ASSET WORLD
CORPORATION

THE BETTER WE CARE
THE FUTURE WE BUILD

BUILDING A BETTER FUTURE

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2564

สารบัญ

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2564

6
สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการใหญ่

12
รางวัลและการรับรอง

14
ผลการดำเนินงานที่โดดเด่น

16
เกี่ยวกับ AWC

154
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2564

162
ขอบเขตรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

164
การรับรองจากหน่วยงานภายนอก

166
ข้อมูลตามตัวชี้วัดมาตรฐาน GRI

การพัฒนาอย่างยั่งยืนของ AWC



26

29 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
30 หลักการด้านความยั่งยืน ของ AWC
31 นโยบายด้านความยั่งยืน
34 ห่วงโซ่คุณค่าของ AWC
36 การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
42 การประเมินสาระสำคัญ
47 องค์กรและการกำกับดูแลด้านความยั่งยืน
54 ภาพรวมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ในปี 2564
56 การสร้างคุณค่าเชิงกลยุทธ์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า
60 ความเสี่ยงและโอกาสปี 2564

62

BETTER PLANET



64 การดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศ
70 การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน
76 การจัดการน้ำ
78 การปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ

82

BETTER PEOPLE



84 การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
90 การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและชุมชน
96 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
104 การบริหารทรัพยากรบุคคล
114 สิทธิมนุษยชน

118

BETTER PROSPERITY



120 การกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจ
126 การจัดการความเสี่ยง
130 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
136 การปรับกระบวนการและเปลี่ยนองค์กรไปสู่ดิจิทัล
144 การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
148 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

THE BETTER
WE CARE
THE FUTURE
WE BUILD

AWC มุ่งสร้างคุณค่าระยะยาวที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
ทุกภาคส่วน โดยยึดมั่นในพันธกิจภายใต้แนวคิดในการ
‘สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า’
ควบคู่ไปกับค่านิยมองค์กร ‘ตอบแทนสังคมสู่ความยั่งยืน’
เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาความอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า







THE BETTER **WE CARE**
THE FUTURE **WE BUILD**

สารจาก **ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการใหญ่**

บริษัท แอสเสท เวิรด์ คอร์ป จำกัด (มหาชน) หรือ "AWC" ยังคงยึดมั่นและต่อยอดพันธกิจภายใต้แนวคิด "สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า" โดยนำหลักการดำเนินงานตามนโยบายการบริหารความยั่งยืนมาใช้ในทุกภาคส่วนขององค์กร ควบคู่ไปกับการดำเนินงานในทุกมิติของธุรกิจตลอดกลไกการขับเคลื่อน ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ เพื่อบรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ในการสร้างคุณค่าองค์รวมให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนตามที่ AWC ยึดถือเป็นแนวทางสำคัญในการดำเนินงาน โดยให้ครอบคลุมใน 3 มิติ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านบรรษัทภิบาล (Environment, Social, and Corporate Governance) เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม สอดคล้องไปกับแนวทางของบริษัทในการดำเนินกลยุทธ์การขับเคลื่อนผ่านฝ่ายความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่ากิจกรรมต่าง ๆ จะสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีคณะกรรมการความยั่งยืนทำหน้าที่กำกับและสนับสนุนแผนการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้สามารถดำเนินงานไปในทิศทางที่ถูกต้องและสอดคล้องกับการสร้างคุณค่าองค์รวมอย่างแท้จริงให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของ AWC ตามแผนกลยุทธ์ความยั่งยืนระยะยาว 5 ปี อันประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ BETTER PLANET, BETTER PEOPLE และ BETTER PROSPERITY



BETTER PLANET

AWC มีเป้าหมายในการสร้างแนวคิดของความยั่งยืนผ่านการพัฒนาโครงการใหม่ ตลอดจนการปรับปรุงการดำเนินงาน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด บริษัทได้เปิดตัว reConcept ซึ่งเป็นร้านที่ก่อตั้งขึ้นภายใต้แนวคิดการรีไซเคิล มีการใช้ AWC Transformation และการจัดการของเสียแบบบูรณาการ รวมถึงการดำเนินโครงการประหยัดพลังงานอีกจำนวนมาก ทั้งนี้ ในปี 2564 การดำเนินโครงการพลังงานทดแทนและโครงการประหยัดพลังงานของ AWC ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 5,120 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งช่วยประหยัดค่าสาธารณูปโภคได้คิดเป็นจำนวนกว่า 42 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5 ของค่าสาธารณูปโภคทั้งหมดที่ AWC สามารถลดลงได้

นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจโรงแรมในเครือยังมีเป้าหมายในการลดปริมาณขยะอาหารที่ถูกกำจัดโดยวิธีนำไปฝังกลบ ด้วยความร่วมมือกับมูลนิธิ Scholars of Sustenance Thailand หรือ SOS Thailand ผ่านทางโรงแรม แบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค และโรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก, อะลักซ์ชูรี คอลเลคชั่น โฮเทล ในการช่วยกันลดปริมาณอาหารส่วนเกินจากกระบวนการผลิตและการให้บริการ รวมถึงร่วมส่งต่ออาหารคุณภาพดีส่วนเกินไปยังชุมชนด้อยโอกาส ปัจจุบัน SOS Thailand พร้อมกับสมาชิกผู้บริจาคอาหารที่เข้าร่วมโครงการสามารถบริจาคอาหารส่วนเกินและช่วยลดการทิ้งอาหารส่วนเกินในหลุมฝังกลบได้ถึง 3.6 ล้านกิโลกรัม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงได้กว่า 7,254 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และโรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก ยังเป็นโรงแรมแห่งแรกของโลกที่ได้รับรางวัล “100 percent All-Star” จากทาง The PLEDGE on Food Waste ที่ได้คะแนนสูงสุดในด้านการลดอาหารเหลือทิ้งหรือขยะอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานของสหประชาชาติ และยังเป็นโรงแรมตัวอย่างที่เรายังพัฒนาต่อเนื่องภายในกลุ่มโรงแรม AWC อีกด้วย



สารจาก **ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่**



AWC มีเป้าหมายในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับบุคลากรและชุมชน โดยการดูแลผู้บริหาร พนักงาน และบุคลากรของกลุ่ม AWC รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าตลอดปีที่ผ่านมา AWC ยังคงต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อันส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อีกทั้งสถานการณ์ดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อเนื่องให้เกิดการชะลอตัวของการเติบโตทางธุรกิจทั่วโลกจวบจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม AWC ได้ปรับตัวเพื่อรับมือต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ผ่านการรักษาวินัยทางการเงินและการใช้ AWC Transformation เพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ และการบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว เพื่อรักษาเสถียรภาพขององค์กรในช่วงสถานการณ์ดังกล่าวควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าระยะยาวให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละกลุ่มของห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ใกล้ชิดกับการดำเนินธุรกิจของ AWC

AWC ยังคงให้ความสำคัญและเดินหน้าสนับสนุนชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ พร้อมพันธมิตรจากองค์กรชั้นนำกว่า 100 องค์กรเพื่อช่วยเหลือชุมชนผ่านโครงการ “AWC ร่วมรวมพลังส่งถุงกำลังใจ” โดยได้ร่วมกันจัดทำและส่งมอบถุงกำลังใจกว่า 13,500 ชุด รวมมูลค่ากว่า 11 ล้านบาท ไปยังชุมชน 20 แห่ง จาก 22 เขต ครอบคลุมแคมป์คนงานก่อสร้างที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดอีก 19 แคมป์ทั่วกรุงเทพมหานคร รวมทั้งการจัดตั้ง “ศูนย์พักคอย” (Community Isolation) ภายในศูนย์การค้าส่งเออีซี เทรด เซ็นเตอร์ ประตูน้ำพระอินทร์ เพื่อรองรับผู้ป่วยโควิด-19 กลุ่มสีเขียวที่ยังไม่แสดงอาการ จำนวน 200 เตียง ทั้งยังได้ร่วมกับกลุ่มโรงแรมในเครือ AWC สนับสนุนชุดเครื่องนอนอีกกว่า 813 ชุด มีมูลค่ารวมกว่า 2.5 ล้านบาท ให้กับศูนย์พักคอยในกรุงเทพมหานคร จังหวัดกระบี่ และจังหวัดพัทลุง รวมถึงโครงการเพิ่มโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึงบริการทางสาธารณสุขที่จำเป็นเร่งด่วน ด้วยการจัดสรรพื้นที่ภายในโครงการเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟร้อนท์ เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร และโครงการ โอพี เพลส จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นหน่วยบริการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 (Vaccination Service) นอกโรงพยาบาลเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ให้เกิดขึ้นอย่างทันการณ์

นอกจากนี้ AWC ยังคงเดินหน้าพัฒนาโครงการ “The GALLERY” ภายใต้รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งเป็นศูนย์กลางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยปัจจุบันมีร้านค้าทั้งหมด 12 สาขา และได้ช่วยสนับสนุนแบรนด์ไทยให้เป็นที่รู้จักมากกว่า 50 แบรนด์ด้วยกัน

สำหรับกลุ่มพนักงาน ในฐานะบุคลากรอันทรงคุณค่าของบริษัท ทาง AWC ได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มความคล่องตัวให้สอดรับกับรูปแบบ “ชีวิตวิถีใหม่” (New Normal) โดยเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานจากที่ไหนก็ได้ (Work from Anywhere) รวมถึงการอำนวยความสะดวกในเรื่องของสถานที่และเครื่องมือในการปฏิบัติงานนอกสถานที่ผ่านประสบการณ์แบบ “Omni Experience” บนแอปพลิเคชัน AWC CONNEXT ที่เปิดโอกาสให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานและใช้อุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็นได้จากคลับเลาจน์ภายในโรงแรมต่าง ๆ ของกลุ่ม AWC นอกจากนี้ ทาง AWC ยังคงให้ความร่วมมือกับภาครัฐอย่างเต็มที่ในช่วงที่การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความรุนแรง ด้วยการดูแลพนักงานประจำสถานประกอบการที่ได้รับผลกระทบกว่า 2,000 คน โดยไม่ได้มีการเลิกจ้างและยังคงได้รับค่าจ้างและสวัสดิการในช่วงระยะเวลาดังกล่าว



AWC ยังคงเดินหน้าพัฒนาโครงการคุณภาพบนพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงด้วยการพัฒนาแลนด์มาร์คระดับไอคอน (Iconic Landmark) โดยมุ่งสร้างให้เกิดการทวีคูณของรายได้จากการท่องเที่ยว (Multiplier Effects of Tourism) ให้กับเศรษฐกิจองค์รวมของประเทศ ตลอดทั้งปี 2564 ทาง AWC ช่วยสร้างรายได้ให้ภาคการท่องเที่ยวของประเทศได้ประมาณ 9,620 ล้านบาทผ่านการลงทุนพัฒนาโครงการใหม่และการลงทุนในทรัพย์สินถาวรเพิ่มขึ้น

โดยในปี 2564 บริษัทได้เสริมโครงการคุณภาพในเมืองท่องเที่ยวสำคัญของไทย มีการเปิดให้บริการโรงแรม คอร์ทยาร์ด แมริออท ภูเก็ต ทาวน์ ซึ่งได้พัฒนาปรับปรุงจากโรงแรม เมโทรโพล ภูเก็ต ให้เป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์ใจกลางเมืองที่ชาวภูเก็ตภาคภูมิใจ และเป็นอีกหนึ่งศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของตัวเมืองภูเก็ต รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงโรงแรม เลอ เมอริเดียน กรุงเทพ เพื่อสนับสนุนนโยบายการเปิดประเทศของภาครัฐ และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศต่อไป ส่งผลให้ในภาพรวมทางบริษัทมีการเติบโตของพอร์ตทรัพย์สินที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยมีจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้น 44% และจำนวนพื้นที่เช่าเพิ่มขึ้น 42% เพิ่มความสามารถการสร้างกระแสเงินสดให้สามารถเติบโตแบบก้าวกระโดด และบริษัทยังมุ่งเน้นกลยุทธ์การเติบโตระยะยาวภายใต้แผนธุรกิจ เดินหน้าลงทุนพัฒนาโครงการคุณภาพขนาดใหญ่ เช่น โครงการเวิ้งนครเกษม โครงการอควอทีค พัทยา โครงการเดอะล้ง 1919 “The Integrated Wellness Destination” รวมไปถึงการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ริมน้ำ “The River Journey” เพื่อสร้างการเติบโตต่อเนื่องและสร้างคุณค่าองค์รวมอีกด้วย

นอกจากนี้ ในปีที่ผ่านมา AWC ได้รับการยอมรับและรับรองจากหน่วยงานชั้นนำจากทั้งภายในประเทศและระดับนานาชาติมากมาย จากนโยบายในการบูรณาการความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี อันประกอบด้วย

