท (2564: 430 ล้านบาท)

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นในประเทศ	งบการเงินเฉพาะกิจการ											
			สัดส่วนเงินลงทุน		ทุนชำระแล้ว		ราคาทุน		ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน		มูลค่าตามบัญชีตามวิธีราคาทุน - สุทธิ		เงินปันผลรับสำหรับปี	
			2565 (ร้อยละ)	2564 (ร้อยละ)	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
กองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา	ลงทุนในสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์	ไทย	25.3	25.3	2,717,632	2,859,872	687,862	723,908	(207,564)	(232,064)	480,298	491,844	6,487	26,591
รวม							687,862	723,908	(207,564)	(232,064)	480,298	491,844	6,487	26,591

บริษัทฯตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทร่วมโดยพิจารณาจากมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม

13. เงินลงทุนในบริษัทย่อย

13.1 เงินลงทุนในบริษัทย่อยตามที่แสดงในงบการเงินเฉพาะกิจการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ทุนชำระแล้ว		สัดส่วนการลงทุน		ราคาทุน		ค่าเผื่อการด้อยค่า		ราคาทุน - สุทธิ		เงินปันผลรับสำหรับปี	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
			(ร้อยละ)	(ร้อยละ)								
บริษัทย่อยทางตรง												
บริษัท เซ็นทรัลสมุยบีชรีสอร์ท จำกัด	670,000	670,000	100	100	814,383	814,383	-	-	814,383	814,383	-	-
บริษัท เซ็นทรัลกะรนวิลเลจ จำกัด	37,500	37,500	100	100	76,500	76,500	-	-	76,500	76,500	-	-
บริษัท เซ็นทรัลกระบี่ เบย์ รีสอร์ท จำกัด	500,000	500,000	100	100	500,000	500,000	-	-	500,000	500,000	-	-
บริษัท เซ็นทรัลหัวหินบีช รีสอร์ท จำกัด	185,000	185,000	63.9	63.9	198,905	198,905	(119,200)	(119,200)	79,705	79,705	-	-
บริษัท โรงแรม เซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด	1,800,000	1,800,000	100	100	1,800,000	1,800,000	-	-	1,800,000	1,800,000	-	-
บริษัท โรงแรม เซ็นทรัลเกาะกูด จำกัด	120,000	120,000	100	100	120,000	120,000	-	-	120,000	120,000	-	-
บริษัท เซ็นทรัล โฮเต็ลแมนเนชเม้นท์ จำกัด	200,000	250,000	100	100	200,000	200,000	-	-	200,000	200,000	-	-
บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด	620,000	620,000	100	100	669,607	669,607	-	-	669,607	669,607	127,200	122,619
บริษัท ทริปเปิลไนน์ เดคคอร์ จำกัด	80,000	80,000	100	100	80,000	80,000	-	-	80,000	80,000	-	-
บริษัท เซ็นทรัลสมุย โฮเต็ลแมนเนจเม้นท์ จำกัด	100,000	100,000	100	100	100,000	100,000	(100,000)	(100,000)	-	-	-	-
บริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ จำกัด	150,000	150,000	100	100	150,000	150,000	-	-	150,000	150,000	-	-
บริษัท เอส. พี. เรียลตี้ หาดฝรั่ง รีสอร์ท จำกัด	88,500	88,500	100	100	88,500	88,500	-	-	88,500	88,500	-	-
บริษัท เอส. พี. เรียลตี้ พัทยา บีช จำกัด	80,000	80,000	100	100	80,000	80,000	-	-	80,000	80,000	-	-
บริษัท รีเฟรช โซน จำกัด	1,000	1,000	100	100	1,000	1,000	(1,000)	(1,000)	-	-	-	-

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ทุนชำระแล้ว		สัดส่วนการลงทุน		ราคาทุน		ค่าเผื่อการด้อยค่า		ราคาทุน - สุทธิ		เงินปันผลรับสำหรับปี	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
			(ร้อยละ)	(ร้อยละ)								
บริษัทย่อยทางตรง (ต่อ)												
บริษัท เซ็นทรัล บางกอก คอนเวนชั่น และเอ็กซิบิชั่น จำกัด	1,000	1,000	100	100	1,000	1,000	(400)	-	600	1,000	-	-
บริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด	25,000	25,000	100	100	25,000	25,000	-	-	25,000	25,000	-	-
บริษัท โรงแรมกะรนภูเก็ต จำกัด	520,000	520,000	99.3	99.3	479,187	479,187	-	-	479,187	479,187	-	-
บริษัท โคซี่ โฮเต็ล จำกัด	700,000	700,000	100	100	700,000	700,000	(467,800)	(467,800)	232,200	232,200	-	-
บริษัท เซ็นทารา อิมพอร์ต- เอ็กซพอร์ต จำกัด	1,000	1,000	100	100	1,000	1,000	-	-	1,000	1,000	-	-
บริษัท โคซี่ โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ จำกัด	1,250	1,250	100	100	1,250	1,250	(1,000)	-	250	1,250	-	-
บริษัท เซ็นทาราลอยัลตี้ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด	12,500	12,500	100	100	12,500	12,500	-	-	12,500	12,500	-	-
บริษัท ศูนย์การเรียนรู้เซ็นทารา จำกัด	2,500	2,500	100	100	2,500	2,500	-	-	2,500	2,500	-	-
บริษัท โรงแรมกะตะภูเก็ต จำกัด	120,000	120,000	99	99	170,000	170,000	-	-	170,000	170,000	-	-
บริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด	210,000	210,000	100	100	210,000	210,000	-	-	210,000	210,000	-	-
บริษัท เซ็นทรัล เซาท์ พัทยา จำกัด	1,000	1,000	100	100	1,000	1,000	(200)	-	800	1,000	-	-

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ทุนชำระแล้ว		สัดส่วนการลงทุน		ราคาทุน		ค่าเผื่อการด้อยค่า		ราคาทุน - สุทธิ		เงินปันผลรับสำหรับปี	
	2565	2564	2565 (ร้อยละ)	2564 (ร้อยละ)	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
บริษัทย่อยทางอ้อม												
บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลสุคนธา จำกัด	145,000	145,000	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
บริษัท เซ็นทรัลสมุยวิลเลจ จำกัด	55,000	55,000	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลแม่สอดฮิลล์ จำกัด	190,000	190,000	98.4	98.4	-	-	-	-	-	-	-	-
บริษัท ซีอาร์จี แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด	160,000	160,000	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
บริษัท เซ็นทรัลบริการ ซักรีด จำกัด	1,500	1,500	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
บริษัท ซีอาร์จี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด	179,760	179,760	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
บริษัท เอส.พี. เรียลตี้ลันตาบีช จำกัด	36,000	36,000	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Centara Maldives Pvt. Ltd.	797,223	797,223	75	75	-	-	-	-	-	-	-	-
R.M.L Leisure Pvt. Ltd.	483,886	483,886	74	74	-	-	-	-	-	-	-	-
Centara (Shanghai) Hotel Management Co., Ltd.	65,696	65,696	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
CIM for Hotel Management - Egypt, S.A.E.	577	577	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Centara Capital Limited	782,434	782,434	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Lagoon Assets Private Limited	1,070	1,070	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Centara Singapore Private Limited	1,556,920	1,556,920	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Centara Lagoon Private Limited	83,874	-	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Centara Japan Capital Godo Kaisha	59,937	59,937	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Centara Osaka Japan Kabushiki Kaisha	28,832	28,832	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Central Restaurants Group (HK) Limited	-	-	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited	97,066	97,066	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-
บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด	9,398	9,398	51	51	-	-	-	-	-	-	-	-
บริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด	235,000	235,000	85	85	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม					6,482,332	6,482,332	(689,600)	(688,000)	5,792,732	5,794,332	127,200	122,619

13.2 รายละเอียดของบริษัทย่อยซึ่งมีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมที่มีสาระสำคัญ

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	สัดส่วนที่ถือโดยส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม		ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อยสะสม		กำไร(ขาดทุน)ที่แบ่งให้กับส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อยในระหว่างปี		เงินปันผลจ่ายให้กับส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมในระหว่างปี	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)						
บริษัทย่อยที่บริษัทฯถือหุ้นโดยตรง								
บริษัทเซ็นทรัลหัวหิน บีชรีสอร์ท จำกัด	36.05	36.05	48,687	33,214	15,472	(7,552)	-	-
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ จำกัด								
Centara Maldives Pvt. Ltd.	25.00	25.00	233,853	197,614	31,372	13,255	-	-
R.M.L Leisure Pvt. Ltd.	26.00	26.00	(112,068)	(84,342)	(23,825)	(18,909)	-	-

13.3 ข้อมูลทางการเงินโดยสรุปของบริษัทย่อยที่มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมที่มีสาระสำคัญ ซึ่งเป็นข้อมูลก่อนการตัดรายการระหว่างกัน

สรุปรายการฐานะทางการเงิน

(หน่วย: พันบาท)

	บริษัทเซ็นทรัล หัวหินบีชรีสอร์ท จำกัด		Centara Maldives Pvt. Ltd.		R.M.L Leisure Pvt. Ltd.		บริษัทย่อยอื่นที่ไม่มีสาระสำคัญ		ตัดรายการระหว่างกัน		รวม	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
ร้อยละของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	36.05	36.05	25	25	26	26						
สินทรัพย์หมุนเวียน	163,233	78,700	290,148	253,906	138,016	201,787						
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	47,826	63,015	2,232,288	2,098,293	1,276,222	1,433,500						
หนี้สินหมุนเวียน	(63,915)	(38,160)	(160,076)	(140,220)	(1,154,973)	(1,116,282)						
หนี้สินไม่หมุนเวียน	(12,091)	(11,422)	(1,426,949)	(1,421,524)	(690,296)	(843,397)						
สินทรัพย์สุทธิ	135,053	92,133	935,411	790,455	(431,031)	(324,392)						
มูลค่าตามบัญชีของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	48,687	33,214	233,853	197,614	(112,068)	(84,342)	60,602	32,434	141,520	176,357	372,594	355,277

สรุปรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

(หน่วย: พันบาท)

	บริษัทเซ็นทรัล หัวหินบีชรีสอร์ท จำกัด		Centara Maldives Pvt. Ltd.		R.M.L Leisure Pvt. Ltd.		บริษัทย่อยอื่นที่ไม่มีสาระสำคัญ		ตัดรายการระหว่างกัน		รวม	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
รายได้	376,738	165,030	784,658	544,978	640,385	466,102						
กำไร(ขาดทุน)	42,919	(20,948)	125,488	53,020	(91,636)	(72,719)						
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	-	-	19,468	76,759	(15,002)	16,360						
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม	42,919	(20,948)	144,956	129,779	(106,638)	(56,359)						
กำไร(ขาดทุน)ที่แบ่งให้กับส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	15,472	(7,552)	31,372	13,255	(23,825)	(18,909)	(6,669)	(10,987)	-	-	16,350	(24,193)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นที่แบ่งให้กับส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	-	-	4,867	19,190	(3,901)	4,254	-	12,703	-	-	966	36,147

สรุปรายการกระแสเงินสด

(หน่วย: พันบาท)

	บริษัทเซ็นทรัล หัวหินบีชรีสอร์ท จำกัด		Centara Maldives Pvt. Ltd.		R.M.L Leisure Pvt. Ltd.		บริษัทย่อยอื่นที่ไม่มีสาระสำคัญ		ตัดรายการระหว่างกัน		รวม	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
กระแสเงินสดจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมดำเนินงาน	64,567	(26,128)	61,437	190,981	165,290	(49,955)						
กระแสเงินสดจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมลงทุน	(63,363)	23,644	(28,244)	(8,126)	(61,542)	(12,628)						
กระแสเงินสดจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมจัดหาเงิน	-	-	-	(120,312)	(161,125)	140,364						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง)สุทธิ	1,204	(2,484)	33,193	62,543	(57,377)	77,781	18,927	(12,561)	-	-	(4,053)	125,279

13.4 การเปลี่ยนแปลงเงินลงทุนในบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยกลุ่มบริษัท

13.4.1 การเรียกชำระทุนจดทะเบียนเพิ่มเติมของบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัทฯ

เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2564 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท เซ็นทรัลสมุยโฮเต็ลแมนเนจเม้นท์ จำกัด (บริษัทย่อย) มีมติอนุมัติให้เพิ่มทุนจดทะเบียน จากเดิม 1.25 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 12,500 หุ้น หุ้นละ 100 บาท) เป็น 100 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 1 ล้านหุ้น หุ้นละ 100 บาท) โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 987,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่า โดยบริษัทดังกล่าวได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2564 ซึ่งบริษัทฯได้ชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนแล้วเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 98.75 ล้านบาท ดังนั้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 บริษัทฯมีเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทย่อยดังกล่าวเป็นจำนวนทั้งสิ้น 100 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2564 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท โคซี่ โฮเต็ล จำกัด (บริษัทย่อย) มีมติอนุมัติให้เพิ่มทุนจดทะเบียน จากเดิม 500 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 5 ล้านหุ้น หุ้นละ 100 บาท) เป็น 700 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 7 ล้านหุ้น หุ้นละ 100 บาท) โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 2 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่า โดยบริษัทดังกล่าวได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2564 ซึ่งบริษัทฯได้ชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนแล้วเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 200 ล้านบาท ดังนั้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 บริษัทฯมีเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทย่อยดังกล่าวเป็นจำนวนทั้งสิ้น 700 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2564 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท เซ็นทรัล โฮเต็ลแมนเนชเม้นท์ จำกัด (บริษัทย่อย) มีมติอนุมัติให้ลดทุนจดทะเบียน จากเดิม 250 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 2.5 ล้านหุ้น หุ้นละ 100 บาท) เป็น 200 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 2 ล้านหุ้น หุ้นละ 100 บาท) โดยการลดหุ้นสามัญจำนวน 0.5 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยบริษัทดังกล่าวได้จดทะเบียนลดทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 ซึ่งบริษัทฯได้รับชำระเงินคืนเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 50 ล้านบาท ดังนั้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 บริษัทฯมีเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทย่อยดังกล่าวเป็นจำนวนทั้งสิ้น 200 ล้านบาท

13.4.2 การเพิ่มทุนจดทะเบียนและเรียกชำระทุนจดทะเบียนเพิ่มเติมของบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัทย่อยของบริษัทฯ

เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2564 Central Restaurants Group (HK) Limited (บริษัทย่อย) ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนเป็นจำนวนเงิน 0.6 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนที่จดทะเบียนเพิ่มให้กับ Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของกลุ่มบริษัท

เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2564 Central Restaurants Group (HK) Limited (บริษัทย่อย) ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนเป็นจำนวนเงิน 1,396,500 เหรียญสหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนที่จดทะเบียนเพิ่มให้กับ Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของกลุ่มบริษัท

เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2564 บริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด (บริษัทย่อย) ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนเป็นจำนวนเงิน 100 ล้านเยน คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนที่จดทะเบียนเพิ่มให้กับ Centara Singapore Private Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของกลุ่มบริษัท

เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2564 Centara Singapore Private Limited (บริษัทย่อย) ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนเป็นจำนวนเงิน 100 ล้านเยน คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนเพิ่มให้กับ Centara Japan Capital Godo Kaisha ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของกลุ่มบริษัท

เมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2564 บริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด (บริษัทย่อย) ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนเป็นจำนวนเงิน 1,850 ล้านเยน คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนที่จดทะเบียนเพิ่มให้กับ Centara Singapore Private Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของกลุ่มบริษัท

เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2565 Centara Capital Limited (บริษัทย่อยทางอ้อมในต่างประเทศ) ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เรียกชำระเพิ่มเป็นจำนวนเงิน 2.5 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนที่จดทะเบียนให้กับ Centara Lagoon Private Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของกลุ่มบริษัท

เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2565 Central Restaurants Group (HK) Limited (บริษัทย่อยทางอ้อมในต่างประเทศ) ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนเป็นจำนวนเงิน 0.8 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนที่จดทะเบียนเพิ่มให้กับ Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของกลุ่มบริษัท

13.5 การซื้อเงินลงทุน

ในวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (“CRG”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญในบริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจอาหาร จำนวน 1,997,500 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 199.75 ล้านบาทโดย CRG ได้ถือหุ้นร้อยละ 85 ของทุนที่ออกและชำระแล้ว บริษัทฯได้นำงบการเงินของบริษัทดังกล่าวมารวมในการจัดทำงบการเงินรวมตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม 2564 ซึ่งเป็นวันที่ CRG มีอำนาจในการควบคุมบริษัทดังกล่าว

กลุ่มบริษัทได้ดำเนินการให้มีการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ที่ระบุได้ที่ได้มาและหนี้สินที่รับมา ณ วันซื้อกิจการ โดยการวัดมูลค่านี้เสร็จสมบูรณ์ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2564 ซึ่งอยู่ภายในระยะเวลาในการวัดมูลค่า 12 เดือน นับจากวันที่ซื้อกิจการตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 3 เรื่อง การรวมธุรกิจ

มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิของบริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด ณ วันที่ซื้อ มีดังต่อไปนี้

	(หน่วย: พันบาท)
	บริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	21,417
สินค้าคงเหลือ	1,350
อุปกรณ์	36,186
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน- เครื่องหมายการค้า	190,732
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	(5,250)
หนี้สินภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	(38,146)
สินทรัพย์ - สุทธิ	206,289
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	(30,943)
มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ได้รับ	175,346
เงินสดจ่าย	199,750
ค่าความนิยม	24,404
ต้นทุนการซื้อเงินลงทุนในบริษัทย่อย	199,750
หัก: เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทย่อยที่ซื้อ	(21,417)
เงินสดจ่ายสุทธิเพื่อซื้อเงินลงทุนในบริษัทย่อย	178,333

รายได้และขาดทุนของบริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด ถูกรวมในงบกำไรขาดทุนรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ตั้งแต่วันที่ซื้อกิจการมีจำนวน 39.6 ล้านบาท และ 18.3 ล้านบาท ตามลำดับ

หากการรวมธุรกิจเกิดขึ้นตั้งแต่ต้นงวดของปี 2564 รายได้และขาดทุนของบริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด จะถูกรวมอยู่ในงบกำไรขาดทุนรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 จำนวน 39.6 ล้านบาท และ 18.3 ล้านบาท ตามลำดับ

13.6 การทดสอบการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยที่มีข้อบ่งชี้ของการด้อยค่า

ในการทดสอบการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อย กลุ่มบริษัทกำหนดมูลค่าที่จะได้รับคืนจากมูลค่าจากการใช้ ซึ่งวัดมูลค่าโดยการคิดลดกระแสเงินสดในอนาคตที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินงานต่อเนื่องของบริษัทย่อยแต่ละแห่ง โดยอ้างอิงจากงบประมาณทางการเงินที่ครอบคลุมระยะเวลา 5 - 32 ปี

การกำหนดข้อสมมติมาจากการประเมินของผู้บริหาร โดยพิจารณาจากข้อมูลในอดีต และข้อมูลที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมที่เปรียบเทียบได้ รวมถึงปัจจัยอื่นในตลาด ข้อสมมติหลักที่ใช้ในการประมาณการมูลค่าที่จะได้รับคืน รวมถึง อัตราคิดลด อัตราการเติบโตของรายได้ อัตราค่าห้องพัก อัตราการปรับเพิ่มค่าห้องพักเฉลี่ย อัตราการเข้าพักที่ใช้ในการประมาณการกระแสเงินสด ทั้งนี้การประมาณมูลค่าจากการใช้ของผู้บริหารนั้นโดยลักษณะทั่วไปของการประมาณการจะขึ้นอยู่กับผลประกอบการที่คาดการณ์ไว้ภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในอนาคตอาจมีความไม่แน่นอน

14. เงินลงทุนในการร่วมค้า

14.1 รายละเอียดของเงินลงทุนในการร่วมค้า

เงินลงทุนในการร่วมค้าซึ่งเป็นเงินลงทุนในกิจการที่บริษัทฯและบริษัทอื่นควบคุมร่วมกัน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

การร่วมค้า	ลักษณะธุรกิจ	งบการเงินรวม							
		สัดส่วนเงินลงทุน		มูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสีย		เงินให้กู้ระยะยาว		รวม	
		2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
		(ร้อยละ)	(ร้อยละ)						
Centara Mirage Beach Resort Dubai FZCO (เดิมชื่อ "Nakheel CT Deira Islands Hotel-FZCO")	โรงแรม	40	40	(61,477)	(11,834)	2,031,811	1,845,442	1,970,334	1,833,608
บริษัท กรีน ฟู้ด แฟคทอรี่ จำกัด	อาหารและเครื่องดื่ม	51	51	127,941	124,310	-	-	127,941	124,310
Centara Osaka Tokutei Mokuteki Kaisha	โรงแรม	51	51	1,342,530	1,392,821	-	-	1,342,530	1,392,821
ORC COFFEE PASSION GROUP JOINT STOCK COMPANY	อาหารและเครื่องดื่ม	40	40	80,522	69,416	-	-	80,522	69,416
The Food Selection Group Co., Ltd	อาหารและเครื่องดื่ม	51	-	557,266	-	-	-	557,266	-
รวม				2,046,782	1,574,713	2,031,811	1,845,442	4,078,593	3,420,155

14.1.1 ในปี 2559 Centara Capital Limited (บริษัทย่อยทางอ้อมในต่างประเทศ) ได้ทำสัญญาร่วมลงทุนกับผู้ร่วมทุน และได้ดำเนินการจัดตั้ง Centara Mirage Beach Resort-Dubai FZCO (เดิมชื่อ "Nakheel CT Deira Islands Hotel - FZCO") ในปี 2560 เพื่อประกอบธุรกิจโรงแรม โดยบริษัทย่อยดังกล่าวได้ถือหุ้นร้อยละ 40 ของทุนที่ออกและชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 1.9 ล้านบาท ซึ่งการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ร่วมลงทุน

14.1.2 ในปี 2562 บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (บริษัทย่อย) ได้ทำสัญญาร่วมลงทุนกับผู้ร่วมทุน และได้ดำเนินการจัดตั้ง บริษัท กรีน ฟู้ด แฟคทอรี่ จำกัด ในปี 2562 เพื่อประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยบริษัทย่อยดังกล่าวได้ถือหุ้นร้อยละ 51 ของทุนที่ออกและชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 137.0 ล้านบาท ซึ่งการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ร่วมลงทุน

14.1.3 ในปี 2562 Centara International Management Co., Ltd. (บริษัทย่อย) ได้ทำสัญญาร่วมลงทุนกับผู้ร่วมทุนและได้ดำเนินการจัดตั้ง Centara Osaka Tokutei Mokutei Kaisha เพื่อประกอบธุรกิจโรงแรม ต่อมาในปี 2563 บริษัทย่อยดังกล่าวได้โอนสิทธิและภาระผูกพันภายใต้สัญญาร่วมลงทุนให้แก่บริษัทย่อยทางอ้อมในต่างประเทศสองแห่ง โดยบริษัทย่อยทางอ้อมในต่างประเทศทั้งสองแห่งได้ถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมเป็นร้อยละ 51 ของทุนที่ออกและชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 937.1 ล้านบาท ซึ่งการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ร่วมลงทุน

ต่อมาในเดือนตุลาคมปี 2564 Centara Osaka Tokutei Mokutei Kaisha ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนโดย Centara Japan Capital Godo Kaisha และ Centara Singapore Private Limited ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นที่เพิ่มทุนเป็นจำนวน 1,887 ล้านเยน เทียบเท่ากับ 554.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 51 ของทุนที่ออกและชำระแล้ว

14.1.4 ในปี 2563 Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited (บริษัทย่อย) ได้ทำสัญญาร่วมลงทุนกับผู้ร่วมทุน และได้ดำเนินการจัดตั้ง ORC COFFEE PASSION GROUP JOINT STOCK COMPANY เพื่อประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยบริษัทย่อยดังกล่าวได้ถือหุ้นร้อยละ 40 ของทุนที่ออกและชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 22,993.0 ล้านดงเวียดนาม เทียบเท่ากับ 30.8 ล้านบาท ซึ่งการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ร่วมลงทุน ต่อมาในเดือนมีนาคม 2564 บริษัท ORC COFFEE PASSION GROUP JOINT STOCK COMPANY ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนโดย Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนเป็นจำนวน 9,216.9 ล้านดงเวียดนาม เทียบเท่ากับ 12.8 ล้านบาท

ต่อมาในเดือนพฤศจิกายน 2564 ORC COFFEE PASSION GROUP JOINT STOCK COMPANY ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนโดย Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited (บริษัทย่อย) ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนเป็นจำนวน 31,700.5 ล้านดงเวียดนาม เทียบเท่ากับ 46.5 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2565 ORC COFFEE PASSION GROUP JOINT STOCK COMPANY ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนโดย Central Restaurants Group (Vietnam) Company Limited (บริษัทย่อย) ได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนเป็นจำนวน 18,461.7 ล้านดงเวียดนาม เทียบเท่ากับ 29.0 ล้านบาท ดังนั้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทย่อยดังกล่าวถือหุ้นร้อยละ 40 ของทุนที่ออกและชำระแล้วเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 82,372.1 ล้านดงเวียดนาม เทียบเท่ากับ 119.1 ล้านบาท (2564: 63,910.4 ล้านดงเวียดนาม เทียบเท่ากับ 87.8 ล้านบาท)

14.1.5 เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2565 บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (“CRG”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญจำนวน 408,000 หุ้น ในบริษัท เดอะ ฟู้ด ซีเล็คชั่น กรุ๊ป จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เป็นจำนวนเงิน 465.0 ล้านบาท โดย CRG ได้ถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 51 ของทุนที่จดทะเบียน

ณ 31 ธันวาคม 2565 บริษัท เดอะฟู้ด ซีเล็คชั่น กรุ๊ป จำกัด มีผลประกอบการเข้าเงื่อนไขตามสัญญาจองซื้อหุ้นเพิ่มทุน ซึ่งระบุว่า หากผลประกอบการมีกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ย, ภาษี, ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่าย มากกว่าหรือเท่ากับ 120 ล้านบาท CRG ตกลงที่จะลงทุนในบริษัทเพิ่มเติมเป็นจำนวนเงิน 50 ล้านบาท ซึ่งได้รับจัดสรรหุ้นจำนวน 51,000 หุ้น โดย CRG ได้ถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 51 ของทุนที่จดทะเบียน

ณ ปัจจุบัน CRG อยู่ในระหว่างการดำเนินการให้มีการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ที่ระบุได้ที่ได้มาและหนี้สินที่รับมา ณ วันที่ซื้อกิจการ โดยการวัดมูลค่านี้กำลังอยู่ในระหว่างกระบวนการจัดทำและส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับการระบุและวัดมูลค่าสินทรัพย์ไม่มีตัวตน และสินทรัพย์ที่มีตัวตนบางรายการ กระบวนการวัดมูลค่านี้จะถูกดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาในการวัดมูลค่า 12 เดือนนับจากวันที่ซื้อกิจการตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 3 เรื่อง การรวมธุรกิจ และในระหว่างช่วงระยะเวลาในการวัดมูลค่า CRG จะทำการปรับปรุงย้อนหลังประมาณการที่เคยรับรู้ไว้ ณ วันที่ซื้อกิจการเมื่อได้รับข้อมูลทางบัญชีที่สมบูรณ์เพื่อรายงานในงบการเงิน

<u>เงินให้กู้ระยะยาวแก่กิจการร่วมค้า</u>

เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2560 Centara Capital Limited (บริษัทย่อยทางอ้อมในต่างประเทศ) ได้เข้าทำสัญญาให้กู้ยืมเงินแก่ Centara Mirage Beach Resort-Dubai FZCO (เดิมชื่อ “Nakheel CT Deira Islands Hotel - FZCO”) (กิจการร่วมค้า) สำหรับซื้อที่ดิน ก่อสร้างโรงแรม และอื่นๆ ตามที่กำหนดในสัญญาร่วมลงทุนที่จะได้รับแจ้งเป็นครั้งๆ จากกิจการร่วมค้าตามสัดส่วนการถือหุ้น เงินให้กู้ยืมดังกล่าวมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา โดยมีกำหนดได้รับชำระคืนเงินต้นทั้งจำนวนพร้อมดอกเบี้ยภายในปี 2658

รายการเคลื่อนไหวของเงินให้กู้ยืมแก่กิจการร่วมค้า สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	อัตราดอกเบี้ย		งบการเงินรวม	
	2565	2564	2565	2564
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
กิจการร่วมค้า				
ณ วันที่ 1 มกราคม			1,845,442	1,175,634
เพิ่มขึ้น	5.3 - 9.8	5.3 - 5.7	122,306	522,620
ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน			64,063	147,188
ณ วันที่ 31 ธันวาคม			2,031,811	1,845,442

14.2 ส่วนแบ่งกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

ในระหว่างปี กลุ่มบริษัทรับรู้ส่วนแบ่งกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จจากการลงทุนในการร่วมค้าในงบการเงินรวมจากกิจการดังกล่าวดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

การร่วมค้า	งบการเงินรวม ส่วนแบ่ง(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในการร่วมค้าในระหว่างปี	
	2565	2564
Centara Mirage Beach Resort-Dubai FZCO (เดิมชื่อ “Nakheel CT Deira Islands Hotel - FZCO”)	(49,643)	(11,519)
บริษัท กรีน ฟู้ด แฟคทอรี่ จำกัด	3,631	(11,063)
Centara Osaka Tokutei Mokuteki Kaisha	(50,291)	(55,376)
ORC COFFEE PASSION GROUP JOINT STOCK COMPANY	(17,939)	(15,303)
The Food Selection Group Co., Ltd	42,265	-
รวม	(71,977)	(93,261)

14.3 ข้อมูลทางการเงินโดยสรุปของการร่วมค้าที่มีสาระสำคัญ

สรุปรายการฐานะทางการเงิน

(หน่วย : พันบาท)

	Centara Mirage Beach Resort-Dubai FZCO (เดิมชื่อ "Nakheel CT Deira Islands Hotel - FZCO")		บริษัท กรีน ฟู้ด แฟคทอรี่ จำกัด		Centara Osaka Tokutei Mokuteki Kaisha		ORC COFFEE PASSION GROUP JOINT STOCK COMPANY		The Food Selection Group Co., Ltd	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	561,681	138,265	11,983	2,078	276,171	656,895	29,807	117,500	214,732	-
ลูกหนี้การค้าและอื่น	149,767	139,347	15,078	13,138	-	-	-	-	3,905	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	23,964	16,662	-	-	4,198	4,849	33,722	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	3,223	1,242	7,315	4,945	65,808	16,681	14,339	-
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	5,657,465	5,526,787	149,066	112,165	1,980,246	2,114,512	109,757	28,030	154,622	-
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	-	-	1,256	1,050	-	-	5,612	4,448	3,675	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	76,817	67,930	181,338	-	50,075	15,161	30,148	-
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	(1,444,236)	(1,221,973)	(54,008)	(49,401)	(3,772)	(1,424)	(44,818)	(12,819)	(73,113)	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	(78,770)	(48,372)	(388)	(352)	(18,954)	(6,217)	(24,320)	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	(5,079,264)	-	(87,185)	(64,563)	-	-	-	-	(4,915)	-
สินทรัพย์ - สุทธิ	(154,587)	4,582,426	61,424	51,929	2,440,910	2,774,576	201,485	167,633	352,795	-
สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)	40%	40%	51%	51%	51%	51%	40%	40%	51%	-
สัดส่วนตามส่วนได้เสียของกิจการในสินทรัพย์ - สุทธิ	(61,835)	1,832,970	31,326	26,484	1,244,864	1,415,034	80,594	67,053	179,925	-
การตัดรายการระหว่างกัน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มูลค่าตามบัญชีของส่วนได้เสียของกิจการในการร่วมค้า	(61,835)	1,832,970	31,326	26,484	1,244,864	1,415,034	80,594	67,053	179,925	-

สรุปรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

(หน่วย : พันบาท)

	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม									
	Centara Mirage Beach Resort-Dubai FZCO (เดิมชื่อ "Nakheel CT Deira Islands Hotel - FZCO")		บริษัท กรีน ฟู้ด แฟคทอรี่ จำกัด		Centara Osaka Tokutei Mokuteki Kaisha		ORC COFFEE PASSION GROUP JOINT STOCK COMPANY		The Food Selection Group Co., Ltd	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
รายได้	1,490,040	233,440	435,786	252,263	-	-	69,240	11,322	794,969	-
รายได้อื่น	366	84	4,871	2,355	1,719	1	3,758	-	3,373	-
ต้นทุนขาย	(936,523)	(156,561)	(200,139)	(129,297)	-	-	(22,514)	(4,999)	(409,357)	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(210,028)	(105,734)	(230,210)	(144,867)	(100,006)	(108,229)	(95,333)	(44,582)	(306,655)	-
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(467,962)	(26)	(2,878)	(1,869)	-	-	-	-	-	-
(ค่าใช้จ่าย)หรือรายได้ภาษีเงินได้	-	-	(311)	(277)	(324)	(353)	-	-	544	-
ขาดทุนสำหรับปี	(124,107)	(28,797)	7,119	(21,692)	(98,611)	(108,581)	(44,849)	(38,259)	82,874	-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม	(124,107)	(28,797)	7,119	(21,692)	(98,611)	(108,581)	(44,849)	(38,259)	82,874	-
สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)	40%	40%	51%	51%	51%	51%	40%	40%	51%	-
สัดส่วนตามส่วนได้เสียของกิจการในกำไรเบ็ดเสร็จสำหรับปี	(49,643)	(11,519)	3,631	(11,063)	(50,291)	(55,376)	(17,939)	(15,343)	42,265	-
การตัดรายการระหว่างกัน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้าสำหรับปี	(49,643)	(11,519)	3,631	(11,063)	(50,291)	(55,376)	(17,939)	(15,343)	42,265	-

15. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

มูลค่าสุทธิตามบัญชีของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ราคาทุน				
ณ วันที่ 1 มกราคม	300,760	300,760	347,384	367,490
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	-	(20,106)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	300,760	300,760	347,384	347,384
ค่าเสื่อมราคาสะสม				
ณ วันที่ 1 มกราคม	(130,145)	(126,990)	(153,610)	(155,266)
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	(3,155)	(3,155)	(11,580)	(12,112)
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	-	13,768
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	(133,300)	(130,145)	(165,190)	(153,610)
มูลค่าสุทธิทางบัญชี				
ณ วันที่ 1 มกราคม	170,615	173,770	193,774	212,224
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	167,460	170,615	182,194	193,774

มูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ในงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ จำนวน 1,300 ล้านบาท และ 955 ล้านบาท ตามลำดับ (2564: 1,300 ล้านบาท และ 955 ล้านบาท ตามลำดับ) ประเมินราคาโดยผู้ประเมินราคาอิสระโดยพิจารณาราคาตามเกณฑ์รายได้โดยการคิดลดกระแสเงินสดโดยใช้อัตราคิดลดที่ปรับค่าความเสี่ยง โดยมีข้อมูลที่ใช้ในการวัดมูลค่ายุติธรรม เช่น อัตราการเพิ่มขึ้นของค่าเช่าในตลาดที่ประมาณการไว้ และอัตราค่าเช่าเฉลี่ย การวัดมูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนถูกจัดลำดับชั้นการวัดมูลค่ายุติธรรมอยู่ในระดับที่ 3

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งมีสิทธิการใช้ประโยชน์ในที่ดิน (ภ.บ.ท.5) เป็นจำนวนทั้งสิ้น 33 ล้านบาท (31 ธันวาคม 2564: 33 ล้านบาท) ซึ่งบริษัทย่อยดังกล่าวได้รับโอนการครอบครองและอยู่ในระหว่างการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งเอกสารแสดงสิทธิตามกฎหมาย

16. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม									
	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาที่ตีใหม่	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาทุน								
	ที่ดิน	ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เครื่องใช้ในการดำเนินงาน	ส่วนปรับปรุงสัญญาเช่า	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม
ราคาทุน/ราคาที่ตีใหม่										
1 มกราคม 2564	2,385,372	804,133	17,170,263	7,537,664	3,659,019	517,615	938,822	224,114	1,975,582	35,212,584
เพิ่มขึ้นจากการตีราคา	12,012,828	-	-	-	-	-	-	-	-	12,012,828
เพิ่มขึ้นจากการซื้อธุรกิจ	-	-	-	36,186	-	-	-	-	-	36,186
ซื้อเพิ่ม	-	2,478	235,287	82,238	63,743	7,414	1,611	11,981	1,290,594	1,695,346
โอนเข้า/(ออก)	-	-	1,493,927	136,506	139,395	-	996	440	(1,775,754)	(4,490)
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	(183,603)	(57,467)	(44,975)	(32,729)	-	(5,856)	(10,761)	(335,391)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-	3,448	273,360	63,853	44,778	21,719	-	2,660	(1,572)	408,246
31 ธันวาคม 2564	14,398,200	810,059	18,989,234	7,798,980	3,861,960	514,019	941,429	233,339	1,478,089	49,025,309
ซื้อเพิ่ม	-	1,822	181,684	159,511	51,958	45,052	983	4,622	467,425	913,057
โอนเข้า/(ออก)	-	19,756	96,369	210,633	75,863	205	699	370	(408,624)	(4,729)
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	(40)	(166,555)	(110,449)	(82,120)	(71,874)	-	(11,921)	(9,726)	(452,685)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-	3,798	82,140	(53,426)	(36,670)	906	-	(23,051)	534	(25,769)
31 ธันวาคม 2565	14,398,200	835,395	19,182,872	8,005,249	3,870,991	488,308	943,111	203,359	1,527,698	49,455,183

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม									
	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาที่ตีใหม่	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาทุน								
	ที่ดิน	ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เครื่องใช้ในการดำเนินงาน	ส่วนปรับปรุงสัญญาเช่า	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม
ค่าเสื่อมราคาสะสม										
1 มกราคม 2564	-	450,560	8,110,907	5,373,361	2,494,068	-	497,569	170,428	-	17,096,893
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	32,432	713,882	380,967	167,801	-	40,626	11,672	-	1,347,380
โอนเข้า/(ออก)	-	-	(6)	(133)	139	-	-	-	-	-
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	(163,047)	(55,688)	(43,397)	-	-	(5,704)	-	(267,836)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-	1,079	196,188	35,622	47,389	-	-	1,862	-	282,140
31 ธันวาคม 2564	-	484,071	8,857,924	5,734,129	2,666,000	-	538,195	178,258	-	18,458,577
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	31,033	867,163	397,600	154,442	-	35,837	10,021	-	1,496,096
โอนเข้า/(ออก)	-	-	-	1	(1)	-	-	-	-	-
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	(39)	(143,853)	(97,141)	(79,709)	-	-	(8,259)	-	(329,001)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-	1,785	46,701	(66,732)	(39,052)	-	(4,490)	(22,948)	-	(84,736)
31 ธันวาคม 2565	-	516,850	9,627,935	5,967,857	2,701,680	-	569,542	157,072	-	19,540,936

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม									
	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาที่ตีใหม่	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาทุน								
	ที่ดิน	ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เครื่องใช้ในการดำเนินงาน	ส่วนปรับปรุงสัญญาเช่า	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม
ค่าเผื่อการด้อยค่า										
1 มกราคม 2564	49,200	2,030	260,571	117,308	97,465	27,563	159,000	2,000	32,137	747,274
ลดลงระหว่างปี	(45,000)	-	(2,000)	(1,000)	(5,001)	(3,000)	-	-	-	(56,001)
31 ธันวาคม 2564	4,200	2,030	258,571	116,308	92,464	24,563	159,000	2,000	32,137	691,273
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-	463	-	5,132	2,155	-	-	-	7,750
31 ธันวาคม 2565	4,200	2,030	259,034	116,308	97,596	26,718	159,000	2,000	32,137	699,023
มูลค่าสุทธิตามบัญชี										
31 ธันวาคม 2564	14,394,000	323,958	9,872,739	1,948,543	1,103,496	489,456	244,234	53,081	1,445,952	29,875,459
31 ธันวาคม 2565	14,394,000	316,515	9,295,903	1,921,084	1,071,715	461,590	214,569	44,287	1,495,561	29,215,224
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี										
2564										1,347,380
2565										1,496,096

ราคาทรัพย์สินของกลุ่มบริษัทก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของอาคารและอุปกรณ์ ซึ่งได้คิดค่าเสื่อมราคาเต็มจำนวนแล้ว แต่ยังคงใช้งานจนถึง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 มีจำนวน 9,150 ล้านบาท (2564: 8,729 ล้านบาท)

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ									
	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาที่ตีใหม่	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาทุน								
	ที่ดิน	ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เครื่องใช้ในการดำเนินงาน	ส่วนปรับปรุงสัญญาเช่า	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม
ราคาทุน/ราคาที่ตีใหม่										
1 มกราคม 2564	774,987	321,458	2,153,784	1,257,123	568,680	159,668	929,140	73,397	132,857	6,371,094
เพิ่มขึ้นจากการตีราคา	3,435,813	-	-	-	-	-	-	-	-	3,435,813
ซื้อเพิ่ม	-	-	13,467	3,134	2,507	3,120	1,492	-	14,792	38,512
โอนเข้า/(ออก)	-	-	16,635	59,219	10,707	-	996	-	(91,683)	(4,126)
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	(138)	(7,470)	(2,969)	(5,059)	-	(2,483)	-	(18,119)
31 ธันวาคม 2564	4,210,800	321,458	2,183,748	1,312,006	578,925	157,729	931,628	70,914	55,966	9,823,174
ซื้อเพิ่ม	-	-	1,491	6,114	6,400	8,858	983	-	13,151	36,997
โอนเข้า/(ออก)	-	-	4,639	28	296	-	699	-	(8,322)	(2,660)
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	-	(4,651)	(4,773)	(10,583)	-	(1,231)	-	(21,238)
31 ธันวาคม 2565	4,210,800	321,458	2,189,878	1,313,497	580,848	156,004	933,310	69,683	60,795	9,836,273

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ									
	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาที่ตีใหม่	สินทรัพย์ซึ่งแสดงมูลค่าตามราคาทุน								
	ที่ดิน	ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เครื่องใช้ในการดำเนินงาน	ส่วนปรับปรุงสัญญาเช่า	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม
ค่าเสื่อมราคาสะสม										
1 มกราคม 2564	-	179,860	510,085	792,622	455,371	-	495,124	60,197	-	2,493,259
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	16,169	34,771	61,219	14,944	-	40,242	3,087	-	170,432
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	(70)	(7,029)	(2,980)	-	-	(2,579)	-	(12,658)
31 ธันวาคม 2564	-	196,029	544,786	846,812	467,335	-	535,366	60,705	-	2,651,033
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	15,248	47,910	55,682	14,515	-	31,057	1,580	-	165,992
จำหน่าย/ตัดจำหน่าย	-	-	-	(4,095)	(4,655)	-	-	(1,192)	-	(9,942)
31 ธันวาคม 2565	-	211,277	592,696	898,399	477,195	-	566,423	61,093	-	2,807,083
ค่าเผื่อการด้อยค่า										
1 มกราคม 2564	-	-	-	21,000	13,000	21,000	156,000	1,000	-	212,000
31 ธันวาคม 2564	-	-	-	21,000	13,000	21,000	156,000	1,000	-	212,000
31 ธันวาคม 2565	-	-	-	21,000	13,000	21,000	156,000	1,000	-	212,000
มูลค่าสุทธิตามบัญชี										
31 ธันวาคม 2564	4,210,800	125,429	1,638,962	444,194	98,590	136,729	240,262	9,209	55,966	6,960,141
31 ธันวาคม 2565	4,210,800	110,181	1,597,182	394,098	90,653	135,004	210,887	7,590	60,795	6,817,190
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี										
2564										170,432
2565										165,992

ราคาทรัพย์สินของบริษัทก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของอาคารและอุปกรณ์ ซึ่งได้คิดค่าเสื่อมราคาเต็มจำนวนแล้วแต่ยังคงใช้งานจนถึง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 มีจำนวน 900 ล้านบาท (2564: 810 ล้านบาท)

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (“CRG”) ได้ทำสัญญากับธนาคารในประเทศหลายแห่งเพื่อรับวงเงินสินเชื่อระยะสั้นประเภทต่างๆ ตามเงื่อนไขของสัญญา CRG จะไม่จำหน่าย จำนำหรือจำนองอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าที่มีอยู่หรือที่จะมีในอนาคตเป็นจำนวนเกินกว่าที่ตกลงตามสัญญาโดยไม่ได้รับการยินยอมจากธนาคาร

ตามสัญญาเช่าช่วงทรัพย์สินของโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ (เดิมชื่อโรงแรมโซฟิเทลเซ็นทาราแกรนด์ กรุงเทพฯ) ทรัพย์สินที่เช่าที่บริษัทได้ดำเนินการบูรณะพัฒนา ปรับปรุงหรือก่อสร้าง แก้ไข ดัดแปลง ต่อเติม ซ่อมแซมหรือสร้างทดแทนทรัพย์สินเดิม จะโอนเป็นกรรมสิทธิ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ตามสัญญาเช่าที่ดิน อาคารและทรัพย์สินของโรงแรมรถไฟหัวหิน อาคารโรงแรม สิ่งปลูกสร้างและส่วนติดตั้งเพิ่มเติมของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งคือ บริษัท เซ็นทรัลหัวหินบีชรีสอร์ท จำกัด จะโอนเป็นกรรมสิทธิ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย

อาคาร โรงแรม สิ่งปลูกสร้างและส่วนติดตั้งของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งคือ บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด (“CWH”) ต้องโอนกรรมสิทธิ์ในอาคารและสิ่งปลูกสร้างใดๆ ที่ CWH ได้ซ่อมแซมปรับปรุง หรือก่อสร้างขึ้นบนที่ดินที่เช่าช่วงให้แก่เจ้าของทรัพย์สินคือสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ภายใต้สัญญาเช่าช่วงที่ดินดังกล่าว มีจำนวน 2,030 ล้านบาท (2564: 2,251 ล้านบาท)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 กลุ่มบริษัทมีค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงินเพื่อให้สินทรัพย์ดังกล่าวแสดงมูลค่าเท่ากับมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์ สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	699	691	212	212
สินทรัพย์สิทธิการใช้	492	492	457	457
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	8	4	-	-
รวม	1,199	1,187	669	669

บริษัทฯพิจารณามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์จากมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ ซึ่งประมาณการจากกระแสเงินสดในอนาคตที่กิจการคาดว่าจะได้รับอ้างอิงจากประมาณการทางการเงินซึ่งได้รับอนุมัติจากฝ่ายบริหาร

ข้อสมมติที่สำคัญในการคำนวณมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: ร้อยละต่อปี)

	2565	2564
อัตราคิดลด	12.0	9.3
อัตราการเติบโต	3.0	3.0

ในระหว่างปี 2564 กลุ่มบริษัทได้จัดให้มีการประเมินราคาที่ดินโดยผู้ประเมินราคาอิสระ โดยใช้วิธีเปรียบเทียบราคาตลาด (Market Approach)

ผลจากการประเมินแสดงมูลค่าที่ดินของกลุ่มบริษัทเพิ่มขึ้นจากมูลค่าสุทธิตามบัญชีเป็นจำนวน 12,013 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: เพิ่มขึ้น 3,436 ล้านบาท) กลุ่มบริษัทได้บันทึกส่วนที่เพิ่มขึ้นจากการตีราคาใหม่ดังกล่าว ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นและรับรู้จำนวนสะสมในบัญชี "ส่วนเกินทุนจากการตีราคาสินทรัพย์" ในส่วนของผู้ถือหุ้น

หากกลุ่มบริษัทแสดงมูลค่าของที่ดินดังกล่าวด้วยวิธีราคาทุน มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 2,336 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 775 ล้านบาท) (2564: 2,336 ล้านบาท และ 775 ล้านบาท ตามลำดับ)

17. ค่าความนิยม

รายการเปลี่ยนแปลงของบัญชีค่าความนิยมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	336,028
เพิ่มขึ้นจากการซื้อธุรกิจ (หมายเหตุ 13.5)	24,404
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564	360,432
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	360,432

ค่าความนิยมจำนวน 115 ล้านบาท 199 ล้านบาท 22 ล้านบาท และ 24 ล้านบาท เกิดจากการซื้อเงินลงทุนในบริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด และลงทุนทางอ้อมในบริษัท ซีอาร์จี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด และบริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด ตามลำดับ กลุ่มบริษัททดสอบการด้อยค่าของค่าความนิยมเป็นประจำทุกปี

ฝ่ายบริหารพิจารณาแล้วเชื่อว่าค่าความนิยมไม่เกิดการด้อยค่า

หน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด

มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดนี้เป็นมูลค่าจากการใช้ ซึ่งวัดมูลค่าโดยการคิดลดกระแสเงินสดในอนาคตที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินงานต่อเนื่องของบริษัท ทั้งนี้มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนสูงกว่ามูลค่าตามบัญชีของหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด

ข้อสมมติฐานที่สำคัญในการคำนวณมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์สรุปได้ดังนี้

	งบการเงินรวม							
	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด		บริษัท ซีอาร์จีอินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด		บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด		บริษัท เอสทีเอ็น เรสเตอรองต์ จำกัด	
	2565 (ร้อยละ)	2564 (ร้อยละ)	2565 (ร้อยละ)	2564 (ร้อยละ)	2565 (ร้อยละ)	2564 (ร้อยละ)	2565 (ร้อยละ)	2564 (ร้อยละ)
อัตราการเติบโต								
ปีที่ 1 - 5	13 - 14	14 - 22	7 - 15	11 - 37	23 - 34	23 - 160	38 - 79	24 - 316
หลังจากปีที่ 5	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรขั้นต้น	65	64	71	69	66	62	72	70
อัตราคิดลด	10.1	7.3	10.1	7.3	10.1	7.3	10.1	7.3

ประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตที่ใช้เป็นการประมาณการสำหรับ 5 ปีข้างหน้า โดยมีอัตราการเติบโตสอดคล้องกับประมาณการของอุตสาหกรรม ส่วนประมาณการกำไรขั้นต้นอ้างอิงจากประสบการณ์ในอดีตกับการคาดการณ์การเติบโตของตลาด อัตราคิดลดที่ใช้เป็นอัตราโดยประมาณที่อ้างอิงกับอัตราถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนของกลุ่มบริษัทและค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมที่กลุ่มบริษัทดำเนินการอยู่

18. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม				
	โปรแกรมคอมพิวเตอร์	ค่าสัญญาสิทธิ	ค่าสิทธิแรกเริ่มรอตัดบัญชี	เครื่องหมายการค้า	รวม
ราคาทุน					
1 มกราคม 2564	417,507	239,926	485,474	49,663	1,192,570
เพิ่มขึ้นจากการซื้อธุรกิจ	-	-	-	190,732	190,732
ซื้อเพิ่ม	46,656	-	32,640	-	79,296
โอนเข้า	4,490	-	-	-	4,490
ตัดจำหน่าย	(61,823)	-	(13,062)	-	(74,885)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	910	-	-	-	910
31 ธันวาคม 2564	407,740	239,926	505,052	240,395	1,393,113
ซื้อเพิ่ม	38,493	-	77,130	-	115,623
โอนเข้า	4,729	-	-	-	4,729
ตัดจำหน่าย	(2,215)	-	(25,797)	-	(28,012)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	307	-	4,505	-	4,812
31 ธันวาคม 2565	449,054	239,926	560,890	240,395	1,490,265
ค่าตัดจำหน่ายสะสม					
1 มกราคม 2564	247,169	223,931	195,892	-	666,992
ค่าตัดจำหน่าย	18,074	15,995	47,287	11,182	92,538
ค่าตัดจำหน่ายสะสมสำหรับส่วนที่ตัดจำหน่าย	(40,497)	-	(11,915)	-	(52,412)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	696	-	-	-	696
31 ธันวาคม 2564	225,442	239,926	231,264	11,182	707,814
ค่าตัดจำหน่าย	34,685	-	50,574	11,182	96,441
ค่าตัดจำหน่ายสะสมสำหรับส่วนที่ตัดจำหน่าย	(80)	-	(22,582)	-	(22,662)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	234	-	4,505	-	4,739
31 ธันวาคม 2565	260,281	239,926	263,761	22,364	786,332
ค่าเผื่อการด้อยค่า					
1 มกราคม 2564	19,987	-	2,354	-	22,341
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-	559	-	559
ลดลงระหว่างปี	(19,344)	-	-	-	(19,344)
31 ธันวาคม 2564	643	-	2,913	-	3,556
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-	4,462	-	4,462
31 ธันวาคม 2565	643	-	7,375	-	8,018
มูลค่าสุทธิตามบัญชี					
31 ธันวาคม 2564	181,655	-	270,875	229,213	681,743
31 ธันวาคม 2565	188,130	-	289,754	218,031	695,915

	(หน่วย: พันบาท)
	งบการเงิน
	เฉพาะกิจการ
	โปรแกรมคอมพิวเตอร์
ราคาทุน	
1 มกราคม 2564	71,687
ซื้อเพิ่ม	156
โอนเข้า	4,126
ตัดจำหน่าย	(32,145)
31 ธันวาคม 2564	43,824
ซื้อเพิ่ม	517
โอนเข้า	2,660
31 ธันวาคม 2565	47,001
ค่าตัดจำหน่ายสะสม	
1 มกราคม 2564	63,449
ค่าตัดจำหน่าย	3,688
ค่าตัดจำหน่ายสะสมสำหรับส่วนที่ตัดจำหน่าย	(32,145)
31 ธันวาคม 2564	34,992
ค่าตัดจำหน่าย	4,251
31 ธันวาคม 2565	39,243
มูลค่าสุทธิตามบัญชี	
31 ธันวาคม 2564	8,832
31 ธันวาคม 2565	7,758

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มกิจการได้ทดสอบการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวตามที่แสดงในหมายเหตุ 16

19. สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น				
ตราสารทุนของบริษัทจดทะเบียน	798	717	-	-
รวมตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	798	717	-	-
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย				
ดอกเบี้ยค้างรับ - เงินให้กู้ยืมกิจการร่วมค้า	390,112	226,584	-	-
หัก: ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(17,000)	(24,000)	-	-
รวมสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย	373,112	202,584	-	-
รวมสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น - สุทธิ	373,910	203,301	-	-

20. สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
เงินมัดจำ	574,330	538,600	5,723	2,658
เงินจ่ายล่วงหน้าค่าก่อสร้าง	19,651	25,916	-	-
อื่นๆ	165	749	-	749
รวม	594,146	565,265	5,723	3,407

21. เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

(หน่วย: พันบาท)

	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินส่วนที่มีหลักประกัน	5.3 - 6.9	1.9 - 3.1	176,224	334,199	-	-
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินส่วนที่ไม่มีหลักประกัน	1.4 - 4.0	1.1 - 2.5	632,812	1,630,099	460,000	1,463,000
รวม			809,036	1,964,298	460,000	1,463,000

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะกิจการ
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2565	1,964,298	1,463,000
บวก: เบิกเงินกู้เพิ่มระหว่างปี	291,284	200,000
หัก: ชำระคืนระหว่างปี	(1,466,111)	(1,203,000)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	19,565	-
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	809,036	460,000

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัทมีวงเงินสินเชื่อเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นซึ่งยังมิได้เบิกใช้เป็นจำนวนเงินรวม 1,500 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 612 ล้านบาท) (2564: 1,329 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 612 ล้านบาท))

เงินกู้ยืมที่มีหลักประกันมีจำนวนทั้งสิ้น 176 ล้านบาท (2564: 344 ล้านบาท) ในงบการเงินรวม การกู้ยืมจากธนาคารค้ำประกันโดยบริษัทฯและกรรมการของบริษัทฯ

เงินกู้ยืมระยะสั้นของบริษัทฯ

ในเดือนสิงหาคมถึงธันวาคม 2564 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินในรูปตั๋วสัญญาใช้เงินระยะสั้นที่ออกให้สถาบันการเงินในประเทศสี่แห่งเป็นจำนวน 1,463 ล้านบาท โดยมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในตั๋วสัญญาใช้เงิน และครบกำหนดชำระในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2565 ถึงมิถุนายน 2565 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 1,463 ล้านบาท

ในเดือนสิงหาคมถึงกันยายน 2565 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินในรูปตั๋วสัญญาใช้เงินระยะสั้นที่ออกให้สถาบันการเงินในประเทศสองแห่งเป็นจำนวน 460 ล้านบาท โดยมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในตั๋วสัญญาใช้เงิน และครบกำหนดชำระในระหว่างเดือนมกราคม 2566 ถึงมีนาคม 2566 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 460 ล้านบาท

เงินกู้ยืมระยะสั้นของบริษัทย่อย

ในเดือนกันยายนถึงธันวาคม 2564 บริษัทย่อยในต่างประเทศแห่งหนึ่งได้ทำสัญญากู้ยืมเงินในรูปตั๋วสัญญาใช้เงินระยะสั้นที่ออกให้สถาบันการเงินในประเทศสามแห่งเป็นจำนวน 15 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา โดยมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในตั๋วสัญญาใช้เงิน และครบกำหนดชำระในระหว่างเดือนมกราคม 2565 ถึงมิถุนายน 2565 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 15 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา หรือเทียบเท่า 501.3 ล้านบาท

ในเดือนกันยายนถึงธันวาคม 2565 บริษัทย่อยในต่างประเทศแห่งหนึ่งได้ทำสัญญากู้ยืมเงินในรูปตั๋วสัญญาใช้เงินระยะสั้นที่ออกให้สถาบันการเงินในประเทศสามแห่งเป็นจำนวน 10.1 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา โดยมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในตั๋วสัญญาใช้เงิน และครบกำหนดชำระในระหว่างเดือนมีนาคม 2566 ถึงมิถุนายน 2566

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 10.1 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา หรือเทียบเท่า 349.0 ล้านบาท (2564: 15 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา หรือเทียบเท่า 501.3 ล้านบาท)

22. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
เจ้าหนี้การค้า – กิจการอื่น	798,308	691,717	42,781	44,602
เจ้าหนี้กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	220,047	6,226	92,260	19,594
เจ้าหนี้อื่น	132,531	81,163	37,604	34,724
เจ้าหนี้ค่าซื้ออาคารและอุปกรณ์	199,597	186,940	825	1,301
เงินมัดจำห้องพัก	393,880	259,188	103,914	82,159
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	1,688,196	1,386,097	108,663	47,448
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	27,211	57,979	36,640	35,377
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	3,459,770	2,669,310	422,687	265,205

23. เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน

(หน่วย: พันบาท)

	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน						
ส่วนที่มีหลักประกัน	1.6 - 6.1	1.5 - 2.7	548,738	716,202	-	-
ส่วนที่ไม่มีหลักประกัน	0.9 - 6.8	0.9 - 2.4	11,645,309	9,837,579	11,275,184	9,259,554
รวม			12,194,047	10,553,781	11,275,184	9,259,554
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			(4,091,230)	(2,075,902)	(3,697,965)	(1,689,684)
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระในหนึ่งปี			8,102,817	8,477,879	7,577,219	7,569,870

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะกิจการ
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2565	10,553,781	9,259,554
บวก: เบิกเงินกู้เพิ่มระหว่างปี	2,300,000	2,300,000
ตัดจำหน่ายต้นทุนเงินกู้ยืมระหว่างปี	7,396	7,396
หัก: ชำระคืนระหว่างปี	(591,813)	(198,349)
ต้นทุนเงินกู้ยืมระหว่างปี	(2,250)	(2,250)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	(73,067)	(91,167)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	12,194,047	11,275,184

เงินกู้ยืมที่มีหลักประกันมีจำนวนทั้งสิ้น 549 ล้านบาท (2564: 716 ล้านบาท) ในงบการเงินรวม การกู้ยืมจากธนาคารค้ำประกันโดยบริษัทฯและกรรมการของบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทต้องดำรงอัตราส่วนทางการเงินและปฏิบัติตามข้อกำหนดตามที่ระบุในสัญญากู้ยืมเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัทมีวงเงินกู้ยืมระยะยาวตามสัญญาเงินกู้ที่ยังมิได้เบิกใช้เป็นจำนวนเงิน 2,800 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 2,000 ล้านบาท) (2564: 2,300 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 2,300 ล้านบาท))

<u>เงินกู้ยืมระยะยาวของบริษัทฯ</u>

ก) ในเดือนพฤษภาคม 2560 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนสำหรับการลงทุนโครงการที่ดูไบหรืออื่น ๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีวงเงินกู้ยืมเป็นจำนวน 64.0 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้ไปแล้วทั้งสิ้นเป็นจำนวน 56.8 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นทุก 3 เดือน โดยเริ่มชำระเงินต้นงวดแรกภายในวันทำการสุดท้ายของเดือนที่ 57 จากวันที่ลงนามในสัญญา เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักประกันโดยมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา และมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน โดยมีเงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติตามที่กำหนดในสัญญา รวมถึงมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 31.6 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกาหรือเทียบเท่า 1,099.7 ล้านบาท (2564: 37.4 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา หรือเทียบเท่ากับ 1,255.4 ล้านบาท)

ข) ในเดือนมีนาคม 2563 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่งเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนสำหรับการลงทุนโครงการในประเทศญี่ปุ่นจำนวน 4,500.0 ล้านเยน เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้แล้วเต็มจำนวนในระหว่างปี 2563 และ 2564 โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเต็มจำนวนเมื่อครบ 8 ปี นับจากวันที่ลงนามในสัญญา และมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา ซึ่งมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักประกันโดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือสุทธิจากต้นทุนเงินกู้ยืมตัดจำหน่ายมีจำนวน 4,469.2 ล้านเยน หรือเทียบเท่ากับ 1,182.2 ล้านบาท (2564: 4,465.2 ล้านเยน หรือเทียบเท่า 1,314.3 ล้านบาท)

ค) ในเดือนมิถุนายน 2563 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่งเพื่อกู้ยืมเงินจำนวน 2,500.0 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้แล้วเต็มจำนวน ในระหว่างปี 2563 และ 2564 โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเต็มจำนวนเมื่อครบ 3 ปี นับจากวันเบิกรับเงินกู้ และมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา ซึ่งมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักประกันโดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 2,500 ล้านบาท (2564: 2,500.0 ล้านบาท)

ง) ในเดือนกรกฎาคม 2563 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่งเพื่อกู้ยืมเงินจำนวน 1,000.0 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้เต็มจำนวนแล้วในปี 2564 โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเต็มจำนวนเมื่อครบ 2 ปี นับจากวันเบิกรับเงินกู้ และมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา ซึ่งมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักประกันโดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือสุทธิจากต้นทุนเงินกู้ยืมตัดจำหน่ายมีจำนวน 999.6 ล้านบาท (2564: 998.9 ล้านบาท)

จ) ในเดือนธันวาคม 2563 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่งเพื่อกู้ยืมเงินจำนวน 1,500.0 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้แล้วเต็มจำนวนในระหว่างปี 2563 และ 2564 โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเต็มจำนวนเมื่อครบ 2 ปี นับจากวันเบิกรับเงินกู้ โดยในปี 2565 ได้มีการขอขยายระยะเวลาชำระคืนเงินต้นออกไปอีก 2 ปี และมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา ซึ่งมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักประกันโดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือสุทธิจากต้นทุนเงินกู้ยืมตัดจำหน่ายมีจำนวน 1,499.6 ล้านบาท (2564: 1,497.9 ล้านบาท)

ฉ) ในเดือนมิถุนายน 2564 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่งเพื่อกู้ยืมเงินจำนวน 2,500.0 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้แล้วเต็มจำนวนในระหว่างปี 2564 และ 2565 โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเต็มจำนวนเมื่อครบ 3 ปี นับจากวันเบิกรับเงินกู้ และมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา ซึ่งมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักประกันโดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือสุทธิจากต้นทุนเงินกู้ยืมตัดจำหน่ายมีจำนวน 2,495.9 ล้านบาท (2564: 1,693.1 ล้านบาท)

ช) ในเดือนธันวาคม 2564 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่งเพื่อกู้ยืมเงินจำนวน 1,500.0 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้แล้วทั้งจำนวนในปี 2565 โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเต็มจำนวนเมื่อครบ 2 ปี 6 เดือน นับจากวันเบิกรับเงินกู้ และมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา ซึ่งมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักประกันโดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือสุทธิจากต้นทุนเงินกู้ยืมตัดจำหน่ายมีจำนวน 1,498.2 ล้านบาท

ซ) ในเดือนตุลาคม 2565 บริษัทฯได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่งเพื่อกู้ยืมเงินจำนวน 2,000.0 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวยังไม่ได้เบิกใช้ โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเต็มจำนวนเมื่อครบ 3 ปี นับจากวันเบิกรับเงินกู้ และมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา ซึ่งมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักประกันโดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม

<u>เงินกู้ยืมระยะยาวของบริษัทย่อย</u>

ฌ) บริษัทย่อยในต่างประเทศแห่งหนึ่งได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง โดยมีวงเงินกู้เป็นจำนวน 20.0 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา และ 9.0 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้แล้วเต็มจำนวนในระหว่างปี 2556 ถึง 2559 โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเป็นรายไตรมาสภายใน 10 ปี และ 7 ปี ตามลำดับนับจากวันที่เบิกรับเงินกู้งวดแรก เงินกู้ยืมดังกล่าวมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา โดยมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน และค้ำประกันโดยกรรมการและบริษัทใหญ่ รวมถึงมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 6.3 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกาหรือเทียบเท่า 217.7 ล้านบาท และ 3.2 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา หรือเทียบเท่ากับ 110.6 ล้านบาท ตามลำดับ (2564: 9.1 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกาหรือเทียบเท่า 304.1 ล้านบาท และ 4.8 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา หรือเทียบเท่ากับ 160.4 ล้านบาท ตามลำดับ)

ญ) บริษัทย่อยในต่างประเทศแห่งหนึ่งได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง โดยมีวงเงินกู้เป็นจำนวน 20.4 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้แล้วเต็มจำนวนในเดือนมีนาคม 2560 โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเป็นรายไตรมาสจนถึงปี 2564 เงินกู้ยืมดังกล่าวมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญาและค้ำประกันโดยกรรมการและบริษัทใหญ่ รวมถึงมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 3.6 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกาหรือเทียบเท่า 108.1 ล้านบาท ในระหว่างปี 2564 บริษัทย่อยได้จ่ายชำระคืนเงินกู้ดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน

ฎ) บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศสองแห่ง โดยมีวงเงินกู้เป็นจำนวน 177.0 ล้านบาท และ 293.0 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้ในระหว่างปี 2560 ถึง 2563 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 30.0 ล้านบาท และ 288.5 ล้านบาทตามลำดับ โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเป็นรายไตรมาสภายใน 10 ปี และ 5 ปี นับจากวันที่เบิกรับเงินกู้งวดแรก เงินกู้ยืมดังกล่าวมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา โดยมีกำหนดชำระดอกเบี้ย ทุก 3 เดือน และค้ำประกันโดยบริษัทใหญ่ รวมถึงมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่บริษัทใหญ่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 220.4 ล้านบาท และบริษัทย่อยได้ชำระเงินกู้สำหรับการเบิกใช้จำนวน 30.0 ล้านบาท ทั้งจำนวนแล้ว (2564: 1.5 ล้านบาท และ 250.2 ล้านบาท ตามลำดับ)

ฏ) บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง โดยมีวงเงินกู้เป็นจำนวน 630 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวได้เบิกใช้แล้วเต็มจำนวนในระหว่างปี 2562 ถึง 2564 มีกำหนดชำระคืนเงินต้นเป็นรายไตรมาสภายใน 5 ปี นับตั้งแต่เดือนที่ 27 จากวันที่ลงนามในสัญญา เงินกู้ยืมดังกล่าวมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา โดยมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 3 เดือน รวมถึงมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดเงินกู้ยืมคงเหลือมีจำนวน 370.1 ล้านบาท (2564: 578.0 ล้านบาท)

ฐ) ในเดือนธันวาคม 2565 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญากู้ยืมเงินกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่งเพื่อกู้ยืมเงินจำนวน 800 ล้านบาท เงินกู้ยืมดังกล่าวยังไม่ได้เบิกใช้ โดยมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเป็นรายไตรมาสภายใน 7 ปี นับตั้งแต่เดือนที่ 12 นับจากวันที่เบิกรับเงินกู้งวดแรก และมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา ซึ่งมีกำหนดชำระดอกเบี้ยทุก 1 เดือน เงินกู้ยืมดังกล่าวค้ำประกันโดยบริษัทใหญ่ รวมถึงมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตาม

24. หุ้นกู้

ยอดคงค้างของหุ้นกู้ของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	อัตราดอกเบี้ย	วันครบกำหนดชำระ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	(ร้อยละ)		2565	2564	2565	2564
ครั้งที่ 3/2559	2.78	29 กันยายน 2565	-	1,000,000	-	1,000,000
ครั้งที่ 3/2559	2.97	29 กันยายน 2566	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
ครั้งที่ 3/2559	3.39	29 กันยายน 2569	500,000	500,000	500,000	500,000
ครั้งที่ 1/2562	2.44	31 ตุลาคม 2567	600,000	600,000	600,000	600,000
2565	1.10	30 กันยายน 2566	45,334	-	-	-
2565	1.10	31 ธันวาคม 2566	45,334	-	-	-
2565	1.10	31 มีนาคม 2567	45,334	-	-	-
2565	1.10	30 มิถุนายน 2567	45,334	-	-	-
			2,281,336	3,100,000	2,100,000	3,100,000
หุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			(1,090,668)	(1,000,000)	(1,000,000)	(1,000,000)
หุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระเกินกว่าหนึ่งปี			1,190,668	2,100,000	1,100,100	2,100,000

รายการเปลี่ยนแปลงของบัญชีหุ้นกู้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะกิจการ
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2565	3,100,000	3,100,000
บวก: ออกจำหน่ายหุ้นกู้ระหว่างงวด	186,076	-
หัก: จ่ายคืนหุ้นกู้ระหว่างงวด	(1,000,000)	(1,000,000)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	(4,740)	-
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	2,281,336	2,100,000
หุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(1,090,668)	(1,000,000)
หุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระเกินกว่าหนึ่งปี	1,190,668	1,100,000

หุ้นกู้เหล่านี้เป็นหุ้นกู้ชนิดระบุชื่อ ประเภทไม่ด้อยสิทธิและไม่มีหลักประกัน

หุ้นกู้เหล่านี้มีข้อจำกัดและเงื่อนไขเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงิน การจ่ายเงินปันผล การลดทุนชำระแล้ว การจำนำ การจำนองสินทรัพย์และการจำหน่ายสินทรัพย์ที่ประกอบธุรกิจที่สำคัญ

เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2565 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งในต่างประเทศ ได้ออกหุ้นกู้ให้กับกิจการร่วมค้าเป็นจำนวนเงิน 695 ล้านเยน โดยมีอัตราดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญา และวันครบกำหนดตามสัญญา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ยอดหุ้นกู้คงเหลือมีจำนวน 695 ล้านเยน หรือเทียบเท่า 181 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2565 บริษัทฯให้จ่ายชำระคืนหุ้นกู้จำนวน 1,000,000 หน่วย ในราคาหน่วยละ 1,000 บาท คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1,000 ล้านบาท (2564: 980,000 หน่วย ในราคาหน่วยละ 1,000 บาท คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 980 ล้านบาท)

25. สัญญาเช่า

25.1 กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

กลุ่มบริษัททำสัญญาเช่าสินทรัพย์เพื่อใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท โดยมีอายุสัญญาระหว่าง 1 - 34 ปี โดยสัญญาเช่าจำนวนหลายสัญญาระบุสิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าและยกเลิกสัญญาเช่า

ก) สินทรัพย์สิทธิการใช้

รายการเปลี่ยนแปลงของบัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะกิจการ
	ที่ดินและอาคาร	
ราคาทุน		
1 มกราคม 2564	10,888,896	1,855,285
เพิ่มขึ้น	105,534	-
เปลี่ยนแปลงสัญญาเช่า	(326,861)	-
ตัดจำหน่าย	(583,704)	-
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	170,888	-
31 ธันวาคม 2564	10,254,753	1,855,285
เพิ่มขึ้น	396,024	12,535
เปลี่ยนแปลงสัญญาเช่า	(32,207)	-
ตัดจำหน่าย	(1,306,371)	-
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	57,109	-
31 ธันวาคม 2565	9,369,308	1,867,820
ค่าเสื่อมราคาสะสม		
1 มกราคม 2564	1,754,355	152,977
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	1,724,427	119,266
ตัดจำหน่าย	(353,268)	-
31 ธันวาคม 2564	3,125,514	272,243
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	1,536,883	124,374
ตัดจำหน่าย	(1,213,463)	-
31 ธันวาคม 2565	3,448,934	396,617
ค่าเผื่อการด้อยค่า		
1 มกราคม 2564	492,000	457,000
31 ธันวาคม 2564	492,000	457,000
31 ธันวาคม 2565	492,000	457,000
มูลค่าสุทธิตามบัญชี		
31 ธันวาคม 2564	6,637,239	1,126,042
31 ธันวาคม 2565	5,428,374	1,014,203

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มกิจการได้ทดสอบการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวตามที่แสดงในหมายเหตุ 16

ข) หนี้สินตามสัญญาเช่า

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่า	6,948,675	8,487,310	958,943	1,109,666
หัก: ดอกเบี้ยรอการตัดจำหน่าย	(1,593,721)	(1,746,767)	(92,930)	(125,364)
รวม	5,354,954	6,740,543	866,013	984,302
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(1,259,845)	(1,516,698)	(141,788)	(130,157)
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	4,095,109	5,223,845	724,225	854,145

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีหนี้สินตามสัญญาเช่าสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ยอดคงเหลือต้นปี	6,740,543	8,974,944	984,302	1,102,875
เพิ่มขึ้น	222,355	100,344	12,535	-
แก้ไขสัญญาเช่า	45,031	(83,896)	-	-
ตัดจำหน่าย	(179,962)	(625,229)	-	-
ดอกเบี้ยที่รับรู้	205,644	279,141	33,088	36,930
จ่ายค่าเช่า	(1,746,319)	(2,120,615)	(163,912)	(155,503)
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	67,662	215,854	-	-
ยอดคงเหลือปลายปี	5,354,954	6,740,543	866,013	984,302

การวิเคราะห์การครบกำหนดของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าเปิดเผยข้อมูลอยู่ในหมายเหตุ 43 ภายใต้หัวข้อความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ค) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสัญญาเช่าที่รับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้	1,536,883	1,724,427	124,374	119,266
ดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่า	331,781	408,474	33,088	36,930
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสัญญาเช่าระยะสั้น	1,470	1,064	-	-
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ	21,068	16,478	-	-
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการจ่ายชำระค่าเช่าผันแปร	744,172	781,989	-	-

- บริษัทย่อยแห่งหนึ่งซื้อสิทธิการเช่าลากูนในประเทศมัลดีฟส์ ราคาทุนรวม 365 ล้านบาท ในระหว่างปี 2560

- ในปี 2560 บริษัทฯได้เข้าทำสัญญาเช่าพื้นที่ สัญญาซื้อขายเหมาทรัพย์สิน และสัญญาให้สิทธิใช้พื้นที่ส่วนกลางกับบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด (“ธพส”) โดยมีระยะเวลาตามสัญญานับตั้งแต่วันที่ 26 พฤศจิกายน 2560 จนถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2581 และไม่มีการขยายระยะเวลา บริษัทฯในฐานะผู้ร่วมลงทุนได้รับสิทธิการเช่าพื้นที่โครงการให้สิทธิเอกชนร่วมลงทุนในสิทธิการเช่าอาคารและศูนย์ประชุมและโรงแรม ณ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 (“โครงการฯ”) จาก ธพส. เพื่อประกอบธุรกิจศูนย์ประชุมและโรงแรม รวมถึงธุรกิจและกิจการอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องภายใต้เงื่อนไข ข้อกำหนด และขอบเขตในสัญญา

  ทั้งนี้ บริษัทฯตกลงชำระค่าตอบแทนการร่วมลงทุนตลอดอายุสัญญาให้ ธพส. เป็นจำนวนเงิน 1,179.7 ล้านบาท โดยชำระงวดเดียวในวันที่ลงนามในสัญญา โดยแบ่งเป็นค่าตอบแทนตามสัญญาเช่าพื้นที่โครงการฯ จำนวน 452.9 ล้านบาท และค่าตอบแทนการใช้ทรัพย์สินของโครงการฯ จำนวน 726.8 ล้านบาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) รวมทั้งซื้อขายเหมาทรัพย์สินซึ่งเป็นเครื่องใช้และสินค้าคงคลัง เป็นจำนวนเงิน 17.1 ล้านบาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)

  ทรัพย์สินหรือสิ่งปลูกสร้างใดๆที่เกิดจากการบำรุงรักษา บูรณะ พัฒนาสิ่งปลูกสร้างอาคาร พื้นที่โครงการฯ และทรัพย์สินของโครงการฯ ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของธพส. ทันทีที่การดำเนินการก่อสร้าง ทำขึ้นใหม่ นำมาทดแทน นำมาใช้หรือแก้ไขปรับปรุงเสร็จ

- เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2528 บริษัท เซ็นทรัลหัวหินบีชรีสอร์ท จำกัด (CHBR) (บริษัทย่อย) ได้ทำสัญญาเช่าที่ดิน อาคารโรงแรมและสินทรัพย์ของโรงแรมรถไฟหัวหินกับการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) เป็นเวลา 30 ปี สิ้นสุดวันที่ 15 มกราคม 2559 สัญญาเช่านี้สามารถต่อสัญญาออกไปได้โดยอัตโนมัติอีก 3 ปี 4 เดือน ถ้า CHBR ประสงค์จะเช่าต่อไป CHBR จะต้องแสดงความจำนงเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนครบกำหนดอายุสัญญาเช่าไม่น้อยกว่า 12 เดือน อัตราค่าเช่าและเงื่อนไขใหม่จะเป็นไปตามที่ตกลงร่วมกันและเป็นธรรมแก่ทั้งสองฝ่าย โดยการต่ออายุสัญญาเช่าจะต่ออายุได้อีก 2 ครั้ง ครั้งละ 15 ปี โดย CHBR จะต้องจ่ายค่าเช่าตามจำนวนเงินที่ระบุไว้ในสัญญาเริ่มตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2529 นอกจากนี้ CHBR จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญา โดยนำหนังสือค้ำประกันซึ่งออกโดยธนาคารเพื่อเป็นประกันแก่ รฟท.