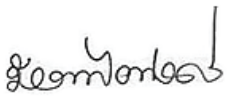
- ได้รับการคัดเลือกเป็นสมาชิกในดัชนีความยั่งยืน โดย S&P Global ประจำปี 2565 (The Sustainability Yearbook 2022) เป็นครั้งแรกในกลุ่มอุตสาหกรรมโรงแรม รีสอร์ท และเรือสำราญ
- ได้รับการปรับระดับเพิ่มขึ้นในการประเมินความยั่งยืน MSCI ESG Rating จากระดับ A มาอยู่ในระดับ AA (ตามเกณฑ์วัด CCC ถึง AAA) โดย MSCI ESG Research
- ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment) หรือ THSI เป็นครั้งแรก โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ได้รับการจัดอันดับบริษัทจดทะเบียนที่มีการกำกับดูแลกิจการอยู่ในระดับ “ดีเลิศ” (Excellence CG Scoring) จากผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2564 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- ได้รับการรับรองให้เป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ประจำปี 2564

สารจาก **ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่**

AWC ยังคงมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศไทย ในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวระดับโลก ด้วยการเดินหน้าลงทุนในกลุ่มธุรกิจโรงแรมและการบริการ และกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์อย่างต่อเนื่องในหัวเมืองท่องเที่ยวสำคัญ เพื่อสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศและเพิ่มการจ้างงานในท้องถิ่นไปพร้อม ๆ กัน ทั้งนี้ เพื่อตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทางบริษัทจึงได้วางกลยุทธ์การพัฒนาโครงการต่าง ๆ ตามเกณฑ์การรับรองอาคารเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Certification) อาทิเช่น “Asiatique District” กรุงเทพมหานคร และ “Aquatique District” เมืองพัทยา

AWC ยังคงเดินหน้าเพิ่มขีดความสามารถทางเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ (Productivity) ในแต่ละกระบวนการดำเนินงานให้ได้สูงสุด สอดรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยการปรับกลยุทธ์เพื่อผสานธุรกิจโรงแรมและการบริการและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์ ให้เชื่อมถึงกันอย่างไร้รอยต่อ ผ่านประสบการณ์ “Omni Experience” มีการนำเทคโนโลยีเข้ามารองรับ “นิวไลฟ์สไตล์” ของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ภายใต้โปรแกรม AWC Infinite Lifestyle เพื่อเป็นการปูทางไปสู่ความเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวของโลกอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มที่ได้ให้ความไว้วางใจ ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของ AWC เสมอมา เราเชื่อมั่นว่าการรวบรวมพลังของ AWC และพันธมิตรทุกภาคส่วน พร้อมด้วยความมุ่งมั่นของคณะผู้บริหารและพนักงานทุกคน จะร่วมสร้างคุณค่าองค์รวมในระยะยาว ให้อุตสาหกรรม ชุมชน สังคม และประเทศชาติ ภายใต้พันธกิจ “สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า” ไปด้วยกันอย่างยั่งยืน



วัลลภา ไตรโสรัส
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

BUILDING
A BETTER FUTURE

รางวัลและการรับรองในปี
2564

The S&P Global Sustainability Yearbook

AWC ได้รับการจัดอันดับใน S&P Global Sustainability Yearbook 2022 ในฐานะสมาชิกในกลุ่มอุตสาหกรรม โรงแรม รีสอร์ท และเรือสำราญ (Hotels, Resorts & Cruise Lines) ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์ที่ครอบคลุมมากที่สุดในโลกเกี่ยวกับความยั่งยืนขององค์กร ที่รวมถึงบริษัทชั้นนำ 15% อันดับแรกจากแต่ละอุตสาหกรรม

Thailand Sustainability Investment

AWC ได้รับเลือกให้อยู่ในรายชื่อ THSI ประจำปี 2564 ซึ่งเป็นปีแรกที่บริษัทเข้าร่วมการประเมินรายชื่อ THSI ใช้เป็นเกณฑ์คัดเลือกดัชนี SETTHSI เพื่อส่งเสริมการลงทุนในหุ้นยั่งยืนที่ดำเนินธุรกิจด้วยสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

Collective Action Against Corruption

AWC ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส มีจริยธรรม และปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อประโยชน์ของสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ISO 9001:2015

ระบบบริหารงานคุณภาพ

AWC ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ในการบริหารจัดการโครงการ การบริหารการออกแบบ การบริหารต้นทุนและสัญญา รวมถึงการบริหารงานก่อสร้าง ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นและส่งมอบงาน ซึ่งครอบคลุมศูนย์การค้า 6 แห่ง และอาคารสำนักงานทั้ง 4 แห่งของบริษัทที่ได้รับการรับรอง

ISO 20121:2012

ระบบการบริหารอย่างยั่งยืน

โรงแรม 1 แห่ง ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารอย่างยั่งยืน ในการออกแบบและการจัดการอย่างยั่งยืน (โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก, อะ ลักซ์ชูรี คอลเล็คชั่น โฮเทล)

MSCI ESG Rating

AWC ได้รับการจัดอันดับ AA ในการประเมินการให้คะแนน MSCI ESG ซึ่งเป็นดัชนีวัดความยืดหยุ่นของบริษัทต่อความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ในระยะยาวของอุตสาหกรรม

CG Score

AWC ได้รับการจัดอันดับ CG Score ในเกณฑ์ “ดีเลิศ” ในปี 2564 ของ โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR Checklist) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

ISO 14001:2015

ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

AWC ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ในการบริหารจัดการโครงการ การบริหารการออกแบบ การบริหารต้นทุนและสัญญา รวมถึงการบริหารงานก่อสร้างตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นและส่งมอบงาน ซึ่งครอบคลุมศูนย์การค้า 6 แห่ง และอาคารสำนักงานทั้ง 4 แห่ง ของบริษัทที่ได้รับการรับรอง

ISO 45001:2018

ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

AWC ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ในการบริหารจัดการโครงการ การบริหารการออกแบบ การบริหารต้นทุนและสัญญา และการบริหารงานก่อสร้าง ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นและส่งมอบงาน

ISO 22000:2018

ระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร

โรงแรม 1 แห่ง ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร หมวดการจัดเลี้ยง (Catering) ที่ครอบคลุมการจัดเตรียมอาหาร เก็บรักษา และจัดส่งอาหารของร้านภัตตาคารในโรงแรม (โรงแรมแบ็งคอก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค)

Food Waste Hero Excellence

มูลนิธิ Scholars of Sustenance (SOS) ประเทศไทย

โรงแรมฮิลตัน สุขุมวิท กรุงเทพ ได้รับรางวัล Food Waste Hero Excellence Award 2021 จากมูลนิธิ Scholars of Sustenance (SOS) ประเทศไทย

AMCHAM

รางวัลดีเด่นด้านกิจการเพื่อสังคม

โรงแรม 2 แห่ง ได้รับรางวัลความเป็นเลิศด้านกิจการเพื่อสังคม (ระดับทอง) จากหอการค้าอเมริกันในประเทศไทย หรือ AMCHAM (โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก, อะ ลักซ์ชูรี่ คอลเล็คชั่น โฮเทล และโรงแรม ฮิลตัน สุขุมวิท กรุงเทพฯ)

EarthCheck

การรับรองด้านสิ่งแวดล้อมและมาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

โรงแรม 1 แห่ง ได้รับการรับรองมาตรฐานเอิร์ธเช็ค (โรงแรมบันยันทรี สมุย)

SPEC

ประกาศนียบัตรด้านมืออาชีพด้านการจัดงาน

โรงแรม 2 แห่ง (ดับเบิ้ลทรี บาย ฮิลตัน สุขุมวิท กรุงเทพฯ และ ฮิลตัน สุขุมวิท กรุงเทพฯ) ได้รับประกาศนียบัตรมืออาชีพด้านการจัดงานอย่างยั่งยืนจากสภาอุตสาหกรรมการจัดงาน

SHA Plus

มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โรงแรม 3 แห่งได้รับรองมาตรฐาน SHA Plus ที่เป็นสัญลักษณ์แสดงว่าธุรกิจและโรงแรมที่มีสัญลักษณ์ SHA และมีพนักงานได้รับการฉีดวัคซีนแล้วมากกว่า 70% (โรงแรม วนาเบลล์ เอ ลักซ์ชัวรี่ คอลเลคชั่น รีสอร์ท เกาะสมุย, โรงแรมบันยันทรี กระบี่ และโรงแรม เชอราตัน สมุย รีสอร์ท)

UNESCO Sustainable Tourism Pledge

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการอนุรักษ์มรดก

โรงแรม 6 แห่งได้รับปฏิญญาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจาก Expedia Group และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

Green Hotel

โรงแรมสีเขียว
โดย กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

โรงแรมบันยันทรี สมุย ได้รับรางวัลโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ระดับทอง)

BSA

รางวัลอาคารโดดเด่นด้านความปลอดภัย

อาคารสำนักงาน 4 แห่ง (อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ อาคารแอทธินี ทาวเวอร์ อาคาร 208 วายเลสโร้ด และอินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์) ได้รับรางวัลอาคารโดดเด่นด้านความปลอดภัย (ระดับทอง 3 แห่ง และระดับเงิน 1 แห่ง)

SHA

มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โรงแรม 6 แห่ง ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA (โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก อะ ลักซ์ชูรี่ คอลเล็คชั่น โฮเทล, โรงแรม วนาเบลล์ เอ ลักซ์ชัวรี่ คอลเลคชั่น รีสอร์ท เกาะสมุย, โรงแรม ฮิลตัน สุขุมวิท กรุงเทพฯ, โรงแรม ดับเบิ้ลทรี ฮิลตัน สุขุมวิท กรุงเทพฯ, โรงแรม มีเลีย เกาะสมุย และ โรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพ สาทร)

ผลการดำเนินงานที่โดดเด่นในปี 2564

เดอะ GALLERY

AWC ก่อตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม เดอะ GALLERY เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน ส่งเสริมอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ และคุณค่าคืนสู่สังคม

Asset World Foundation for Charity

AWC จัดตั้งมูลนิธิ แอสเสท เวิรด์ เพื่อการกุศล หรือ Asset World Foundation for Charity (AWFC) ขึ้นในปี 2561 เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมในโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม สะท้อนคุณค่าของการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน ตามเจตนารมณ์ของบริษัทที่มีความมุ่งมั่นจะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเสริมสร้างชุมชน สังคม และประเทศชาติให้มีคุณภาพมากขึ้น

reConcept

โมเดลธุรกิจใหม่ที่ AWC กำหนดขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อบริหารทรัพย์สินเก่าอย่างยั่งยืนภายใต้สโลแกน “ทุกสิ่งที่เก่ากลับกลายเป็นใหม่อีกครั้ง” ในปี 2564 การดำเนินงานของ reConcpet ช่วยลดขยะฝังกลบได้ทั้งหมด 347 ตัน

AWC ร่วมรวมพลังส่งถุงกำลังใจ

AWC ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการรับมือกับภัยโควิด-19 ด้วยการอำนวยความสะดวกในการใช้พื้นที่ ณ โกดัง 4 เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟร้อนท์ เป็นศูนย์ฉีดวัคซีน พร้อมดำเนินกิจกรรม AWC ร่วมรวมพลังส่งถุงกำลังใจ กว่า 13,500 ถุง มูลค่ากว่า 11 ล้านบาท ให้กับชุมชนต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 จำนวน 20 ชุมชนใน 22 เขต รวมทั้งผู้ใช้แรงงานในแคมป์ก่อสร้าง 19 แห่ง ทั่วกรุงเทพฯ

AWC ร่วมรวมพลังไทยสู้สู้

AWC ร่วมรวมพลังไทยสู้สู้ ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตรจัดตั้ง “ศูนย์พักคอย” ให้กับผู้ป่วยโควิด-19 กลุ่มสีเขียวเพื่อช่วยบรรเทาปัญหาการขาดแคลนเตียง จำนวน 200 เตียง ภายในศูนย์กลางการค้าส่ง เออีซี เทรด เซ็นเตอร์ ประตูน้ำพระอินทร์

THE CORE 5 TO KEEP SAFE AND CLEAN

AWC ห่วงใยดูแลพนักงาน ผู้เช่า และลูกค้า รวมถึงให้ความสำคัญกับการมีสุขอนามัยที่ดี ห่างไกลจากเชื้อไวรัสโควิด-19 ผ่านแผนแม่บท 5 ประการ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติภายในพื้นที่สำนักงาน รวมถึงสถานประกอบการต่าง ๆ ในเครือ

IGNITE ONE SPIRIT

AWC ดำเนินโครงการสำหรับพนักงาน เพื่อรวมพลังให้เกิดความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวในการฟันฝ่าอุปสรรคในช่วงเวลาอันยากลำบากจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อโควิด-19 รวมถึงสร้างแรงกระตุ้นในการก้าวต่อไปข้างหน้าสู่การใช้ชีวิตและการทำงานที่มีตัวเองและเพื่อนร่วมงานเป็นผู้จุดประกายร่วมกัน

AWC BE BETTER

AWC Be Better – Idea for Future กับโครงการในหน่วยธุรกิจเพื่อร่วมกันริเริ่มแนวคิดใหม่ ๆ และแผนงานเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เกี่ยวกับ **AWC**

วิสัยทัศน์

บริษัทมุ่งมั่นสู่การเป็นกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ก้าวหน้าและเติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืนพร้อมดำรงไว้ซึ่งการเป็นที่ชื่นชมและเชื่อถือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร

พันธกิจ

บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างอนาคตที่ดีกว่า พร้อมตอบโจทย์ความต้องการที่เหนือกว่าในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบด้วยแนวทางการปฏิบัติที่เปี่ยมด้วยคุณค่าอันจะนำพาซึ่งประโยชน์สู่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดทั้งชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และประเทศชาติอย่างยั่งยืน

ต่อ**ผู้ใช้บริการ:**
เราสร้างสรรค์และส่งมอบคุณค่า ตลอดจนประสบการณ์ที่เหนือกว่าความต้องการของลูกค้า

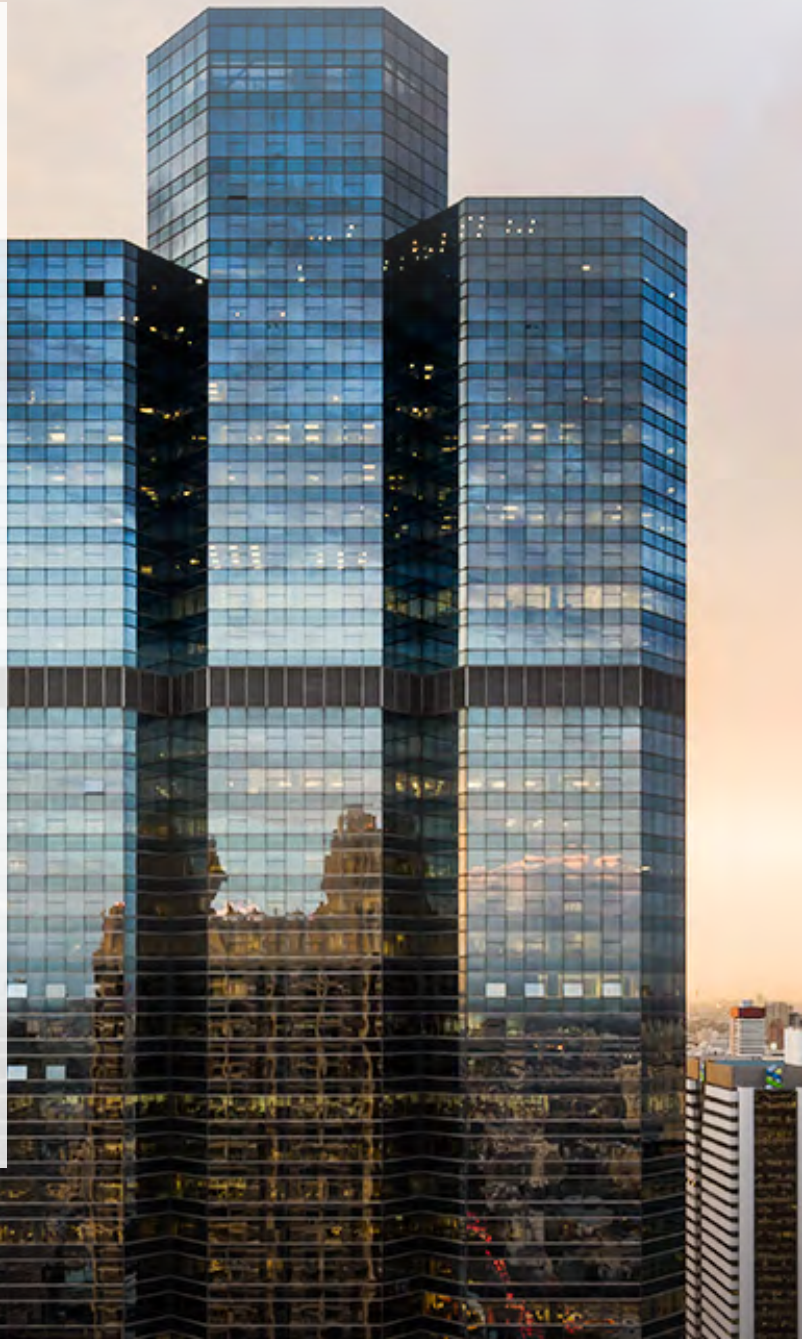
ต่อ**พนักงาน:**
เราส่งเสริมศักยภาพและความสามารถเฉพาะบุคคลเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ

ต่อ**พันธมิตร:**
เราพร้อมร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างสรรค์สินค้า บริการ และมาตรฐานการทำงานที่เปี่ยมด้วยคุณภาพสูงสุด

ต่อ**นักลงทุน:**
เราบริหารจัดการเพื่อผลตอบแทนสูงสุดบนความเสี่ยงที่น้อยที่สุด

ต่อ**อุตสาหกรรม:**
เรามุ่งสู่ความเป็นเลิศเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เหนือมาตรฐานเพื่อคุณค่าที่ยั่งยืน

ต่อ**ชุมชนและสังคม:**
เราพัฒนา ดูแล รักษาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อมของเรา ผสานกับความรับผิดชอบเพื่ออนาคตที่ยั่งยืน



ค่านิยมองค์กร

ค่านิยมองค์กรของ AWC มีที่มาเริ่มจาก ปรัชญา หรือ “Philosophy” ที่เป็นแก่นแท้ของพลังในจิตใจของเราบนพื้นฐานของความดีงามและความซื่อสัตย์ พวกเราได้มารวมกันเป็นส่วนหนึ่งของ Asset World Corporation หรือ “People” ที่มีความมุ่งมั่นทุ่มเทด้วยใจในการทำงานอย่างไม่มีขีดจำกัด เรามุ่งสู่เป้าหมายร่วมกันซึ่งหมายถึงกระบวนการคิดและการทำงาน หรือ “Process” เพื่อสร้างผลงานที่มีคุณภาพ หรือ “Product” ที่ตอบสนองคุณค่าให้กับลูกค้า และสุดท้ายคือความใส่ใจหรือ “Public” ที่พวกเราภาคภูมิใจที่ได้ร่วมสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนสู่สังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และประเทศชาติ

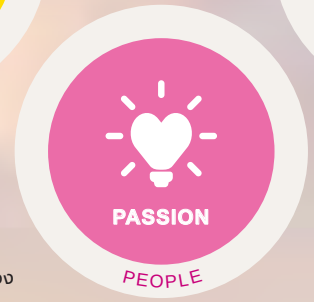
เพื่อส่งเสริมให้ AWC เป็นองค์กรชั้นนำทั้งในด้านการเป็นผู้พัฒนา เป็นเจ้าของ และเป็นผู้ลงทุนในธุรกิจโรงแรม ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่ง และอาคารสำนักงานในประเทศไทย AWC ได้กำหนดค่านิยมองค์กร 5 ประการ อันประกอบด้วย



ซื่อสัตย์ยึดมั่นในความดี

ปรัชญา

เรามีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น เรายึดมั่นทำสิ่งดีและถูกต้องทุกเวลาและสถานการณ์



ทุ่มเทด้วยหัวใจ

คน

เราทำงานด้วยความรักและทุ่มเท เรามีความสนุกกับงานและปรารถนาให้งานสำเร็จสมความตั้งใจ



ร่วมสร้างผลงานสู่เป้าหมาย

กระบวนการ

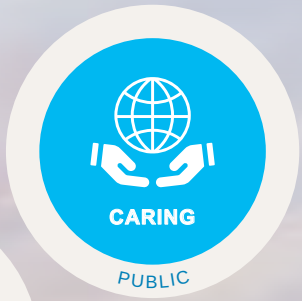
เราพร้อมร่วมมือช่วยสร้างผลงานสู่เป้าหมายขององค์กรด้วยความเชี่ยวชาญอย่างมืออาชีพ



มุ่งมั่นเพื่อลูกค้า

ผลิตภัณฑ์

เรามุ่งมั่นตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจเหนือความคาดหมาย



ตอบแทนสังคมสู่ความยั่งยืน

สาธารณะ

เรามีความสำนึกที่ดีต่อผู้มีส่วนร่วมทางธุรกิจสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาสู่ความมั่นคงอย่างยั่งยืน





BUILDING
A BETTER FUTURE

ธุรกิจของ **AWC**

แอสเสท เวิรด์ คอร์ปอเรชั่น หรือ AWC เป็นหนึ่งในธุรกิจของกลุ่มไทยเจริญคอร์ปอเรชั่น หรือกลุ่มทีซีซี (TCC) ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความโดดเด่นของประเทศไทย ธุรกิจหลักของ AWC ประกอบด้วย การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และการลงทุนในด้านต่าง ๆ ที่มีการขยายตัวและมีความหลากหลายทั้งโรงแรม ศูนย์การค้า พื้นที่เชิงพาณิชย์และธุรกิจค้าส่ง ในฐานะผู้นำด้านอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง AWC ยังคงเดินหน้าและขยายธุรกิจในหลากหลายด้าน ทั้งโครงการที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว และที่อยู่ระหว่างดำเนินการ โดยเฉพาะโครงการในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง มีความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ และมีรากฐานที่มั่นคง ซึ่งแนวทางดังกล่าวได้ผนวกอยู่ในพันธกิจ **“สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า”** เพื่อส่งเสริมให้เกิดโครงการต่าง ๆ พร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตในประเทศไทย



ธุรกิจโรงแรมและการบริการ



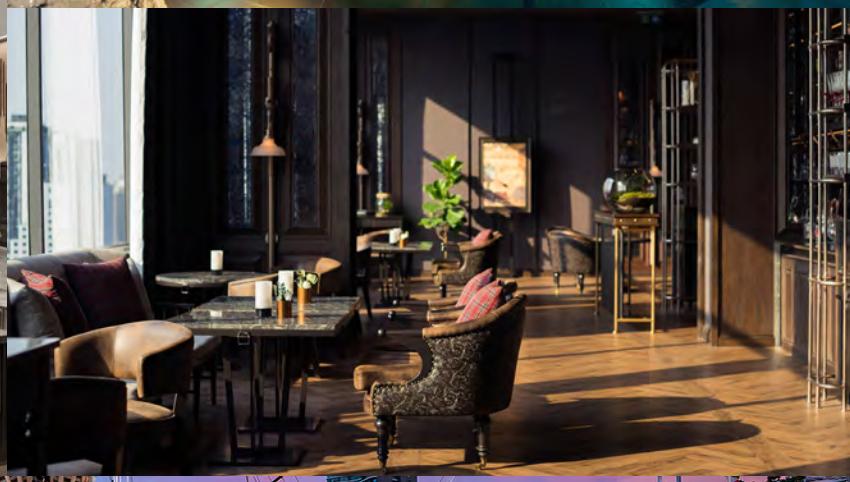
ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง



ธุรกิจอาคารสำนักงาน

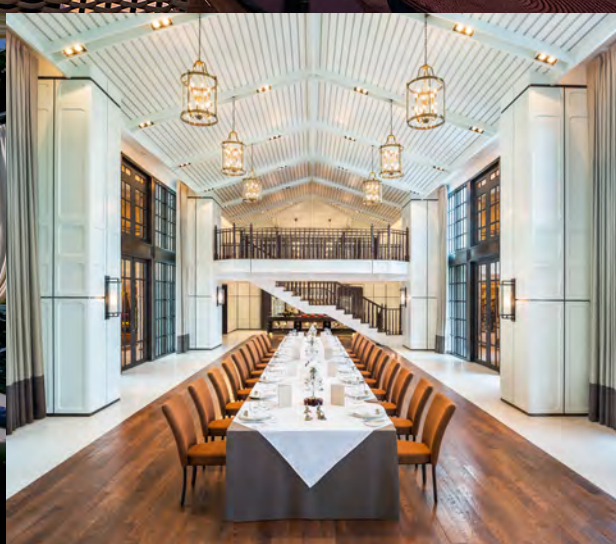












ธุรกิจ **โรงแรมและการบริการ**

AWC เป็นผู้พัฒนาและเป็นเจ้าของโรงแรมที่มีชื่อเสียงและได้รับรางวัลหลายแห่งทั่วประเทศไทย ภายใต้แผนการดำเนินธุรกิจที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของบริษัท โดยร่วมมือกับผู้ประกอบการโรงแรมที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ ภายใต้การบริหารของทีมงานแบรนด์โรงแรมชั้นนำที่มีคุณภาพระดับสากล อาทิ แมริออท ไอเฮชจี โอกุระ บันยันทรี ฮิลตัน และมีเลีย

ในปี 2564 AWC มีโรงแรมในประเทศไทยทั้งหมด 18[1] แห่ง มีห้องพัก 4,941 ห้อง ในพื้นที่ 6 จังหวัดได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) และกระบี่ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ธุรกิจไมซ์ (MICE)[2] โรงแรมกลุ่มที่เน้นบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมในย่านใจกลางเมืองในกรุงเทพฯ รีสอร์ทระดับลักซ์ชูรี และโรงแรมอื่น ๆ นอกกรุงเทพฯ