  ต่อมาเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2556 CHBR ได้รับสิทธิต่อสัญญาเช่าที่ดิน อาคารโรงแรมและสินทรัพย์ของโรงแรมรถไฟหัวหินกับ รฟท. โดยเมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดลงในวันที่ 15 มกราคม 2559 รฟท. ได้ต่อสัญญาเช่าให้แก่ CHBR ต่อไปอีก 3 ปี 4 เดือนตามเงื่อนไขสัญญาเดิม

  เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2562 CHBR ได้รับสิทธิต่อสัญญาเช่าที่ดิน อาคารโรงแรมและสินทรัพย์ของโรงแรมรถไฟหัวหินกับ รฟท. ต่อไปมีกำหนด 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 15 พฤษภาคม 2563 โดย CHBR ตกลงชำระค่าเช่าที่ดินให้แก่ รฟท. ตามจำนวนเงินที่ตกลงกันทั้งสองฝ่าย กับค่าภาษีโรงเรือนและที่ดินในอัตราที่กฎหมายกำหนด

  เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2563 CHBR ได้รับสิทธิต่อสัญญาเช่าที่ดิน อาคารโรงแรมและสินทรัพย์ของโรงแรมรถไฟหัวหินกับ รฟท. ต่อไปมีกำหนด 2 ปี นับตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2563 ถึงวันที่ 15 พฤษภาคม 2565 โดย CHBR ตกลงชำระค่าเช่าที่ดินให้แก่ รฟท. ตามจำนวนเงินที่ตกลงกันทั้งสองฝ่าย กับค่าภาษีโรงเรือนและที่ดินในอัตราที่กฎหมายกำหนด โดยกลุ่มบริษัทแสดงรายการดังกล่าวเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้ในงบแสดงฐานะการเงินรวม

  เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2564 CHBR ได้รับการแก้ไขสัญญาตามมาตรการเยียวยาจาก รฟท. โดยอัตราค่าเช่าตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2564 ถึงวันที่ 15 พฤษภาคม 2565 ได้เปลี่ยนจากอัตราคงที่เป็นอัตราผันแปรตามที่กำหนด ดังนั้น CHBR จึงกลับรายการสินทรัพย์สิทธิการใช้ในระหว่างปี 2564

  เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2565 CHBR ได้รับสิทธิต่อสัญญาเช่าที่ดิน อาคารโรงแรมและสินทรัพย์ของโรงแรมรถไฟหัวหินกับ รฟท. ต่อไปมีกำหนด 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2565 ถึงวันที่ 15 พฤษภาคม 2566 โดย CHBR ตกลงชำระค่าเช่าที่ดินให้แก่ รฟท. ตามจำนวนเงินที่ตกลงกันทั้งสองฝ่าย กับค่าภาษีโรงเรือนและที่ดินในอัตราที่กฎหมายกำหนด

26. หนี้สินหมุนเวียนอื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
เงินมัดจำ	10,879	1,435	3,639	-
ภาษีหัก ณ ที่จ่ายและภาษีมูลค่าเพิ่มค้างจ่าย	167,779	133,968	24,406	16,037
รวม	178,658	135,403	28,045	16,037

27. สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน

จำนวนเงินสำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานซึ่งเป็นเงินชดเชยพนักงานเมื่อออกจากงานแสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานต้นปี	299,617	320,897	80,881	86,968
ส่วนที่รับรู้ในกำไรหรือขาดทุน :				
ต้นทุนบริการในปัจจุบัน	24,499	25,106	5,597	5,779
ต้นทุนดอกเบี้ย	4,594	4,366	922	890
ผลประโยชน์ที่จ่ายในระหว่างปี	(29,339)	(50,752)	(12,271)	(12,756)
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานปลายปี	299,371	299,617	75,129	80,881

กลุ่มบริษัทคาดว่าจะจ่ายชำระผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานภายใน 1 ปีข้างหน้า เป็นจำนวนประมาณ 29.7 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 7.8 ล้านบาท) (2564: จำนวน 19.8 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: จำนวน 9.3 ล้านบาท))

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ระยะเวลาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการจ่ายชำระผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานของกลุ่มบริษัทประมาณ 11 ปี (เฉพาะบริษัทฯ: 11 ปี) (2564: 11 ปี (เฉพาะบริษัทฯ: 11 ปี))

สมมติฐานที่สำคัญในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: ร้อยละต่อปี)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
อัตราคิดลด	1.59	1.59	1.59	1.59
อัตราการขึ้นเงินเดือน	4	4	4	4
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน	7.64 - 45.84	7.64 - 45.84	7.64 - 45.84	7.64 - 45.84

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานที่สำคัญต่อมูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม				งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	หนี้สินเพิ่มขึ้น(ลดลง)				หนี้สินเพิ่มขึ้น(ลดลง)			
	เพิ่มขึ้น		ลดลง		เพิ่มขึ้น		ลดลง	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
อัตราคิดลด (ร้อยละ 1)	(24)	(24)	27	28	(4)	(4)	4	4
อัตราการขึ้นเงินเดือน (ร้อยละ 1)	33	30	(29)	(26)	5	5	(5)	(4)
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน (ร้อยละ 10)	(26)	(24)	35	31	(5)	(4)	6	5

28. ประมาณการหนี้สินสำหรับค่ารื้อถอน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม
ณ วันที่ 1 มกราคม 2564	141,254
ประมาณการหนี้สินเพิ่มขึ้น	25,375
ประมาณการหนี้สินใช้ไป	(11,393)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564	155,236
ประมาณการหนี้สินเพิ่มขึ้น	21,689
ประมาณการหนี้สินใช้ไป	(11,004)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565	165,921

29. ส่วนเกินมูลค่าหุ้น

ตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 มาตรา 51 ในกรณีที่บริษัทเสนอขายหุ้นสูงกว่ามูลค่าหุ้นที่จดทะเบียนไว้ บริษัทต้องนำค่าหุ้นส่วนเกินนี้ตั้งเป็นทุนสำรอง (“ส่วนเกินมูลค่าหุ้น”) ส่วนเกินมูลค่าหุ้นนี้จะนำไปจ่ายเป็นเงินปันผลไม่ได้

30. สำรองตามกฎหมาย

ภายใต้บทบัญญัติของมาตรา 116 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 บริษัทฯจะต้องจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีส่วนหนึ่งไว้เป็นทุนสำรองตามกฎหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิประจำปีหักด้วยยอดขาดทุนสะสมยกมา (ถ้ามี) จนกว่าทุนสำรองนี้จะมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน สำรองตามกฎหมายดังกล่าวไม่สามารถนำไปจ่ายเงินปันผลได้ ในปัจจุบัน บริษัทฯได้จัดสำรองตามกฎหมายได้ครบถ้วนแล้ว

31. รายได้อื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
รายได้ค่าบริหารจัดการ	234,749	72,352	30,699	5,607
รายได้ค่าบริการ	-	-	67,332	63,367
เงินชดเชยความเสียหายจากประกัน	-	4,871	-	-
รายได้จากการค้ำประกันเงินกู้ให้แก่บริษัทย่อย	-	-	6,298	7,224
ค่าเช่ารับและค่าบริการอื่น	13,263	18,780	-	-
เงินสนับสนุน	24,151	12,560	-	-
รายได้จากการขายน้ำมันใช้แล้ว	19,107	13,259	-	-
กำไรจากการขายสินทรัพย์	8,895	60,215	-	-
อื่นๆ	234,143	135,219	130,690	15,129
รวม	534,308	317,256	235,019	91,327

32. รายได้ทางการเงิน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
รายได้ดอกเบี้ยจากเงินฝากธนาคาร	19,061	13,628	2,441	191
รายได้ดอกเบี้ยจากเงินให้กู้ยืม	160,369	93,270	295,963	234,334
รวม	179,430	106,898	298,404	234,525

33. ต้นทุนทางการเงิน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของหนี้สินตามสัญญาเช่า	331,781	408,474	33,088	36,930
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของเงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร เงินกู้ยืมและหุ้นกู้	394,521	309,471	343,201	272,211
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของเงินกู้ยืมจากบริษัทย่อย	-	-	5,203	6,478
รวม	726,302	717,945	381,492	315,619

34. ค่าใช้จ่ายตามลักษณะ

รายการค่าใช้จ่ายแบ่งตามลักษณะประกอบด้วยรายการค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ต้นทุนของอาหารและเครื่องดื่มใช้ไป	4,566,470	3,388,961	664,100	67,704
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน	4,373,814	3,199,748	608,554	424,927
ค่าธรรมเนียมการใช้สิทธิ	511,212	409,753	-	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ	37,727	36,417	99,679	35,973
ค่าเช่าที่ดินและอาคาร	726,546	799,531	-	-
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3,132,576	3,167,499	306,197	305,498

35. ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
เงินเดือนและค่าแรง	3,284,824	2,566,656	401,621	316,505
โครงการผลประโยชน์ที่กำหนดไว้	29,093	29,472	6,519	6,669
โครงการสมทบเงินที่กำหนดไว้	34,089	29,231	12,979	10,186
อื่น ๆ	1,025,808	574,389	187,435	91,567
รวมค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน	4,373,814	3,199,748	608,554	424,927

36. ภาษีเงินได้

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ภาษีเงินได้ปัจจุบัน				
ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับปี	124,992	25,091	-	-
รายการปรับปรุงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลของปีก่อน	(5,877)	1,146	1,067	(1,229)
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี				
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากการเกิดผลแตกต่างชั่วคราว และการกลับรายการผลแตกต่างชั่วคราว	18,734	(103,780)	30,390	32,996
ค่าใช้จ่าย(รายได้)ภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	137,849	(77,543)	31,457	31,767

จำนวนภาษีเงินได้ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบแต่ละส่วนของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เกี่ยวข้องกับ ส่วนเกินทุนจากการตีราคาสินทรัพย์	-	(2,402,566)	-	(687,163)
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เกี่ยวข้องกับเงินลงทุน ในตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่ายุติธรรมผ่าน กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	(16)	(7)	-	-
รายได้(ค่าใช้จ่าย)ภาษีเงินได้ที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	(16)	(2,402,573)	-	(687,163)

รายการกระทบยอดระหว่างขาดทุนทางบัญชีกับ(รายได้)ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้มีดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
กำไร(ขาดทุน)ทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	522,281	(1,834,943)	2,664	(1,180,436)
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	ร้อยละ 0 - 20	ร้อยละ 0 - 20	ร้อยละ 20	ร้อยละ 20
กำไร(ขาดทุน)ทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลคูณอัตราภาษี	110,456	(366,989)	533	(236,087)
ผลกระทบจากความแตกต่างของอัตราภาษี				
สำหรับกิจการในต่างประเทศ	(7,712)	(1,514)	-	-
ผลกระทบทางภาษีสำหรับ				
ส่วนแบ่งขาดทุนในเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า	8,713	12,817	-	-
รายได้ที่ไม่ต้องเสียภาษี	(32,231)	(23,244)	(25,440)	(24,524)
กำไรที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี	-	-	-	-
ผลกระทบทางภาษีสำหรับ				
ค่าใช้จ่ายต้องห้ามทางภาษี	29,566	13,508	2,150	125,169
ค่าใช้จ่ายที่มีสิทธิหักภาษีได้เพิ่มขึ้น	(32,690)	(32,531)	(1,889)	(2,147)
การใช้ขาดทุนทางภาษีที่เดิมไม่ได้บันทึก	(39,256)	-	-	-
อื่นๆ	111	36,413	(2,059)	6,723
รวม	(42,269)	17,390	(1,798)	129,745
รายการที่ยังไม่รับรู้ทรัพย์สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีใน				
ปีก่อนรับรู้ในระหว่างปี	(25,798)	-	-	-
ผลขาดทุนในปีปัจจุบันที่ไม่รับรู้เป็นสินทรัพย์				
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	130,760	296,705	57,095	163,862
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่รับรู้				
เมื่อเริ่มแรกและที่กลับรายการ	(6,088)	(29,410)	-	-
ขาดทุนที่ยังไม่ได้รับรู้ซึ่งเกิดจากรายการระหว่างกัน	7,895	15,556	-	-
ภาษีปีก่อนๆ ที่บันทึกต่ำไป(สูงไป)	(5,877)	1,146	1,067	(1,229)
(รายได้)ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	137,849	(77,543)	31,457	31,767

สินทรัพย์และหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีแสดงยอดคงเหลือในงบแสดงฐานะการเงินดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบแสดงฐานะการเงิน			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี				
ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน	219,106	213,600	133,800	133,800
ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	24,347	18,981	6,239	4,277
ความแตกต่างของค่าเสื่อมราคา	130,068	109,502	-	-
ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วม	41,513	46,413	41,513	46,413
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	59,255	59,680	15,026	16,176
ยอดขาดทุนยกไป	302,406	278,369	-	-
สัญญาเช่า	137,020	156,106	61,721	65,559
อื่นๆ	16,333	12,914	-	-
รวม	930,048	895,565	258,299	266,225
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี				
ความแตกต่างของค่าเสื่อมราคา	(439,890)	(385,541)	(147,930)	(123,671)
กำไรจากการตีราคาที่ดิน	(2,402,566)	(2,402,566)	(687,163)	(687,163)
อื่นๆ	(43,636)	(45,311)	-	(1,795)
รวม	(2,886,092)	(2,833,418)	(835,093)	(812,629)

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม			
	สินทรัพย์		หนี้สิน	
	2565	2564	2565	2564
รวม	930,048	895,565	(2,886,092)	(2,833,418)
การหักกลบรายการของภาษี	(479,366)	(449,827)	479,366	449,827
สินทรัพย์ (หนี้สิน) ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสุทธิ	450,682	445,738	(2,406,726)	(2,383,591)

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	สินทรัพย์		หนี้สิน	
	2565	2564	2565	2564
รวม	258,299	266,225	(835,093)	(812,629)
การหักกลบรายการของภาษี	(258,299)	(266,225)	258,299	266,225
สินทรัพย์ (หนี้สิน) ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสุทธิ	-	-	(576,794)	(546,404)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัทมีขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้ จำนวน 3,050 ล้านบาท (2564: 2,865 ล้านบาท) กลุ่มบริษัทไม่ได้บันทึกสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี ทั้งนี้ขาดทุนทางภาษีจะสิ้นอายุในปี 2566 - 2570 เนื่องจากกลุ่มบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่ากลุ่มบริษัทอาจไม่มีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะนำขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้ข้างต้นมาใช้ประโยชน์ได้

37. กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้น

กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณโดยหารกำไร(ขาดทุน)สำหรับปีที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (ไม่รวมกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น) ด้วยจำนวนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญที่ออกอยู่ในระหว่างปี

38. เงินปันผล

ในการประชุมสามัญประจำปีของผู้ถือหุ้นของบริษัทเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2564 มีมติให้งดการจ่ายเงินปันผลสำหรับผลการดำเนินงานปี 2563

ในการประชุมสามัญประจำปีของผู้ถือหุ้นของบริษัทเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2565 มีมติให้งดการจ่ายเงินปันผลสำหรับผลการดำเนินงานปี 2564

39. ข้อมูลส่วนงานดำเนินงาน

กลุ่มบริษัทมี 2 ส่วนงานที่รายงาน ดังรายละเอียดข้างล่าง ซึ่งเป็นหน่วยงานธุรกิจที่สำคัญของกลุ่มบริษัท หน่วยงานธุรกิจที่สำคัญนี้ผลิตสินค้าและให้บริการที่แตกต่างกัน และมีการบริหารจัดการแยกต่างหาก เนื่องจากใช้เทคโนโลยีและกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกัน ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานสอบทานรายงานการจัดการภายในของแต่ละหน่วยงานธุรกิจที่สำคัญอย่างน้อยทุกไตรมาสการดำเนินงานของแต่ละส่วนงานที่รายงานของกลุ่มบริษัทโดยสรุปมีดังนี้

- ส่วนงาน 1 ส่วนงานโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง
- ส่วนงาน 2 ส่วนงานการขายอาหารและไอศกรีม

ข้อมูลผลการดำเนินงานของแต่ละส่วนงานที่รายงานได้รวมอยู่ดังข้างล่างนี้ ผลการดำเนินงานวัดโดยใช้กำไรหลังภาษีเงินได้ของส่วนงาน ซึ่งนำเสนอในรายงานการจัดการภายในและสอบทานโดยผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ผู้บริหารเชื่อว่าการใช้กำไรหลังภาษีเงินได้ในการวัดผลการดำเนินงานนั้นเป็นข้อมูลที่เหมาะสมในการประเมินผลการดำเนินงานของส่วนงานและสอดคล้องกับกิจการอื่นที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน

กลุ่มบริษัทจัดโครงสร้างองค์กรเป็นหน่วยธุรกิจตามลักษณะในการประกอบธุรกิจ ในระหว่างปีปัจจุบันไม่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของส่วนงานดำเนินงานที่รายงาน

ข้อมูลรายได้และกำไรของส่วนงานของกลุ่มบริษัทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 มีดังต่อไปนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม									
	ส่วนงานโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง		ส่วนงานการขายอาหารและไอศกรีม		รวม		รายการปรับปรุงและตัดรายการระหว่างกัน		งบการเงินรวม	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
รายได้จากการขายและบริการ										
- รายได้จากภายนอก	5,935	2,069	11,553	9,128	17,488	11,197	-	-	17,488	11,197
- รายได้ระหว่างส่วนงาน	10	2	66	51	76	53	(76)	(53)	-	-
รวมรายได้จากการขายและบริการ	5,945	2,071	11,619	9,179	17,564	11,250	(76)	(53)	17,488	11,197
ต้นทุนขายและบริการ	(4,255)	(2,493)	(6,268)	(5,119)	(10,523)	(7,612)	29	(1)	(10,494)	(7,613)
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,690	(422)	5,351	4,060	7,041	3,638	(47)	(54)	6,994	3,584
รายได้และค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้ปันส่วน:										
รายได้อื่นและรายได้ทางการเงิน	1,871	1,256	160	214	2,031	1,470	(1,303)	(1,032)	728	438
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(269)	(133)	(434)	(358)	(703)	(491)	119	41	(584)	(450)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(2,101)	(2,219)	(4,365)	(3,476)	(6,466)	(5,695)	650	1,070	(5,816)	(4,625)
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า	(72)	(38)	28	(26)	(44)	(64)	-	-	(44)	(64)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(1,076)	(871)	(60)	(132)	(1,136)	(1,003)	410	285	(726)	(718)
รายได้(ค่าใช้จ่าย)ภาษีเงินได้	(21)	131	(119)	(56)	(140)	75	2	3	(138)	78
กำไร(ขาดทุน)สำหรับปี	22	(2,296)	561	226	583	(2,070)	(169)	313	414	(1,757)

ข้อมูลเกี่ยวกับเขตภูมิศาสตร์

กลุ่มบริษัทมีการจัดการส่วนงานธุรกิจทั่วโลกในลักษณะเดียวกัน ส่วนงานธุรกิจเหล่านี้ดำเนินงานในเขตภูมิศาสตร์หลัก ดังนี้

1. ประเทศไทย เป็นประเทศที่บริษัทใหญ่ตั้งอยู่และดำเนินงานทางธุรกิจเป็นหลักของกลุ่มบริษัท ขอบเขตการดำเนินงานหลักในเขตภูมิศาสตร์นี้ประกอบด้วย ส่วนงานโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง และส่วนงานการขายอาหารและไอศกรีม
2. ประเทศสาธารณรัฐมัลดีฟส์ กิจกรรมหลักคือ ส่วนงานโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนงานภูมิศาสตร์มีดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	รายได้		ผลการดำเนินงานตามส่วนงาน		สินทรัพย์รวม	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564
ประเทศไทย	16,139	10,239	550	(2,050)	83,433	78,507
ประเทศมัลดีฟส์	1,425	1,011	34	(20)	3,937	3,987
ตัดรายการระหว่างกัน	(76)	(53)	(170)	313	(39,204)	(33,901)
รวม	17,488	11,197	414	(1,757)	48,166	48,593

ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้ารายใหญ่

ในปี 2565 และ 2564 กลุ่มบริษัท ไม่มีรายได้จากลูกค้ารายใดที่มีมูลค่าเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ของกิจการ

40. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

กลุ่มบริษัทและพนักงานได้ร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ. 2530 โดยพนักงานจ่ายเงินสะสมในอัตราร้อยละ 3 ถึงอัตราร้อยละ 15 ของเงินเดือนทุกเดือน และกลุ่มบริษัทจะจ่ายสมทบเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราร้อยละ 3 ถึงอัตราร้อยละ 10 ของเงินเดือนของพนักงานทุกเดือน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพนี้บริหารโดยบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงไทย จำกัด (มหาชน), บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด, บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด และจะจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อพนักงานนั้นออกจากงานตามระเบียบว่าด้วยกองทุนของกลุ่มบริษัท ในระหว่างปี 2565 กลุ่มบริษัทรับรู้เงินสมทบดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายจำนวนเงิน 34 ล้านบาท (งบการเงินเฉพาะกิจการ: 13 ล้านบาท) (2564: 29 ล้านบาท (งบการเงินเฉพาะกิจการ: 10 ล้านบาท))

41. ภาระผูกพันและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

41.1 ภาระผูกพันเกี่ยวกับรายจ่ายฝ่ายทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 กลุ่มบริษัทมีภาระผูกพันเกี่ยวกับรายจ่ายฝ่ายทุนดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
การก่อสร้างและปรับปรุงโรงแรม	2,656	2,886	2	6
เครื่องจักรและอุปกรณ์	20	23	-	-
รวม	2,676	2,909	2	6

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ภาระผูกพันเกี่ยวกับรายจ่ายฝ่ายทุนในงบการเงินรวมข้างต้นได้รวมส่วนแบ่งของกิจการในส่วนของภาระผูกพันที่มีร่วมกันกับผู้ลงทุนรายอื่นในการร่วมค้าเป็นจำนวน 2,339 ล้านบาท (2564: 2,617 ล้านบาท)

41.2 การค้ำประกัน

41.2.1 หนังสือค้ำประกันธนาคาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 กลุ่มบริษัทมีหนังสือค้ำประกันซึ่งออกโดยธนาคารในนามกลุ่มบริษัทซึ่งเกี่ยวเนื่องกับภาระผูกพันทางปฏิบัติบางประการตามปกติธุรกิจของกลุ่มบริษัทซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2565	2564	2565	2564
ประกันการปฏิบัติตามสัญญาเช่า	119	171	59	59
ประกันการใช้ไฟฟ้าและอื่น ๆ	44	44	8	8
รวม	163	215	67	67

41.2.2 การค้ำประกันระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯและกรรมการของบริษัทฯท่านหนึ่งได้ค้ำประกันการชำระหนี้ของบริษัทย่อยสองแห่งต่อธนาคารในประเทศหลายแห่ง วงเงินค้ำประกัน 1,814 ล้านบาท (2564: 2,460 ล้านบาท) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เงินกู้ดังกล่าวมียอดคงเหลือจำนวน 898 ล้านบาท (2564: 1,218 ล้านบาท)

บริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด มีภาระผูกพันต่อสถาบันการเงินเกี่ยวกับการค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและวงเงินกู้ยืมระยะยาวของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งเป็นจำนวนเงินรวม 60.8 ล้านบาท (2564: 60.8 ล้านบาท)

41.3 ภาระผูกพันเกี่ยวกับสัญญาต่างๆ

ก) บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญากับบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มผสมคาร์บอเนตในประเทศไทย โดยบริษัทย่อยดังกล่าวจะได้รับเงินสนับสนุน หากบริษัทปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อจำกัดบางประการตามที่ระบุในสัญญา โดยเงินสนับสนุนที่ได้รับจะถูกบันทึกไว้ในบัญชี "รายได้รับล่วงหน้ารอการตัดบัญชี" ในงบแสดงฐานะการเงิน

ข) บริษัทย่อยแห่งหนึ่งมีสัญญาซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายในประเทศรายหนึ่งมีระยะเวลา 12 เดือน นับจากวันที่ในสัญญา โดยบริษัทย่อยดังกล่าวตกลงซื้อวัตถุดิบตามราคาและปริมาณที่ระบุในสัญญาและตกลงที่จะชำระเงินประกันตามที่ระบุในสัญญา ซึ่งจะได้รับเงินประกันคืนทั้งจำนวนเมื่อสิ้นสุดสัญญา

ค) บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญาให้สิทธิผลิตและจำหน่ายอาหารกับธุรกิจอาหารในประเทศหลายแห่งเพื่อรับสิทธิในการใช้สัญลักษณ์ร้านค้า (logo) ของกิจการเหล่านั้นในการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยดังกล่าวและเพื่อเป็นการตอบแทนสิทธิดังกล่าวบริษัทย่อยตกลงจ่ายค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ตามที่ระบุในสัญญา รวมถึงต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด และเงื่อนไขที่ระบุในสัญญา

ง) บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ทำสัญญารับโอนสิทธิ์เครื่องหมายการค้า "Arigato" จากบริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่ง โดยบริษัทย่อยดังกล่าวมีสิทธิที่จะเปิดร้านขายขนมปังและเครื่องดื่มภายใต้เครื่องหมายดังกล่าว และตกลงจ่ายค่าตอบแทนในการรับโอนสิทธิ์ตามที่ระบุในสัญญา

จ) กิจการร่วมค้าในต่างประเทศแห่งหนึ่งได้เข้าทำกับสัญญาบริษัทที่เกี่ยวข้องกันแห่งหนึ่งของกิจการร่วมค้าเพื่อรับสิทธิ์ในการบริหารจัดการธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้า (franchise agreement) ในต่างประเทศโดยกิจการร่วมค้าต้องจ่ายค่าสิทธิตามอัตราที่ระบุในสัญญา

42. ลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์และหนี้สินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมหรือเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมโดยแยกแสดงตามลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม							
	ระดับ 1		ระดับ 2		ระดับ 3		รวม	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
สินทรัพย์ที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม								
เงินลงทุนในตราสารทุน	1	1	-	-	-	-	1	1
ที่ดิน	-	-	-	-	14,394	14,394	14,394	14,394
สินทรัพย์ที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม								
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	-	-	-	-	1,300	1,300	1,300	1,300

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ							
	ระดับ 1		ระดับ 2		ระดับ 3		รวม	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
สินทรัพย์ที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม								
ที่ดิน	-	-	-	-	4,211	4,211	4,211	4,211
สินทรัพย์ที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม								
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	-	-	-	-	955	955	955	955

43. เครื่องมือทางการเงิน

43.1 วัตถุประสงค์และนโยบายการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน

เครื่องมือทางการเงินที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้า เงินให้กู้ยืม เงินลงทุน เงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาว กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือทางการเงินดังกล่าว และมีนโยบายการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

ความเสี่ยงด้านเครดิต

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงด้านเครดิตที่เกี่ยวเนื่องกับลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น เงินให้กู้ยืม เงินฝากกับธนาคารและสถาบันการเงินโดยจำนวนเงินสูงสุดที่กลุ่มบริษัทอาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อคือมูลค่าตามบัญชีที่แสดงอยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน

ลูกหนี้การค้า

กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยใช้นโยบายและขั้นตอนในการควบคุมการให้สินเชื่ออย่างเหมาะสม จึงไม่คาดว่าจะเกิดผลขาดทุนทางการเงินที่มีสาระสำคัญ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมีการติดตามยอดคงค้างของลูกหนี้การค้าและสินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญาอย่างสม่ำเสมอ

กลุ่มบริษัทพิจารณาการด้อยค่าทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน อัตราการตั้งสำรองของผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนวณโดยพิจารณาจากอายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรูปแบบของความเสี่ยงด้านเครดิตที่คล้ายคลึงกัน โดยจัดกลุ่มลูกค้าตามประเภทของลูกค้าและอันดับความน่าเชื่อถือของลูกค้า การคำนวณผลขาดทุนจากการด้อยค่าด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนึงถึงผลของความน่าจะเป็นถ่วงน้ำหนัก มูลค่าของเงินตามเวลาและข้อมูลที่มีความสมเหตุสมผลและสามารถสนับสนุนได้ที่มีอยู่ ณ วันที่รายงานเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอดีต สภาพการณ์ปัจจุบันและการคาดการณ์สภาวะเศรษฐกิจในอนาคต

เครื่องมือทางการเงินและเงินฝากธนาคาร

กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงด้านเครดิตที่เกี่ยวข้องกับยอดคงเหลือกับธนาคารและสถาบันการเงินโดยจะลงทุนกับคู่สัญญาที่ได้รับการอนุมัติแล้วเท่านั้นและอยู่ในวงเงินสินเชื่อที่กำหนดให้กับคู่สัญญาแต่ละราย โดยวงเงินสินเชื่อจะถูกสอบทานโดยคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปีและอาจมีการปรับปรุงในระหว่างปีขึ้นอยู่กับความเห็นชอบของคณะกรรมการบริหารของกลุ่มบริษัท การกำหนดวงเงินดังกล่าวเป็นการช่วยลดความเสี่ยงของการกระจุกตัวและบรรเทาผลขาดทุนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากผิดนัดชำระของคู่สัญญา

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องจากการกู้ยืมเป็นเงินตราต่างประเทศ

กลุ่มบริษัทมีหนี้สินทางการเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศดังนี้

สกุลเงิน	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ		อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 31 ธันวาคม	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564
	(ล้าน)		(ล้าน)		(บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)	
หนี้สินทางการเงิน						
เหรียญสหรัฐ	32	37	32	37	34.56	33.42
เยน	4,500	4,500	4,500	4,500	0.26	0.29

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากธนาคาร เงินเบิกเกินบัญชี หุ้นกู้ และเงินกู้ยืมระยะยาว สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ย และสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม													
	อัตราดอกเบี้ยคงที่				อัตราดอกเบี้ยปรับขึ้นลงตามราคาตลาด								อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง	
	ภายใน 1 ปี		มากกว่า 1 ถึง 5 ปี		ภายใน 1 ปี		มากกว่า 1 ถึง 5 ปี		ไม่มีอัตราดอกเบี้ย		รวม		(ร้อยละต่อปี)	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
สินทรัพย์ทางการเงิน														
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	-	-	1,359	2,405	-	-	1,778	949	3,137	3,354	0.1 - 1.0	0.1 - 0.5
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	-	-	-	-	-	1,227	801	1,227	801	-	-
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	15	15	-	-	-	-	-	-	-	-	15	15	2.0	2.0
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	654	500	-	-	-	-	-	-	-	-	654	500	1.2 - 1.8	0.7 - 1.8
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-	373	202	1	1	374	203	5.3 - 9.8	5.3 - 5.7
	669	515	-	-	1,359	2,405	373	202	3,006	1,751	5,407	4,873		
หนี้สินทางการเงิน														
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	460	1,463	-	-	349	501	-	-	-	-	809	1,964	1.4 - 6.9	1.1 - 3.1
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	-	-	-	-	-	3,460	2,669	3,460	2,669	-	-
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	9	5	-	-	-	-	-	-	-	-	9	5	2.0	2.0
เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	61	61	-	-	-	-	-	-	61	61	3.0	3.0
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	4,091	2,076	8,103	8,478	-	-	12,194	10,554	0.9 - 6.8	0.9 - 2.7
หุ้นกู้	1,091	1,000	1,191	2,100	-	-	-	-	-	-	2,282	3,100	1.1 - 3.4	2.4 - 3.4
หนี้สินทางการเงินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-	-	-	70	128	70	128	-	-
	1,560	2,468	1,252	2,161	4,440	2,577	8,103	8,478	3,530	2,797	18,885	18,481		