ธุรกิจโรงแรมและการบริการ 33 แห่ง

ดำเนินกิจการแล้ว	**18**	โรงแรม
อยู่ระหว่างพัฒนาโครงการ	**15**[3]	โรงแรม

[1] ประกอบด้วยโรงแรม 17 แห่ง และเรือสิริมหรรณพ
[2] MICE ย่อมาจาก ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดประชุมนานาชาติ (Convention) และการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition)
[3] รวมโรงแรม 4 แห่งที่ตั้งอยู่ในโครงการมิกซ์ยูส 2 โครงการ (พัทยาและเอเชียทีค) และไม่รวมเอ็มไพร์ รูฟท็อป


ASIATIQUE




GATEWAY
GATEWAY


AEC
TRADE CENTER
YIWU
AEC TRADE CENTER
TOM N TOMS COFFEE




GOD STREET
TOM N TOMS COFFEE
URBANO


ABSOLUTE


LASALLE'S
AVENUE
UNIQLO

ธุรกิจ **ค้าปลีกและค้าส่ง**

AWC เป็นผู้พัฒนา เป็นเจ้าของ และรับบริหารศูนย์การค้าและศูนย์รวมไลฟ์สไตล์ที่มีความร่วมสมัยหลายแห่ง ซึ่งตอบโจทย์กระแสความนิยมและความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ในปี 2564 บริษัทดำเนินกิจการธุรกิจค้าส่ง 2 แห่ง และธุรกิจค้าปลีกอีก 8 แห่ง[1] โดยมีพื้นที่เช่าสุทธิ (NLA)[2] 324,340 ตารางเมตร

ASIATIQUE THE RIVERFRONT | GATEWAY EKAMAI | GATEWAY AT BANGSUE | LASALLE'S AVENUE | PANTIP Ngamwongwan | PANTIP Chiangmai | TAWANNA | WHOLESALE | AEC TRADE CENTER | AEC TRADE CENTER PANTIP WHOLESALE DESTINATION



ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง 10 แห่ง

ธุรกิจค้าปลีก	**8**	แห่ง
ธุรกิจค้าส่ง	**2**	แห่ง

[1] ธุรกิจค้าปลีกประกอบด้วยศูนย์การค้า 8 แห่ง ซึ่งรวมถึงลาซาล 2 แห่ง (ลาซาล 1 และ 2) และมีธุรกิจค้าส่ง อีก 2 แห่ง (มีการปรับเปลี่ยน โอ.พี.เพลส แบงค็อก ให้อยู่ภายใต้ธุรกิจโรงแรมและการบริการ และไม่รวมเอ็มไพร์ รูฟท็อป)
[2] NLA ย่อมาจาก พื้นที่เช่าสุทธิ (Net Lettable Area)













ธุรกิจ **อาคารสำนักงาน**

AWC เป็นเจ้าของและรับบริหารอาคารสำนักงานจำนวน 4 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางย่านธุรกิจของกรุงเทพฯ มีพื้นที่เช่าสุทธิ (NLA)[1] 270,594 ตารางเมตร อาคารสำนักงานทั้ง 4 แห่ง เป็นอาคารแบบใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย (Mixed-use) มีทั้งพื้นที่ค้าปลีกและสำนักงานให้เช่า ภายในพร้อมด้วยฟังก์ชันการใช้งานและระบบสาธารณูปโภคที่มีการออกแบบเพื่อความยั่งยืนและสนับสนุนแรงขับเคลื่อนสู่การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

EMPIRE TOWER BANGKOK

Athenee Tower THE LEADER'S CHOICE

208 WIRELESS ROAD BUILDING

INTERLINK TOWER



อาคารสำนักงาน 4 แห่ง

อาคารสำนักงาน **4** แห่ง

[1] *NLA ย่อมาจาก พื้นที่เช่าสุทธิ (Net Lettable Area)*


ASSET WORLD
CORPORATION

AWC SUSTAINABILITY



BUILDING
A BETTER FUTURE

เกี่ยวกับ**รายงานฉบับนี้**

แอสเสท เวิรด์ คอร์ปอเรชั่น (AWC) จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นประจำทุกปี และได้เผยแพร่รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนครั้งล่าสุดเมื่อเดือนมีนาคม ปี 2564 โดยขอบเขตของการรายงานครอบคลุมหน่วยธุรกิจและบริษัทลูกทุกแห่งในประเทศไทยที่ AWC ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 75 และมีการควบคุมในระดับปฏิบัติการผ่านคณะกรรมการของบริษัท ประกอบด้วย ธุรกิจโรงแรมและการบริการ ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง และธุรกิจอาคารสำนักงาน เนื้อหาในรายงานฉบับนี้ครอบคลุมผลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564

สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมและการอ้างอิงเกี่ยวกับโครงสร้างการถือหุ้น
สามารถดูได้จากรายงานประจำปีที่เว็บไซต์: https://www.assetworldcorp-th.com/

การจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารกลยุทธ์ด้านการเติบโตอย่างยั่งยืน ตลอดจนแนวทางการจัดการ ผลการดำเนินงาน และประเด็นต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อองค์กรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมตามแนวคิด ESG (Environmental, Social, and Governance)

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้ได้จัดทำตามกรอบการรายงานความยั่งยืนของ Global Reporting Initiatives หรือ GRI Standards เพื่อวัดระดับความครบถ้วนตามตัวชี้วัดหลัก (Core Option) รายงานฉบับนี้ได้ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการความยั่งยืนของบริษัท และได้รับการทวนสอบตัวชี้วัดโดยหน่วยงานอิสระเพื่อแสดงถึงความโปร่งใสของบริษัท ในดัชนีดังต่อไปนี้:

- GRI 302-1 ปริมาณการใช้พลังงานภายในองค์กร
- GRI 303-3 ปริมาณน้ำจากภายนอก
- GRI 303-4 ปริมาณน้ำทิ้ง
- GRI 303-5 ปริมาณน้ำใช้
- GRI 305-1 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1)
- GRI 305-2 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2)
- GRI 306-3 ปริมาณของเสียทั้งหมด
- GRI 306-4 ปริมาณของเสียที่มีการนำเข้ากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่
- GRI 306-5 ปริมาณของเสียที่ส่งไปกำจัด
- GRI 403-9 การบาดเจ็บที่เกี่ยวเนื่องจากการทำงาน

AWC ให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน อันจะเป็นการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หากท่านมีข้อแนะนำ ข้อคิดเห็น หรือข้อสงสัยใด ๆ สามารถนำส่งได้ที่

ฝ่ายบริหารความยั่งยืน
บริษัท แอสเสท เวิรด์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (AWC)
ชั้น 54 อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ เลขที่ 1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 ประเทศไทย
โทร: +66 2180 9999
อีเมล: awc-sustainability@assetworldcorp-th.com

หลักการ**ด้านความยั่งยืน**

แอสเสท เวิรด์ คอร์ปอเรชั่น (AWC) ยึดมั่นในพันธกิจการดำเนินงาน “การสร้างอนาคตที่ดีกว่า” อย่างจริงจัง โดยใช้แนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนบูรณาการร่วมกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ตลอดจนดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างมูลค่าที่แท้จริงแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม ส่งผลให้ AWC สามารถดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ แนวคิดด้านความยั่งยืนได้ผนวกลงในทุกกระบวนการดำเนินงาน ทั้งการลงทุน การพัฒนาโครงการ การก่อสร้าง และการบริหารจัดการ จนกระทั่งบริษัทสามารถส่งต่อคุณค่าสู่สังคมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

บริษัทได้เสริมสร้างความเข้มแข็งและการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเทคโนโลยีและการจัดการแบบบูรณาการมาประยุกต์ใช้ เพื่อช่วยพัฒนาระบบนิเวศด้านความยั่งยืน ทั้งนี้ ความยั่งยืนไม่เพียงสร้างผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสำหรับผู้ถือหุ้นทุกราย แต่ยังบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างมูลค่าที่แท้จริงให้กับสังคม พันธมิตร ลูกค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทยังปฏิบัติตามนโยบายการจัดการด้านความยั่งยืนอย่างเคร่งครัด ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อสำคัญ 10 หัวข้อ ภายใต้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม โดยแนวปฏิบัติของนโยบายการจัดการความยั่งยืนดังกล่าวเป็นรากฐานของทุกกระบวนการในห่วงโซ่คุณค่าของ AWC



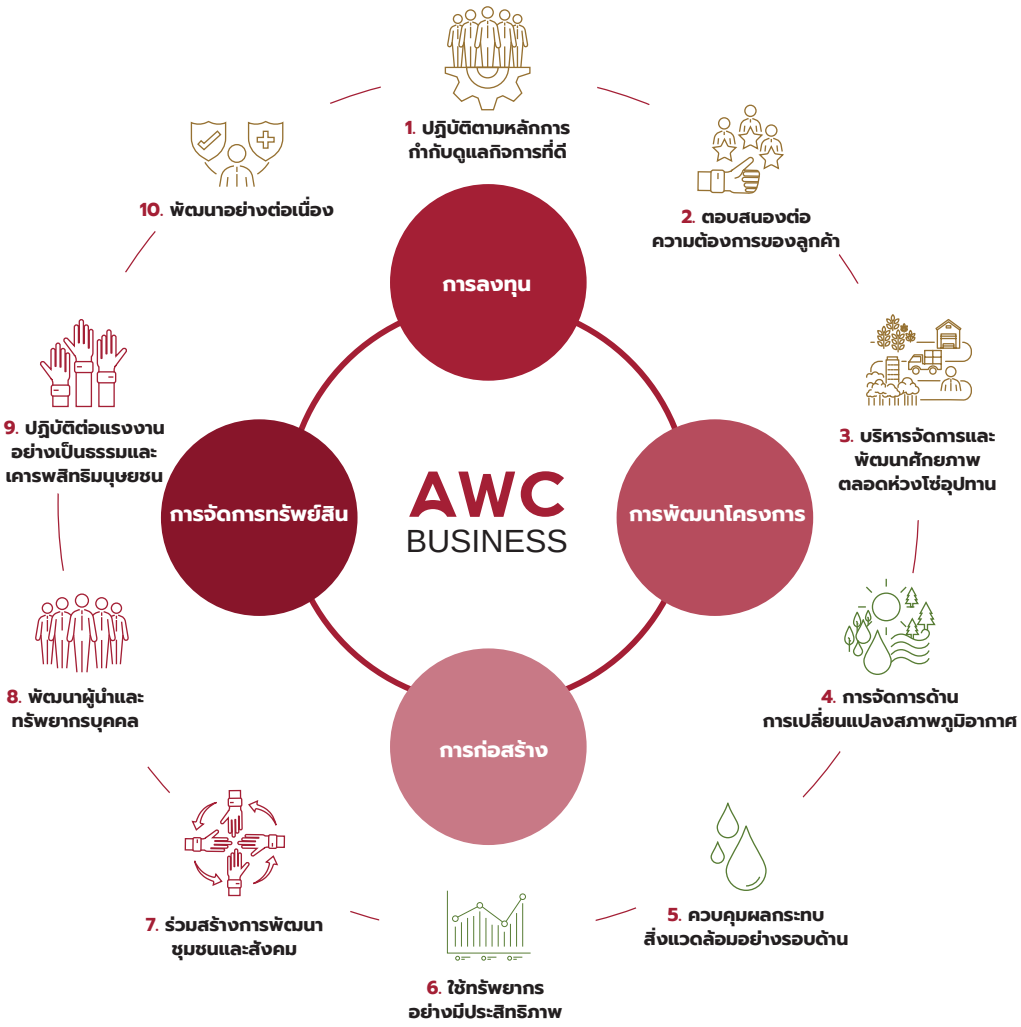
AWC ดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามแผนกลยุทธ์ 5 ปี ซึ่งประกอบด้วยตัวชี้วัดความยั่งยืนที่มีการตรวจสอบผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยมีคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและคณะกรรมการความยั่งยืนทำหน้าที่ดูแลและกำกับการทำงานตามแผนพัฒนาที่เป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารความยั่งยืนยังเป็นหน่วยงานหลัก และเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมหรือริเริ่มโครงการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามแผนงานความยั่งยืนที่ระบุไว้ ทั้งนี้ แผนกลยุทธ์ 5 ปีไม่เพียงแต่ช่วยปรับปรุงมาตรฐานการดำเนินงานของภาคอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังหนุนเสริมการสร้างคุณค่าแบบองค์รวมสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มของ AWC อีกด้วย

นโยบาย**ด้านความยั่งยืน**

AWC มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามกรอบการทำงานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล รวมถึงยึดมั่นที่จะสร้างสรรค์คุณค่าในทุกมิติอย่างต่อเนื่องให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญในทุกขั้นตอนของการทำธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า และดูแลคุณค่าองค์รวมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างยั่งยืน

บริษัทได้ดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อม และขยายขอบเขตนโยบายไปสู่สถานประกอบการอื่น ซึ่งหมายรวมถึงคู่ค้า ผู้ให้บริการ และผู้รับเหมา ผ่านการนำนโยบายนี้ไปใช้กับการจัดการของเสียและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นหลักสำคัญในการดำเนินงานของ AWC จากนโยบายและแนวทางการจัดการและการควบคุมภายใน ในช่วง 4 ปีงบประมาณที่ผ่านมา AWC ไม่มีค่าปรับใด ๆ อย่างมีนัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ นอกจากนี้ AWC กำลังอยู่ในกระบวนการบูรณาการกรอบการทำงาน TCFD ในการจัดการความเสี่ยง และวางแผนที่จะบูรณาการกรอบการทำงาน TCFD อย่างเสร็จสมบูรณ์ในปี 2566

สำหรับมุมมองด้านความยั่งยืน AWC ได้กำหนดหลักในการพัฒนาอย่างยั่งยืนตาม “นโยบายการบริหารความยั่งยืน” อันประกอบด้วย 10 หัวข้อหลักที่ครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน อันประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมในการขับเคลื่อนทุกกระบวนการตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้



นโยบายด้านความยั่งยืน



1

ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ กฎเกณฑ์ และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด นำแนวปฏิบัติในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจมาประยุกต์ใช้ รวมถึงเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มได้รับทราบ



2

ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

มุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานสู่ความเป็นเลิศเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้เช่า



3

บริหารจัดการและพัฒนาศักยภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน

สร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายและกรอบการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนให้ลูกค้า คู่ค้าธุรกิจ ผู้เช่า และพนักงานได้รับทราบและนำไปประยุกต์ใช้ รวมถึงตรวจประเมินการดำเนินงานด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าธุรกิจหลักทุกราย เพื่อส่งเสริมและยกระดับการให้บริการ พร้อมลดผลกระทบจากการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน



4

การจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนและพลังงานหมุนเวียน รวมถึงการออกแบบโครงการที่สร้างคุณค่า รักษาสภาพภูมิอากาศ อนุรักษ์ธรรมชาติ และเพิ่มพื้นที่สีเขียว



5

ควบคุมผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน

ลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้านตั้งแต่กระบวนการก่อสร้างจนถึงระหว่างการดำเนินธุรกิจ เพื่อหาวิธีป้องกันหรือแนวทางลดผลกระทบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

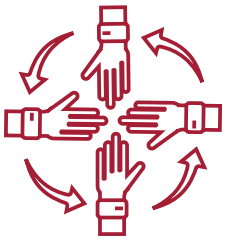
นโยบายด้านความยั่งยืน



6

ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ใช้น้ำ พลังงาน และทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการก่อสร้าง การเลือกใช้วัสดุ และการจัดการอาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามแนวคิดอาคารสีเขียว



7

ร่วมสร้างการพัฒนาชุมชนและสังคม

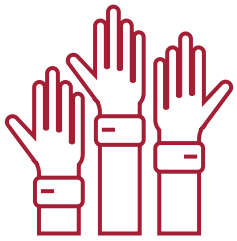
สร้างคุณค่าทางสังคม ส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับชุมชนโดยรอบ ผ่านการลงทุนในโครงการเพื่อสังคม และสร้างพื้นที่ส่วนรวมเพื่อประโยชน์อย่างยั่งยืนในชุมชน



8

พัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

พัฒนาศักยภาพพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จำเป็น วางแผนการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน เพื่อดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีประสิทธิภาพในการทำงานสูง รวมถึงสนับสนุนการเติบโตของพนักงาน และความยั่งยืนของธุรกิจ



9

ปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและเคารพสิทธิมนุษยชน

ปฏิบัติต่อแรงงานและเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักสากลอย่างเคร่งครัด ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนพร้อมจัดทำมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการละเมิดและบรรเทาผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน ตลอดจนลดความเหลื่อมล้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน



10

พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ติดตาม ตรวจสอบ ประเมิน และพัฒนามาตรฐานในการดำเนินงานทุกขั้นตอน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ห่วงโซ่คุณค่าของ AWC

การลงทุน
จุดเริ่มต้นของความยั่งยืน
ของธุรกิจเริ่มตั้งแต่กระบวนการ
สรรหาที่ดินทำเลศักยภาพ
รวมถึงการสรรหาเงินทุน
สำหรับพัฒนาโครงการ

การพัฒนาโครงการ
การร่วมมือกับพันธมิตรและคู่ค้า
ทางธุรกิจในการสร้างสรรค์
อสังหาริมทรัพย์ที่มุ่งตอบสนอง
ไลฟ์สไตล์แบบครบวงจร



การจัดการสินทรัพย์
ยกระดับการบริการ และบริหาร
ความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อส่งมอบ
ประสบการณ์ที่ดีที่สุด ตลอดจน
คุณค่าด้านความยั่งยืนแก่
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

การก่อสร้าง
เพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศ
ในการดำเนินงานด้วยกระบวนการ
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ร่วมกับ
การใส่ใจดูแลชุมชนและสังคมใน
ทุกพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินการ

การลงทุน	การพัฒนาโครงการ	การก่อสร้าง	การจัดการทรัพย์สิน	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
• พนักงาน • หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ • ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน • ชุมชน • สื่อมวลชน	• พนักงาน • คู่ค้า • ชุมชน	• พนักงาน • คู่ค้า • ลูกค้า • ชุมชน • ผู้เช่า • สมาคมอุตสาหกรรม • หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ	• พนักงาน • คู่ค้า • ลูกค้า • ผู้เช่า • ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน • ชุมชน • สมาคมอุตสาหกรรม • หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ • สื่อมวลชน	
• การกำกับดูแลกิจการที่ดี • ความเชื่อถือและความมั่นใจต่อบริษัทในระยะยาว • การพัฒนาศักยภาพพนักงาน	• ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและคู่ค้า • พัฒนาศักยภาพคู่ค้า • สินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกลุ่มอื่น • การประเมินความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	• สินค้าและบริการมีคุณภาพตามที่คาดหวัง • ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานอาคารเขียว • คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่ดีขึ้น	• ความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม • การกำกับกิจการที่ดี • โครงการสร้างคุณค่าองค์รวมที่จับต้องได้ • คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	ผลกระทบที่มีนัยสำคัญ

การสร้างความผูกพันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มและครอบคลุมในทุกกิจกรรมของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีกิจกรรมทางธุรกิจที่หลากหลายซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายกลุ่ม ดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและแนวทางการสร้างความสัมพันธ์เพื่อความพึงพอใจของทุกกลุ่ม โดยได้พิจารณาถึงความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ความเท่าเทียมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ความครอบคลุมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และความเหมาะสมในการวางแผนบริหารจัดการ การสร้างความสัมพันธ์ และการสื่อสาร

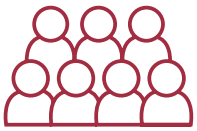
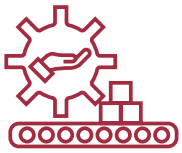
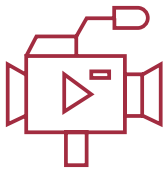
บริษัทได้ระบุและประเมินกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามหลัก 5 ประการ ได้แก่ การพึ่งพาอาศัยบริษัท ความรับผิดชอบของบริษัท ความช่วยเหลือของบริษัท อิทธิพลหรืออำนาจต่อบริษัท และทัศนคติที่หลากหลายต่อบริษัท




พนักงาน
ลูกค้า
ผู้เช่า
คู่ค้า
ผู้ถือหุ้นและ
นักลงทุน
ชุมชน
หน่วยงาน
กำกับดูแล
และภาครัฐ
สมาคม
อุตสาหกรรม
สื่อมวลชน
ASSET WORLD
CORPORATION

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ประเด็นที่ให้ความสนใจ	การดำเนินการและการตอบสนอง
พนักงาน 	• ความก้าวหน้าในอาชีพ • การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ • อาชีวอนามัยและความปลอดภัย • เงินตอบแทน สิทธิประโยชน์และผลประโยชน์อื่น • การเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน • ความโปร่งใส	• จัดให้มีการฝึกอบรมที่จำเป็นเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง • จัดให้มีโปรแกรมเพื่อรักษาพนักงานที่ดีและมีความสามารถ • จัดการให้พนักงานได้รับผลตอบแทนและสิทธิประโยชน์ที่เป็นธรรม • ประกาศนโยบายอาชีวอนามัยและความปลอดภัยและแนวทางการดำเนินงานในกลุ่มพนักงาน • ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานไทยอย่างเคร่งครัด • ปฏิบัติกับพนักงานด้วยความเคารพตามหลักสิทธิมนุษยชน • จัดให้มีช่องทางสำหรับพนักงานเพื่อส่งข้อคิดเห็น ข้อแนะนำ หรือข้อร้องเรียน • กำหนดค่านิยมองค์กร
ลูกค้า 	• จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและความโปร่งใส • ผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพสูงในราคาที่เป็นธรรม • การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ • การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม • ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว • การอนุรักษ์ทรัพยากร	• ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด • นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการในราคาที่เหมาะสม • มอบหมายหน่วยงานในการรับข้อคิดเห็น ข้อแนะนำ หรือข้อร้องเรียนจากลูกค้า • จัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน • ริเริ่มโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ผู้เช่า 	• การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม • การปกป้องสิ่งแวดล้อม • ตำแหน่งที่ตั้งที่เป็นเลิศ	• ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจและนโยบายของบริษัทอย่างเคร่งครัด • ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง • ผนวกหลักการอาคารสีเขียวเข้าไว้ในโครงการที่ดำเนินการอยู่และที่จะพัฒนาใหม่
คู่ค้า 	• จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ความโปร่งใส และความเป็นธรรม • ทิศทางของธุรกิจในอนาคตและการเติบโตของธุรกิจ • การเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้า • ความร่วมมือทางธุรกิจในระยะยาว	• กำหนดให้มีจรรยาบรรณคู่ค้าที่เป็นมาตรฐาน • พัฒนาโครงการคู่ค้าที่เป็นพันธมิตรกับบริษัท • มอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบในการสื่อสารกับคู่ค้าในเรื่องต่าง ๆ และประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยตรง • ปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายด้วยความเสมอภาคและเป็นธรรมตามที่ระบุไว้ในจรรยาบรรณทางธุรกิจ
ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน 	• จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและความโปร่งใส • ผลการดำเนินงานของธุรกิจและความสามารถในการแข่งขัน • ทิศทางการเติบโตของธุรกิจและทิศทางในอนาคต	• ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจและนโยบายของบริษัทอย่างเคร่งครัด • ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง • เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสและอยู่ในกรอบเวลาที่เหมาะสม • มอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบในการประสานงานกับผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

การสร้างคุณค่า	ช่องทางการสื่อสารและการสร้างความผูกพัน
• พนักงานได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสมเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ • การพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง • เสถียรภาพและความก้าวหน้าในอาชีพ • การประเมินความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน • กลไกการรับข้อร้องเรียน • ดูแลการจ้างงาน และผลตอบแทนที่มั่นคงและต่อเนื่อง	• อินทราเน็ต • AWC CONNEXT • อีเมล: การกำกับดูแล และทรัพยากรบุคคล • การประชุมพนักงานทุกระดับโดยผู้บริหารระดับสูงของสายงานเป็นประจำ • การสนทนา การประชุม และการประชุมทีมปฏิบัติการ • การสำรวจความผูกพันของพนักงาน • รายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์บริษัท • ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน *https://www.assetworldcorp-th.com/whistle-blower/form.php*
• สินค้าและบริการมีคุณภาพที่ตอบสนองความคาดหวัง • ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและลูกค้า • สินค้าและรูปแบบที่สอดคล้องกับวิถีใหม่ (New Lifestyle) • การวางแผน และการเลือกแบรนด์ที่เหมาะสม • กิจกรรมที่กระตุ้นให้ลูกค้ารู้จักกับแบรนด์ • จุดขายที่หลากหลายตามแต่ละประเภทของสถานประกอบการ • เกณฑ์การประเมินตามมาตรฐานของแต่ละสถานประกอบการ	• การให้บริการลูกค้า • ศูนย์บริการลูกค้า • การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า • สื่อประเภทต่าง ๆ • รายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • AWC CONNEXT • AWC Infinite Lifestyle • เว็บไซต์บริษัท • ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน *https://www.assetworldcorp-th.com/whistle-blower/form.php*
• ความเชื่อถือและความมั่นใจต่อบริษัทในระยะยาว • ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและผู้เช่า • ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานอาคารสีเขียว	• การสร้างความผูกพันกับผู้เช่า • การประเมินความพึงพอใจประจำปี • งานครบรอบประจำปีของแต่ละอาคาร • รายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์บริษัท • ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน *https://www.assetworldcorp-th.com/whistle-blower/form.php*
• พัฒนาศักยภาพของคู่ค้า • ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและคู่ค้า • ความเชื่อถือและความสัมพันธ์กับบริษัทในระยะยาว • สินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกลุ่มอื่น • สินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานคุณภาพสากล	• การทำงานร่วมกันของหน่วยงานกับคู่ค้า • การพบปะคู่ค้า • การประเมินคู่ค้า • รายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์บริษัท • ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน *https://www.assetworldcorp-th.com/whistle-blower/form.php*
• การกำกับดูแลกิจการที่ดี • ธำรงไว้ซึ่งสิทธิของผู้ถือหุ้น • การเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อให้นักลงทุนสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม • ผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างเหมาะสมและเท่าเทียม • ความเชื่อถือและความมั่นใจต่อบริษัทในระยะยาว	การสื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน รวมถึงสร้างความผูกพันกับนักลงทุน โดยดำเนินการผ่านช่องทางดังต่อไปนี้ • การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • การประชุมนักวิเคราะห์ (Analyst Meeting) รายไตรมาส • Roadshow / Conference (One on One และ Non-Deal Roadshow (NDR)) • การประชาสัมพันธ์ • อีเมล / โทรศัพท์ • รายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์บริษัท • ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน *https://www.assetworldcorp-th.com/whistle-blower/form.php*