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ													
	อัตราดอกเบี้ยคงที่				อัตราดอกเบี้ยปรับขึ้นลงตามราคาตลาด								อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง	
	ภายใน 1 ปี		มากกว่า 1 ถึง 5 ปี		ภายใน 1 ปี		มากกว่า 1 ถึง 5 ปี		ไม่มีอัตราดอกเบี้ย		รวม		(ร้อยละต่อปี)	
	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564	2565	2564
สินทรัพย์ทางการเงิน														
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	-	-	-	-	-	-	868	273	868	273	0.1 - 1.0	-
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	-	-	-	-	-	195	122	195	122	-	-
เงินปันผลค้างรับ	-	-	-	-	-	-	-	-	127	80	127	80	-	-
เงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	8,362	8,399	-	-	-	-	-	-	8,362	8,399	3.0	3.0
	-	-	8,362	8,399	-	-	-	-	1,190	475	9,552	8,874		
หนี้สินทางการเงิน														
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	460	1,463	-	-	-	-	-	-	-	-	460	1,463	1.4 - 1.6	1.1 - 2.5
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	-	-	-	-	-	423	265	423	265	-	-
เงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	300	157	248	-	-	-	-	-	-	-	548	157	0.8 - 3.0	2.0 - 3.0
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	3,698	1,690	7,577	7,570	-	-	11,275	9,260	0.9 - 6.8	0.9 - 2.4
หุ้นกู้	1,000	1,000	1,100	2,100	-	-	-	-		-	2,100	3,100	2.4 - 3.4	2.4 - 3.4
หนี้สินทางการเงินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	1	2	-	-
	1,760	2,620	1,348	2,100	3,698	1,690	7,577	7,570	424	267	14,807	14,247		

การวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย

ผลกระทบต่อกำไรก่อนภาษีของกลุ่มบริษัทจากการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นอย่างสมเหตุสมผลของอัตราดอกเบี้ยของเงินให้กู้ยืมและเงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 แสดงได้ดังนี้

	งบการเงินรวม			
	2565		2564	
สกุลเงิน	เพิ่มขึ้น / (ลดลง)	ผลกระทบต่อกำไรก่อนภาษีเพิ่มขึ้น (ลดลง)	เพิ่มขึ้น / (ลดลง)	ผลกระทบต่อกำไรก่อนภาษีเพิ่มขึ้น (ลดลง)
	(ร้อยละ)	(พันบาท)	(ร้อยละ)	(พันบาท)
บาท	1	(56,793)	1	(65,482)
	(1)	56,793	(1)	65,482
เหรียญสหรัฐ	1	(10,806)	1	(15,425)
	(1)	10,806	(1)	15,425
เยน	1	(9,334)	1	(10,382)
	(1)	9,334	(1)	10,382
ดีแรห์ม	1	15,915	1	14,405
	(1)	(15,915)	(1)	(14,405)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	2565		2564	
สกุลเงิน	เพิ่มขึ้น / (ลดลง)	ผลกระทบต่อกำไรก่อนภาษีเพิ่มขึ้น (ลดลง)	เพิ่มขึ้น / (ลดลง)	ผลกระทบต่อกำไรก่อนภาษีเพิ่มขึ้น (ลดลง)
	(ร้อยละ)	(พันบาท)	(ร้อยละ)	(พันบาท)
บาท	1	(52,512)	1	(58,927)
	(1)	52,512	(1)	58,927
เหรียญสหรัฐ	1	(8,420)	1	(12,728)
	(1)	8,420	(1)	12,728
เยน	1	(9,334)	1	(10,382)
	(1)	9,334	(1)	10,382

การวิเคราะห์ผลกระทบข้างต้นจัดทำขึ้นโดยใช้สมมติฐานว่าจำนวนเงินให้กู้ยืมและเงินกู้ยืม ที่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด และตัวแปรอื่นทั้งหมดคงที่ตลอด 1 ปี และยังถือเสมือนว่าอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาดของเงินให้กู้ยืมและเงินกู้ยืมดังกล่าวไม่ได้มีอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดไว้แล้ว ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจึงมีผลกระทบต่อดอกเบี้ยรับและจ่ายตลอด 12 เดือนเต็ม ทั้งนี้ ข้อมูลนี้ไม่ใช่การคาดการณ์หรือพยากรณ์สภาวะตลาดในอนาคต และควรใช้ด้วยความระมัดระวัง

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

กลุ่มบริษัทมีการติดตามความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องโดยการใช้เงินเบิกเกินบัญชี เงินกู้ยืมธนาคารและสัญญาเช่า ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินประมาณร้อยละ 42 ที่จะครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเมื่อเทียบกับมูลค่าตามบัญชีทั้งหมดของหนี้สินดังกล่าวที่แสดงอยู่ในงบการเงิน (2564: ร้อยละ 35) (เฉพาะบริษัทฯ: ร้อยละ 38 (2564: ร้อยละ 30)) กลุ่มบริษัทได้ประเมินการกระจุกตัวของความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการกู้ยืมเงินเพื่อนำไปชำระหนี้สินเดิมและได้ข้อสรุปว่า กลุ่มบริษัทมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งของเงินทุนที่หลากหลายอย่างเพียงพอ

รายละเอียดการครบกำหนดชำระของหนี้สินทางการเงินที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์ของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 2564 ซึ่งพิจารณาจากกระแสเงินสดตามสัญญาที่ยังไม่คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบัน สามารถแสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม			
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565			
	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์				
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	809,036	-	-	809,036
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	3,459,770	-	-	3,459,770
เงินกู้ยืมระยะยาว	4,091,223	6,892,160	1,210,665	12,194,048
หุ้นกู้	1,090,668	1,190,668	-	2,281,336
หนี้สินตามสัญญาเช่า	1,366,161	2,554,260	3,028,254	6,948,675
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	10,816,858	10,637,088	4,238,919	25,692,865

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม			
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564			
	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์				
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,964,298	-	-	1,964,298
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	2,669,310	-	-	2,669,310
เงินกู้ยืมระยะยาว	2,075,902	7,094,068	1,383,812	10,553,782
หุ้นกู้	1,000,000	2,100,000	-	3,100,000
หนี้สินตามสัญญาเช่า	1,659,317	3,468,905	3,359,088	8,487,310
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	9,368,827	12,662,973	4,742,900	26,774,700

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565			
	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์				
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	460,000	-	-	460,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	422,687	-	-	422,687
เงินกู้ยืมระยะยาว	3,697,959	6,394,976	1,182,249	11,275,184
หุ้นกู้	1,000,000	1,100,000	-	2,100,000
หนี้สินตามสัญญาเช่า	170,877	780,095	7,971	958,943
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	5,751,523	8,275,071	1,190,220	15,216,814

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564			
	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์				
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,463,000	-	-	1,463,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	265,205	-	-	265,205
เงินกู้ยืมระยะยาว	1,689,684	6,255,466	1,314,404	9,259,554
หุ้นกู้	1,000,000	2,100,000	-	3,100,000
หนี้สินตามสัญญาเช่า	163,125	728,370	218,171	1,109,666
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	4,581,014	9,083,836	1,532,575	15,197,425

43.2 มูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทจัดอยู่ในประเภทระยะสั้นหรือมีอัตราดอกเบี้ยใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยในตลาด กลุ่มบริษัทจึงประมาณมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงินใกล้เคียงกับมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบแสดงฐานะการเงิน

44. การบริหารจัดการทุน

วัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการทุนที่สำคัญของบริษัทฯ คือการจัดให้มีซึ่งโครงสร้างทุนที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯและเสริมสร้างมูลค่าการถือหุ้นให้กับผู้ถือหุ้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนเท่ากับ 1.55:1 (2564: 1.64:1) และเฉพาะบริษัทฯมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนเท่ากับ 2.54:1 (2564: 2.47:1)

45. การอนุมัติงบการเงิน

งบการเงินนี้ได้รับอนุมัติให้ออกโดยกรรมการผู้มีอำนาจของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2566

อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน ประจำปี 2565		Consolidated		
		2565	2564	2563
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	0.6	0.6	0.6
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	เท่า	0.3	0.4	0.4
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด	เท่า	0.4	0.2	0.2
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	เท่า	24.8	14.8	13.2
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	15	25	28
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้	เท่า	10.7	8.2	9.1
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	34	44	40
อัตรากำไรขั้นต้น	%	54.4%	50.9%	50.3%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	%	7.3%	-10.4%	-11.2%
อัตรากำไรอื่น	%	4.0%	3.8%	2.7%
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร	%	328.4%	-183.7%	-93.6%
อัตรากำไรสุทธิ	%	2.2%	-14.9%	-20.9%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	%	2.1%	-12.1%	-22.8%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	%	0.8%	-4.1%	-8.8%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	%	9.7%	4.5%	2.7%
อัตราการหมุนของสินทรัพย์	เท่า	0.4	0.3	0.4
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย	เท่า	6.1	2.8	3.0
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	เท่า	5.1	12.1	11.2
อัตราส่วนความสามารถในการชำระภาระผูกพัน	เท่า	0.6	0.3	0.4
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	เท่า	1.5	1.6	2.5
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	1.2	1.3	2.2
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่า) ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.8	0.9	1.1
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยที่ครบกำหนดภายใน 1 ปีต่อหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	%	33%	28.0%	25.3%
อัตราส่วนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินต่อหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	%	58.0%	64.0%	51.1%
อัตราการจ่ายเงินปันผล	%	n/a	n/a	n/a

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม และเลขานุการบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 12 ท่าน ดังนี้

นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์	• ประธานกรรมการ • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 12 ธันวาคม 2536	• วัน/เดือน/ปี เกิด 22 มีนาคม 2485 • อายุ 80 ปี • การถือหุ้นในบริษัท 31,170,141 หุ้น (คิดเป็น ร้อยละ 2.31 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• เป็นน้องของ นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์ • เป็นพี่ของ นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์ และ นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• เป็นบิดาของ นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์ และ นายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์ • เป็นอาของ นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์, นางจินตนา บุญรัตน์ และ นางสิริเกศ จิรกิติ
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาศิลปศาสตร์ดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ • ปริญญาศิลปศาสตร์ดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขาธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต • ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะมนุษย์ศาสตร์ มหาวิทยลัยรามคำแหง • ปริญญาโท ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	• ปริญญาตรี สาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง • ปริญญาบัตร สาขาวิศวกรรมเครื่องกล South West Essex Technical College ประเทศอังกฤษ • วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 1 • วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรการจัดการสมัยใหม่ รุ่นที่ 1
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ปี 2551 หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP)	
ประสบการณ์	• ผู้ช่วยผู้จัดการ บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด • ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ บริษัท ห้างเซ็นทรัลดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด • นายกสมาคมศิษย์เก่ารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และกรรมการสภามหาวิทยาลัยผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยรามคำแหง • ผู้ก่อตั้ง, นายกสมาคม สมาคมผู้ค้าปลีกห้างสรรพสินค้า	• ที่ปรึกษารัฐมนตรี กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • เป็นหนึ่งในผู้ริเริ่มโครงการ ผู้นำเข้า และเป็นเจ้าของคนแรกที่นำบาร์โค๊ดมาใช้ในประเทศไทยที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว • ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ สมาคมการค้าไหหลำ • ที่ปรึกษา ประธานศาลรัฐธรรมนูญ
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ประธานคณะกรรมการบริหาร บริษัท โพสต์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) • กรรมการ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) • กรรมการ บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการ บริษัท โพสต์ อินเตอร์เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด • กรรมการ บริษัท โพสต์-เอซีพี จำกัด • กรรมการ บริษัท โพสต์-ไอเอ็ม พลัส จำกัด • กรรมการ บริษัท ห้างเซ็นทรัลดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด • กรรมการ สมาคมการค้าไทย อุตสาหกรรม เพื่อการท่องเที่ยว
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ	• 4/4 ครั้ง

นางสาวโสภาวดี เลิศมนัสชัย	• กรรมการอิสระ • ประธานกรรมการตรวจสอบ • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 30 เมษายน 2561	• วัน/เดือน/ปี เกิด 24 ธันวาคม 2496 • อายุ 69 ปี • การถือหุ้นในบริษัท ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• ไม่มี	
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาโท คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ • ปริญญาตรี คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	• ปริญญาตรี พาณิชศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ปี 2553 หลักสูตร Successful Formulation and Execution of Strategy (SFE)	• ปี 2552 หลักสูตร Audit Committee Program (ACP) • ปี 2543 หลักสูตร Director Certification Program (DCP)
ประสบการณ์	• เลขาธิการ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ • กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านการเงิน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต)	• กรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบ การประปาภูมิภาค • กรรมการ การไฟฟ้านครหลวง • กรรมการ องค์การเภสัชกรรม
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• กรรมการอิสระ บริษัทหลักทรัพย์ เมย์แบงค์กิมเอ็ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) • กรรมการอิสระ บริษัท โรงงานเภสัชอุตสาหกรรม เจเอสพี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) • กรรมการ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • ที่ปรึกษาประธานกรรมการ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการอิสระ บริษัท โชติวัฒน์อุตสาหกรรมการผลิต จำกัด • ประธานกรรมการ บริษัท เคทีบีเอสที รีท แมเนจเมนท์ จำกัด • กรรมการ มูลนิธิศาสตราจารย์สังเวียน อินทรวิชัย
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ • การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ	• 4/4 ครั้ง • 8/8 ครั้ง

ข้อมูลประกอบการพิจารณาแต่งตั้งกรรมการอิสระ:

การมีส่วนได้เสียกับบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน

- ไม่เป็นกรรมการที่มีส่วนในการบริหารงาน พนักงาน ลูกจ้าง หรือที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำ
- ไม่เป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพ (เช่น ผู้สอบบัญชี ที่ปรึกษากฎหมาย)
- ไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญอันอาจมีผลทำให้ไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างอิสระ (เช่น การซื้อ/ขาย วัตถุดิบ/บริการ การยืม/ให้กู้เงิน

นายนรชิต สิงหเสนี	• กรรมการอิสระ • กรรมการตรวจสอบ • ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 8 พฤศจิกายน 2562	• วัน/เดือน/ปี เกิด 7 พฤศจิกายน 2497 • อายุ 68 ปี • การถือหุ้นในบริษัท ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• ไม่มี	
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ ด้านรัฐรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต • ปริญญาโท สาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ The Fletcher School of Law and Diplomacy สหรัฐอเมริกา โดยทุนพีริวฟอยด์ • ปริญญาตรี นิติศาสตร์บัณฑิต (เกียรตินิยม) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	• หลักสูตร Executive Program “Leaders in Development” จาก John F Kennedy School of Government, Harvard University • หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สถาบันวิทยาการตลาดทุน (วตท 20) • หลักสูตรวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร (วปรอ 4313)
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• หลักสูตร Director Certification Program (DCP) รุ่นที่ 113/2009 • หลักสูตร Role of the Chairman Program (RCP) รุ่นที่ 46/2020	• หลักสูตร Advanced Audit Committee Program (AACP) รุ่นที่ 37/2020 • หลักสูตร Board Nomination & Compensation Program (BNCP) รุ่นที่ 10/2020
ประสบการณ์	• กรรมการและโฆษก คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ (กรธ) • ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ • เอกอัครราชทูต ผู้แทนถาวรประจำองค์การสหประชาชาติ ณ นครนิวยอร์ก • รองปลัดกระทรวงการต่างประเทศ กลุ่มงานพหุภาคี • รองปลัดกระทรวงการต่างประเทศ กลุ่มงานทวิภาคี • เอกอัครราชทูต ณ กรุงเวลลิงตัน • อธิบดีกรมเอเชียตะวันออก • อธิบดีกรมสารนิเทศ และโฆษกกระทรวงการต่างประเทศ • หัวหน้าสำนักงานเลขานุการรัฐมนตรี (สุรินทร์ พิศสุวรรณ)	• รองอธิบดีกรมองค์การระหว่างประเทศ • รองอธิบดีกรมเอเชียตะวันออก • อัครราชทูตที่ปรึกษา คณะผู้แทนถาวรประจำองค์การสหประชาชาติ ณ นครนิวยอร์ก • หัวหน้าสำนักงานเลขานุการรัฐมนตรี (พล.อ.อ. สิทธิ เศวตศิลา) • เลขานุการตรี โท เอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมะนิลา • ประธานกรรมการ มูลนิธิไทย • กรรมการ รางวัลสมเด็จเจ้าฟ้ามหิดล • กรรมการบริหาร สถาบันพระปกเกล้า • กรรมการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• กรรมการอิสระ และประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนบริษัท คิวทีซี เอนเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน)
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการกฤษฎีกา สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา • สมาชิกฝ่ายไทยในศาลประจำอนุญาโตตุลาการ ณ กรุงเฮก
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ • การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ • การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล	• 4/4 ครั้ง • 8/8 ครั้ง • 3/3 ครั้ง • 4/4 ครั้ง

ข้อมูลประกอบการพิจารณาแต่งตั้งกรรมการอิสระ:

การมีส่วนได้เสียกับบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน

- ไม่เป็นกรรมการที่มีส่วนในการบริหารงาน พนักงาน ลูกจ้าง หรือที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำ
- ไม่เป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพ (เช่น ผู้สอบบัญชี ที่ปรึกษากฎหมาย)
- ไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญอันอาจมีผลทำให้ไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างอิสระ (เช่น การซื้อ/ขาย วัตถุดิบ/บริการ การยืม/ให้กู้เงิน)

นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณ	• กรรมการอิสระ • กรรมการตรวจสอบ • กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 28 เมษายน 2564	• วัน/เดือน/ปี เกิด 30 พฤศจิกายน 2502 • อายุ 63 ปี • การถือหุ้นในบริษัท ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• ไม่มี	
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ • ปริญญาตรีนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	• ปริญญาโท Transport Planning and Engineering, The University of Leeds
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ปี 2559 Director Certification Program (DCP)	
ประสบการณ์	• ปลัดกระทรวงคมนาคม • ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร / สนข. • รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร / สนข. • ผู้อำนวยการสำนักการขนส่งสินค้า / อำนวยการระดับสูง / กรมการขนส่งทางบก	• ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการขนส่งสินค้า / ระดับเชี่ยวชาญ / กรมการขนส่งทางบก • ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการจัดการระบบการขนส่งทางบก / นักวิชาการขนส่ง๙ชช / กรมการขนส่งทางบก • นักวิชาการขนส่ง๘ว / กรมการขนส่งทางบก • เจ้าหน้าที่บริหารงานช่าง ๘ / กรมการขนส่งทางบก
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการ บริษัท อาม่า มารีน จำกัด (มหาชน)
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• ไม่มี
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ	• 4/4 ครั้ง

หมายเหตุ: นายชัยวัฒน์ ทองคูณ มีมติแต่งตั้งจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2565 (10 พฤศจิกายน 2565) ให้ดำรงตำแหน่ง กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน แทนนายนายพิสิฐ กุศลาไสยานนท์ ซึ่งลาออกจากกรรมการบริษัท โดยมีผลวันที่ 10 พฤศจิกายน 2565

ข้อมูลประกอบการพิจารณาแต่งตั้งกรรมการอิสระ:
การมีส่วนได้เสียกับบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน

- ไม่เป็นกรรมการที่มีส่วนในการบริหารงาน พนักงาน ลูกจ้าง หรือที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำ
- ไม่เป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพ (เช่น ผู้สอบบัญชี ที่ปรึกษากฎหมาย)
- ไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญอันอาจมีผลทำให้ไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างอิสระ (เช่น การซื้อ/ขาย วัตถุดิบ/บริการ การยืม/ให้กู้เงิน)

นาย เกริด เคิร์ก สตีป	• กรรมการอิสระ • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 14 พฤศจิกายน 2557	• วัน/เดือน/ปี เกิด 7 กันยายน 2486 • อายุ 79 ปี • การถือหุ้นในบริษัท 30,000 หุ้น (คิดเป็น ร้อยละ 0.00 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• ไม่มี	
คุณวุฒิทางการศึกษา	• Hotel and Catering School Bad Ueberkinger, Germany • Senior Hotel Management Institute Heidelberg, Germany	• Diploma/Bachelor of Business Administration (equivalent) Vice President Students Organisation
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ไม่มี	
ประสบการณ์	• ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา • กรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา • รองประธานบริหารกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา	• รองประธานฝ่ายปฏิบัติการกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา • ผู้จัดการทั่วไปกลุ่มแอคคอร์ • ผู้จัดการทั่วไปและผู้จัดการภาคพื้นดินกลุ่มแอคคอร์
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ไม่มี
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• ไม่มี
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ	• 4/4 ครั้ง

ข้อมูลประกอบการพิจารณาแต่งตั้งกรรมการอิสระ:
การมีส่วนได้เสียกับบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน

- ไม่เป็นกรรมการที่มีส่วนในการบริหารงาน พนักงาน ลูกจ้าง หรือที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำ
- ไม่เป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพ (เช่น ผู้สอบบัญชี ที่ปรึกษากฎหมาย)
- ไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญอันอาจมีผลทำให้ไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างอิสระ (เช่น การซื้อ/ขาย วัตถุดิบ/บริการ การยืม/ให้กู้เงิน)

นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์	• กรรมการ • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 24 เมษายน 2546	• วัน/เดือน/ปี เกิด 8 กันยายน 2488 • อายุ 77 ปี • การถือหุ้นในบริษัท 22,055,095 หุ้น (คิดเป็น ร้อยละ 1.63 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• เป็นน้องของ นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์ และ นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ • เป็นพี่ของ นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์ และ นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• เป็นอาของ นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์, นางจินตนา บุญรัตน์, นางสิริเกศ จิรกิติ, นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์ และ นายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาตรี สาขาคณิตศาสตร์ St. John Fisher College ประเทศสหรัฐอเมริกา	
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ปี 2550 หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP), หลักสูตร Director Certification Program (DCP)	
ประสบการณ์	• ประธานกรรมการบริหาร บริษัท เซ็นทรัลมาร์เก็ตติ้งกรุ๊ป จำกัด • กรรมการผู้จัดการ บริษัท เซ็นทรัลกาเมนท์แฟคทอรี่ จำกัด	• กรรมการผู้จัดการ บริษัท ปริญญ์อินเตอร์เทรด จำกัด
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ไม่มี
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการ บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด • กรรมการ บริษัท เซ็นทรัลบางกอกคอนเวนชันและเอ็กซิบิชั่น จำกัด • กรรมการ บริษัท เซ็นทรัลซูเปอร์มาร์เก็ต จำกัด • กรรมการ บริษัท เซ็นทรัลมาร์เก็ตติ้งกรุ๊ป จำกัด • กรรมการ บริษัท เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ	• 4/4 ครั้ง

นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์	• กรรมการ • กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 24 เมษายน 2546	• วัน/เดือน/ปี เกิด 30 ตุลาคม 2490 • อายุ 75 ปี • การถือหุ้นในบริษัท 16,016,654 หุ้น (คิดเป็น ร้อยละ 1.19 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• เป็นน้องของ นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์, นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ และ นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์ • เป็นพี่ของ นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• เป็นอาของ นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์, นางจินตนา บุญรัตน์, นางสิริเกศ จิรกิติ, นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์ และ นายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาโท บริหารธุรกิจ (Operations Research) Iona University สหรัฐอเมริกา • ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์ (ไฟฟ้า) University of Maryland (College Park) สหรัฐอเมริกา	• วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร ภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 13
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ปี 2546 หลักสูตร Director Certification Program (DCP)	
ประสบการณ์	• กรรมการ สภาหอการค้าไทย • นายกสโมสร สโมสรโรตารี่ บางเขน • ประธานกรรมการ บริษัท คอฟฟี่พาร์ทเนอร์ส จำกัด (Starbucks ประเทศไทย)	• นายกและผู้ก่อตั้งสมาคมศูนย์การค้าไทย • กรรมการผู้จัดการใหญ่, ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) • ที่ปรึกษารัฐมนตรี กระทรวงพาณิชย์
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ประธานกรรมการ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) • กรรมการ บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) • ประธานกรรมการ บริษัท จัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• ประธานกรรมการบริหาร บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด • ประธานกรรมการ บริษัท เซ็นทรัลโฮลดิ้ง จำกัด • กรรมการ บริษัท เดอะวินเทจคลับ จำกัด
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ • การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	• 4/4 ครั้ง • 3/3 ครั้ง • 4/4 ครั้ง

นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์	• กรรมการ • กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 29 เมษายน 2537	• วัน/เดือน/ปี เกิด 25 ธันวาคม 2505 • อายุ 60 ปี • การถือหุ้นในบริษัท 29,263,374 หุ้น (คิดเป็น ร้อยละ 2.17 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• เป็นหลานของ นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์, นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์ และนางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• เป็นน้องของ นางสิริเกศ จิรกิติ • เป็นลูกพี่ลูกน้องของ นางจินตนา บุญรัตน์, นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์ และนายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย • ปริญญาตรี สาขาบัญชี Skidmore College ประเทศสหรัฐอเมริกา • วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 22 • สถาบันวิทยาการตลาดทุน (หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง) รุ่นที่ 1 ปี 2547	• หลักสูตรการปฏิบัติการจิตวิทยาฝ่ายอำนวยการรุ่นที่ 73 จากสถาบันจิตวิทยาความมั่นคง • หลักสูตรการบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูงรุ่นที่ 4 จากสถาบันพระปกกล้า • หลักสูตรกระบวนการผู้บริหารความยุติธรรมระดับสูง (บยส) รุ่นที่ 13 ปีการศึกษา 2551 • โครงการฝึกอบรมการพัฒนาผู้บริหารระดับสูง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ปี 2562
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ปี 2564 หลักสูตร Advanced Audit Committee Program, (AACP) • ปี 2561 หลักสูตร Corporate Governance for Capital Market Intermediaries (CGI) • ปี 2552 หลักสูตร Advanced Audit Committee Program, (AACP), หลักสูตร Monitoring Fraud Risk Management (MFM), หลักสูตร Monitoring of Quality of Financial Reporting (MFR)	• ปี 2550 หลักสูตร Monitoring the Internal Audit Function (MIA), หลักสูตร Monitoring the System of Internal Control and risk Management (MIR) • ปี 2548 หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP), หลักสูตร Audit Committee Program (ACP), หลักสูตร The Role of Chairman (RCP) • ปี 2543 หลักสูตร Director Certification Program (DCP)
ประสบการณ์	• ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ บริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง จำกัด (มหาชน) • ที่ปรึกษา ตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (MAI) • กรรมการ บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) • กรรมการ บริษัท ธนมิตร แฟคตอริ่ง จำกัด (มหาชน) • กรรมการ บริษัท อินทรประกันภัย จำกัด (มหาชน)	• กรรมการบริหาร บริษัท อินเตอร์ไลฟ์ จอห์นแฮนคอคประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) • กรรมการ บริษัท เจเนอรัล คาร์ด เซอร์วิสเซส จำกัด • กรรมการบริหาร บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด • เจ้าหน้าที่ฝ่ายวาณิชธนกิจ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ธนชาติ จำกัด (มหาชน)
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• กรรมการตรวจสอบ บริษัท โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน) • กรรมการ, กรรมการบริหารความเสี่ยง และ ที่ปรึกษาคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) • กรรมการ บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการ, กรรมการบริหาร และรองประธานกรรมการบริหาร บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ • การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	• 4/4 ครั้ง • 3/3 ครั้ง • 4/4 ครั้ง

นางจินตนา บุญรัตน์	• กรรมการ • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 29 มิถุนายน 2563	• วัน/เดือน/ปี เกิด 2 พฤษภาคม 2495 • อายุ 70 ปี • การถือหุ้นในบริษัท ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• เป็นหลานของ นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์, นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์ และนางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• เป็นลูกพี่ลูกน้องของ นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์, นางสิริเกศ จิรกิติ, นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์ และนายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ Menlo School Of Business Administration, USA	
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• Directors Certification of Program (DCP 5/2000)	• หลักสูตร Role Of Chairman Program (RCP 15/2011)
ประสบการณ์	• กรรมการ หอการค้าไทย • กรรมการ สภาหอการค้าไทย	• นายกสมาคม สมาคมนักเรียนเก่ามาแตร์เดอีวิทยาลัย
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ประธานกรรมการ บมจ.มาลีกรุ๊ป • ประธานกรรมการ บมจ.เอบิโก้ โฮลดิ้งส์
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการ บจ.เซ็นทรัลกาเมนท์แฟคทอรี่ • กรรมการ บจ.เซ็นทรัลเทรดดิ้ง • กรรมการ บจ.เซ็นทรัลมาเก็ตติ้งกรุ๊ป • กรรมการ บจ.แมทเทอร์ดี • กรรมการ ซีเทรคสากล
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ	• 4/4 ครั้ง

นางสิริเกศ จิรกิติ	• กรรมการ • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 29 มิถุนายน 2563	• วัน/เดือน/ปี เกิด 12 มิถุนายน 2499 • อายุ 66 ปี • การถือหุ้นในบริษัท 13,797,260 หุ้น (คิดเป็น ร้อยละ 1.02 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• เป็นหลานของ นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์, นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์ และนางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• เป็นพี่ของ นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์ • เป็นลูกพี่ลูกน้องของ นางจินตนา บุญรัตน์, นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์ และนายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาตรี เคมี, George Washington University • ปริญญาโท Business Administration International Business Education and Research, University of Southern California (Dean's List) • ปี 2563 หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการพัฒนามหานคร (มหานคร รุ่น 8)	• ปี 2563 หลักสูตรพัฒนาผู้บริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (MINI MRE @ TBS) • ปี 2562 หลักสูตรประกาศนียบัตรธรรมาภิบาลทางการแพทย์สำหรับผู้บริหารระดับสูง รุ่นที่ 7 (ปธพ. 7) • ปี 2558 การบริหารจัดการด้านความมั่นคงขั้นสูง รุ่นที่ 6 (มส.6) • ปี 2557 สถาบันวิทยาการตลาดทุน รุ่นที่ 18 (วตท. 18)
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ปี 2563 หลักสูตร Director Certification Program (DCP)	
ประสบการณ์	• ผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อ (ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับบ้าน) สำนักงานใหญ่ - Central Department Store • ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา สาขาชิดลม และผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อ (ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับบ้าน) สำนักงานใหญ่ - Central Department Store • ผู้จัดการสาขา สาขาหัวหมาก และผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อ (ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับบ้าน) สาขาหัวหมาก - Central Department Store	• รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายจัดซื้อ - Central Department Store • รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริหารสาขา - Central Department Store • กรรมการผู้จัดการใหญ่ร่วม - Central Department Store • Executive Director – Central Retail
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ไม่มี
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการ บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด (CDS)
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ	• 4/4 ครั้ง

นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์	• กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล • ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 2 เมษายน 2555	• วัน/เดือน/ปี เกิด 14 สิงหาคม 2508 • อายุ 57 ปี • การถือหุ้นในบริษัท 16,725,000 หุ้น (คิดเป็น ร้อยละ 1.24 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• เป็นบุตรของ นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ • เป็นหลานของ นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์, นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์ และ นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• เป็นพี่ของ นายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์ • เป็นลูกพี่ลูกน้องของ นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์ นางจินตนา บุญรัตน์ และ นางสิริเกศ จิรกิติ
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาโท สาขา Food, Hotel and Tourism Management, Rochester Institute of Technology, Rochester, USA • ปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย • ปี 2559 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 58 • ปี 2554 หลักสูตรผู้บริหารกระบวนการยุติธรรมระดับสูง (บ.ย.ส.) รุ่นที่ 15 • ปี 2551 TLCA Executive Development Program (EDP) รุ่นที่ 1	• ปี 2546 Program for Management Development, Executive Education Harvard Business School • ปี 2540 หลักสูตรการเงินเพื่อการบริหาร ภาควิชาการธนาคารและการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย • ปี 2539 หลักสูตร Mini MBA Program คณะพาณิชศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย • ปี 2536 หลักสูตรจิตวิทยาความมั่นคง สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ปี 2545 Directors Certification of Program (DCP)	
ประสบการณ์	• รองประธานอาวุโสฝ่ายบริหารโครงการ • รองประธานฝ่ายบริหารโครงการ • ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารโครงการและจัดซื้อ • ผู้จัดการแผนกส่งเสริมการขายและพัฒนาโครงการ	• ผู้ประสานงานแผนกอาหารและเครื่องดื่มโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา • ผู้ช่วยผู้จัดการห้องอาหาร Marriott Hotel & Resort, Park Ridge, NJ, USA
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• กรรมการ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการบริษัทย่อย โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ • การการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	• 4/4 ครั้ง • 4/4 ครั้ง

นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• กรรมการ และ รองประธานบริหารอาวุโสฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์ • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 13 พฤษภาคม 2565	• วัน/เดือน/ปี เกิด 22 กุมภาพันธ์ 2500 • อายุ 65 ปี • การถือหุ้นในบริษัท 2,436,376 หุ้น (คิดเป็น ร้อยละ 0.18 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• เป็นน้องของ นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์, นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์ และ นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์	• เป็นอาของ นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์, นางจินตนา บุญรัตน์, นางสิริเกศ จิรกิติ, นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์ และ นายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาตรี รัฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพ ฯ • ปริญญาโท MBA, University of New Haven ประเทศสหรัฐอเมริกา • ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม	• ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ มหาวิทยาลัยสยาม • ประกาศนียบัตร Hotel Management Course Cornell University ประเทศสหรัฐอเมริกา
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ประกาศนียบัตร DCP รุ่น 121 จาก สถาบัน IOD พุทธศักราช 2552	
ประสบการณ์	• พ.ศ. 2547 - 2552 รองประธานอาวุโส ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา • พ.ศ. 2540 – 2547 กรรมการและรองประธานบริหาร ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทรัล	• พ.ศ. 2536 – 2540 ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทรัล
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• กรรมการและกรรมการบริหารความเสี่ยง บริษัท ซีโอแอล จำกัด (มหาชน)
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการบริษัทย่อย (จำนวน 7 บริษัท) โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา • เลขานุการคณะกรรมการ บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด • รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ – สำนักนโยบายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์ บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด • กรรมการ บริษัท เซ็นทรัล พีเพิล ดีเวลลอปเม้นท์ เซ็นเตอร์ จำกัด • กรรมการ บริษัท เซ็นเนอร์จี อินโนเวชั่น จำกัด • กรรมการ บริษัท ออฟฟิศ ซัพพลาย คลับ จำกัด • กรรมการ บริษัท ออฟฟิซ คลับ (ไทย) จำกัด • กรรมการ บริษัท บีทูเอส จำกัด
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี
สัดส่วนการเข้าร่วมประชุมคณกรรมการ/คณะกรรมการประชุมย่อยในรอบปี 2565	• การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ	• 2/2 ครั้ง

หมายเหตุ นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์ ได้รับการแต่งตั้งให้เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท แทนนายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์ โดยมีผลวันที่ 13 พฤษภาคม 2565

นายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์	• รองประธานบริหารฝ่ายจัดซื้อระดับทั่วโลก • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 1 มิถุนายน 2546	• วัน/เดือน/ปี เกิด 19 พฤษภาคม 2511 • อายุ 54 ปี • การถือหุ้นในบริษัท 16,921,000 หุ้น (คิดเป็น ร้อยละ 1.26 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• เป็นบุตรของ นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ • เป็นหลานของ นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์, นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์, นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์ และ นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• เป็นน้องของ นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์ • เป็นลูกพี่ลูกน้องของ นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์ นางจินตนา บุญรัตน์ และ นางสิริเกศ จิรกิติ
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาโท สาขาการบริหารจัดการด้านธุรกิจโรงแรม (Hotel Management) จาก Johnson and Wales University,USA • ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	• ปี 2554 หลักสูตรการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย สำหรับนักบริหารระดับสูง สถาบันพระปกเกล้า รุ่น15 • ปี 2549 หลักสูตรการปฏิบัติการจิตวิทยาฝ่ายอำนวยการสถาบันจิตวิทยาความมั่นคง สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ รุ่นที่100
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ไม่มี	
ประสบการณ์	• ปี พ.ศ. 2543 – 2546 ผู้จัดการแผนกการตลาด โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา	
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ไม่มี
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• กรรมการบริษัทย่อย (จำนวน 37 บริษัท) โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี

นายเดวิด โรเบิร์ต กู๊ด	• รองประธานบริหารฝ่ายปฏิบัติการโรงแรม • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 1 เมษายน 2551	• วัน/เดือน/ปี เกิด 2 มิถุนายน 2503 • อายุ 62 ปี • การถือหุ้นในบริษัท ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• ไม่มี	
คุณวุฒิทางการศึกษา	• North London University: Higher National Diploma in Hotel and Institutional Management • Yield Management by Horand Vogel	• 7 Habits of Highly Effective People by Franklin Covey • General Managers Programme at Cornell Unversity, New York, USA
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ไม่มี	
ประสบการณ์	• n/a	
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ไม่มี
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• ไม่มี
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี

นายกันย์ ศรีสมพงษ์	• ประธานเจ้าหน้าที่การเงินและรองประธานฝ่ายการเงินและบริหาร • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 15 กันยายน 2564	• วัน/เดือน/ปี เกิด 16 กันยายน 2522 • อายุ 43 ปี • การถือหุ้นในบริษัท ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• ไม่มี	
คุณวุฒิทางการศึกษา	• MASTER OF APPLIED FINANCE, THE UNIVERSITY OF MELBOURNE	
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ไม่มี	
ประสบการณ์	• ผู้ช่วยรองประธาน, โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา • รองประธานอาวุโส, บริษัทหลักทรัพย์ กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) • ที่ปรึกษาอาวุโสการลงทุน, ธนาคารกสิกรไทย	• DCM and Syndicated Loan Product Executive, ธนาคารกสิกรไทย • เจ้าหน้าที่บัญชีอาวุโส, PwC - Melbourne • ผู้ตรวจสอบบัญชีอาวุโส, PwC - Bangkok
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ไม่มี
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• ไม่มี
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี

นายศิริวรรณ หวังธำรง	• รองประธานอาวุโสฝ่ายทรัพยากรบุคคล • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 01 เมษายน 2565	• วัน/เดือน/ปี เกิด 06 พฤษภาคม 2510 • อายุ 55 ปี • การถือหุ้นในบริษัท ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• ไม่มี	
คุณวุฒิทางการศึกษา	• BACHELOR'S DEGREE OF BUSINESS MANAGEMENT, WRIGHT STATE UNIVERSITY, USA	
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ไม่มี	
ประสบการณ์	• ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคลและฝ่ายบริหาร บริษัท จี 4 เอส ซิเคียวริตี เซอร์วิสเซส (ประเทศไทย) จำกัด	• ดำรงตำแหน่งในสายงานทรัพยากรบุคคล บริษัท โคคา-โคล่า เซอร์วิสส์ (เอเซีย) จำกัด, บริษัท ดานอน แดรี่ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท บอมบาร์ดิเอร์ ทรานสปอร์เทชั่น โฮลดิ้งส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ซิลลิค ฟาร์มา จำกัด
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ไม่มี
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• ไม่มี
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี

นายแอนดรูว์ เฟรเดอริก แลงค์สตั้น	• รองประธานอาวุโสฝ่ายพัฒนาธุรกิจ • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 16 ตุลาคม 2561	• วัน/เดือน/ปี เกิด 26 กรกฎาคม 2505 • อายุ 60 ปี • การถือหุ้นในบริษัท ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• ไม่มี	
คุณวุฒิทางการศึกษา	• Holy Cross Catholic School	
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ไม่มี	
ประสบการณ์	• n/a	
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ไม่มี
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• ไม่มี
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี

นางภารณี กาลวิโรจน์	• ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายบัญชีและการเงิน และเลขานุการบริษัท • วันที่ได้รับแต่งตั้ง 24 กุมภาพันธ์ 2565	• วัน/เดือน/ปี เกิด 20 สิงหาคม 2513 • อายุ 52 ปี • การถือหุ้นในบริษัท ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร	• ไม่มี	
คุณวุฒิทางการศึกษา	• ปริญญาโท การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	• ปริญญาตรี การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
การอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	• ไม่มี	
ประสบการณ์	• ปี 2565 – ปัจจุบัน ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายบัญชีและการเงิน และเลขานุการบริษัท บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา • ปี 2564 – 2565 ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายบัญชีและการเงิน และผู้ช่วยเลขานุการบริษัท บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ปี 2552 – 2564 ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน และผู้ช่วยเลขานุการบริษัท บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	**กิจการที่เป็นบริษัทจดทะเบียน**	• ไม่มี
	กิจการที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน	• ไม่มี
	กิจการอื่นที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา	• ไม่มี

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุม

(ก) รายละเอียดกรรมการบริษัท

ชื่อ	ตำแหน่ง	ตำแหน่งที่ดำรงในบริษัท: บริษัท	บริษัทย่อย																																									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
1. นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์	• ประธานกรรมการกิตติมศักดิ์		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/		/		/				/	/	/		/	/	/	/	/							/							
2. นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์	• ประธานกรรมการ	X /	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/		/		/				/	/	/	/	/	/	/	/	/	/			/	/	/	/	/	/	/				
3. นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์	• กรรมการ	/																							/	/	/																				
4. นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์	• กรรมการ • กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	/																							/	/	/																				
5. นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์	• กรรมการ • กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	/							/					/	/					/	/	/	/		/	/	/		/	/	/	/	/							/							
6. นางจินตนา บุญรัตน์	• กรรมการ	/																																													
7. นางสิริเกศ จิรกิติ	• กรรมการ	/																																													
8. นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	• กรรมการ • รองประธานบริหารอาวุโส ฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์	/																																													
9. นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์	• ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร • กรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/							
10. นาย เกริด เคิร์ก สตีป	• กรรมการอิสระ	/																																													
11. นางสาวโสภาวดี เลิศมนัสชัย	• กรรมการอิสระ • ประธานกรรมการ • ตรวจสอบ	/																																													
12. นายนรชิต สิงหเสนี	• กรรมการอิสระ • กรรมการตรวจสอบ • ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน • ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแล	/																																													
13. นายชัยวัฒน์ ทองคำคูณ	• กรรมการอิสระ • กรรมการตรวจสอบ • กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	/																																													

หมายเหตุ
X = ประธานกรรมการ
/ = กรรมการ

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุม

(ข) รายละเอียดผู้บริหาร

ชื่อ	ตำแหน่ง	ตำแหน่งที่ดำรงในบริษัท																																																				
		บริษัท	บริษัทย่อย																																																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
1. นายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์	รองประธานบริหารฝ่ายจัดซื้อระดับทั่วโลก		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/		/	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/										
2. นายกันย์ ศรีสมพงษ์	ประธานเจ้าหน้าที่การเงินและ รองประธานฝ่ายการเงินและบริหาร			/	/	/	/	/		/	/	/	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/										
3. นางศิริวรรณ หวังธำรง	“รองประธานอาวุโสฝ่ายทรัพยากรบุคคล																																																					
4. นายเดวิด โรเบิร์ต กู๊ด	รองประธานบริหารฝ่ายปฏิบัติการโรงแรม																																																					
5. นายแอนดรูว์ เฟรเดอริก แลงค์สตั้น	รองประธานอาวุโสฝ่ายพัฒนาธุรกิจ																																																					

หมายเหตุ: / = กรรมการ

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

รายชื่อบริษัทย่อย/กรรมการ	บจ.เซ็นทรัลหัวหินบีช รีสอร์ท	บจ.เซ็นทรัลสมุยบีชรีสอร์ท	บจ.โรงแรมเซ็นทรัลสุคนธา	บจ.โรงแรมเซ็นทรัล แม่สอดฮิลล์	บจ.เซ็นทรัล บริการซักรีด	บจ.เซ็นทรัลโฮเต็ล แมนเนชเม้นท์	บจ.เซ็นทรัลสมุยวิลเลจ	บจ.เซ็นทรัล กะรนวิลเลจ	บจ.เซ็นทรัล กระบี่เบย์ รีสอร์ท	บจ.โรงแรมเซ็นทรัลเวิลด์	บจ.โรงแรมเซ็นทรัลเกาะกูด	บจ. เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป	บจ.ซีอาร์จี แมนูแฟคเจอริ่ง	บจ.กริปเปิลไนน์ เดคคอร์	บจ.เอส.พี.เรียลตี้ ลันดาบีช	บจ.เอส.พี.เรียลตี้ พัทยาบีช	บจ.เอส.พี. หาดฝรั่ง รีสอร์ท	บจ.เซ็นทรัลสมุยโฮเต็ลแมนเนจเม้นท์	บจ.เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์	บจ.โรงแรม กะรน ภูเก็ต	บจ.โรงแรม กะตะ ภูเก็ต	R.M.L. LEISURE Pvt. Ltd. *	บจ. รีเฟรช โซน
1. นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/				/
2. นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/				/
3. นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์																							/
4. นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์																							/
5. นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์							/					/	/					/	/	/	/		/
6. นายสุทธิชาติ จิราธิวัฒน์							/																/
7. นางสุจิตรา มงคลกิติ	/																						
8. นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์	/										/				/		/						
9. นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
10. นายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/
11. นายกันย์ ศรีสมพงษ์		/	/	/	/	/		/	/	/	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
12. นายวิรุฬ หาญอุตสาหะ	/																						
13. นางมุกดา เอื้อวัฒนะสกุล	/																						
14. นางรัตนา นรพัลลภ	/																						
15. นางยิ่งลักษณ์ วัชรพล	/																						
16. นายธีระเดช จิราธิวัฒน์												/	/										
17. นางอรณี จิราธิวัฒน์												/	/										
18. นายสุภรัฐ จิราธิวัฒน์		/	/	/	/	/		/	/	/	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	
19. นายแดน ชินสุภัคกุล																						/	
20. Dheena Hussain																						/	
21. นายแอนดรูว์ ลอว์เรนซ์ แลงดอน	/																						
22. นางโทนี่ มารีย์ อาร์นอตต	/																						
23. นางปิยวัลย์ จิราธิวัฒน์													/										
24. นายณัฐ วง์พานิช													/										
25. นางสาวจริยา จิราธิวัฒน์													/										
26. นางสาวนันทวัน วัชรโกมลพันธ์																							
27. นางสาวแพรวา ไชยชวาวงศ์																							
28. นายพีรพัฒน์ ไชยชวาวงศ์																							
29. นายสุชีพ ธรรมาชีพเจริญ																				/			
30. WEE CHOO PENG																							

หมายเหตุ : 1. / = กรรมการ

2. บริษัทย่อย หมายถึง บริษัทย่อยที่มีนัยสำคัญ เช่น มีรายได้เกินกว่าร้อยละ 10 ของรายได้รวมตามงบกำไรขาดทุนรวมของปีบัญชีล่าสุด

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

รายชื่อบริษัทย่อย/กรรมการ	บจ.เซ็นทรัล บางกอกคอนเวนชั่นและเอ็กซิบิชั่น	บจ.เซ็นทารา อินเตอร์เนชั่นแนล แมนเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) **	Centara Maldives Pvt. Ltd.	บจ.ซีอาร์จี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด	บจ.เซ็นทารา อิมพอร์ต-เอ็กซพอร์ต	บจ.โคชี่ โฮเต็ล	บจ. โคชี่ โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์	บจ. เซ็นทารา ลอยัลตี้ มาร์เก็ตติ้ง	บจ. ศูนย์การเรียนรู้ เซ็นทารา	Centara(Shanghai)Hotel Management Co., Ltd.	CIM for Management-Egypt, S.A.E	Centara (Hong Kong) Hotel Management Co., Ltd.	บริษัท เซ็นทารา แมนเนจเม้นท์ เฮดควอเตอร์ จำกัด	Lagoon Assets Private Limited	บจ. เซ็นทรัล เซาท์ พัทยา	Centara Restaurants Group (HK) Limited	Centara Singapore Private Limited	Centara Lagoon Private Limited	Centara Japan Capital Godo Kaisha	Centara Restaurants Group (Vietnam) Limited	บริษัท บราวน์ ดีเซิร์ท จำกัด	Centara Osaka Japan Kabushiki Kaisha
1. นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์	/	/	/	/	/	/	/	/	/			/	/	/	/	/	/	/				
2. นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์	/	/		/	/	/	/	/							/							
3. นายสุทธิศักดิ์ จิราธิวัฒน์	/	/																				
4. นายสุทธิธรรม จิราธิวัฒน์	/	/																				
5. นายปริญญ์ จิราธิวัฒน์	/	/		/	/	/	/	/							/							
6. นายสุทธิชาติ จิราธิวัฒน์	/	/																				
7. นางสุจิตรา มงคลกิติ																						
8. นางสุพัตรา จิราธิวัฒน์							/	/	/													
9. นายธีระยุทธ จิราธิวัฒน์	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/			/
10. นายธีระเกียรติ จิราธิวัฒน์	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/				
11. นายกันย์ ศรีสมพงษ์	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/				
12. นายวิรุฬ หาญอุตสาหะ																						
13. นางมุกดา เอื้อวัฒนะสกุล																						
14. นางรัตนา นรพัลลภ																						
15. นางยิ่งลักษณ์ วัชรพล																						
16. นายธีระเดช จิราธิวัฒน์				/												/						
17. นางอรณี จิราธิวัฒน์				/																		
18. นายสุภรัฐ จิราธิวัฒน์		/	/		/	/	/	/			/	/	/	/							/	
19. นายแดน ชินสุภัคกุล																						
20. Dheena Hussain			/											/				/				
21. นายปาทริก จีน มาร์ บาซเซต์																						
22. นางโทนี่ มารีย์ อาร์นอตต																						
23. นางปิยวัลย์ จิราธิวัฒน์																						
24. นายณัฐ วง์พานิช																/					/	
25. นางสาวจริยา จิราธิวัฒน์																						
26. นางสาวนันทวัน วัชรโกมลพันธ์																					/	
27. นางสาวแพรวา ไชยชวาวงศ์																					/	
28. นายพีรพัฒน์ ไชยชวาวงศ์																					/	
29. นายสุชีพ ธรรมาชีพเจริญ																				/		
30. WEE CHOO PENG																	/					

หมายเหตุ : 1. / = กรรมการ

2. บริษัทย่อย หมายถึง บริษัทย่อยที่มีนัยสำคัญ เช่น มีรายได้เกินกว่าร้อยละ 10 ของรายได้รวมตามงบกำไรขาดทุนรวมของปีบัญชีล่าสุด

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินที่สำคัญที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ที่ดิน

1.1 ที่ดินที่ใช้ในการดำเนินงาน

	บริษัท/บริษัทย่อย	สถานที่ตั้ง	ประเภท / ขนาด	ลักษณะกรรมสิทธิ	วัตถุประสงค์ของการถือครอง	ภาระผูกพัน
ธุรกิจโรงแรม						
1.	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)	อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี	ที่ดินขนาด 42 ไร่	เจ้าของ	ดำเนินกิจการโรงแรม	-
2.	บริษัท เซ็นทรัลสมุยบีชรีสอร์ท จำกัด	อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ที่ดินขนาด 24 ไร่	เจ้าของ	ให้เช่าระยะยาวแก่กองทุนรวม	-
		ตำบลกะรน อำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต	ที่ดินขนาด 41 ไร่	เจ้าของ	ดำเนินกิจการโรงแรม	-
		ตำบลฉลอง (ราไวย์) อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต	ที่ดินขนาด 3 ไร่	เจ้าของ	สร้างเป็นส่วนซักรีดของโรงแรม	-
3.	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลสุคนธา จำกัด	อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	ที่ดินขนาด 2 ไร่	เจ้าของ	สร้างเป็นโรงแรม	-
4.	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลแม่สอดฮิลล์ จำกัด	อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก	ที่ดินขนาด 45 ไร่	เจ้าของ	สร้างเป็นโรงแรม	-
5.	บริษัท เซ็นทรัลสมุยวิลเลจ จำกัด	อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ที่ดินขนาด 38 ไร่ ที่ดินขนาด 1 ไร่	เจ้าของ เจ้าของ	สร้างเป็นโรงแรม สร้างเป็นหอพักพนักงาน	- -
6.	บริษัท เซ็นทรัลกะรนวิลเลจ จำกัด	อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	ที่ดินขนาด 14 ไร่	เจ้าของ	สร้างเป็นโรงแรม	-
7.	บริษัท เซ็นทรัลกระบี่เบย์รีสอร์ท จำกัด	ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่	ที่ดินขนาด 43 ไร่	เจ้าของ	สร้างเป็นโรงแรม	-
8.	บริษัท โรงแรมกะรน ภูเก็ต จำกัด	อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต	ที่ดินขนาด 30 ไร่ 3 งาน 3.4 ตรว.	เจ้าของ	สร้างเป็นโรงแรม	-
9.	บริษัท โรงแรมกะตะ ภูเก็ต จำกัด	อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต	ที่ดินขนาด 13 ไร่	เจ้าของ	สร้างเป็นโรงแรม	-
10.	บริษัท ทริปเปิลไนน์ เดคคอร์ จำกัด	อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี	ที่ดินขนาด 2 งาน 9.9 ตรว.	เจ้าของ	ให้เช่าระยะยาวกับบริษัทในเครือ เพื่อสร้างเป็นโรงแรม	-
11.	บริษัท เอส.พี. เรียลตี้ พัทยา บีช จำกัด	อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี	ที่ดินขนาด 1 ไร่ 1 งาน 47 ตรว.	เจ้าของ	ให้เช่าระยะยาวกับบริษัทในเครือ เพื่อสร้างเป็นโรงแรม	-
ธุรกิจอาหาร						
1.	บริษัท ซีอาร์จี แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด	อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	ที่ดินขนาด 5 ไร่ 1 งาน 20 ตรว.	เจ้าของ	สร้างเป็นโรงงาน ผลิตไอศกรีม	-

ที่ดินรอการพัฒนา

	บริษัท/บริษัทย่อย	สถานที่ตั้ง	ประเภท / ขนาด	ลักษณะกรรมสิทธิ	วัตถุประสงค์ของการถือครอง	ภาระผูกพัน
1.	บริษัท เซ็นทรัลกระบี่เบย์รีสอร์ท จำกัด	อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่	ที่ดินขนาด 31 ไร่	เจ้าของ	รอการพัฒนาเป็นโรงแรม	-
2.	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลเกาะกูด จำกัด	อำเภอเกาะกูด จังหวัดตราด	ที่ดินขนาด 81 ไร่	เจ้าของ	รอการพัฒนาเป็นโรงแรม	-
3.	บริษัท ทริปเปิลไนน์ เดคคอร์ จำกัด	อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี	ที่ดินขนาด 3 ไร่ 2 งาน 36.1 ตรว.	เจ้าของ	รอการพัฒนา	-
4.	บริษัท เอส.พี. เรียลตี้ พัทยา บีช จำกัด	อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี	ที่ดินขนาด 5 ไร่ 1 งาน 3 ตรว.	เจ้าของ	รอการพัฒนา	
5.	บริษัท เอส.พี. เรียลตี้ ลันตา บีช จำกัด	อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่	ที่ดินขนาด 15 ไร่	เจ้าของ	รอการพัฒนา	-
6.	บริษัท เอส.พี. เรียลตี้ หาดฝรั่ง รีสอร์ท จำกัด	อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง	ที่ดินขนาด 60 ไร่ 3 งาน 32 ตรว.	เจ้าของ	รอการพัฒนา	-

สินทรัพย์สิทธิการใช้

รายธุรกิจ	สถานที่ตั้ง	ประเภทของการถือสิทธิ	วัตถุประสงค์ของการถือครอง	ภาระผูกพัน
ธุรกิจโรงแรม	ประเทศไทย	การเช่า	ดำเนินกิจการโรงแรม	-
	ประเทศมัลดีฟส์	การเช่า	ดำเนินกิจการโรงแรม	-
ธุรกิจอาหาร	ประเทศไทย	การเช่า	ดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายอาหาร	-

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ มีดังนี้

ทรัพย์สินของบริษัทและบริษัทย่อย	อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 65 (ล้านบาท)
ที่ดิน	-	14,394
ส่วนปรับปรุงที่ดิน	10 – 25 ปี หรือตามอายุสัญญาเช่า	317
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	10 – 50 ปี	9,296
เครื่องจักรและอุปกรณ์	5 – 30 ปี	1,921
เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	3 – 19 ปี	1,071
เครื่องใช้ในการดำเนินงาน	-	462
ส่วนปรับปรุงสัญญาเช่า	3 – 20 ปี	215
ยานพาหนะ	5 – 10 ปี	44
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	-	1,495
รวม		29,215

(1) บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ให้คำมั่นว่าตราบเท่าที่มีหนี้สิน (เงินกู้ยืมและโอดี) ค้างชำระอยู่กับธนาคารจะไม่จำหน่ายจ่ายโอนหรือก่อภาระผูกพันในอสังหาริมทรัพย์ในจำนวนเกินกว่าที่ตกลงตามสัญญา โดยมิได้รับคำยินยอมจากธนาคาร

บริษัทใช้นโยบายการบัญชีเกี่ยวกับค่าความนิยมและการรวมธุรกิจตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 3 เรื่องการรวมธุรกิจ โดยการเปรียบเทียบต้นทุนการซื้อเงินลงทุนกับมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินที่กำหนดได้ ณ วันที่เกิดรายการ อันมีผลทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 และ 31 ธันวาคม 2564 บริษัทและบริษัทย่อยมีมูลค่าสุทธิของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ รวมการปรับมูลค่ายุติธรรมสุทธิ 29,215 ล้านบาท และ 29,875 ล้านบาท ตามลำดับ

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน มีดังนี้

ทรัพย์สินของบริษัทและบริษัทย่อย	อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่ายุติธรรม ณ 31 ธ.ค. 65 (ล้านบาท)
อุปกรณ์, อาคาร และส่วนปรับปรุงอาคาร	15 และ 30 ปี	167	1,300

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของสินทรัพย์สิทธิการใช้ มีดังนี้

ทรัพย์สินของบริษัทและบริษัทย่อย	อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 65 (ล้านบาท)
สินทรัพย์สิทธิการใช้	ตามอายุสัญญาเช่า	5,428

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย มีดังนี้

ทรัพย์สินของบริษัทและบริษัทย่อย	อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 65 (ล้านบาท)
ค่าลิขสิทธิ์ซอฟท์แวร์	10 ปี	188
ค่าสิทธิแรกเริ่มรอตัดบัญชี	10 ปี	290
เครื่องหมายการค้า	10 ปี	218
รวม		696

สรุปสาระสำคัญของสัญญาในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

ธุรกิจโรงแรม

1.	**บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)**	
1.1	สัญญา	เช่าช่วงที่ดินและ/ หรืออาคารสิ่งปลูกสร้าง
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัลอินเตอร์พัฒนา จำกัด (“CID”) ซึ่งเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และได้ทำสัญญาเช่าที่ดินและ/ หรืออาคารกับการรถไฟแห่งประเทศไทย (“การรถไฟ”)
	ระยะเวลาสัญญา	19 ธันวาคม 2551 ถึง 18 ธันวาคม 2571
	อายุสัญญา	20 ปี
	การต่ออายุสัญญา	-
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	บริษัททำสัญญาเช่าช่วงทรัพย์สิน ซึ่งประกอบด้วย อาคารโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ และส่วนปรับปรุงอาคารโรงแรม พร้อมทั้งทรัพย์สินครุภัณฑ์ กับบริษัท เซ็นทรัลอินเตอร์พัฒนา จำกัด (“ผู้ให้เช่าช่วง”) โดยบริษัทจะต้องจ่ายค่าผลประโยชน์ตอบแทนการได้สิทธิเช่าช่วง และค่าเช่าสำหรับการเช่าช่วงสินทรัพย์รายปี ให้แก่ผู้ให้เช่าช่วงตลอดอายุสัญญาเช่า ทรัพย์สินที่เช่าที่บริษัทได้ดำเนินการบูรณะพัฒนา ปรับปรุงหรือก่อสร้าง แก้ไข ดัดแปลง ต่อเติม ซ่อมแซมหรือสร้างทดแทนทรัพย์สินเดิมตามสัญญานี้ ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ รฟท. ทันทีที่มีการดำเนินการดังกล่าวแล้วเสร็จ นอกจากนี้ บริษัทต้องส่งมอบครุภัณฑ์ที่เช่าตามรายการในสัญญาเช่าให้แก่ รฟท. เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าตามสภาพตามสมควรและอายุการใช้งานในขณะนั้น
	การยกเลิกสัญญา	เมื่อคู่สัญญาทำผิดเงื่อนไขของสัญญา
1.2	สัญญา	สัญญาเช่าพื้นที่ สัญญาซื้อขายเหมาทรัพย์สิน และสัญญาให้สิทธิใช้พื้นที่ส่วนกลาง โครงการให้สิทธิเอกชนร่วมลงทุนในสิทธิการเช่าอาคารและศูนย์ประชุมและโรงแรม ณ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 (“โครงการฯ”)
	คู่สัญญา	บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด (“ธพส”)
	ระยะเวลาสัญญา	26 พฤศจิกายน 2560 ถึง 30 มิถุนายน 2581
	อายุสัญญา	20 ปี 7 เดือน
	การต่ออายุสัญญา	-
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	บริษัทในฐานะผู้ร่วมลงทุนได้รับสิทธิการเช่าพื้นที่โครงการให้สิทธิเอกชนร่วม ลงทุนในสิทธิการเช่าอาคารและศูนย์ประชุมและโรงแรม ณ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 (“โครงการฯ”) จาก ธพส. เพื่อประกอบธุรกิจศูนย์ประชุมและโรงแรม รวมถึงธุรกิจและกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องภายใต้เงื่อนไข ข้อกำหนด และขอบเขตในสัญญา ทั้งนี้ บริษัทตกลงชำระค่าตอบแทนการร่วมลงทุนตลอดอายุสัญญาให้ ธพส. โดยชำระงวดเดียวในวันที่ลงนามในสัญญา ทรัพย์สินหรือสิ่งปลูกสร้างใด ๆ ที่เกิดจากการบำรุงรักษา บูรณะ พัฒนาสิ่งปลูกสร้างอาคาร พื้นที่โครงการฯ และทรัพย์สินของโครงการฯ ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของธพส. ทันทีที่การดำเนินการก่อสร้าง ทำขึ้นใหม่ นำมาทดแทน นำมาใช้หรือแก้ไขปรับปรุงเสร็จ
	การยกเลิกสัญญา	เมื่อคู่สัญญาทำผิดเงื่อนไขของสัญญา
1.3	สัญญา	Service Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท ห้างเซ็นทรัลดีพาทเมนท์สโตร์ จำกัด
	ระยะเวลาสัญญา	1 มกราคม 2565 ถึง 31 ธันวาคม 2565 สำหรับสัญญาปัจจุบัน
	อายุสัญญา	1 ปี
	การต่ออายุสัญญา	ต่ออายุสัญญาทุก 1 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	บริษัทได้รับข้อมูลทางธุรกิจและคำแนะนำต่าง ๆ อันเกี่ยวกับการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ โดยมีอัตราค่าบริการตามอัตราที่ระบุในสัญญา
	การยกเลิกสัญญา	เมื่อมีการทำผิดเงื่อนไขของสัญญา คู่สัญญาสามารถยกเลิกสัญญาได้ โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร

2.	**บริษัท เซ็นทรัลหัวหินบีชรีสอร์ท จำกัด**	
	สัญญา	เช่าที่ดิน อาคารโรงแรมและทรัพย์สินของโรงแรมรถไฟหัวหิน
	คู่สัญญา	การรถไฟแห่งประเทศไทย (“การรถไฟ”)
	ระยะเวลาสัญญา	16 พฤษภาคม 2565 ถึง 15 พฤษภาคม 2566
	การต่ออายุสัญญา	-
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	บริษัทจะต้องจ่ายค่าเช่าตามจำนวนเงินที่ระบุไว้ในสัญญาเริ่มตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2565 นอกจากนี้บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาโดยนำหนังสือค้ำประกัน ซึ่งออกโดยธนาคารเพื่อเป็นการประกันแก่การรถไฟ ภายใต้เงื่อนไขของสัญญา บริษัทจะต้องโอนกรรมสิทธิ์ในอาคารและสิ่งปลูกสร้างที่บริษัทเป็นผู้จัดหาเพิ่มเติมรวมทั้งส่วนที่ติดตั้งเพิ่มให้แก่การรถไฟ
	การยกเลิกสัญญา	เมื่อคู่สัญญาทำผิดเงื่อนไขของสัญญา

3.	**บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด**	
	สัญญา	เช่าช่วงที่ดินและอาคารในส่วนของโรงแรม
	คู่สัญญา	กองทุนรวมธุรกิจไทย 4 (ผู้ให้เช่าช่วง)
	ระยะเวลาสัญญา	22 เมษายน 2548 ถึง 22 ธันวาคม 2575
	การต่ออายุสัญญา	ภายใต้เงื่อนไขที่ผู้ให้เช่าสามารถต่ออายุสัญญาเช่าหลักออกไปได้ ผู้ให้เช่าตกลงให้ผู้เช่าช่วงต่อสัญญาเช่าออกไปอีก โดยคู่สัญญาจะเจรจาเงื่อนไขและราคาที่เหมาะสมของสัญญาดังกล่าวต่อไป เมื่อทำการตกลงได้แล้ว ผู้เช่าช่วงตกลงต่อสัญญาเช่าอีกในระยะเวลาที่เท่ากันหลังจากครบระยะเวลาเช่า โดยผู้เช่าช่วงจะต้องลงนามในสัญญาต่ออายุหรือสัญญาเช่าใหม่ภายในปี 2572
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	บริษัทได้ทำสัญญาเช่าช่วงที่ดินและอาคารในส่วนของโรงแรมจากกองทุนรวมธุรกิจไทย 4 เพื่อพัฒนาและใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับโรงแรมหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทต้องจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าและค่าเช่ารายปีให้แก่กองทุนตลอดอายุของสัญญา
	การยกเลิกสัญญา	สัญญายกเลิกเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเช่า หรือเมื่อสัญญาเช่าหลักสิ้นสุดลง หรือผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญา เมื่อผู้เช่าช่วงนำทรัพย์สินที่เช่าไปให้ผู้อื่นเช่าช่วง หรือจำหน่าย จ่าย โอนสิทธิตามสัญญาเช่าช่วง หรือนำไปเป็นหลักประกันการชำระหนี้ให้แก่บุคคลอื่น โดยผิดเงื่อนไขของสัญญา เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า

4.	**บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลสุคนธา จำกัด**	
	สัญญา	Rental Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด (“CDS”)
	ระยะเวลาสัญญา	1 มิถุนายน 2537 ถึง 31 พฤษภาคม 2567 สำหรับสัญญาปัจจุบัน
	อายุสัญญา	30 ปี
	การต่ออายุสัญญา	-
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	CDS ตกลงเช่าส่วนหนึ่งของอาคารของบริษัท เพื่อใช้ประกอบกิจการศูนย์การค้า โดยมีรายได้รวมประมาณ 428 ล้านบาท ตลอดอายุสัญญา
	การยกเลิกสัญญา	คู่สัญญาสามารถยกเลิกสัญญาได้ โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร เมื่อมีการทำผิดเงื่อนไขของสัญญา

5.	**บริษัท เซ็นทรัลสมุยโฮเต็ลแมนเนจเม้นท์ จำกัด**	
	สัญญา	เช่าช่วงอาคารโครงการโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย
	คู่สัญญา	กองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา (“กองทุนรวม”)
	ระยะเวลาสัญญา	1 มกราคม 2561 ถึง 25 กันยายน 2581
	อายุสัญญา	20 ปี 9 เดือน
	การต่ออายุสัญญา	-
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	บริษัทตกลงจะเข้าครอบครอง ใช้ หาประโยชน์หรือดำเนินการอื่นใดกับทรัพย์ที่เช่าเพื่อประกอบธุรกิจโรงแรม ภายใต้ชื่อโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย และบริษัทจะไม่เปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์และการใช้ประโยชน์ในทรัพย์ที่เช่าเว้นแต่ได้รับความยินยอมล่วงหน้าจากกองทุนรวมเป็นลายลักษณ์อักษร บริษัทจะต้องจ่ายค่าเช่าเป็นรายเดือนตามจำนวนเงินที่ระบุในสัญญาให้แก่กองทุนรวมภายในวันที่ 10 ของเดือนถัดไป ภายใต้เงื่อนไขของสัญญา อาคาร สิ่งปลูกสร้างหรือส่วนควบของอาคารและสิ่งปลูกสร้างที่มีการก่อสร้างขึ้นใหม่บนทรัพย์ที่เช่าตกเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท และเมื่อสัญญาสิ้นสุดลง บริษัทจะต้องโอนกรรมสิทธิ์ในอาคาร สิ่งปลูกสร้างหรือส่วนควบของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่มีการก่อสร้างขึ้นใหม่บนทรัพย์ที่เช่า ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของกองทุนรวม
	การยกเลิกสัญญา	เมื่อมีการทำผิดเงื่อนไขของสัญญา คู่สัญญาสามารถยกเลิกสัญญาได้ โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร
6.	**บริษัท โคซี่ โฮเต็ล จำกัด**	
6.1	สัญญา	เช่าช่วงที่ดินโครงการเซ็นทรัล เฟสติวัล สมุย
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด (“CTW”)
	ระยะเวลาสัญญา	8 สิงหาคม 2559 ถึง 27 กันยายน 2586
	อายุสัญญา	27 ปี 4 เดือน
	การต่ออายุสัญญา	ภายใต้เงื่อนไขที่ผู้ให้เช่าสามารถต่ออายุสัญญาเช่าหลักออกไปได้ ผู้ให้เช่าตกลงให้ผู้เช่าช่วงต่อสัญญาเช่าออกไปได้อีกเป็นระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2586 โดยคู่สัญญาจะต้องทำสัญญาต่ออายุหรือสัญญาเช่าช่วงใหม่เป็นลายลักษณ์อักษรให้เสร็จสิ้นภายใน 1 ปี ก่อนครบกำหนดระยะเวลาการเช่าช่วงตามสัญญาเช่าช่วงนี้
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	เพื่อพัฒนาโรงแรมโคซี่ สมุย บริษัทต้องจ่ายค่าตอบแทนการเช่าช่วงที่ดินเป็นจำนวนเงินรวม 62 ล้านบาท ตลอดระยะเวลาการเช่าช่วง 37 ปี 2 เดือน ภายใต้เงื่อนไขของสัญญา เมื่อสัญญาสิ้นสุดลง ให้อาคาร สิ่งปลูกสร้างรวมทั้งส่วนควบของอาคารและสิ่งปลูกสร้างที่มีการก่อสร้างขึ้นใหม่บนทรัพย์ที่เช่า ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า
	การยกเลิกสัญญา	สัญญายกเลิกเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเช่า หรือเมื่อสัญญาเช่าหลักสิ้นสุดลง หรือผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญา เมื่อผู้เช่าช่วงนำทรัพย์สินที่เช่าไปให้ผู้อื่นเช่าช่วง หรือจำหน่าย จ่าย โอนสิทธิตามสัญญาเช่าช่วง หรือผู้เช่าช่วงไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงหรือผิดคำรับรองที่ให้ไว้ในสัญญา
6.2	สัญญา	เช่าที่ดินโครงการโคซี่ ท่าแพ
	คู่สัญญา	บริษัท เพลินฤดี จำกัด
	ระยะเวลาสัญญา	5 เมษายน 2562 ถึง 4 เมษายน 2592
	อายุสัญญา	30 ปี
	การต่ออายุสัญญา	สัญญาจะต้องทำสัญญาต่ออายุหรือสัญญาเช่าใหม่เป็นลายลักษณ์อักษรให้เสร็จสิ้นภายใน 1 ปี ก่อนครบกำหนดระยะเวลาการเช่าตามสัญญาเช่านี้
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	เพื่อพัฒนาโรงแรม บริษัทต้องจ่ายค่าตอบแทนการเช่าที่ดินเป็นจำนวนเงินรวม 135 ล้านบาท ตลอดระยะเวลาการเช่า 30 ปี ภายใต้เงื่อนไขของสัญญา เมื่อสัญญาสิ้นสุดลง ให้อาคาร สิ่งปลูกสร้างรวมทั้งส่วนควบของอาคารและสิ่งปลูกสร้างที่มีการก่อสร้างขึ้นใหม่บนทรัพย์ที่เช่า ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า
	การยกเลิกสัญญา	สัญญายกเลิกเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเช่า หรือเมื่อสัญญาเช่าหลักสิ้นสุดลง หรือผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญา เมื่อผู้เช่านำทรัพย์สินที่เช่าไปให้ผู้อื่นเช่าช่วง หรือจำหน่าย จ่าย โอนสิทธิตามสัญญาเช่า หรือผู้เช่าไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงหรือผิดคำรับรองที่ให้ไว้ในสัญญา

7.	**บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ("CRG")**	
7.1	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม "Mister Donut"	
	สัญญา	Master Franchise Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด และ Duskin Co., Ltd.
	วันที่ทำสัญญา	1 เมษายน 2561
	อายุสัญญา	20 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	Duskin Co.,Ltd. ให้สิทธิใช้เครื่องหมายการค้า 'Mister Donut' และให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิต และจำหน่ายอาหารประเภทโดนัท ขนมอบ และอาหารประเภทอื่น ๆ สนับสนุนการดำเนินงานร้านค้าภายในประเทศ โดยกำหนดค่าตอบแทนเป็นอัตราร้อยละตามสัญญา และไม่มีข้อตกลงเรื่องจำนวนสาขาขั้นต่ำที่ต้องเปิดในแต่ละปี
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา บริษัทเลิกกิจการ หรือเมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
7.2	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม "เค เอฟ ซี"	
	สัญญา	International Franchise Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด กับบริษัท ยัม เรสเทอรองส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด
	วันที่ทำสัญญา	วันที่เปิดของแต่ละสาขา
	อายุสัญญา	แต่ละสาขามีอายุสัญญา 10 ปีนับจากวันที่เปิดดำเนินกิจการและสามารถขอต่ออายุสัญญาได้อีกคราวละ 10 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	บริษัท ยัม เรสเทอรองส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ให้สิทธิ CRG ใช้เครื่องหมายการค้า "เค เอฟ ซี" รวมถึงให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิต การวิจัยพัฒนา การตลาดและส่งเสริมการขาย การทดสอบคุณภาพอาหาร และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการดำเนินงานและให้ข่าวสารที่จำเป็นเพื่อใช้ในการพัฒนาการดำเนินงาน โดยกำหนดค่าตอบแทนในขั้นต้นและเป็นอัตราร้อยละจากยอดขายสุทธิในแต่ละปี
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
7.3	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม "อานตี้ แอนส์"	
	สัญญา	Development Agreement และ Trademark License Agreement
	คู่สัญญา	Auntie Anne's, Inc. กับ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด (ซึ่งเป็นผู้ได้รับโอนสิทธิต่อจาก บริษัท ฟู้ด โนเวลตี้ส์ จำกัด)
	วันที่ทำสัญญา	14 พฤษภาคม 2540
	อายุสัญญา	สิ้นสุดสัญญาวันที่ 15 ธันวาคม 2570
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	Auntie Anne's, Inc. ให้สิทธิ CRG (ซึ่งเป็นผู้ได้รับโอนสิทธิต่อจากบริษัท ฟู้ด โนเวลตี้ส์ จำกัด) ให้ใช้เครื่องหมายการค้า ให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิตและจำหน่ายขนมอบและเครื่องดื่มภายใต้ชื่อ "AUNTIE ANNE'S" โดยกำหนดอัตราค่าตอบแทนในอัตราที่ตกลงร่วมกัน และบริษัทต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ตามที่ระบุไว้ตามสัญญา และมีข้อตกลงเรื่องจำนวนสาขาขั้นต่ำที่ต้องเปิดในแต่ละปีซึ่งที่ผ่านมาบริษัทสามารถเปิดสาขาได้สูงกว่าข้อตกลงมาโดยตลอด แต่ทั้งนี้ หากบริษัทไม่สามารถเปิดสาขาขั้นต่ำได้ตามข้อตกลง ก็สามารถที่จะเจรจากับเจ้าของสิทธิเกี่ยวกับสาเหตุและมาตรการดำเนินการต่อไป
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
7.4	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม "เปปเปอร์ ลันช์"	
	สัญญา	Master Franchise Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด กับ SFBI (Asia Pacific) Pte. Ltd.
	วันที่ทำสัญญา	27 พฤศจิกายน 2560
	อายุสัญญา	10 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	SFBI (Asia Pacific) Pte. Ltd. ให้สิทธิ CRG ให้ใช้เครื่องหมายการค้า 'Pepper Lunch' และให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดค่าตอบแทนเป็น อัตราร้อยละ จากยอดขาย และมีข้อตกลงเรื่องจำนวนสาขาที่ต้องเปิดในแต่ละปี
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้

7.5	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม “ชาบูตง”	
	สัญญา	Franchise Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด กับ Globeat Japan Inc.
	วันที่ทำสัญญา	วันที่เปิดของแต่ละสาขา
	อายุสัญญา	แต่ละสาขามีอายุสัญญา 10 ปีนับจากวันที่เปิดดำเนินกิจการและสามารถขอต่ออายุสัญญาได้อีกคราวละ 10 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	Globeat Japan Inc. ให้สิทธิ CRG ใช้เครื่องหมายการค้า ‘Chabuton’ รวมถึงให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิตจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการดำเนินงานและให้ข่าวสารที่จำเป็นเพื่อใช้ในการพัฒนาการดำเนินงาน โดยกำหนดค่าตอบแทนในขั้นต้นและเป็นอัตราร้อยละจากยอดขายสุทธิในแต่ละปี
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
7.6	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม “โคล สโตน ครีมเมอรี่”	
	สัญญา	Master Franchise Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด กับ KAHALA FRANCHISE CORP.
	วันที่ทำสัญญา	30 ธันวาคม 2552
	อายุสัญญา	20 ปี และสามารถต่ออายุได้อีก
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	Kahala Franchise Corp ให้สิทธิ CRG ใช้เครื่องหมายการค้า องค์ความรู้ และ เครื่องมือที่ได้รับการพัฒนา เพื่อดำเนินงานร้านค้าภายในประเทศ ภายใต้ชื่อ “ Cold Stone Creamery” และขายสินค้าภายใต้ฉลากของผู้ให้สิทธิในพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตในประเทศ เพื่อเป็นการตอบแทนสิทธิดังกล่าว บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ตกลงจ่ายค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ตามที่ระบุในสัญญา และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ระบุในสัญญา
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
7.7	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม “เดอะ เทอเรส/ไทย เทอเรส”	
	สัญญา	สัญญาจ้างบริหารงาน
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด กับ บริษัท ห้องอาหาร ซี.ดี.เอส. จำกัด
	วันที่ทำสัญญา	24 มีนาคม 2565
	อายุสัญญา	ถึง 31 ธันวาคม 2565
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	CRG เป็นผู้รับจ้างบริหารจัดการ “ร้านอาหาร เดอะ เทอเรส/ไทย เทอเรส” ให้กับ บริษัท ห้องอาหาร ซี.ดี.เอส. จำกัด จำนวน 6 สาขา พร้อมทั้งได้ซื้อลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า สูตรการผลิต รวมทั้งการบริหารจัดการภายใต้แบรนด์ “เดอะ เทอเรส/ไทย เทอเรส” รวมถึงสิทธิในการขยายสาขาทั้งภายในและภายนอกประเทศ
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
7.8	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม “โยชิโนยะ”	
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
	สัญญา	Franchise Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด กับ Asia Yoshinoya International SDN BHD.
	วันที่ทำสัญญา	13 ธันวาคม 2553 และต่ออายุสัญญาเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565
	อายุสัญญา	10 ปี และสามารถต่ออายุได้ 10 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	Asia Yoshinoya International SDN BHD. ให้สิทธิ CRG ใช้เครื่องหมายการค้า ‘Yoshinoya’ รวมถึงให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิตจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการดำเนินงานและให้ข่าวสารที่จำเป็นเพื่อใช้ในการพัฒนาการดำเนินงาน โดยกำหนดค่าตอบแทนในขั้นต้นและเป็นอัตราร้อยละจากยอดขายสุทธิในแต่ละปี
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้

7.9	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม “เทนยะ”	
	สัญญา	Franchise Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด กับ Royal Food Service Co., Ltd. (รับโอนสิทธิจาก Ten Corporation)
	วันที่ทำสัญญา	1 พฤษภาคม 2556
	อายุสัญญา	10 ปี และสามารถต่ออายุได้อีก 10 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	Royal Food Service Co., Ltd. ให้สิทธิ CRG ใช้เครื่องหมายการค้า ‘Tenya’ รวมถึงให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิตจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการดำเนินงานและให้ข่าวสารที่จำเป็นเพื่อใช้ในการพัฒนาการดำเนินงาน โดยกำหนดค่าตอบแทนในขั้นต้นและเป็นอัตราร้อยละจากยอดขายสุทธิในแต่ละปี
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
7.10	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม “คัตสึยะ”	
	สัญญา	Katsuya Franchise Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด และ Arcland Service Holdings Co., Ltd. (รับโอนสิทธิจาก Arcland Service (H.K.) Co., Ltd.)
	วันที่ทำสัญญา	1 สิงหาคม 2556
	อายุสัญญา	20 ปี และสามารถต่ออายุได้อีก 20 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	Arcland Service Holdings Co.,Ltd. ให้สิทธิ CRG ใช้เครื่องหมายการค้า ‘Katsuya’ รวมถึงให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิตจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการดำเนินงานและให้ข่าวสารที่จำเป็นเพื่อใช้ในการพัฒนาการดำเนินงาน โดยกำหนดค่าตอบแทนในขั้นต้นและเป็นอัตราร้อยละจากยอดขายสุทธิในแต่ละปี
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
7.11	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม “โอโตยะ”	
	สัญญา	Master Franchise Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท ซีอาร์จี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด กับ Ootoya Holdings Co., Ltd.
	วันที่ทำสัญญา	31 สิงหาคม 2554 และต่ออายุสัญญาเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2564
	อายุสัญญา	10 ปี และสามารถต่ออายุได้อีก 10 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	Ootoya Holdings Co., Ltd. อนุญาตให้ บริษัท ซีอาร์จี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ด จำกัด ได้รับสิทธิในการดำเนินธุรกิจภายใต้ทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิเครื่องหมายการค้า และสิทธิในการให้ผู้รับสิทธิต่อ ดำเนินงานร้านค้าภายในประเทศภายใต้ชื่อ “OOTOYA” และ “KAKOMI” เพื่อเป็นการตอบแทนสิทธิดังกล่าวบริษัทตกลงจ่ายค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ตามที่ระบุในสัญญาและปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ระบุในสัญญา
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	สัญญาสิ้นสุดเมื่อครบอายุสัญญา หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดข้อตกลงในสัญญาและไม่สามารถแก้ไขได้
7.12	สัญญา	Service Agreement
	คู่สัญญา	บริษัท ห้างเซ็นทรัลดีพาทเมนท์สโตร์ จำกัด
	วันที่ทำสัญญา	15 มิถุนายน 2565
	อายุสัญญา	ต่ออายุสัญญาทุก 1 ปี
	สรุปสาระสำคัญของสัญญา	บริษัทได้รับข้อมูลทางธุรกิจและคำแนะนำต่างๆ อันเกี่ยวกับการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ โดยมีอัตราค่าบริการตามอัตราที่ระบุในสัญญา
	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	เมื่อมีการทำผิดเงื่อนไขของสัญญา คู่สัญญาสามารถยกเลิกสัญญาได้ โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร

นโยบายการลงทุน และการบริหารงานในบริษัทย่อย บริษัทร่วมและกิจการที่ควบคุมร่วมกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการที่ควบคุมร่วมกัน (ในราคาทุน) สำหรับธุรกิจโรงแรมมูลค่ารวม 5,123 ล้านบาท ธุรกิจอาหารมูลค่า 670 ล้านบาท และลงทุนในกองทุนอสังหาริมทรัพย์จำนวน 480 ล้านบาท โดยบริษัทมีสัดส่วนเงินลงทุนดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 25 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวเนื่องกันกับบริษัทในลักษณะที่บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นเพียงพอที่จะเป็นผู้ร่วมกำหนดนโยบายในบริษัทที่จะลงทุนโดยจะส่งกรรมการเข้าเป็นตัวแทนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างน้อยตามสัดส่วนการถือหุ้น และคาดว่าในระยะอีก 3 ปี ข้างหน้าบริษัทมีนโยบายที่จะเพิ่มการลงทุนในธุรกิจโรงแรมมากขึ้น

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในการดำเนินธุรกิจ

CG Team

2561

สารบัญ

	หน้า
นโยบายการกำกับดูแลกิจการ	3
หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น	3
หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน	5
หมวดที่ 3 การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย	6
หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส	8
หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ	9
จริยธรรมธุรกิจ	21
นโยบายและแนวทางปฏิบัติ	27

นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นที่จะบริหารองค์กร โดยยึดหลักบรรษัทภิบาลที่ดีและตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้การกำกับดูแลกิจการที่ดียังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุน สถาบันการเงิน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ในการดำเนินธุรกิจอันจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของผู้ถือหุ้นและประโยชน์ที่สมดุลร่วมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัท คณะกรรมการบริษัท จึงได้กำหนดนโยบายกลไกการบริหาร การดำเนินงาน และระบบการกำกับดูแล บนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งยึดมั่นในความโปร่งใส รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมทั้งยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ทั้งนี้ คณะกรรมการได้มีการทบทวนและปรับปรุงหลักการกำกับดูแลกิจการให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

บริษัทได้เผยแพร่นโยบายดังกล่าวผ่านเว็บไซต์ของบริษัท (http://www.centarahotelsresorts.com) และมีการสื่อสารแนวทางปฏิบัติที่ดีสอดคล้องกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทผ่านสื่อภายในของบริษัท เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ โดยนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีประกอบด้วย 5 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น

หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

หมวดที่ 3 การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัท ตระหนักและให้ความสำคัญต่อผู้ถือหุ้น ซึ่งมีฐานะเป็นเจ้าของและมีสิทธิต่าง ๆ ขั้นพื้นฐานที่เท่าเทียมกัน และไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการละเมิดหรือลิดรอนสิทธิของผู้ถือหุ้น รวมถึงการจำกัดโอกาสของผู้ถือหุ้นในการได้รับข้อมูลสารสนเทศของบริษัทและการเข้าร่วมประชุมของผู้ถือหุ้น บริษัทจึงได้กำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลแลกิจการที่ดี และได้กำหนดแนวทางดำเนินการต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าผู้ถือหุ้นจะได้รับความคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐาน ดังนี้

- สิทธิในการจดทะเบียนเป็นเจ้าของหุ้นของบริษัท
- สิทธิในการเปลี่ยนมือหรือการโอนสิทธิในหุ้นของตน
- สิทธิในการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีนัยสำคัญของบริษัทอย่างสม่ำเสมอและเพียงพอ
- สิทธิในการเข้าร่วมประชุม เพื่อออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท
- สิทธิในการแต่งตั้งหรือถอดถอนกรรมการบริษัท
- สิทธิในการพิจารณาค่าตอบแทนของกรรมการบริษัท
- สิทธิในการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและกำหนดค่าสอบบัญชี
- สิทธิในการรับส่วนแบ่งกำไรหรือเงินปันผลของบริษัท

- สิทธิในการเข้าร่วมตัดสินใจและทราบถึงผลของการตัดสินใจของบริษัทที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยพื้นฐานของบริษัท ได้แก่
    - การขาย หรือโอนกิจการของบริษัททั้งหมดหรือบางส่วนที่สำคัญ ให้แก่บุคคลอื่น
    - การซื้อ หรือรับโอนกิจการของบริษัทอื่นหรือบริษัทเอกชน มาเป็นของบริษัท
    - การทำ แก้ไข หรือเลิกสัญญาเกี่ยวกับการให้เช่ากิจการของบริษัททั้งหมด หรือบางส่วนที่สำคัญ
    - การมอบหมายให้บุคคลอื่นเข้ามาจัดการธุรกิจของบริษัทหรือการรวมกิจการกับบุคคลอื่นโดยมีวัตถุประสงค์จะแบ่งกำไรขาดทุนกัน
    - การเปลี่ยนแปลงหนังสือบริคณห์สนธิ ข้อบังคับของบริษัท หรือข้อกำหนดอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกัน
    - การเพิ่มทุนหรือลดทุนของบริษัท
    - การควบหรือเลิกบริษัท
    - การออกหุ้นกู้
    - รายการพิเศษอื่นๆ ที่มิใช่รายการที่เกิดขึ้นตามปกติ

บริษัทให้ความสำคัญถึงสิทธิของผู้ถือหุ้น สนับสนุนหรือส่งเสริมผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นและออกเสียงลงมติในที่ประชุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ถือหุ้นประเภทสถาบัน โดยบริษัทได้ดำเนินการต่างๆ สำหรับการประชุมผู้ถือหุ้น ดังต่อไปนี้

<u>ก่อนการประชุมผู้ถือหุ้น</u>

1. ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยสามารถเสนอเรื่องเข้าสู่ระเบียบวาระการประชุมผู้ถือหุ้น และสามารถเสนอชื่อบุคคลผู้มีคุณสมบัติเพื่อรับการพิจารณาแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัทได้ก่อนวันประชุม ตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด
2. หนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นและเอกสารประกอบการพิจารณามีข้อมูลที่สำคัญครบถ้วนและชัดเจน ประกอบด้วยรายละเอียดระเบียบวาระการประชุม เอกสารประกอบระเบียบวาระต่างๆ พร้อมความเห็นของคณะกรรมการ รวมทั้งแผนที่แสดงสถานที่ประชุม โดยจัดทำทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3. เผยแพร่หนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้นและเอกสารประกอบการประชุมต่างๆ ล่วงหน้าก่อนวันประชุมอย่างน้อย 30 วัน ทางเว็บไซต์ของบริษัท (www.centarahotelsresorts.com) และมีการแจ้งผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
4. จัดส่งหนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้นและเอกสารประกอบการประชุมต่างๆ ให้ผู้ถือหุ้นล่วงหน้าก่อนวันประชุมอย่างน้อย 21 วัน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมีเวลาเพียงพอในการศึกษาข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงคะแนนในวาระต่างๆ
5. ผู้ถือหุ้นสามารถส่งคำถามเกี่ยวกับวาระในการประชุมผู้ถือหุ้นล่วงหน้ามาที่เลขานุการบริษัท

<u>วันประชุมผู้ถือหุ้น</u>

6. กำหนดวัน เวลา สถานที่ในการจัดประชุมผู้ถือหุ้น โดยคำนึงถึงความสะดวกของผู้ถือหุ้นที่จะเข้าประชุม
7. นำเทคโนโลยีมาใช้กับการประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งการลงทะเบียนผู้ถือหุ้น การนับคะแนนและแสดงผล เพื่อให้การดำเนินการประชุมสามารถกระทำได้รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ
8. ในการประชุมผู้ถือหุ้น ประธานคณะกรรมการชุดต่างๆ เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นครบทุกท่าน เพื่อตอบคำถามในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งประธานที่ประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นทุกคน มีโอกาสเท่าเทียมกันในการตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัท สอบถาม หรือแสดงความคิดเห็น
9. กรรมการและผู้บริหารของบริษัทเข้าร่วมการประชุมผู้ถือหุ้น และเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถซักถาม แสดงความคิดเห็น และขอรับการชี้แจงจากคณะกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้สอบบัญชีในวาระที่เกี่ยวข้อง

10. ชี้แจงให้ผู้ถือหุ้นทราบหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการควบคุมการประชุมผู้ถือหุ้น การออกเสียงลงคะแนน และการนับคะแนนอย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มประชุม จัดให้มีการลงมติเป็นแต่ละรายการในกรณีที่วาระนั้นมีหลายรายการ
11. เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถลงคะแนนเสียงเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคล และสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นใช้บัตรลงคะแนนเสียงในทุกวาระ
12. บริษัทให้สิทธิผู้ถือหุ้นที่มาร่วมประชุมผู้ถือหุ้นภายหลังเริ่มการประชุมแล้วมีสิทธิออกเสียงหรือลงคะแนนในระเบียบวาระที่อยู่ระหว่างการพิจารณาและยังไม่ได้ลงมติ
13. ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง สามารถออกเสียงลงคะแนนโดยการมอบฉันทะให้กรรมการอิสระของบริษัทหรือบุคคลอื่นที่ผู้ถือหุ้นเห็นสมควรเข้าร่วมประชุมแทนได้
14. ส่งเสริมให้บริษัทจัดให้มีบุคคลที่เป็นอิสระเป็นผู้ตรวจนับหรือตรวจสอบคะแนนเสียงในการประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้น และเปิดเผยให้ที่ประชุมทราบอย่างชัดเจนและโปร่งใส พร้อมบันทึกไว้ในรายงานการประชุม
15. ไม่เพิ่มวาระการประชุมนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น หรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่สำคัญ โดยไม่แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า

<u>หลังการประชุมผู้ถือหุ้น</u>

16. เปิดเผยให้สาธารณชนทราบถึงผลการลงคะแนนของแต่ละวาระ และมติที่การประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้น ผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัทในวันทำการถัดไป
17. เผยแพร่บันทึกภาพการประชุมผู้ถือหุ้นในลักษณะสื่อวีดีทัศน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท
18. จัดทำรายงานการประชุมที่มีสาระสำคัญครบถ้วน ควรบันทึกการชี้แจงขั้นตอนการลงคะแนน และวิธีการแสดงผลคะแนนให้ที่ประชุมทราบก่อนจะดำเนินการประชุม รวมทั้งบันทึกรายชื่อกรรมการผู้เข้าร่วมประชุมและกรรมการที่ลาประชุมด้วย เพื่อจัดส่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเผยแพร่บนเว็บไซต์บริษัทภายใน 14 วันนับแต่วันประชุม

<u>หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน</u>

บริษัทให้ความสำคัญต่อผู้ถือหุ้นทุกราย โดยไม่คำนึงถึง เพศ อายุ สีผิว เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา ความเชื่อ ความคิดเห็นทางการเมือง ซึ่งผู้ถือหุ้นทุกรายทั้งผู้ถือหุ้นรายใหญ่และผู้ถือหุ้นรายย่อย ควรได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม ไม่แสดงความเอนเอียงกับผู้ถือหุ้นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยการให้สารสนเทศที่ยังไม่เปิดเผย โดยบริษัทมีนโยบายในการกำกับดูแล เพื่อปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้นอย่างเสมอภาคและยุติธรรม สร้างความมั่นใจในการลงทุนกับบริษัทดังนี้

1. <u>การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ</u>
   - คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลได้กำหนดให้มีนโยบายที่ใช้ในการควบคุมเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท และการใช้ข้อมูลภายใน เพื่อให้เกิดความเสมอภาคและยุติธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกราย และป้องกันมิให้กรรมการและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องซื้อขายหลักทรัพย์และหาผลประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ

<u>1.1 การถือหลักทรัพย์ของบริษัท</u>

- ผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการและผู้บริหารระดับสูง จะต้องรายงานการถือหลักทรัพย์เมื่อแรกเข้ารับตำแหน่งและรายงานทุกครั้งเมื่อมีการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ภายใน 3 วันทำการต่อ ก.ล.ต. และให้กรรมการทุกคนและผู้บริหารมีหน้าที่รายงานการถือครองหลักทรัพย์ตามกฎหมาย โดยจัดส่งรายงานดังกล่าวให้แก่คณะกรรมการเป็นประจำ รวมทั้งมีการเปิดเผยในรายงานประจำปี

- ในกรณีที่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ มีการ ซื้อ ขาย โอน หรือรับโอน หลักทรัพย์ของบริษัท จะต้องจัดทำและเปิดเผยรายงานการถือหลักทรัพย์ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทต่อหน่วยงานกำกับดูแลให้รับทราบตามเกณฑ์ที่กำหนด
- เพื่อป้องกันมิให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ต้องไม่ซื้อ ขาย โอน หรือรับโอน หลักทรัพย์ของบริษัทในช่วงระยะเวลา 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงินแก่สาธารณชน

1.2 <u>การควบคุมเกี่ยวกับข้อมูลภายใน</u>

- การใช้ข้อมูลภายในร่วมกันต้องอยู่ในกรอบของหน้าที่และความรับผิดชอบเฉพาะที่ได้รับมอบหมายหรืออนุญาตเท่านั้น ทั้งนี้พนักงานอื่นจะไม่ได้รับอนุญาตให้สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจหรือข้อมูลบริษัทเป็นการส่วนตัว
- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ต้องไม่ใช้ข้อมูลภายในของบริษัทที่มีสาระสำคัญ และยังไม่ได้เปิดเผยสารสนเทศต่อสาธารณชนเพื่อประโยชน์ของตนเองและผู้อื่น และยึดถือปฏิบัติตามนโยบายการเก็บรักษาและการใช้ข้อมูลภายในที่บริษัทกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด
- กำหนดแนวทางในการเก็บรักษา และป้องกันการใช้ข้อมูลภายในเป็นลายลักษณ์อักษร และแจ้งแนวทางดังกล่าวให้ทุกคนในองค์กรถือปฏิบัติ

2. <u>การกำกับดูแลด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์</u>

บริษัทมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต เปิดกว้าง โปร่งใส และเป็นธรรม โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ปฏิบัติดังนี้

- ห้ามประกอบธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัท หลีกเลี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวโยงกับตนเองหรือบุคคล/นิติบุคคลที่เกี่ยวข้อง ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท
- คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ดูแลให้บริษัทมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวโยงกัน ตามที่กฎหมายหรือหน่วยงานกำกับดูแลกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด
- ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน รายการนั้นจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ ด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม เปรียบเสมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอก และคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัท
- กรรมการที่มีส่วนได้เสียจะต้องไม่มีส่วนในการพิจารณารายการที่ตนมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ในกรณีที่เป็นรายการที่เกี่ยวโยงกันที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ต้องผ่านการสอบทานและให้ความเห็นจากคณะกรรมการตรวจสอบ ก่อนนำเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น แล้วแต่กรณี

<u>หมวดที่ 3 การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย</u>

บริษัทมีการกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจโดยตรงให้ครบถ้วน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้เสียทุกฝ่าย มั่นใจว่าการประกอบธุรกิจของบริษัทได้คำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงได้จัดทำข้อพึงปฏิบัติเกี่ยวกับจรรยาบรรณของคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการและพนักงาน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องยึดถือเป็นแนวทางการปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจของบริษัทด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และเที่ยงธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทได้ให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน ดังนี้

1. <u>นโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย</u>

- **ผู้ถือหุ้น**: บริษัทมุ่งมั่นเป็นตัวแทนที่ดีของผู้ถือหุ้นในสร้างการเติบโตของธุรกิจและองค์กรอย่างมีเสถียรภาพ รวมถึงการเติบโตของมูลค่าบริษัทอย่างยั่งยืน มีการดำเนินการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใสแก่ผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ ยังส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตนอันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้น ตลอดจนรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทจากผู้ถือหุ้น
- **พนักงาน**: บริษัทถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่า และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนบริษัท ให้ก้าวหน้าและประสบความสำเร็จ บริษัทมุ่งมั่นที่จะดูแลและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม ทั้งในด้านโอกาสผลตอบแทน การพัฒนาศักยภาพ ตลอดจนการควบคุมดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยไม่เอาเปรียบในการทำสัญญาจ้างงาน มีการกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสม มีการฝึกอบรม และให้การศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากร พนักงานทุกคนควรได้รับการดูแลอย่างทั่วถึง
- **เจ้าหนี้**: บริษัทกำหนดวิธีการและแนวปฏิบัติในการไม่ละเมิดสิทธิของเจ้าหนี้ ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด ควบคุมให้มีการชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยให้กับเจ้าหนี้เงินกู้ยืมทุกประเภทอย่างครบถ้วนตามกำหนดเวลา และปฏิบัติตามเงื่อนไขการกู้ยืมเงินตามข้อตกลงอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ จะไม่ดำเนินการใดๆ ที่เป็นการทุจริตต่อเจ้าหนี้ทุกราย
- **ลูกค้า**: บริษัทมุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยเอาใจใส่ดูแลและรับผิดชอบต่อลูกค้า ให้บริการแก่ลูกค้าตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รักษาความลับลูกค้า ไม่ทำการเปิดเผยข้อมูลของลูกค้าหากมิได้รับการอนุญาตจากลูกค้า บริษัทมีระบบและหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับข้อร้องเรียนของลูกค้า มีแนวทางในการพิจารณาเพื่อเร่งดำเนินการหาข้อยุติด้วยความเป็นธรรมและแก้ไขข้อร้องเรียนดังกล่าวโดยเร็วที่สุด
- **คู่ค้า**: ปฏิบัติกับคู่ค้าด้วยความเสมอภาคและคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน พัฒนาและรักษาสัมพันธภาพที่ยั่งยืนกับคู่ค้า และสร้างความเชื่อถือซึ่งกันและกัน โดยบริษัทยึดถือปฏิบัติตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งมีการกำหนดขั้นตอนและวิธีปฏิบัติไว้อย่างชัดเจน
- **คู่แข่ง**: บริษัทปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันที่ดี รักษาบรรทัดฐานข้อพึงปฏิบัติในการแข่งขัน และจะไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางธุรกิจด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่ชอบธรรม ตลอดจนไม่ทำลายชื่อเสียงทางธุรกิจของคู่แข่งโดยการกล่าวหาในทางร้าย
- **สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม**: บริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายและ/หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ดูแลป้องกันมิให้การดำเนินงานของบริษัทก่อให้เกิดความเสียหายต่อคุณภาพชีวิตของสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม สร้างปฏิสัมพันธ์อันดีกับชุมชนที่สถานประกอบการของบริษัทตั้งอยู่ สนับสนุนโครงการและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมอย่างสม่ำเสมอ
- **ภาครัฐ**: บริษัทให้ความร่วมมือและสนับสนุนนโยบายภาครัฐเพื่อผลประโยชน์ของประเทศชาติภายใต้กฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเข้าร่วมโครงการหรือแนวทางในการต่อต้านการทุจริตการคอรัปชั่น รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมและปลูกฝังให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

2. <u>การรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน</u>

บริษัทจัดให้มีการรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนการกระทำผิดกฎหมาย หรือพฤติกรรมที่อาจจะก่อให้เกิดการทุจริตหรือประพฤติมิชอบของบุคลากร ทั้งจากพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแลผลประโยชน์ของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

<u>หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส</u>

1. <u>การเปิดเผยข้อมูล</u>

บริษัทให้ความสำคัญในการสื่อสารอย่างเปิดเผย ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงเวลา และสม่ำเสมอ ไม่เลือกปฏิบัติต่อข้อมูลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท เป็นไปตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดการเปิดเผยข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มิใช่ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ มีดังนี้

- ให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส ทั่วถึงและทันเวลาทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่การเงิน เพื่อให้นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายมีข้อมูลที่เชื่อถือได้และเพียงพอประกอบการตัดสินใจอย่างสม่ำเสมอ
- เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของบริษัทที่เป็นประโยชน์แก่นักลงทุนรายย่อย นักลงทุนสถาบัน นักวิเคราะห์และบุคคลทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างเท่าเทียม เป็นธรรมและทั่วถึงผ่านหลายช่องทางทางการสื่อสารเช่น เว็บไซต์ของบริษัท ระบบการแจ้งข่าวผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การแถลงผลประกอบการประจำไตรมาส การแถลงแผนงานในการดำเนินธุรกิจของบริษัท รายงานประจำปี เป็นต้น
- ข้อมูลที่สำคัญที่มีการเปิดเผยต่อสาธารณชน อาทิ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รายงานประจำปี (56-2) ข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่และสิทธิในการออกเสียง ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ สารสนเทศแจ้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นโยบายการจ่ายเงินปันผล นโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมและแผนการดำเนินงานต่าง ๆของบริษัท เป็นต้น

2. <u>ผู้มีหน้าที่ในการเปิดเผยข้อมูล</u>

- ประธานเจ้าหน้าที่บริหารหรือผู้ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท โดยต้องยึดถือหลักการด้านความถูกต้อง ครบถ้วน ทันต่อเวลาและเท่าเทียมกัน
- เลขานุการบริษัท รับผิดชอบในการเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
- ผู้บริหารระดับสูงในสายงานทางการเงินและหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ รับผิดชอบในการให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น นักลงทุน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์และบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงิน ผลการดำเนินงานลักษณะการประกอบธุรกิจ นโยบายบริษัท แผนงานและการลงทุน โครงการระหว่างการพัฒนา โครงสร้างการถือหุ้นและปัจจัยที่อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานที่สำคัญ
- ผู้บริหารระดับสูงในสายงานการตลาดและหน่วยงานประชาสัมพันธ์ รับผิดชอบในการให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามของสื่อมวลชนและบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการตลาดและการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท นอกจากนี้ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่สำคัญกับบริษัท หน่วยงานประชาสัมพันธ์จะต้องประสานกับหน่วยงานเจ้าของข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริง เพื่อชี้แจงและตอบข้อซักถามของสื่อมวลชนภายใต้ขอบเขตที่ได้รับมอบหมาย
- ผู้ที่ไม่มีหน้าที่รับผิดชอบในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท หรือไม่ใช่ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ห้ามเปิดเผยข้อมูลภายในที่อาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท รวมถึงข้อมูลที่อาจมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาและปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์บริษัท

3. <u>ผู้สอบบัญชีและการจัดทำรายการทางการเงิน</u>

งบการเงินของบริษัทและบริษัทย่อยได้รับการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีที่มีความเป็นอิสระ มีความรู้ความชำนาญและมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนด เพื่อให้มั่นใจแก่คณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้นว่างบการเงินของบริษัทและบริษัทย่อยสะท้อนให้เห็นฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทได้ตามความเป็นจริง

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญและรับผิดชอบต่องบการเงินของบริษัทและบริษัทย่อย ซึ่งจัดทำขึ้นตามมาตรฐานและหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป โดยใช้นโยบายการบัญชีที่เหมาะสมตามหลักความระมัดระวังถูกต้องและครบถ้วน เพื่อให้สามารถสะท้อนผลการดำเนินงานของบริษัทตามความเป็นจริง คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานและเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างโปร่งใสและเพียงพอโดยรายงานต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งให้คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่สอบทานความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของรายงานทางการเงินรวมทั้งระบบควบคุมภายในให้เป็นไปอย่างเพียงพอและเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่างบการเงินของบริษัทสามารถเชื่อถือได้

4. <u>สารสนเทศที่มีนัยสำคัญ</u>
   - บริษัทจะไม่เปิดเผยหรือให้ข้อมูลที่มีนัยสำคัญ ซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชนให้แก่พนักงานที่ไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงนักลงทุน นักวิเคราะห์ และสื่อมวลชน จนกว่าข้อมูลดังกล่าวจะได้รับการเปิดเผยออกสู่สาธารณชนแล้ว หากมีข้อมูลใดที่มิควรถูกเปิดเผยได้เผยแพร่ออกไป บริษัทจะดำเนินการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวต่อสาธารณชนโดยทันที
   - บุคลากรของบริษัทมีหน้าที่รักษาข้อมูลภายใน ข้อมูลความลับของคู่ค้า ข้อมูลความลับของลูกค้ารวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ร่วมดำเนินธุรกิจไว้เป็นความลับ โดยไม่นำข้อมูลที่ได้ล่วงรู้จากการปฏิบัติหน้าที่ไปเผยแพร่หรือนำไปใช้แสวงหาประโยชน์ ตลอดจนระมัดระวังการให้ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นใดๆ ซึ่งตนเองไม่ได้มีหน้าที่หรือได้รับมอบหมายให้เปิดเผยข้อมูลดังกล่าว

<u>หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ</u>

1. <u>องค์ประกอบและการแต่งตั้ง คณะกรรมการ</u>
   - คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน โดยต้องประกอบด้วยกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน และกรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด ต้องมีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร
   - คณะกรรมการเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานกรรมการ ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควร จะเลือกกรรมการคนหนึ่งหรือหลายคนเป็นรองประธานกรรมการก็ได้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้กรรมการคนหนึ่งหรือหลายคน หรือบุคคลอื่นใดปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งแทนคณะกรรมการก็ได้
   - ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ไม่เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อให้มีการแบ่งแยกบทบาทอย่างชัดเจนและมีการถ่วงดุลอำนาจในการดำเนินงาน
   - การแต่งตั้งกรรมการบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยจะต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใสและชัดเจน
     - กรณีที่มีกรรมการครบวาระออกจากตำแหน่งกรรมการ ให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาแต่งตั้งกรรมการโดยบุคคลที่ได้รับคะแนนสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่ากับจำนวน

กรรมการที่จะพึงมีหรือพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ถ้ามีคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

- กรณีที่ตำแหน่งกรรมการว่างลงเนื่องจากเหตุอื่นนอกจากการครบวาระออกจากตำแหน่งกรรมการให้คณะกรรมการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายเข้าเป็นกรรมการแทนในการประชุมคณะกรรมการคราวถัดไป เว้นแต่วาระของกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งจะเหลือน้อยกว่า 2 เดือน โดยบุคคลซึ่งเข้าเป็นกรรมการแทนจะอยู่ในตำแหน่งกรรมการได้เพียงวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการซึ่งตนแทน ทั้งนี้ มติการแต่งตั้งบุคคลเข้าเป็นกรรมการแทนดังกล่าวต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนกรรมการที่ยังเหลืออยู่