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ประเด็นที่ให้ความสนใจ	การดำเนินการและการตอบสนอง
ชุมชน 	• ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม • ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชน เช่น รายได้ การจ้างงาน การศึกษา และสุขภาพ • ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายและข้อบังคับ • ปกป้องสิทธิมนุษยชน	• ดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจเพื่อป้องกันผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม • ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด • สื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนอย่างถูกต้องและทันท่วงที • ริเริ่มโครงการรักษาสิ่งแวดล้อม • ริเริ่มโครงการเพื่อเสริมสร้างด้านสังคม • ร้าน “The GALLERY” (ร้านค้าที่ดำเนินงานตามแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม)
หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ 	• จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ • การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง • ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล • ความร่วมมือกับภาครัฐเพื่อบังคับใช้นโยบาย และเป็นแบบอย่างของกลุ่มธุรกิจ • ปกป้องสังคมและสิ่งแวดล้อม	• ดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจและเคารพกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง • เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใส • ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และบริษัท • ริเริ่มโครงการระยะยาวเพื่อลดผลกระทบและปรับปรุงคุณภาพด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
สมาคมอุตสาหกรรม 	• จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ • การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง • ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล • ความร่วมมือกับสมาคมอุตสาหกรรมเพื่อเป็นแบบอย่างของกลุ่มธุรกิจ • นโยบายและการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	• ดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจและเคารพกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง • เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใส • ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และบริษัท • ริเริ่มโครงการระยะยาวเพื่อลดผลกระทบและปรับปรุงคุณภาพด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม • โครงการ “reConcept”
สื่อมวลชน 	• ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล • ทิศทางของการดำเนินธุรกิจ • แนวทางในการดูแลและรับผิดชอบผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย • ความปลอดภัยของข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	• มอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบในการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน • สื่อสารและเปิดเผยข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ • เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนเสนอความคิดเห็น • ติดตามความเคลื่อนไหวของโลกเพื่อใช้วางแผนทิศทางการดำเนินงานในอนาคต

การสร้างคุณค่า	ช่องทางการสื่อสารและการสร้างความผูกพัน
• ลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด • ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทกับชุมชน • โครงการสร้างคุณค่าที่จับต้องได้ • คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	• การลงพื้นที่ • กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม • กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม • การสำรวจความพึงพอใจของชุมชน • รายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์บริษัท • ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน *https://www.assetworldcorp-th.com/whistle-blower/form.php*
• การกำกับดูแลกิจการที่ดี • ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ	• การประชุมและเยี่ยมชมในโอกาสต่าง ๆ • การเข้าร่วม CAC ของภาคเอกชน • เข้าร่วมเครือข่ายของรัฐ • รายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์บริษัท • ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน *https://www.assetworldcorp-th.com/whistle-blower/form.php*
• การกำกับดูแลกิจการที่ดี • สร้างมาตรฐานด้านคุณค่าที่ดีสำหรับอุตสาหกรรมโดยรวม • ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและสมาคมอุตสาหกรรม • ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคม พร้อมรักษาและดูแลสิ่งแวดล้อมเพื่อคุณค่าระยะยาว	• การมีส่วนร่วมกับสมาคมอุตสาหกรรมที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกัน • การประชุมรายเดือน / รายไตรมาส • รายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • รายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) • เว็บไซต์บริษัท • ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน *https://www.assetworldcorp-th.com/whistle-blower/form.php*
• ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทกับสื่อมวลชน • ข้อมูลอันเป็นประโยชน์และเป็นปัจจุบันบนพื้นฐานของข้อเท็จจริง	• รูปแบบและช่องทางการสื่อสาร • การสนับสนุนและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีผ่านกิจกรรมเพื่อสื่อมวลชน • การสื่อสารแผนธุรกิจและผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ • รายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • เว็บไซต์บริษัท • ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน *https://www.assetworldcorp-th.com/whistle-blower/form.php*

การประเมิน**สาระสำคัญ**

การจัดลำดับประเด็นสำคัญถือเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อความยั่งยืนของ AWC อย่างยิ่ง โดยบริษัทใช้แนวทางแบบองค์รวมในการรวบรวมและตีความข้อมูล รวมถึงผนวกความเสี่ยงและโอกาสจากมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การปฏิบัติงานในหลากมิติและห่วงโซ่คุณค่า ตลอดจนทิศทางของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และแนวโน้มด้านความยั่งยืน เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ

นอกจากนี้ บริษัทได้นำมาตรฐาน AA1000 Accountability Principles (2018) และ Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) มาเป็นส่วนหนึ่งในกำหนดแนวทางการประเมินสาระสำคัญแบบองค์รวม เพื่อให้เห็นภาพสาระสำคัญของบริษัทอย่างชัดเจน โดยกระบวนการประเมินสาระสำคัญนั้น บริษัทได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1 ระบุประเด็น

ในการระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญหรือความเป็นสาระสำคัญ บริษัทจะพิจารณาจากหลายด้าน ทั้งกลยุทธ์ของบริษัท ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรมโรงแรมและการบริการ แนวทางที่กำหนดโดยองค์กรระดับชาติและระดับสากล ความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงความเสี่ยงอุบัติใหม่และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลก เช่น การให้คะแนนความสำคัญของ DJSI

2 จัดลำดับความสำคัญ

เมื่อระบุประเด็นสาระสำคัญแล้ว บริษัทจะปรึกษาและรับฟังมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อจัดอันดับประเด็นดังกล่าว โดยความเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะนำมาสมดุลกับความเสี่ยงและโอกาสของบริษัทผ่านมุมมองความยั่งยืน โดยพิจารณาความสำคัญในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และความสำคัญต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กระบวนการนี้เป็นการอธิบายถึงสิ่งที่บริษัทต้องจัดลำดับความสำคัญ เพื่อตอบสนองผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจ

3 ทวนสอบ

เมื่อการจัดลำดับความสำคัญแล้วเสร็จ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการใหญ่ และผู้บริหารระดับสูงจะทวนสอบและรับทราบประเด็นสาระสำคัญดังกล่าวเพื่อยืนยันว่าบริษัทได้มีการประเมินผลกระทบอย่างเหมาะสม ผลจากกระบวนการทวนสอบนี้จะใช้เป็นหลักสำคัญในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน รวมถึงจัดเตรียมรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

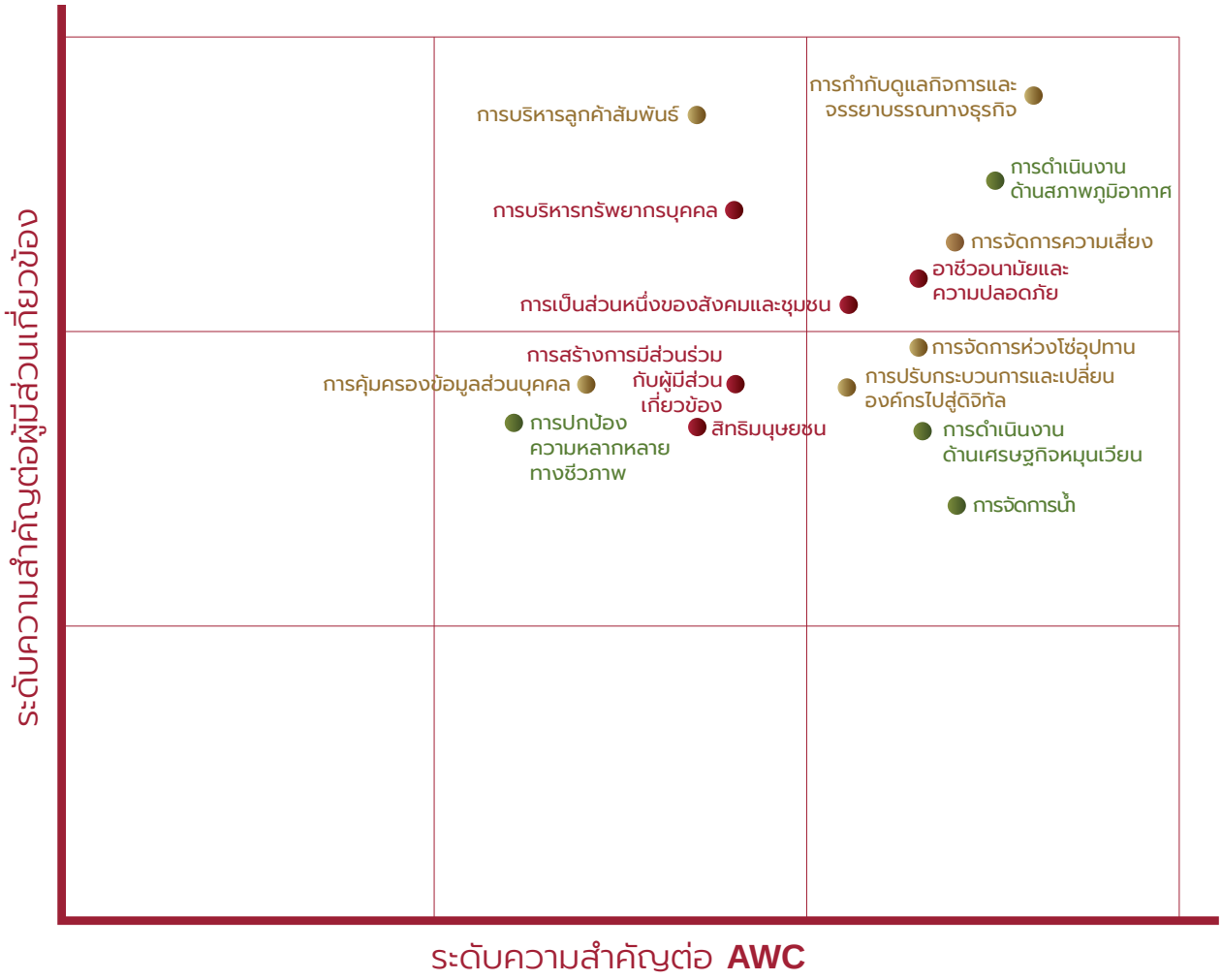
4 ทบทวนและประเมิน

บริษัทเชื่อว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ซึ่งเกิดขึ้นได้ผ่านการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ การติดตามข้อกังวล และความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่อาจเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงจัดให้มีกระบวนการทบทวนและประเมินผลเพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาและทิศทางความยั่งยืนในอนาคต อีกทั้งยินดีรับฟังความเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมสังคมที่ยั่งยืนตามพันธกิจของบริษัทในการ “สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า”

ผลการประเมินสาระสำคัญ

จากการประเมินสาระสำคัญที่อธิบายไว้ในหัวข้อก่อนหน้านี้ ทำให้ทราบ "ผลการประเมินสาระสำคัญ" ที่แสดงให้เห็นถึงระดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญของบริษัท ซึ่งพิจารณาจากความสำคัญต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและความสำคัญต่อบริษัท แล้วนำแต่ละประเด็นมาจัดลำดับความสำคัญ

ในการขับเคลื่อนความยั่งยืนขององค์กร บริษัทยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณ นำการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมาเป็นหัวใจหลักในการดำเนินการด้านความยั่งยืนในระยะยาว และใช้การบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันประเด็นสาระสำคัญอื่น ๆ ก็จะถูกนำมาพิจารณาเพื่อเสริมสร้างความสามารถของบริษัท และส่งมอบการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมด



จากตารางการประเมินสาระสำคัญในปี 2564 ประเด็นสาระสำคัญของ AWC และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องยังคงเหมือนเดิมเกือบทั้งหมด อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ในปีนี้มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญบางประการ หัวข้อแรกได้แก่ "การปรับกระบวนการและเปลี่ยนองค์กรไปสู่ดิจิทัล" โดยถูกจัดไว้ในตารางที่มีความสำคัญสูง หัวข้อที่สองได้แก่ "การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน" โดยถูกรวมเข้ากับหัวข้อการจัดการของเสียและการจัดหาวัสดุและประสิทธิภาพ และหัวข้อสุดท้าย ได้แก่ "การปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ" ซึ่งมีการให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างมากในปีนี้