2. <u>คุณสมบัติของกรรมการ</u>

- กรรมการต้องเป็นบุคคลธรรมดา และ
  1) บรรลุนิติภาวะ
  2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
  3) ไม่เคยรับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในความผิดเกี่ยวกับทรัพย์ได้กระทำโดยทุจริต
  4) ไม่เคยถูกลงโทษไล่ออก หรือปลดออกจากราชการ หรือองค์การ หรือหน่วยงานของรัฐ ฐานทุจริตต่อหน้าที่
  5) ไม่เคยถูกเปรียบเทียบปรับในความผิดเกี่ยวกับทรัพย์ที่ได้โดยทุจริต
- กรรมการต้องมีความรู้สามารถ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ มีคุณธรรมมีความซื่อสัตย์ และมีเวลาอย่างเพียงพอที่จะอุทิศให้กับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการอย่างเต็มที่
- กรรมการสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่นได้ แต่ต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการของบริษัท โดยกำหนดให้กรรมการควรดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ไม่เกิน 5 บริษัท
- กรรมการต้องไม่กระทำการใดๆ ที่มีลักษณะเข้าไปบริหารหรือจัดการในกิจการอื่น อันจะก่อให้เกิดการบั่นทอนผลประโยชน์ของบริษัท หรือเอื้อประโยชน์ให้บุคคลหรือนิติบุคคลใด ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น
- ห้ามมิให้กรรมการประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกิจการของบริษัท หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือเป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นกรรมการของบริษัทเอกชนหรือบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ผู้อื่นเว้นแต่จะแจ้งให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนมีมติแต่งตั้ง

3. <u>กรรมการอิสระ</u>

กรรมการอิสระ หมายถึง กรรมการที่มีความเป็นอิสระจากการควบคุมของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่และต้องไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับการตัดสินใจของผู้บริหาร ทั้งนี้ คุณสมบัติความเป็นอิสระของกรรมการมีดังนี้

- ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 0.5 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ทั้งนี้ให้นับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องของกรรมการอิสระรายนั้นๆ ด้วย

- ไม่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำ หรือ ผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง เว้นแต่จะพ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี ก่อนได้รับการแต่งตั้ง
- ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมาย ในลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่น้อง และบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตร ของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทหรือบริษัทย่อย
- ไม่มีหรือเคยมีสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในลักษณะ ที่อาจขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตน รวมทั้งไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระ หรือผู้บริหาร ของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง เว้นแต่จะพ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี ก่อนได้รับการแต่งตั้ง

  ความสัมพันธ์ทางธุรกิจตามวรรคแรก รวมถึงการทำรายการทางการค้าที่กระทำเป็นปกติเพื่อประกอบกิจการ การเช่าหรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ รายการเกี่ยวกับสินทรัพย์หรือบริการ การให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงินด้วยการรับหรือให้กู้ยืม ค้ำประกัน การให้สินทรัพย์เป็นหลักประกันหนี้สินรวมถึงพฤติการณ์อื่นทำนองเดียวกันซึ่งเป็นผลให้บริษัทหรือคู่สัญญามีภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่ออีกฝ่ายหนึ่งตั้งแต่ร้อยละ 3 ของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัท หรือตั้งแต่ 20 ล้านบาทขึ้นไป แล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่า ทั้งนี้ การคำนวณภาระหนี้ดังกล่าวให้เป็นไปตามวิธีการคำนวณมูลค่าของรายการที่เกี่ยวโยงกันตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวโยงกันโดยอนุโลม แต่ในการพิจารณาภาระหนี้ดังกล่าวให้นับรวมภาระหนี้ที่เกิดขึ้นระหว่าง 1 ปี ก่อนวันที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบุคคลเดียวกัน
- ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งและไม่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระ ผู้บริหาร หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งสังกัดอยู่ เว้นแต่จะพ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง
- ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆ ซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมายหรือที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่า 2 ล้านบาทต่อปี จากบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ให้บริการทางวิชาชีพเป็นนิติบุคคลให้รวมถึงการเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระ ผู้บริหาร หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วย เว้นแต่จะพ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี ก่อนได้รับการแต่งตั้ง
- ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท
- ไม่ประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือ บริษัทย่อย หรือไม่เป็นหุ้นส่วนที่มีนัยในห้างหุ้นส่วน หรือ เป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมในการบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่

รับเงินเดือนประจำ หรือถือหุ้นเกินร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทอื่น ซึ่งประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีกับกิจการของบริษัทหรือบริษัทย่อย

- ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท

กรรมการอิสระอาจได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน

4. <u>วาระการดำรงตำแหน่งกรรมการ</u>
   - ในการประชุมสามัญประจำปีทุกครั้ง ให้กรรมการออกจากตำแหน่ง 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมดถ้าจำนวนกรรมการที่จะแบ่งออกให้ตรงเป็นสามส่วนไม่พอดี ให้ออกจำนวนใกล้ที่สุดกับส่วน 1 ใน 3
   - กรรมการที่จะต้องออกจากตำแหน่งในปีแรกและปีที่สองภายหลังจดทะเบียนบริษัทนั้นให้จับสลากกันว่าผู้ใดจะออก ส่วนปีหลังๆ ต่อไปให้กรรมการคนที่อยู่ในตำแหน่งนานที่สุดนั้นเป็นผู้ออกจากตำแหน่ง ทั้งนี้ กรรมการที่ครบกำหนดวาระ อาจได้รับการพิจารณาเลือกตั้งให้เป็นกรรมการบริษัทต่อไปได้
     นอกจากการพ้นตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการจะพ้นจากตำแหน่งเมื่อ
     1) ตาย
     2) ลาออก
     3) ขาดคุณสมบัติ หรือมีลักษระต้องห้ามตามกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัท
     4) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออกจากตำแหน่ง ด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและมีสิทธิออกเสียง และมีหุ้นนับรวมกันได้ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นที่มาประชุม และมีสิทธิออกเสียง
     5) ศาลมีคำสั่งให้ออก
   - กรรมการที่ประสงค์จะลาออกจากตำแหน่ง ให้ยื่นใบลาออกต่อบริษัท การลาออกมีผลนับแต่วันที่ใบลาออกไปถึงบริษัท
   - กรรมการอิสระสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการติดต่อกันได้ไม่เกิน 2 วาระ และสามารถต่อวาระได้โดยรวมระยะเวลาการดำรงตำแหน่งทุกวาระแล้วต้องไม่เกิน 9 ปี เพื่อความเป็นอิสระในการให้ความเห็นและปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการอิสระของบริษัท
     ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทสามารถพิจารณาขยายระยะเวลาการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระได้ตามที่เห็นสมควร และในปีที่กรรมการอิสระดังกล่าวครบกำหนดออกตามวาระ คณะกรรมการอาจเสนอชื่อกรรมการดังกล่าวให้ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นพิจารณาเลือกตั้งกรรมการกลับเข้าเป็นกรรมการอิสระต่อไปได้

5. <u>การสรรหากรรมการ</u>
   - คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เป็นผู้สรรหาและพิจารณากลั่นกรองบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัท โดยให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา
   - ขั้นตอนและการดำเนินการสรรหาเป็นไปอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้และเป็นธรรม ภายใต้กฎหมายและข้อกำหนดว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ บริษัทมหาชนจำกัด กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนหลักเกณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
   - หลักเกณฑ์และวิธีการสรรหา: คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน พิจารณาคัดเลือกและกลั่นกรองบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมตามข้อบังคับบริษัท กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่

เกี่ยวข้อง และนำเสนอขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท จากนั้นนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ ทั้งนี้ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะพิจารณาผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นกรรมการจากช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย กรรมการ หรือผู้บริหารของบริษัทเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาแต่งตั้งเป็นกรรมการ
- พิจารณาจากทำเนียบกรรมการ (Director Pool) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย หรือของหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีการจัดทำข้อมูลดังกล่าว
- ช่องทางอื่น ๆ ที่คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพิจารณาเห็นสมควร

6. <u>หน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ</u>

- ปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนมติคณะกรรมการ และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น (Duty of Obedience) ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต (Duty of Loyalty) ความระมัดระวัง (Duty of Care) มีความรับผิดชอบ (Accountability) และมีจริยธรรม (Ethic) และเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส เชื่อถือได้ ทันเวลา และเท่าเทียมกัน (Duty of Disclosure) โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน
- กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงแผนงานและงบประมาณประจำปีของบริษัท โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และสามารถจัดการอุปสรรคปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันเวลา
- พิจารณาอนุมัติรายการที่สำคัญตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ ตามที่กฎหมายและข้อบังคับของบริษัทกำหนดรวมถึงพิจารณาอนุมัติงบประมาณรายจ่ายลงทุนที่มีวงเงินมากกว่า 100 ล้านบาท
- กำหนดและทบทวนโครงสร้างคณะกรรมการ ในเรื่องจำนวนกรรมการ สัดส่วนกรรมการอิสระ รวมทั้งคุณสมบัติที่หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ตลอดจนพิจารณาค่าตอบแทนกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อยอย่างเหมาะสม โดยผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเสนอ
- พิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบของคณะกรรมการตามความเหมาะสมและความจำเป็น โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานของคณะกรรมการชุดย่อยอย่างสม่ำเสมอ
- กรรมการที่เป็นอิสระควรใช้ดุลยพินิจอย่างเป็นอิสระในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ การบริหารงาน การใช้ทรัพยากร การแต่งตั้งกรรมการและการกำหนดมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งพร้อมที่จะคัดค้านการกระทำของฝ่ายจัดการหรือกรรมการอื่น ในกรณีที่มีความเห็นขัดแย้งในเรื่องที่มีผลกระทบต่อความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นทุกราย
- จัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส เชื่อถือได้ ทันเวลา และเท่าเทียมกัน
- จัดให้มีระบบควบคุมภายในและการตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- จัดให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถประเมิน ติดตาม และบริหารความเสี่ยงที่สำคัญได้

- จัดให้มีเลขานุการบริษัทเพื่อช่วยดูแลกิจกรรมต่างๆ ของคณะกรรมการและช่วยให้คณะกรรมการและบริษัทปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
- จัดให้มีจรรยาบรรณธุรกิจของกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อเป็นมาตรฐานแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- จัดให้มีการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสนับสนุนให้มีการสื่อสารไปสู่ทุกคนในบริษัทให้ได้รับทราบยึดถือปฏิบัติอย่างจริงจัง
- จัดให้มีกระบวนการที่ชัดเจนและโปร่งใสเกี่ยวกับการทำรายการระหว่างกัน
- จัดให้มีกระบวนการที่ชัดเจนในการรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบต่อคณะกรรมการ เมื่อพบหรือมีข้อสงสัยเกี่ยวกับรายการหรือการกระทำ ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท คณะกรรมการต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภายในเวลาที่คณะกรรมการตรวจสอบเห็นสมควร
- จัดให้มีการกำหนดผลการสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงของบริษัท
- จัดให้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแผนงานที่สำคัญต่างๆ ให้เป็นปัจจุบันและเหมาะสมกับสภาพธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ
- ประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี รวมทั้งติดตามผลการประเมินของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อพิจารณาร่วมกันในคณะกรรมการบริษัท
- พัฒนาความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง โดยเข้าอบรมหรือเข้าร่วมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการหรือกิจกรรมใด ๆ ที่เป็นการเพิ่มพูนความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง
- กำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชั่น ปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นของบริษัทอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่บุคคลากรของบริษัท ตลอดจนสนับสนุนให้มีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างแท้จริง
- กำกับดูแลให้มีกระบวนการและช่องทางในการรับและจัดการกับข้อร้องเรียนของผู้ที่ประสงค์จะแจ้งเบาะแสหรือผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างมีประสิทธิผล
- กำกับดูแลให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งรวมถึงการกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติในการรักษาความลับ (Confidentiality) การรักษาความน่าเชื่อถือ (Integrity) และความพร้อมใช้ของข้อมูล (Availability) รวมทั้งการจัดการข้อมูลที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ (Market Sensitive Information) ตลอดจนดูแลให้กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน ตลอดจนบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติตามระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลด้วย
- จัดให้มีการทบทวนและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทให้สอดคล้องกับภาวการณ์
- สามารถแสวงหาความเห็นทางวิชาชีพเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้วยการว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกด้วยค่าใช้จ่ายบริษัท
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดเกี่ยวกับกิจการของบริษัทตามที่ผู้ถือหุ้นมอบหมาย

7. <u>การแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย</u>

คณะกรรมการบริษัทควรจะแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อช่วยกำกับดูแล สนับสนุน และกลั่นกรองงานที่มีความสำคัญในด้านต่างๆ โดยกำหนดให้รายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำ คณะกรรมการชุดย่อยประกอบด้วย

7.1 <u>คณะกรรมการตรวจสอบ</u>

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่และความรับผิดชอบในภารกิจตามที่ได้รับมอบหมาย จากคณะกรรมการบริษัท โดยปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ขอบเขตของกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ สอบทานให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิผลโดยสอบทานร่วมกับผู้สอบบัญชีและผู้ตรวจสอบภายใน สอบทานหลักฐานการไต่สวนภายในเมื่อมีข้อสงสัยหรือสันนิษฐานว่าอาจมีการทุจริตหรือมีสิ่งผิดปกติ หรือมีความบกพร่องสำคัญในระบบการควบคุมภายใน และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาต่อไป และคณะกรรมการตรวจสอบยังมีหน้าที่พิจารณาคัดเลือก เสนอแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระ เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท และเสนอค่าตอบแทนของบุคคลดังกล่าว รวมทั้งเข้าประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

คณะกรรมการตรวจสอบประกอบด้วยกรรมการอิสระอย่างน้อย 3 คน หรือตามจำนวนที่กำหนดโดยประกาศของคณะกรรมการ ก.ล.ต. ประกอบด้วยประธานคณะกรรมการและกรรมการตรวจสอบ โดยทั้งหมดต้องมีคุณสมบัติเป็นกรรมการที่เป็นอิสระ สามารถใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายด้วยความเป็นอิสระ เที่ยงธรรม และมีคุณสมบัติตามที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการ ก.ล.ต. กรรมการตรวจสอบต้องมีความรู้และประสบการณ์เพียงพอที่จะทำหน้าที่ในฐานะกรรมการตรวจสอบ ทั้งนี้ต้องมีกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน ที่มีความรู้และประสบการณ์เพียงพอที่สามารถทำหน้าที่สอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้

ในการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ ต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง จึงจะครบองค์ประชุม

กรรมการตรวจสอบมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละไม่เกิน 3 ปี หรือมีวาระเท่ากับจำนวนที่ยังคงมีอยู่ในคณะกรรมการบริษัท กรรมการที่พ้นตำแหน่งตามวาระมีสิทธิได้รับเลือกกลับเข้ามาใหม่ได้ ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากการออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้กรรมการตรวจสอบมีจำนวนครบตามที่กำหนด โดยบุคคลที่รับตำแหน่งแทนนั้นจะดำรงตำแหน่งเท่าวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการที่มีการรับตำแหน่งแทน

ให้ผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายในของบริษัทเป็นเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ มีหน้าที่เตรียมและจัดการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ตลอดจนประสานงานให้มีการรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่เข้าร่วมประชุมแต่ไม่มีสิทธิออกเสียงในคณะกรรมการตรวจสอบ และชอบที่จะเสนอผู้ช่วยได้

คณะกรรมการตรวจสอบกำหนดให้มีการประชุมอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง เพื่อพิจารณางบการเงิน การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์และกฎหมายบริษัทมหาชน การเรียกประชุมให้ทำเป็นหนังสือเชิญประชุมไปยังกรรมการตรวจสอบไม่น้อยกว่า 5 วัน ก่อนวันประชุม โดยกำหนดวันประชุมไว้ล่วงหน้าตลอดทั้งปี กรรมการตรวจสอบทุกท่านจะต้องเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการตรวจสอบไม่ต่ำกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนครั้งที่มีการประชุมในปีนั้นๆ

7.2 <u>คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน</u>

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนให้มีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน ประกอบด้วย กรรมการอิสระหรือกรรมการภายนอกไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของกรรมการ และในการประชุมแต่ละครั้งต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด และต้องมีกรรมการอิสระหรือกรรมการภายนอกร่วมประชุมอย่างน้อย 1 คน จึงจะถือว่าเป็นองค์ประชุม

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี แต่วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการแต่ละคนนั้นจะอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของการดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท โดยจะต้องได้รับการคัดเลือกและแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท กรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งใหม่ได้

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนต้องจัดให้มีการประชุมตามความจำเป็นและสมควรแก่หน้าที่รับผิดชอบตามข้อบังคับเกี่ยวกับคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะต้องแจ้งกำหนดการประชุมไว้ล่วงหน้า รวมถึงจัดส่งวาระการประชุม และเอกสารประกอบการประชุมให้ล่วงหน้าในเวลาอันสมควร เพื่อให้กรรมการได้พิจารณาเอกสารก่อนถึงวันประชุมพร้อมทั้งเสนอและรายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อทราบภายหลังจากมีการประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนในแต่ละครั้ง

<u>หน้าที่และความรับผิดชอบในการสรรหา</u>

1. เสนอนโยบายการคัดเลือกและสรรหากรรมการ โดยต้องมีวิธีการและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนเป็นธรรมและสมเหตุสมผล เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา แล้วจึงเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ
2. เสนอนโยบายการคัดเลือกและสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยต้องมีวิธีการหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน เป็นธรรมและสมเหตุสมผล เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ
3. ทบทวนและนำเสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการบริษัทในเรื่องเกี่ยวกับนโยบายและกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลซึ่งควรสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
4. สรรหา คัดเลือกและเสนอชื่อบุคคลที่ทรงคุณวุฒิ มีคุณธรรม จริยธรรมและคุณสมบัติเหมาะสมที่สมควรได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการและหรือประธานเจ้าหน้าที่บริหารแล้วแต่กรณี
5. ทบทวนสัดส่วน จำนวน และประสบการณ์ของกรรมการบริษัท รวมถึงให้ข้อเสนอแนะในการสรรหากรรมการแทนตำแหน่งที่ว่างลง
6. ดูแลให้มีแผนสืบแทนตำแหน่งที่เฉพาะเจาะจงของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
7. วางข้อกำหนดต่างๆในสัญญาจ้างประธานเจ้าหน้าที่บริหารรวมทั้งประเมินผลงานและเสนอแนะผู้สืบแทนตำแหน่ง

<u>หน้าที่และความรับผิดชอบในการกำหนดค่าตอบแทน</u>

1. กำหนดนโยบายและรูปแบบการให้ผลประโยชน์ตอบแทนกรรมการ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยต้องมีวิธีการและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน เป็นธรรมและสมเหตุสมผล เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา แล้วจึงเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ
2. กำหนดนโยบายและรูปแบบการให้ผลประโยชน์ตอบแทนประธานเจ้าหน้าที่บริหารให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยต้องมีวิธีการและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน เป็นธรรมและสมเหตุสมผลเพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ
3. เสนอแนะแนวทางและวิธีการจ่ายค่าตอบแทนทั้งที่เป็นตัวเงินหรือค่าตอบแทนรูปแบบอื่นให้แก่คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดอื่นที่คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้ง รวมถึงประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท
4. พิจารณาและทบทวนโครงสร้างและระบบการจ่ายค่าตอบแทนและอัตราค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด ณ ปัจจุบันและเหมาะสมกับผลการดำเนินงานของบริษัทและผลการปฏิบัติงานของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร แล้วแต่กรณี
5. ดูแลปรับปรุงให้กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อบริษัท
6. กำหนดวิธีการประเมินผลงานของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อพิจารณาปรับค่าตอบแทนประจำปี โดยคำนึงถึงหน้าที่ ความรับผิดชอบและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องรวมถึงการให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้นในระยะยาว
7. พิจารณากำหนดค่าตอบแทนประจำปีแก่กรรมการเพื่อเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ

7.3 <u>คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล</u>

<u>คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแลระดับองค์กร</u>

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแลระดับองค์กรซึ่งผ่านการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการอิสระ และกรรมการที่เป็นตัวแทนจากฝ่ายบริหาร โดยมีประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ มีหน้าที่ ดังนี้

<u>ด้านการบริหารความเสี่ยง</u>

- มีหน้าที่พิจารณานโยบาย กลยุทธ์ โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงและดำเนินการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าแผนกลยุทธ์ที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่บริษัทยอมรับได้ และเป็นไปตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย
- ให้การสนับสนุนการบริหารงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงระดับปฏิบัติการ
- ติดตามและประเมินผลถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการความเสี่ยงโดยรวมภายในองค์กร
- ทำความเข้าใจต่อสถานการณ์ต่างๆเพื่อสามารถประเมินความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ต่อองค์กรและสามารถทำให้มั่นใจได้ว่าความเสี่ยงเหล่านั้นได้รับการจัดการกับความเสี่ยงนั้นๆ จนถึงระดับที่บริษัทยอมรับได้
- ให้คำแนะนำและให้ความเห็นชอบในการบริหารความเสี่ยงขององค์กร

<u>ด้านการกำกับดูแล</u>

- กำหนดและทบทวนนโยบาย ข้อกำหนด และวิธีการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี กำหนดนโยบายและวางแผนเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ประชุมติดตามความคืบหน้าของแผนงานบรรษัทภิบาล และความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งให้ข้อแนะนำและการสนับสนุนที่จำเป็นแก่คณะทำงานบรรษัทภิบาล ตรวจประเมินภายในด้วยเกณฑ์บรรษัทภิบาล เพื่อกำหนดประเด็นที่ควรปรับปรุง เป็นตัวแทนบริษัทในการสื่อสารและการดำเนินกิจกรรมด้านบรรษัทภิบาลทั้งกับผู้บริหาร พนักงานและหน่วยงานภายนอก

7.4 <u>ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร</u>

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัทที่ได้รับการแต่งตั้งโดยคณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่รับผิดชอบบริหารและจัดการบริษัทให้มีการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่กำหนดไว้ โดยมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ภายใต้กฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนมติคณะกรรมการและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารอาจจะไปดำรงตำแหน่งกรรมการที่บริษัทอื่นได้ แต่ต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท และกิจการนั้นต้องไม่เป็นธุรกิจประเภทเดียวกัน หรือเป็นการแข่งขันกับธุรกิจของบริษัท โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทก่อนไปดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่น

ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนในเบื้องต้น จากนั้นจึงนำเสนอผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาเห็นชอบ โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงานของตนเองและรับทราบเป้าหมายที่ได้รับอนุมัติในแต่ละปี

<u>การสรรหาผู้บริหารระดับสูง</u>

- การสรรหากรรมการผู้จัดการใหญ่และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
  คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้พิจารณาเบื้องต้นในการกลั่นกรองสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเหมาะสม มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติต่อไป

- การสรรหาผู้บริหารระดับสูง
  กรรมการผู้จัดการใหญ่ฯ เป็นผู้พิจารณาสรรหาและแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยการคัดเลือกเป็นไปตามระเบียบในการสรรหาบุคคลของฝ่ายทรัพยากรบุคคล

8. <u>การประชุมคณะกรรมการ</u>
   - คณะกรรมการต้องประชุมอย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง โดยกำหนดวันประชุมล่วงหน้าตลอดทั้งปี และอาจมีการประชุมวาระพิเศษตามความจำเป็น
   - กรรมการอย่างน้อย 2 คนขึ้นไป มีสิทธิร้องขอให้เรียกประชุม ทั้งนี้ ประธานกรรมการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจะต้องกำหนดวันประชุมภายใน 14 วันนับแต่วันที่ได้รับการร้องขอ
   - การเรียกประชุมคณะกรรมการให้ประธานกรรมการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายส่งหนังสือนัดประชุม โดยระบุวัน เวลา สถานที่ และกิจการที่จะประชุมไปยังกรรมการทุกคนล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วันก่อนวันประชุม เว้นแต่ในกรณีจำเป็นรีบด่วนเพื่อรักษาสิทธิประโยชน์ของบริษัทจะแจ้งการนัดประชุมโดยวิธีอื่น และกำหนดวันประชุมให้เร็วกว่านั้นก็ได้
   - การประชุมคณะกรรมการ ต้องมีกรรมการเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม ทั้งนี้ประธานกรรมการจะทำหน้าที่เป็นประธานในการประชุม หากในการประชุมคราวใดประธานกรรมการไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม
   - การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมคณะกรรมการ ให้ถือเสียงข้างมากโดยกรรมการคนหนึ่งมีเสียงหนึ่งเสียงในการลงคะแนน และถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มมากขึ้นอีกหนึ่งเสียงเป็นเสียงชี้ขาด ทั้งนี้ กรรมการที่มีส่วนได้เสียในวาระใดไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในวาระนั้น
   - คณะกรรมการมีอำนาจเชิญฝ่ายจัดการ ผู้บริหาร หรือ บุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของบริษัทมาให้ความเห็นเข้าร่วมประชุม หรือให้ข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณา
   - กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารต้องประชุมร่วมกัน โดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วม อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบของฝ่ายจัดการ
   - ให้เลขานุการบริษัทหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายทำหน้าที่จดบันทึกการประชุม

9. <u>เลขานุการบริษัท</u>
   บริษัทได้มอบหมายให้เลขานุการบริษัทมีหน้าที่ดำเนินการดังต่อไปนี้
   - จัดเตรียมและจัดเก็บเอกสารของคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น ซึ่งได้แก่ ทะเบียนกรรมการ หนังสือนัดประชุมกรรมการและผู้ถือหุ้น รายงานการประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้นและรายงานประจำปีของบริษัทรวมถึงงบการเงินรายไตรมาสของบริษัท
   - จัดเก็บรายงานการมีส่วนได้เสียที่รายงานโดยกรรมการและผู้บริหารของบริษัท
   - แนะนำกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและความรับผิดชอบของกรรมการ
   - ดำเนินการอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

คณะกรรมการได้จัดให้มีมาตรการเพื่อดูแลอย่างรอบคอบเมื่อมีรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์มีการกำหนดนโยบายและขั้นตอนการอนุมัติรายการที่เกี่ยวโยงไว้อย่างชัดเจนและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะสอบทานและให้ความเห็นต่อการทำรายการระหว่างกันที่มีนัยสำคัญซึ่งไม่อยู่ในอำนาจการพิจารณาของคณะกรรมการจัดการและ

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาความเหมาะสมอย่างรอบคอบ คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทเป็นสำคัญ ซึ่งคณะกรรมการที่มีส่วนได้เสียจะไม่เข้าร่วมประชุมและงดออกเสียงในการพิจารณาวาระดังกล่าว

10. <u>การประเมินตนเองของคณะกรรมการ</u>

คณะกรรมการร่วมกันกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง โดยมีทั้งการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองเป็นคณะ และการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองเป็นรายบุคคลซึ่งจะประเมินเป็นประจำทุกปี และคณะกรรมการมีการนำผลการประเมินมาร่วมกันพิจารณาและกำหนดแนวทางปรับปรุงการทำงานต่อไป

นอกจากนี้ ในการประชุมคณะกรรมการบริษัททุกครั้ง คณะกรรมการจะมีการประเมินประสิทธิภาพการประชุมทั้งคณะ เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่กรรมการและการจัดประชุมให้ดียิ่งขึ้น

11. <u>การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ</u>

- คณะกรรมการกำหนดรูปแบบและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์ตอบแทนอื่นๆแก่คณะกรรมการที่ชัดเจน โดยเปรียบเทียบกับระดับที่ปฏิบัติในอุตสาหกรรม และนำเสนอขออนุมัติจากผู้ถือหุ้น โดยมีคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้พิจารณากลั่นกรองจำนวนเงินค่าตอบแทนแต่ละปีอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ ตลอดจนปัจจัยแวดล้อมอื่นที่เกี่ยวข้อง และประโยชน์ที่ได้รับจากกรรมการแต่ละคน
- กรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งใหม่จะได้รับทราบข้อมูลบริษัท ลักษณะธุรกิจ กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆและข้อมูลธุรกิจที่สำคัญต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ รายงานการประชุมคณะกรรมการบริษัทและรายงานการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบย้อนหลัง มีการแนะนำให้รู้จักคณะกรรมการและผู้บริหาร นอกจากนี้ มีการส่งเสริมให้กรรมการได้รับการอบรมและเข้าร่วมกิจกรรมสัมมนาที่เป็นการเพิ่มพูนความรู้ต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการอย่างน้อยปีละ 1 คน

การควบคุมภายใน

คณะกรรมการบริษัทจัดให้บริษัท มีระบบการควบคุมภายในที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งด้านการเงินการปฏิบัติงาน การดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง และการบริหารความเสี่ยง และจัดให้มีกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการปกป้องรักษาและดูแลเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นและสินทรัพย์ของบริษัทอยู่เสมอ จัดให้มีการกำหนดลำดับขั้นของอำนาจอนุมัติและความรับผิดชอบของผู้บริหารและพนักงาน กำหนดระเบียบการปฏิบัติงานเป็นลายลักษณ์อักษร มีสำนักตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานธุรกิจและหน่วยงานสนับสนุนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งประเมินประสิทธิภาพและความเพียงพอของการควบคุมภายในของหน่วยงานนั้นๆ ทั้งนี้คณะกรรมการจะดูแลให้สำนักตรวจสอบภายในมีความเป็นอิสระ สามารถทำหน้าที่ตรวจสอบและถ่วงดุลได้อย่างเต็มที่ และรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำตามเวลาที่กำหนดไว้

คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาคุณสมบัติและความเหมาะสมของผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายใน แล้วจึงมีมติแต่งตั้งผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายในของบริษัทเป็นเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่เตรียมและจัดการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ตลอดจนประสานงานให้มีการรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่เข้าร่วมประชุมแต่ไม่มีสิทธิออกเสียงในที่ประชุมในคณะกรรมการตรวจสอบและชอบที่จะเสนอผู้ช่วยได้ ในกรณีการแต่งตั้ง ถอดถอน และโยกย้ายผู้อำนวยการสำนักงานตรวจสอบภายใน ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ

นโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชั่น

- จัดให้มีระบบการควบคุมภายในและการประเมินความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสม เพื่อป้องกันการทุจริตตลอดจนการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมของบุคลากรในบริษัทและบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องของบริษัท
- ส่งเสริมการสร้างค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริตและความรับผิดชอบให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร รวมทั้งยกระดับความตระหนักแก่บุคลากรของบริษัทว่าการทุจริตเป็นสิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติ
- จัดให้มีกลไกการรายงานสถานะทางการเงินที่โปร่งใสและถูกต้อง ภายใต้มาตรฐานการบัญชีที่ได้รับการยอมรับระดับสากล
- จัดให้มีช่องทางในการสื่อสารให้พนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถที่จะแจ้งเบาะแส ข้อเสนอแนะหรือร้องเรียนกรณีเกี่ยวกับการทุจริต โดยมีมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้แจ้งเบาะแส
- กำหนดให้มีมาตรการป้องกันการมอบหรือรับของกำนัล ทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใด การเลี้ยงรับรองหรือค่าใช้จ่ายที่เกินขอบเขตจำกัด ซึ่งไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของบริษัทหรือเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายในประเทศที่เกี่ยวข้อง
- กำหนดให้มีมาตรการป้องกันการติดสินบนทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะกระทำไปเพื่ออำนวยความสะดวกหรือเพื่อความสัมพันธ์ในการดำเนินธุรกิจทุกชนิด ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม
- การจัดซื้อจัดจ้างกับภาครัฐและภาครัฐวิสาหกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ต้องดำเนินไปอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ภายใต้กฎระเบียบและขั้นตอนปฏิบัติที่ถูกต้อง

<u>จริยธรรมธุรกิจ</u>

ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายที่จะให้ความสำคัญเท่าเทียมและควบคู่กันไประหว่างความสำเร็จตามเป้าหมายและรูปแบบและวิธีการที่ใช้ในการให้ได้มาซึ่งความสำเร็จนั้น ๆ

เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายดังกล่าว คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดข้อประพฤติปฏิบัติสำหรับการประกอบธุรกิจขึ้นไว้สำหรับให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานยึดถือในการปฏิบัติงาน รวมถึงได้รวบรวมข้อพึงปฏิบัติดังกล่าวจัดทำเป็นเอกสาร "คู่มือจริยธรรมธุรกิจ" ขึ้น เพื่อให้เกิดความชัดเจนสะดวกแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ที่จะได้รับทราบถึงมาตรฐานการปฏิบัติที่บริษัทคาดหวัง นับตั้งแต่การปฏิบัติต่อพนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่งขันทางการค้า และต่อสังคมส่วนรวม ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัทได้จัดให้มีกลไกและกระบวนการที่จะดูแลให้มีการปฏิบัติอย่างจริงจังโดยเคร่งครัด

จริยธรรมธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนอกจากจะให้ความสำคัญกับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงานแล้ว บริษัทโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ได้ให้ความสำคัญกับรูปแบบและวิธีการของการปฏิบัติงานที่จะให้เกิดความสำเร็จดังกล่าวควบคู่กันเสมอมา ทั้งนี้โดยยึดถือความมีจริยธรรม ซึ่งรวมถึงความยุติธรรมและคุณธรรม เป็นหลักในการทำธุรกรรมและติดต่อสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การดำเนินการตามหลักการดังกล่าวได้เป็นส่วนสำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของบริษัท ได้ประสบกับความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง บริษัทจึงยึดถือนโยบายดังกล่าวต่อไปและจะพัฒนามาตรฐานให้สูงยิ่งขึ้น คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดจริยธรรมธุรกิจเป็นแนวทางในการปฏิบัติซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. <u>จริยธรรมของกรรมการและผู้บริหาร</u>
    1. ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
    2. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ระมัดระวัง รอบคอบและมีจริยธรรม เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
    3. อุทิศเวลาเพื่อการปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างเต็มกำลังความรู้ความสามารถ
    4. หลีกเลี่ยงการประพฤติปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม
    5. ในกรณีที่มีการทำธุรกรรมที่เกี่ยวเนื่องระหว่างตนเองกับบริษัท ให้กระทำธุรกรรมนั้นเสมือนการทำธุรกรรมกับบุคคลภายนอก ทั้งนี้กรรมการหรือพนักงานที่มีส่วนได้เสียในรายการนั้นจะต้องไม่มีส่วนในการพิจารณาอนุมัติ
    6. ไม่กระทำหรือเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการรับหรือให้ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทไม่ใช้โอกาสหรือข้อมูลที่ได้จากการเป็นกรรมการหรือพนักงานในการหาประโยชน์ส่วนตนหรือในการทำธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัทหรือธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
    7. รักษาเกียรติของตนให้เป็นที่ยอมรับในสังคม วางตัวให้เหมาะสมกับบทบาท หน้าที่และกาลเทศะ
    8. ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความมีน้ำใจ เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้อื่น ให้เกียรติซึ่งกันและกัน
    9. รักษาข้อมูลความลับของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทไม่ให้รั่วไหลไปยังบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง แม้ว่าจะสิ้นสุดการปฏิบัติหน้าที่กับบริษัทแล้วก็ตาม ยกเว้นกรณีที่เป็นไปตามกฎหมายหรือเงื่อนไขผูกพันที่ต้องปฏิบัติตาม
    10. ไม่ใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ของตนในการซื้อ ขาย โอน รับโอนหุ้นของบริษัท หรือให้ข้อมูลภายในแก่บุคคลอื่นเพื่อประโยชน์ในการ ซื้อ ขาย โอน รับโอนหุ้นของบริษัท
2. <u>จริยธรรมของพนักงาน</u>
    1. รักษาวินัยตามที่ได้บัญญัติเป็นข้อห้ามและข้อปฏิบัติโดยเคร่งครัดอยู่เสมอ
    2. ดำรงตนตั้งมั่นในความซื่อสัตย์ สุจริตและเที่ยงธรรม มีจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่
    3. มีความรับผิดชอบ รอบคอบ ทุ่มเท และตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดผลดีและความก้าวหน้าแก่บริษัท
    4. แสวงหาแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงงานในความรับผิดชอบให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ
    5. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความอุตสาหะ เอาใจใส่ระวังรักษาประโยชน์ของบริษัท ไม่ประมาท เลินเล่อในหน้าที่การงาน
    6. รักษาเกียรติของตนให้เป็นที่ยอมรับในสังคม วางตัวให้เหมาะสมกับบทบาท หน้าที่และกาลเทศะ
    7. ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความมีน้ำใจ เคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้อื่น ให้เกียรติซึ่งกันและกัน
    8. รับฟังความเห็นของผู้อื่นด้วยเหตุผลและปราศจากอคติ
    9. ไม่รายงานเท็จหรือปกปิดข้อความซึ่งควรแจ้งต่อผู้บังคับบัญชา
    10. สุภาพ เรียบร้อย รักษาความสามัคคีและไม่กระทำการอย่างใดที่เป็นการกลั่นแกล้งกัน