ประเด็นสาระสำคัญของบริษัท







การกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจ

อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

การดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศ

การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและชุมชน

การจัดการความเสี่ยง

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ประเด็นสาระสำคัญของบริษัท



การบริหารทรัพยากรบุคคล



การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน



การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน



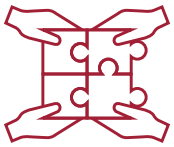
การจัดการน้ำ



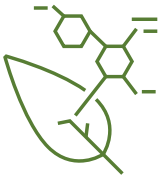
สิทธิมนุษยชน



การปรับกระบวนการและเปลี่ยนองค์กรไปสู่ดิจิทัล



การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



การปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

AWC มีความภาคภูมิใจที่จะนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในปี 2564 ซึ่งเป็นผลของความพยายามอย่างต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท AWC เป็นที่ยอมรับในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ โดยบริษัทได้รับผลการประเมินความยั่งยืน MSCI ESG Ratings ในระดับ "AA" โดย MSCI ESG Research **รวมถึงได้รับการจัดอันดับใน S&P Global Sustainability Yearbook 2022 ระดับ Member ในกลุ่มอุตสาหกรรมโรงแรม รีสอร์ท และเรือสำราญ (Hotels, Resorts & Cruise Lines) สะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจของ AWC ได้ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน ควบคู่ไปกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลให้องค์กรได้รับการยอมรับในระดับสากล นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในรายชื่อหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment หรือ THSI) ซึ่งจัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เป็นครั้งแรกในปี 2564**

AWC มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับกรอบการทำงานในระดับประเทศและระดับสากล ตลอดจนยึดมั่นในการสร้างคุณค่าในทุกมิติ และการจัดลำดับความสำคัญในทุกการดำเนินกิจการตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าของเรา AWC มีความตั้งใจที่จะส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงกำหนดและสื่อสารกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน โดยยึดแนวทางตามนโยบายด้านความยั่งยืนและประเด็นที่มีสาระสำคัญ เพื่อให้บริษัทเข้าใจถึงความเสี่ยงและโอกาสของการดำเนินธุรกิจ

บริษัทได้พัฒนาแผนกลยุทธ์ 5 ปี เพื่อร่างกรอบการทำงานที่ชัดเจน 3 ประการที่จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ AWC โดยบริษัทได้ผนวกกรอบการทำงานและเป้าหมายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดแผนการดำเนินงานของบริษัท ให้ครอบคลุมความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ

ประการแรก การขับเคลื่อนความยั่งยืนและการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดด้านความยั่งยืนในระดับสากล ซึ่งรวมถึงดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) ดัชนีชี้วัดด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Carbon Disclosure Project: CDP) และมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลด้านการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD)

ประการที่สอง การสนับสนุนและการพัฒนาให้เกิดการสร้างคุณค่าทางสังคมเพื่อก่อให้เกิดความเชื่อถือในสังคม และเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินงานของบริษัท

ประการที่สาม การดำเนินงานภายใต้พันธกิจ "สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า" เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยยึดหลักความรับผิดชอบด้วยการสร้างคุณค่าที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในเส้นทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในปี 2563 AWC ได้ก่อตั้งคณะกรรมการความยั่งยืนเพื่อกำกับดูแลการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัท คณะกรรมการความยั่งยืนมีบทบาทและความรับผิดชอบในการอนุมัตินโยบาย แนวปฏิบัติ และกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกลยุทธ์และเป้าหมายด้านความยั่งยืนของ AWC ให้ข้อเสนอแนะและการสนับสนุนเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานด้านความยั่งยืน รวมถึงติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท คณะผู้นำด้านความยั่งยืนได้จัดให้มีการประชุมรายไตรมาสเพื่อติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงาน สื่อสารให้สมาชิกได้รับทราบข้อมูลโดยทั่วกัน พิจารณาอนุมัติเรื่องที่สำคัญ รวมทั้งรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ นอกจากนี้ เพื่อให้บริษัทดำเนินธุรกิจอย่างบูรณาการ คณะทำงานด้านความยั่งยืน อันประกอบด้วย ฝ่ายบริหารความยั่งยืน และผู้เชี่ยวชาญในเรื่องต่าง ๆ (Subject Matter Experts: SMEs) จะประสานงานกับหน่วยธุรกิจและหน่วยปฏิบัติการต่าง ๆ เพื่อดำเนินงานภายใต้การสนับสนุนจากคณะผู้นำด้านความยั่งยืน



จากแผนกลยุทธ์ที่ได้กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของ AWC ในการผนวกเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN SDGs) เข้ากับการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนความยั่งยืนในระดับสากล

“สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า”

BUILDING
A BETTER FUTURE

ปรัชญา

ส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนในระยะยาว
เป้าหมายเชิงกลยุทธ์

การผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตร / การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติตามข้อกำหนด (GRC)
หลักในการดำเนินธุรกิจ



นวัตกรรม / การปรับกระบวนการและเปลี่ยนองค์กรไปสู่ดิจิทัล / การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
ปัจจัยขับเคลื่อน

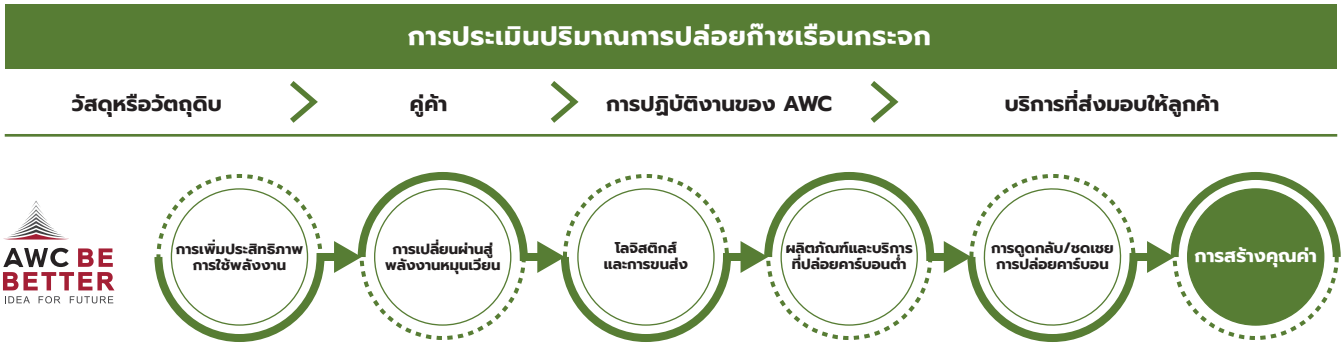
การดำเนินพันธกิจของ AWC ในการ "สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า" จะขับเคลื่อนผ่านการดำเนินงานหลัก 2 ประการ ได้แก่ การผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตรและการกำกับดูแล การบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติตามข้อกำหนด (GRC) เพื่อสร้างสรรค์อนาคตที่ดียิ่งขึ้นและบรรลุเป้าหมาย 3 เสาหลักของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Better Planet, Better People, และ Better Prosperity) ในระยะยาว โดยบริษัทได้เสริมสร้างความแข็งแกร่งในการดำเนินการเพื่อตอบโจทย์เสาหลักของการพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านการขับเคลื่อนนวัตกรรม การปรับกระบวนการและเปลี่ยนองค์กรไปสู่ดิจิทัล และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

BETTER PLANET



เป้าหมาย มุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573

แผนการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน

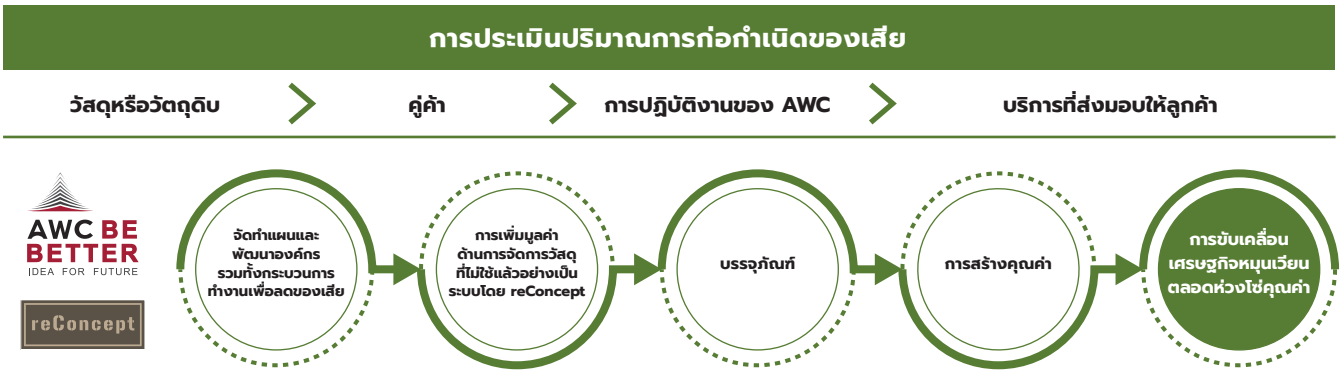


AWC มุ่งเน้นการพัฒนาในด้านสิ่งแวดล้อม (Better Planet) โดยกำหนดกลยุทธ์และดำเนินตามแผนงานด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate Strategy) เพื่อบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573 บริษัทขับเคลื่อนและประเมินผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศโดยดูจากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน เริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจนถึงการส่งมอบบริการ AWC ยกระดับขีดความสามารถขององค์กรในการบริหารการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานผ่านการรับรองอาคารสีเขียว (LEED Certification) และการลงทุนในเทคโนโลยีที่ช่วยประหยัดพลังงาน นอกจากนี้ บริษัทยังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้พลังงานหมุนเวียนโดยเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนและลดต้นทุนการใช้พลังงาน ในด้านโลจิสติกส์และการขนส่ง AWC กำลังศึกษาการลดการใช้เชื้อเพลิงที่ไม่หมุนเวียนสำหรับยานพาหนะภายใต้การดำเนินงานของบริษัท รวมถึงมีแผนที่จะดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ ทั้งนี้ บริษัทมีแนวทางในการลดการปล่อยคาร์บอน โดยมุ่งสร้างการดูดกลับหรือการชดเชยคาร์บอนผ่านกิจกรรมการปลูกป่าเพิ่มพื้นที่สีเขียว และการซื้อขายคาร์บอนเครดิต นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการเพิ่มรายได้จากผลิตภัณฑ์และบริการที่ปล่อยคาร์บอนต่ำอีกด้วย



<u>เป้าหมาย</u> ลดปริมาณขยะจากการดำเนินงานสู่บ่อฝังกลบให้เป็นศูนย์ (เศรษฐกิจหมุนเวียน) ภายในปี 2573

แผนการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการไม่มีของเสียจากการดำเนินงานที่ถูกกำจัดที่หลุมฝังกลบ เพื่อขับเคลื่อนแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน



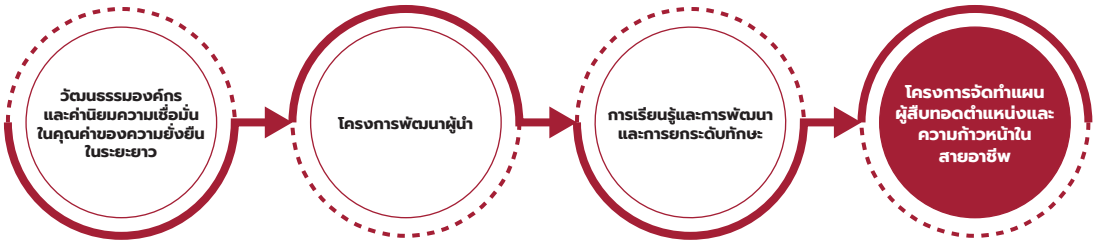
ในการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม AWC ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียอย่างเหมาะสม โดยมีเป้าหมายลดปริมาณขยะจากการดำเนินงานสู่บ่อฝังกลบให้เป็นศูนย์ ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ภายในปี 2573 บริษัทอยู่ระหว่างการจัดทำแผนบริหารและพัฒนาองค์กรเพื่อลดการปล่อยของเสีย และการผนวกหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร AWC มุ่งเน้นการบริหารจัดการเพื่อลดปริมาณของเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า เช่น การเพิ่มมูลค่าวัสดุที่ไม่ใช้แล้วอย่างเป็นระบบโดยการก่อตั้งร้าน reConcept เพื่อรีไซเคิลวัสดุเหลือใช้และสร้างสรรค์ออกแบบสินค้ามือสองขึ้นมาใหม่เพื่อให้เกิดคุณค่าทางศิลปะ การเพิ่มสัดส่วนของวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ซ้ำและย่อยสลายได้ในผลิตภัณฑ์และบริการหลัก การมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มรายได้จากผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการเศรษฐกิจหมุนเวียน และที่สำคัญคือการร่วมมือกับพันธมิตรในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