11. รักษาข้อมูลความลับของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทไม่ให้รั่วไหลไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง แม้ว่าจะสิ้นสุดการปฏิบัติหน้าที่กับบริษัทแล้วก็ตาม ยกเว้นกรณีที่เป็นไปตามกฎหมายหรือเงื่อนไขผูกพันที่ต้องปฏิบัติตาม
12. ไม่ใช้ข้อมูลที่ได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่เพื่อแสวงหาผลประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่นโดยมิชอบ
13. ไม่อาศัยหรือยินยอมให้ผู้อื่นอาศัยอำนาจหน้าที่ของตน ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมหาประโยชน์ให้แก่ตนเองหรือผู้อื่น การปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบเพื่อให้ตนเองหรือผู้อื่นได้ประโยชน์ที่มิควรได้

3. <u>จริยธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสีย</u>

3.1 <u>จริยธรรมต่อผู้ถือหุ้น</u>

บริษัทมีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจอย่างซื่อสัตย์สุจริต ถูกต้องและมีจริยธรรม และจะใช้ความพยายามอย่างที่สุดที่จะพัฒนากิจการให้เจริญเติบโตและสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับการลงทุนของผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยยึดหลักการปฏิบัติอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันต่อผู้ถือหุ้น

เพื่อสนองนโยบายดังกล่าว บริษัทมีแนวปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริตตลอดจนตัดสินใจดำเนินการใด ๆ ด้วยจิตอันบริสุทธิ์ ด้วยความระมัดระวังรอบคอบและเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่และรายย่อย เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นโดยรวม
2. จัดการดูแลมิให้สินทรัพย์ขององค์กรเสื่อมค่าหรือสูญหายโดยมิชอบ
3. รายงานสถานการณ์ขององค์กรอย่างสม่ำเสมอและครบถ้วนตามความเป็นจริงและทันเวลา
4. แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทุกรายทราบอย่างเท่าเทียมกันถึงแนวโน้มในอนาคตขององค์กรทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้ มีข้อมูลสนับสนุนและมีเหตุผลอย่างเพียงพอ
5. ดูแลไม่ให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานแสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเองและผู้เกี่ยวข้องโดยให้ข้อมูลใด ๆ ขององค์กร ซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะ เปิดเผยข้อมูลลับขององค์กรต่อบุคคลภายนอก และ/หรือดำเนินการใด ๆ ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับองค์กร
6. ปฏิบัติตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นอย่างเคร่งครัด กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ ต้องแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบโดยไม่ชักช้า หรือเรียกประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติการดำเนินการในเรื่องที่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่อยู่ในอำนาจของคณะกรรมการบริษัทหรือฝ่ายจัดการ
7. มุ่งมั่นในการสร้างความเติบโตอย่างมีคุณภาพและมั่นคง เพื่อผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนที่ยั่งยืนจากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและผลประกอบการที่ดีของบริษัท

3.2 <u>จริยธรรมต่อลูกค้า</u>

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความพอใจของลูกค้าที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจของบริษัท จึงมีเจตจำนงที่จะแสวงหาวิธีการที่จะสนองความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้นตลอดเวลาและได้กำหนดเป็นนโยบายและข้อปฏิบัติไว้ ดังต่อไปนี้

1. ส่งมอบสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพตรงตามหรือสูงกว่าความคาดหมายของลูกค้าในราคาที่เป็นธรรม
2. ปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงต่างๆที่มีต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ต้องรีบเจรจากับลูกค้าล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันมิให้เกิดความเสียหาย
3. ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเพียงพอและทันต่อเหตุการณ์แก่ลูกค้า เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยไม่มีการกล่าวอ้างเกินความเป็นจริงอันเป็นเหตุให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ ปริมาณหรือเงื่อนไขใดๆของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

4. ติดต่อกับลูกค้าด้วยความสุภาพ มีประสิทธิภาพและเป็นที่วางใจได้ของลูกค้า และจัดให้มีระบบและกระบวนการที่ให้ลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพ ปริมาณ ความปลอดภัยของสินค้าและบริการ รวมทั้งความรวดเร็วในการตอบสนองหรือส่งมอบและการดำเนินการอย่างถึงที่สุด เพื่อให้ลูกค้าได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
5. รักษาความลับของลูกค้าและไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
6. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้สินค้าและบริการของบริษัทให้มีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์กับลูกค้าสูงสุด
7. ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค โดยไม่เลือกปฏิบัติ
8. ดูแลสภาพแวดล้อม พื้นที่ภายในและบริเวณโดยรอบทรัพย์สินภายในและบริเวณโดยรอบทรัพย์สิน ภายใต้การดูแลของบริษัทให้มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ อนามัย ชีวิตและทรัพย์สิน

3.3 <u>จริยธรรมต่อคู่ค้า</u>

บริษัทมีนโยบายที่จะให้การปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาค โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัท และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมทั้งปฏิบัติตามพันธะสัญญา ให้ข้อมูลที่เป็นจริงรายงานที่ถูกต้อง การเจรจาแก้ปัญหาและหาทางออกซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางธุรกิจโดยมีแนวปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ไม่เรียก ไม่รับหรือจ่ายผลประโยชน์ใด ๆที่ไม่สุจริตในการค้ากับคู่ค้า
2. กรณีที่มีข้อมูลว่ามีการเรียก การรับ หรือการจ่ายประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตเกิดขึ้น ต้องเปิดเผยรายละเอียดต่อคู่ค้าและร่วมกันแก้ปัญหาโดยยุติธรรมและรวดเร็ว
3. ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดได้ ต้องรีบแจ้งล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข
4. รักษาความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าและให้ความร่วมมือกันในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม
5. ดูแลให้มีระบบจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่มีความโปร่งใส โดยปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม เป็นไปตามระเบียบบริษัท
6. ตรวจรับสินค้าหรือตรวจรับงานและจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว
7. ดูแลให้มีระบบการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการอย่างเป็นธรรม โปร่งใส ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชั่น โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกและปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน เป็นไปตามกฎระเบียบของบริษัทและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง
8. กำหนดให้มีกระบวนการคัดกรองคู่ค้าก่อนการเข้ารับงาน ตลอดจนมีการประเมินผลการดำเนินงานและความเสี่ยงของคู่ค้าเป็นประจำทุกปี
9. บุคลากรของบริษัทต้องไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างกับคู่ค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง เช่น บุคคลหรือกิจการในครอบครัว พี่น้อง ญาติสนิท เป็นต้น

3.4 <u>จริยธรรมต่อเจ้าหนี้</u>

1. ปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงต่างๆ ที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ต้องรีบเจรจากับเจ้าหนี้ล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
2. บริหารงานเพื่อให้เจ้าหนี้มั่นใจในฐานะการเงิน และความสามารถในการชำระหนี้ที่ดีของบริษัท
3. บริหารเงินกู้ยืมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการใช้เงิน ไม่นำเงินไปใช้ในทางที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท

3.5 <u>นโยบายและการปฏิบัติต่อพนักงาน</u>

บริษัทตระหนักดีว่าพนักงานเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายของบริษัทที่มีคุณค่ายิ่ง จึงเป็นนโยบายของบริษัทที่จะให้การปฏิบัติที่เป็นธรรมทั้งในด้านโอกาส ผลตอบแทน การแต่งตั้งโยกย้าย ตลอดจนจัดให้มีการพัฒนาศักยภาพ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายดังกล่าว บริษัทจึงได้มีการยึดแนวทางในการปฏิบัติต่อพนักงาน ดังต่อไปนี้

1. ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพและให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกชนและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
2. ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานได้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามความรู้ ความสามารถ ศักยภาพและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัท
3. ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานอยู่เสมอ
4. การแต่งตั้งและโยกย้าย รวมถึงการให้รางวัลและการลงโทษพนักงาน กระทำด้วยความสุจริตใจและเป็นธรรม มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้
5. ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงาน โดยให้โอกาสอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ
6. รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เคารพสิทธิในการแสดงความเห็นของพนักงานทุกระดับอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค โดยปราศจากการแทรกแซง รวมถึงการจัดให้มีกระบวนการรับฟังข้อคิดเห็น ข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม
7. ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัด
8. หลีกเลี่ยงการกระทำใดๆที่ไม่เป็นธรรมซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงในหน้าที่การงานของพนักงาน หรือคุกคามและสร้างความกดดันต่อสภาพจิตใจของพนักงาน
9. สนับสนุนการหารือและความร่วมมือระหว่างบริษัทกับพนักงานหรือตัวแทนพนักงานในการนำเสนอข้อมูลแก่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของบริษัทเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพชีวิตการทำงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาร่วมกัน

3.6 <u>จริยธรรมต่อคู่แข่งทางการค้า</u>

บริษัทมีนโยบายที่จะปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้าให้สอดคล้องกับหลักสากล ภายใต้กรอบแห่งกฎหมายเกี่ยวกับหลักปฏิบัติการแข่งขันทางการค้า ไม่ละเมิดความลับหรือล่วงรู้ความลับทางการค้าของคู่ค้าด้วยวิธีฉ้อฉล โดยมีแนวปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ประพฤติปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาการแข่งขันที่ดี
2. ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่ชอบด้วยกฎหมาย
3. ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้ายหรือด้วยวิธีการที่ไม่เหมาะสม

3.7 <u>จริยธรรมต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม</u>

1. ดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม และให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นที่หน่วยงานของบริษัทตั้งอยู่
2. ยึดมั่น ปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดีทั้งในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยจากกิจกรรมของบริษัท
3. ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน
4. มุ่งเน้นที่จะใช้ความพยายามอย่างต่อเนื่องที่จะดำเนินการยกระดับคุณภาพของสิ่งแวดล้อม
5. ดูแลความปลอดภัยทั้งที่ดำเนินการเองและร่วมมือกับรัฐและชุมชน
6. ดำเนินการปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงานทุกระดับให้มีความเข้าใจในหน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบในการมุ่งมั่นที่จะรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ทบทวนวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

ทางด้านสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยผู้บริหารอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

3.8 <u>จริยธรรมต่อภาครัฐ</u>

1. ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด
2. ส่งเสริมโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะทั้งนโยบายจากรัฐและกิจกรรมที่บริษัทสร้างขึ้น

นโยบายและแนวทางปฏิบัติ

1. **นโยบายการเก็บรักษาและการใช้ข้อมูลภายใน**

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย ดังนั้น การเก็บรักษาข้อมูลและการใช้ข้อมูลภายในจึงเป็นนโยบายที่มีความสำคัญมาก บุคลากรของบริษัทจะต้องไม่นำข้อมูลภายในของบริษัทซึ่งยังมิได้เปิดเผยต่อสาธารณะชนไปใช้แสวงหาผลประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น การเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญทางธุรกิจจะต้องเป็นไปโดยบุคคลผู้มีอำนาจและจะต้องเกิดความเสมอภาค ยุติธรรม เท่าเทียมและโปร่งใส ในกรณีที่มีข่าวลือต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุน บริษัทจะต้องให้ผู้มีอำนาจออกมาเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงโดยเร็วที่สุด

2. **นโยบายด้านความปลอดภัยสารสนเทศ**

การใช้งานระบบสารสนเทศจะต้องเป็นไปเพื่อการดำเนินธุรกิจเท่านั้น โดยพนักงานทุกคนมีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามนโยบายความปลอดภัยสารสนเทศ รวมถึงกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พนักงานจะต้องใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง นอกจากนี้ พนักงานทุกคนจะต้องไม่ใช้สื่ออินเตอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีหรือขัดต่อกฎหมายและนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. **นโยบายการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง**

คณะกรรมการบริษัทได้จัดให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่ครอบคลุมทุกด้านทั้งด้านการเงิน การปฏิบัติงาน การดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับและระเบียบที่เกี่ยวข้อง และจัดให้มีกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการป้องกัน รักษาและดูแลเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นและทรัพย์สินของบริษัทอยู่เสมอ จัดให้มีการกำหนดลำดับขั้นของอำนาจอนุมัติและความรับผิดชอบของผู้บริหารและพนักงาน กำหนดระเบียบงานเป็นลายลักษณ์อักษร มีสำนักตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานทั้งหน่วยงานธุรกิจและหน่วยงานสนับสนุนให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ รวมทั้งประเมินประสิทธิภาพและความเพียงพอของการควบคุมภายในของหน่วยงานนั้น ๆ ทั้งนี้ คณะกรรมการดูแลให้สำนักตรวจสอบภายในมีความเป็นอิสระ สามารถทำหน้าที่ตรวจสอบและถ่วงดุลได้อย่างเต็มที่และให้รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำตามเวลาที่กำหนดไว้

นอกจากนี้ยังได้จัดให้มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยผู้บริหารจะต้องเข้าใจถึงปัจจัยเสี่ยง มีการประเมินระดับความเสี่ยงทั้งทางด้านโอกาสเกิดและผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น และสามารถบริหารความเสี่ยงดังกล่าวให้อยู่ในระดับที่บริษัทยอมรับได้อย่างทันเวลา

4. **นโยบายเคารพกฎหมายและสิทธิมนุษยชน**

บริษัทให้การสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชน ให้ความเคารพนับถือและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศ

5. **นโยบายการมีส่วนร่วมทางการเมือง**

บริษัทมีนโยบายไม่เข้าร่วมหรือไม่แสดงความคิดเห็นใดๆ ที่ทำให้เข้าใจว่าบริษัทมีส่วนเกี่ยวข้องหรือให้การสนับสนุนพรรคการเมือง หรือฝักใฝ่พรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งอันเป็นเหตุให้เกิดความไม่สามัคคีกัน หรือเพื่อได้รับสิทธิพิเศษอันมิชอบ

6. **นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม**

บริษัทมีนโยบายที่จะสื่อสารสร้างความเข้าใจที่ดีภายในองค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงทำการประชาสัมพันธ์แนวทางและนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน

และสิ่งแวดล้อมต่อบุคคลภายนอกเพื่อสร้างความสัมพันธ์และทัศนคติที่ดีเพื่อสนับสนุนการดำเนินการของบริษัท เช่น การรับนักศึกษาวิชาการโรงแรมจากสถาบันการศึกษาต่างๆเข้าฝึกงานกับโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา เพื่อเป็นการสร้างโอกาสให้กับนักศึกษา นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้มีการพัฒนาโครงการช่วยเหลือชุมชนแบบครบวงจรในการสร้างงาน สร้างอาชีพให้สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้

นอกจากนี้บริษัทยังได้มุ่งมั่นดำเนินการให้สอดคล้องกับข้อกำหนดกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัญหาสิ่งแวดล้อมขององค์กร มีการทบทวน ติดตามและประเมินผลด้านสิ่งแวดล้อมจากบริการของบริษัทในการลดภาระให้กับสิ่งแวดล้อม โดยมีการสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานทุกคนเพื่อให้มีความเข้าใจในหน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบในการมุ่งมั่นในการที่จะรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

7. นโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงาน

กำหนดให้มีนโยบายในการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์พลังงานในการดำเนินกิจการของบริษัท โดยพัฒนาระบบและบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนางานด้านพลังงาน มีการสื่อสารนโยบายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์พลังงานให้พนักงาน เพื่อกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนมีความตระหนักในความสำคัญและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน

8. นโยบายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

กำหนดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนดและระเบียบอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพื่อความปลอดภัยสำหรับพนักงานรวมถึงลูกค้าที่เราให้บริการ โดยจัดให้มีการทบทวน ติดตามและประเมินผลการดำเนินการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เช่น การลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่เกิดจากการทำงานหรือความเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากการปฏิบัติงานไม่ถูกวิธี เพื่อนำไปสู่กระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีการฝึกอบรมแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอในด้านการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือต่อเหตุการณ์วิกฤตต่าง ๆที่สามารถเกิดขึ้น

9. นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

บริษัทจะทำการประชาสัมพันธ์และการตลาดอย่างชัดเจน ครบถ้วน ทันเวลา เท่าเทียมและเป็นธรรม โดยต้องอยู่บนพื้นฐานของควมเป็นจริง ไม่บิดเบือน หรือชี้นำอันเป็นผลให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด และเนื่องจากสภาพและความคาดหวังของสังคม รวมถึง โซเชียล เน็ตเวิร์ค (Social Network) ได้มีอย่างแพร่หลาย ดังนั้น การติดต่อสื่อสารและตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ จะต้องมีความถูกต้องและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการให้สัมภาษณ์กับสื่อต่าง ๆ จะต้องทำอย่างเต็มใจเต็มกำลังความสามารถ

10. นโยบายด้านภาษี

บริษัทจัดให้มีการบริหารจัดการด้านภาษีอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ตามแนวทางที่กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องของทุกประเทศที่บริษัทดำเนินการ เพื่อให้บริษัทได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่เหมาะสม และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังจัดให้มีการวางแผน ศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบทางภาษีสำหรับโครงการลงทุนต่าง ๆ ของบริษัทให้เหมาะสมก่อนเข้าลงทุน

11. นโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญา

บริษัทดำเนินธุรกิจและส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานภายใต้กฎหมายหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวกับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ว่าจะเป็นเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า และทรัพย์สินทางปัญญาด้านอื่นที่

กฎหมายกำหนด รวมถึงส่งเสริมบุคลากรของบริษัทให้ตระหนักถึงความสำคัญของการเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งในด้านที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรงและการดำเนินชีวิตประจำวัน

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีนี้ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป

อนุมัติโดย

นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์
ประธานกรรมการ
บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

คณะเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูง กลุ่มธุรโรงแรม (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)

ฝ่ายบริหาร			
ประธานกรรมการ	นาย	สุทธิเกียรติ	จิราธิวัฒน์
ประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการกิตติมศักดิ์	นาย	สุทธิชัย	จิราธิวัฒน์
ที่ปรึกษาคณะกรรมการกิตติมศักดิ์	คุณหญิง	สุจิตรา	มงคลกิติ
ที่ปรึกษาประธานกรรมการ	นาย	แดน	ชินสุภัคกุล
กรรมการและที่ปรึกษาคณะกรรมการ	มร.	เกิร์ด	เคิร์ก สตีป

ฝ่ายกลยุทธ์องค์กร			
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	นาย	ธีระยุทธ	จิราธิวัฒน์

ฝ่ายพัฒนาระดับทั่วโลก			
รองประธานอาวุโสฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	มร.	แอนดรูว์	เฟรเดอริค แลงสตั้น
รองประธานฝ่ายออกแบบและเทคนิค	นาย	ณรีช	ผลานุรักษา

ฝ่ายปฏิบัติการระดับทั่วโลก			
รองประธานฝ่ายขาย	นาง	จุไรรัตน์	มงคลวงศ์สิริ
รองประธานฝ่ายแบรนด์ การตลาดและดิจิทัล	มร.	โทมัส	โรเจอร์ ทรัซเซล
รองประธานบริหารฝ่ายปฏิบัติการโรงแรม	มร.	เดวิด	โรเบิร์ต กู๊ด
ฝ่ายจัดซื้อระดับทั่วโลก			
รองประธานบริหารฝ่ายจัดซื้อระดับทั่วโลก	นาย	ธีระเกียรติ	จิราธิวัฒน์
ฝ่ายการเงินและการบัญชี			
รองประธานฝ่ายการเงินและบริหาร	นาย	กันย์	ศรีสมพงษ์
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล			
รองประธานบริหารฝ่ายทรัพยากรบุคคล	นาง	ศิริวรรณ	หวังธำรง
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล			
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล	นางสาว	อุดมลักษณ์	ตัณฑ์ไพโรจน์
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและกฎหมายสัมพันธ์			
รองประธานอาวุโสฝ่ายบริหารความเสี่ยงและกฎหมายสัมพันธ์	นาย	ทัศน์ชัย	พัฒนโกศัย
ฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์			
รองประธานบริหารอาวุโสฝ่ายองค์กรสัมพันธ์และภาพลักษณ์	นาง	สุพัตรา	จิราธิวัฒน์
ผู้อำนวยการกลุ่มงานปฏิบัติการ			
ผู้อำนวยการกลุ่มงานปฏิบัติการ	มร.	โรเบิร์ท	เฟรดเดอร์ริก มัวเรอร์-ลอฟเฟลอร์
ผู้อำนวยการกลุ่มงานปฏิบัติการ	มร.	เดวิด	มาเทนส์

ผู้จัดการทั่วไป				
เซ็นทารา รีเซิร์ฟ สมุย	มร.	แบนด์	รูดิเกียร์	(ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป)
เซ็นทารา แกรนด์ และบางกอกคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์	มร.	โรเบิร์ท	เฟรดเดอร์ริก มัวเรอร์-ลอฟเฟลอร์	
เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ	นาย	วุฒิศักดิ์	พิชญกานต์	
เซ็นทารา แกรนด์ บีชรีสอร์ทและวิลลา กระบี่	มร.	เดวิด	มาเทนส์	
เซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีชรีสอร์ท พัทยา	มร.	เวย์น	แกรดอน ดูเบอร์รี่	
เซ็นทารา แกรนด์ ไอส์แลนด์ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์	นางสาว	ประไพจิต	ทองมา	
โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ โอซาก้า	มร.	ชิเกคิ	นาคากาวะ	
เซ็นทารา กะรน รีสอร์ท ภูเก็ต	นาย	เฉลิมรัฐ	ขำสวัสดิ์	
เซ็นทารา กะตะ รีสอร์ท ภูเก็ต	นางสาว	แอนนาลิซ่า	วิลลา บิสนาร์	
โรงแรม เซ็นทารา หาดใหญ่	นางสาว	จิรชฎา	อัศวาณิชย์	
โรงแรม เซ็นทารา วอเตอร์เกต พาวิลเลียน กรุงเทพฯ	นาย	สานนท์	วิไลวงษ์	(ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป)
โรงแรม เซ็นทารา และคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ อุดรธานี	นาย	กรณ์	พวงขาว	
เซ็นทารา เกาะช้าง ทรอปิคานา รีสอร์ท	นาย	มนูญ	วุฒิ	
เซ็นทารา ซันไรซ่า เรสซิเดนซ์และสวีท ศรีราชา	คุณ	ภาศิณี	เศรษฐ์วรกุล	
เซ็นทารา อ่าวนาง บีชรีสอร์ทและสปา กระบี่	นาย	พล	มณีรัตน์	
เซ็นทารา อันดาเทวี รีสอร์ทและสปา กระบี่	นาย	พล	มณีรัตน์	
โรงแรม เซ็นทารา พัทยา	มร.	โจนัส	เฮอร์สเต็ด	
โรงแรม เซ็นทารา โนวา และสปา พัทยา	มร.	โจนัส	เฮอร์สเต็ด	
เซ็นทารา ราสฟูชิ รีสอร์ทและสปา มัลดีฟส์	Mr.	Peter	Lodovico Dsouza	
เซ็นทารา ซีย์แซนด์ รีสอร์ทและสปา ศรีลังกา	Mr.	Wim	Nicolaas Maria Fagel	
โรงแรม เซ็นทารา เวสต์เบย์ และเรสซิเดนซ์ โดฮา	มร.	ชอน	สพิ้งค์	
โรงแรม เซ็นทารา มัสกัต	นาย	มานพ	วงศ์ไชยคำ	
เซ็นทารา มิราจ บีชรีสอร์ท มุยเน่	Mr.	Tom	Pieter Van Tuijl	
เซ็นทารา มิราจ บีชรีสอร์ท ดูไบ	มร.	เซบาสเตียน	ชีค	
คุ้มพญา รีสอร์ทและสปา เซ็นทาราบูติกคอลเลกชัน	มร.	โรเบิร์ท	เฟรดเดอร์ริก มัวเรอร์-ลอฟเฟลอร์	(รักษาการณ์)
ไม้ขาว ดรีม วิลลา รีสอร์ทและสปา เซ็นทาราบูติกคอลเลกชัน	มร.	วิลเล็ม	ทิทเท ป๊อปเก้ เพนเทอร์มานน์	
โรงแรม เซ็นทรา บาย เซ็นทารา ศูนย์ราชการ และคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ	นางสาว	กาญจนา	เรืองสิริวิชญกุล	
โรงแรม เซ็นทรา บาย เซ็นทารา แม่สอด	นาย	วีระพล	พวงวรินทร์	
เซ็นทรา บาย เซ็นทารา มารีส รีสอร์ท จอมเทียน	นาย	ชัยพันธุ์	ทองสุธรรม	
เซ็นทรา บาย เซ็นทารา ภูพาโน รีสอร์ท กระบี่	นาย	เดชานนท์	วังทอง	
เซ็นทรา บาย เซ็นทารา ชะอำ บีชรีสอร์ท หัวหิน	นาย	อัษฎางค์	สุขวิเศษ	
โคซี่ พัทยา วงศ์อมาตย์ บีช	มร.	จาคุบ	สเตนิสลอว์ พิโววาร์สกี	
โคซี่ กระบี่ อ่าวนาง บีช	นางสาว	กาญจนา	เจริญชัย	
โรงแรม ไม้ขาว	มร.	วิลเล็ม	ทิทเท ป๊อปเก้ เพนเทอร์มานน์	
โรงแรม มัสกัต ดูนส์	นาย	มานพ	วงศ์ไชยคำ	
เซ็นทรา บาย เซ็นทารา พระนคร	นางสาว	เมตตา	บุญญฤทธิพงษ์	
โรงแรมเซ็นทารา ริเวอร์ไซด์ เชียงใหม่	นาย	พนัศ	จุรีรัตนา	

ผู้จัดการรีสอร์ท				
เซ็นทารา คิว รีสอร์ท ระยอง	นางสาว	สิตาพัฏฐ์	สุทธิสุนทรางกูร	
เซ็นทารา ชานทะเล รีสอร์ทและวิลลา ตราด	นางสาว	เพ็ญนภา	อ่อนแก้ว	
วอเตอร์ ฟร้อนท์ สวีท ภูเก็ต บาย เซ็นทารา	นางสาว	ณัตติยา	อักโขพันธ์	(ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ)

ผู้จัดการโรงแรม			
เซ็นทารา แกรนด์ บีชรีสอร์ทและวิลลา หัวหิน	มร.	ยัน	ไวไซท์
เซ็นทารา แกรนด์ บีชรีสอร์ท ภูเก็ต	มร.	เดวิด	มาเทนส์
เซ็นทารา วิลลา สมุย	นางสาว	จีระภา	ไชยมาตร
เซ็นทารา วิลลา ภูเก็ต	นางสาว	สายใจ	มณีมาศ
โรงแรม เซ็นทารา อาซัวร์ พัทยา	มร.	โจนัส	เฮอร์สเต็ด
โรงแรม เซ็นทรา บาย เซ็นทารา อเวนิว พัทยา	มร.	โจนัส	เฮอร์สเต็ด
โคซี่ สมุย เฉวง บีช	นาย	ศราวุธ	ลิ้มสุวรรณ

คณะเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูง กลุ่มธุรกิจอาหาร (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)

กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด	นาย	ณัฐ	วงศ์พานิช
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายกลยุทธ์ ธุรกิจร่วมทุน และบริหารช่องทางการขาย	นาย	ฉัตรชัย	อุณหโภคา
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส QSR & Western Cuisine	นาย	ปิยะพงศ์	จิตต์จำนงค์
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ฝ่ายบัญชีและการเงิน	นางสาว	นันทวัน	วัชรโกมลพันธ์
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	นางสาว	จารุวรรณ	งามพิสุทธิ์ไพศาล
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ปฏิบัติการ	นาย	สุชีพ	ธรรมาชีพเจริญ
ประธานกรรมการบริหาร Green Food Factory	นาย	ปิยะ	ดั่นคุ้ม
ประธานกรรมการบริหาร Brown	นางสาว	แพรวา	ไชยซาววงศ์
ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารบริษัท เดอะ ฟู้ด ซีเล็คชั่น กรุ๊ป จำกัด	นาย	ศุภณัฐ	สัจจะรัตนกุล
Chief Executive Officer of The Food Selection Group	นาย	ชนวีร์	หอมเตย
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ แบรนด์ Mister Donut	นางสาว	สินีนาฏ	สุขถาวร
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการวางแผนและวิเคราะห์ธุรกิจองค์กร	นาง	ศิริรัตน์	วิเศษจินดาวัฒน์
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่าย Channel Management	นางสาว	ชนกณัฐณภัทร	สินวิวัธนชัย
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส Japanese Cuisine	นาย	ธีรวัฒน์	เลิศถิรพันธุ์
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่าย Application Development and Services	นาย	ฉัตวัฒน์	จันทร์จรุง

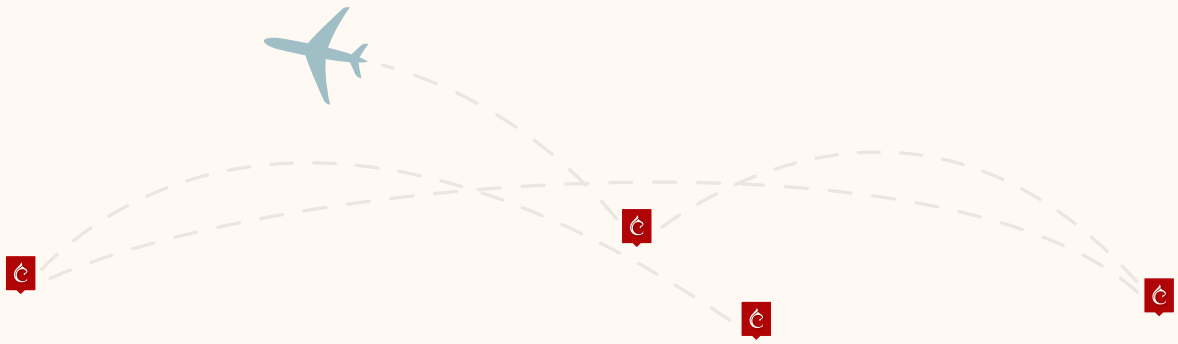
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	นาย	สิทธิศักดิ์	วงศ์สมุทร
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายสรรหาและบริหารพื้นที่	นาย	ธนพล	เดชะวิทยาธร
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายก่อสร้างและซ่อมบำรุง	นาย	ชาตรี	ถิ่นสิริพัฒนกิจ
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายบัญชี	นางสาว	เกศนี	เสียงลอย
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงินและธุรกิจต่างประเทศ	นางสาว	กัลยา	ศุภกรพิชาญ
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่าย HR Shared Services & BP - JVs	นาย	ธวัช	ทองอินทร์
ผู้อำนวยการอาวุโส CRGM	นาย	รัสทัม	เบ็ญราฮีม
ผู้อำนวยการอาวุโส แบรนด์ Katsuya & Yoshinoya	นาง	สิริพร	ธานินทร์ธราธาร
ผู้อำนวยการอาวุโส แบรนด์ Ootoya & Tenya	นางสาว	ธีราพร	จันทร์หา
ผู้อำนวยการอาวุโส แบรนด์ Pepper Lunch & Chabuton	นาง	อรวรรณ	โกมลพันธ์พร
ผู้อำนวยการอาวุโส แบรนด์ KFC การตลาด	นางสาว	นภัสสร	สกุลชัยวาณิชย์
ผู้อำนวยการอาวุโส แบรนด์ KFC ปฏิบัติการ	นาย	กณพ	ศรีอาวุธ
ผู้อำนวยการอาวุโส Thai & Chinese Cuisine ปฏิบัติการ	นาง	นูร ฮิดายะฮ อับดุลลอฮ	เทพนมรัตน์
ที่ปรึกษา Green Food Factory	นาง	กฤติยา	ดั่นคุ้ม
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่าย Food Innovation	นางสาว	จิตพัต	แย้มแพ

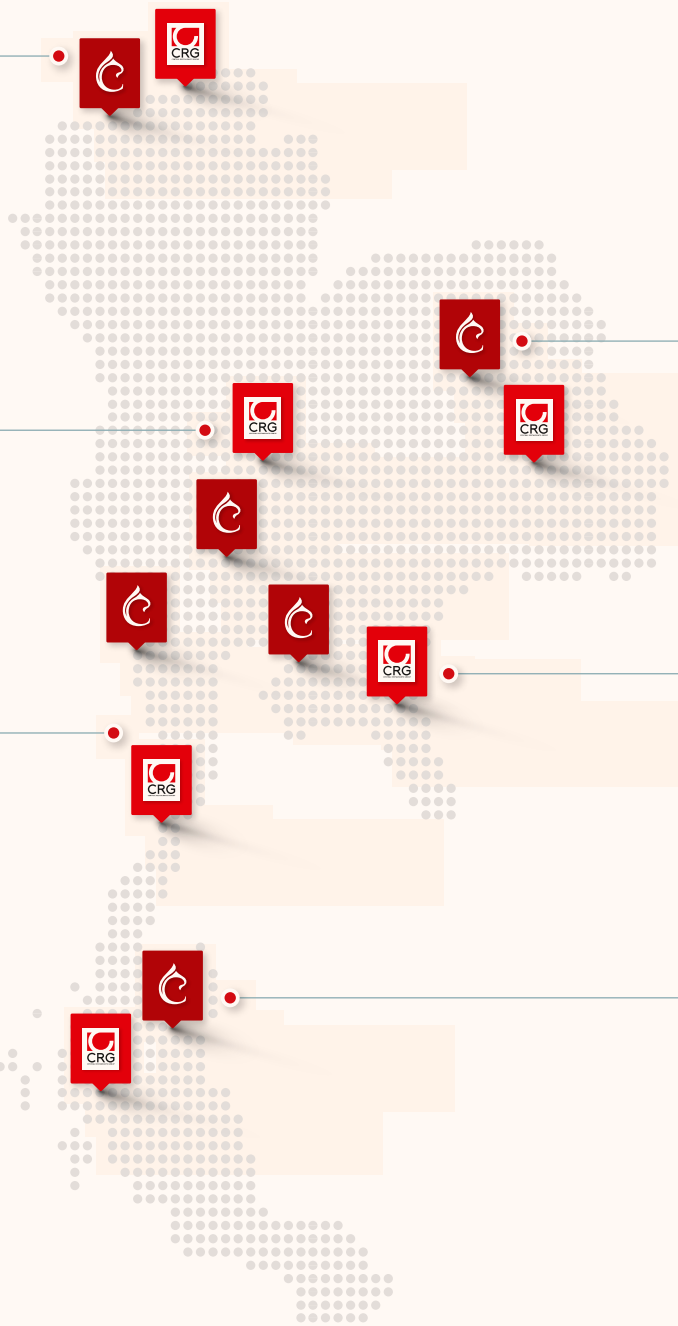
ยุโรป
ตุรกี

ตะวันออกกลาง
โอมาน
กาตาร์
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

มหาสมุทรอินเดีย
มัลดีฟส์
ศรีลังกา

เอเชีย
ไทย
กัมพูชา
จีน
อินโดนีเซีย
ญี่ปุ่น
ลาว
เมียนมาร์
เวียดนาม





ภาคเหนือ

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน เชียงใหม่ • แม่สอด

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 8 จังหวัด

ภาคกลาง

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน กรุงเทพมหานคร

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 21 จังหวัด

ภาคตะวันตก

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน หัวหิน

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 5 จังหวัด

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน อุดรธานี

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 19 จังหวัด

ภาคตะวันออก

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน พัทยา • ระยอง • ตราด

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 7 จังหวัด

ภาคใต้

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
ใน เกาะสมุย • กระบี่
ภูเก็ต • หาดใหญ่

ธุรกิจอาหาร
ในทั้งหมด 14 จังหวัด

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
1695 ถนนพหลโยธิน จตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ +66 (0) 2541 1234 • โทรสาร +66 (0) 2541 1087 • อีเมล์ centel@chr.co.th
www.centarahotelsresorts.com

สำนักงานสาขา
999/99 ถนนพระราม 1 ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์ +66 (0) 2769 1234 • โทรสาร +66 (0) 2769 1235 • อีเมล์ centel@chr.co.th
www.crg.co.th