BETTER PEOPLE



<u>เป้าหมาย</u> ร้อยละ 100 ของตำแหน่งที่สำคัญมีผู้สืบทอดที่พร้อมแล้วและมาจากภายในองค์กรภายในปี 2569



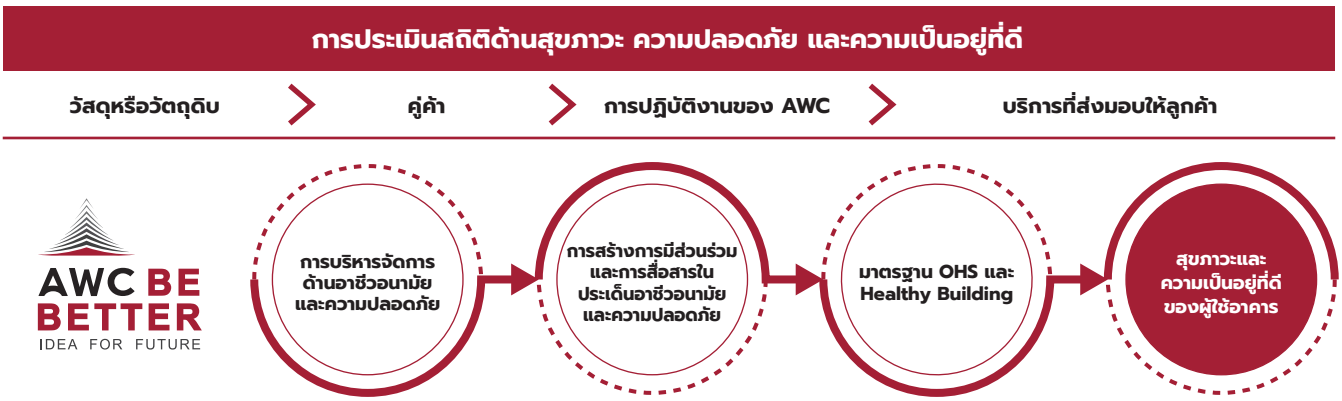


ในส่วนของการเติบโตด้านทรัพยากรมนุษย์ AWC ตั้งเป้าหมายว่าตำแหน่งสำคัญทุกตำแหน่งจะต้องมีผู้ที่พร้อมสืบทอดตำแหน่งมาจากบุคลากรภายในองค์กรภายในปี 2569 บริษัทปลูกฝังให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันกับค่านิยมองค์กร (AWC Core Value) และตัวตนของแบรนด์ (Brand DNA) ผ่านการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร และค่านิยมหลักเรื่องความเชื่อมั่นในคุณค่าของความยั่งยืนในระยะยาว (Long-Term Sustainable Value) และผ่านทางหลักสูตร AWC Leadership DNA

อีกทั้ง AWC ได้จัดตั้งหลักสูตรการเรียนรู้และการพัฒนา รวมถึงการยกระดับทักษะ (Upskill Program) สำหรับผู้นำองค์กรและพนักงาน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพ โดย AWC ได้จัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งและการพัฒนาสายอาชีพ (Succession and Career Development Program) เพื่อใช้ในการพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพและผู้สืบทอดตำแหน่งให้สอดคล้องกับเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) และเพิ่มจำนวนผู้สืบทอดที่มาจากภายในองค์กร

<u>เป้าหมาย</u> มุ่งมั่นสร้างสุขภาวะ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

แผนการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการสร้างสุขภาวะความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย



AWC มุ่งมั่นสร้างสุขภาวะ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อบรรลุเป้าหมายด้านทรัพยากรมนุษย์ บริษัทมีการประเมินสถิติด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดี (Occupational Health, Safety, and Well-being) ในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน AWC ได้กำหนดกระบวนการจัดหาวัสดุที่บังคับใช้ในระดับทั้งกลุ่มบริษัท และขั้นตอนการป้องกันอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัย ซึ่งรวมถึงการระบุความเสี่ยงและโอกาสในการลดความเสี่ยงหรืออุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ในส่วนของคู่ค้า บริษัทสร้างการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเรื่องอาชีวอนามัยความปลอดภัย โดยทำงานใกล้ชิดร่วมกับคณะกรรมการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาด้านอาชีวอนามัยความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับอาชีวอนามัยความปลอดภัย

นอกจากนี้บริษัทยังมีการรณรงค์ด้านความปลอดภัย และการส่งเสริมสุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน โดยการดำเนินงานของ AWC เป็นไปตามมาตรฐานอาชีวอนามัยความปลอดภัย และอาคารที่เป็นมิตรต่อสุขภาพ (Healthy Building) โดยการเพิ่มจำนวนสถานประกอบการและผู้รับเหมาที่ได้รับการรับรอง OHSAS 18001/ISO 145001 และเพิ่มจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองอาคารโดยมาตรฐาน WELL หรือ Earth Check

ในด้านการบริการ บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งในด้านสุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ใช้อาคาร โดยการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า พนักงาน และผู้เช่าในด้านการจัดการอาคาร

<u>เป้าหมาย</u> ทุกสถานประกอบการที่ AWC เป็นเจ้าของ และ/หรือดำเนินการเองจะต้องมีผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และต้องทำร่วมกับชุมชนอย่างน้อย 1 ชุมชน ภายในปี 2569



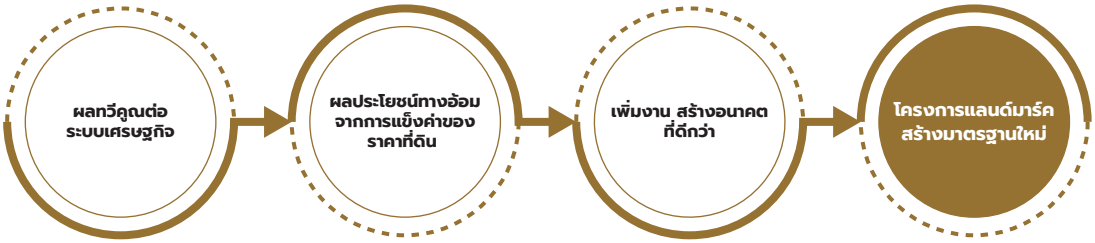
AWC ไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเท่านั้น แต่บริษัทยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมอีกด้วย โดยบริษัทตั้งเป้าว่าภายในปี 2569 ทุกสถานประกอบการที่ AWC เป็นเจ้าของ และ/หรือดำเนินการจะต้องมีอย่างน้อยหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น บริษัทสนับสนุนการพึ่งพาตนเองของวิสาหกิจเพื่อสังคม และการสร้างรายได้โดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม บริษัทวางแผนที่จะเพิ่มจำนวนชุมชนที่เดอะ GALLERY สนับสนุน เพื่อเพิ่มโอกาสในการจ้างงานและการสร้างรายได้เพิ่ม อีกทั้งบริษัทมุ่งเน้นในด้านการศึกษาและการเพิ่มพูนทักษะวิชาชีพ โดยการจัดฝึกอบรมทักษะและสร้างศูนย์การเรียนรู้ให้คนในชุมชนได้มาแลกเปลี่ยนความรู้ นอกจากนี้ AWC ยังส่งเสริมการพัฒนาโครงการที่ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยของชุมชนโดยรอบ บริษัทใช้ทรัพย์สินและความเชี่ยวชาญขององค์กรในการสร้างพื้นที่ที่อาศัยร่วมกับชุมชน (Community Co-Living) โดยการปรับใช้พื้นที่ของโครงการให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชน การเพิ่มจำนวนพนักงานจิตอาสา และการสร้างศูนย์กลางชุมชน (Center of Community)

BETTER PROSPERITY



<u>เป้าหมาย</u> เพิ่มรายได้ครัวเรือน และลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำผ่านการพัฒนาโครงการและการดำเนินกิจการ

แผนการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและกระตุ้นให้เกิดความเจริญทางเศรษฐกิจในวงกว้าง สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้สังคมโดยรวม



AWC วางแผนดำเนินงานด้านการปรับปรุงความเป็นอยู่ที่ดีและยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดในการสร้างคุณค่า (Value Creation) ภายใต้การเติบโตด้านเศรษฐกิจ AWC ตั้งเป้าหมายในการเพิ่มรายได้ครัวเรือน และลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำผ่านการพัฒนาโครงการและการดำเนินกิจการ บริษัทเชื่อว่าทุกการใช้จ่ายสำหรับการดำเนินธุรกิจโรงแรม และการลงทุนในการพัฒนาโครงการ จะก่อให้เกิดผลทวีคูณต่อระบบเศรษฐกิจ (Multiplier Effect) ที่นำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจ และชุมชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนโดยรอบของโครงการภายใต้ AWC จะได้รับผลประโยชน์ทางอ้อมจากการพัฒนาโครงการได้แก่ ราคาที่ดินสูงขึ้น สินทรัพย์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และโอกาสในการดำเนินธุรกิจใหม่

นอกจากนี้บริษัทเพิ่มโอกาสในการจ้างงานผ่านโครงการของบริษัท เพื่อกระจายรายได้ไปยังระดับต่าง ๆ ของห่วงโซ่อุปทานทางเศรษฐกิจ และลดปัญหาสังคมและความยากจน โดยโครงการของ AWC ได้สร้างมาตรฐานใหม่ให้กับอุตสาหกรรมและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของไทยในเวทีโลก ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศมากขึ้น

ภาพรวมการดำเนินงาน ด้านความยั่งยืนในปี 2564



BETTER PROSPERITY

0
ไม่พบการฝ่าฝืน จรรยาบรรณทางธุรกิจ

17
นโยบายหลัก 17 ประการ ถูกกำกับดูแลโดย คณะกรรมการย่อย 5 ชุด

0
ไม่พบคดี การล่วงละเมิด

100%
คู่ค้าหลักร้อยละ 100 รับทราบถึงจรรยาบรรณ คู่ค้า

0
ไม่พบการฝ่าฝืน จรรยาบรรณคู่ค้า

0
ไม่พบคดีทุจริตที่ ได้รับการยืนยันและ การดำเนินการแก้ไข

AWC Infinite Lifestyle
โปรแกรมสมาชิกเพื่อรับสิทธิประโยชน์ในกลุ่ม อสังหาริมทรัพย์ของ AWC เป็นทั้งโปรแกรม สมาชิกเสมือนระดับพรีเมียมและแพลตฟอร์ม ในการนำเสนอโปรโมชันต่าง ๆ โดยมีการ บูรณาการระหว่างหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ภายใต้ AWC อย่างไร้รอยต่อ เพื่อนำเสนอสิทธิประโยชน์ ทั้งในชีวิตการทำงานและการพักผ่อนได้อย่าง ครอบคลุมบนแอปพลิเคชัน “CONNEXT”

Phenixbox
AWC มุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการ ท้องถิ่นในช่วงการระบาดของโควิด-19 เช่น การพัฒนาศูนย์ค้าส่งครบวงจร AEC Trade Center - Pantip Wholesale Destination และการเปิดโอกาสให้ผู้เช่าสามารถจำหน่าย สินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์โดยไม่มีค่า ธรรมเนียมเพิ่มเติม
Phenixbox เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ออนไลน์ค้าส่งแห่งแรกที่ช่วยสนับสนุนธุรกิจ ในรูปแบบ Business-to-business และ ขยายการใช้งานไปสู่ Business-to-Business-to-Customer ตามแผนปี 2564



BETTER PLANET

AWC ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลง 10,509,250 กิโลวัตต์ – ชั่วโมง และลด การปล่อยก๊าซเรือนกระจก 5,120 ตันคาร์บอน-ไดออกไซด์เทียบเท่า อันเป็นผลมาจาก โครงการประหยัดพลังงาน ซึ่งดำเนินการ อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564

ติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์สำหรับสถาน ประกอบการ 8 แห่ง โดยติดตั้งแล้วเสร็จ 7 แห่ง

ศึกษาความเป็นไปได้ในการประเมินมาตรฐาน อาคารสีเขียว - อาคารสำนักงาน 4 แห่ง

ร้าน “reConcept” ลดของเสียลง 347 ตัน คิดเป็นมูลค่าที่ประหยัดได้ 22 ล้านบาท



BETTER PEOPLE

เพิ่มการลงทุนโครงการเพื่อสังคม AWC ลงทุน 11,836,526 บาทในโครงการเพื่อสังคม คิดเป็นร้อยละ 27 ของค่าใช้จ่ายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ปี 2564

ในปี 2564 พนักงานในธุรกิจโรงแรมและการบริการได้รับการฝึกอบรมรวมทั้งสิ้น 353,923 ชั่วโมง

สนับสนุนคู่ค้าท้องถิ่น - เดอะ GALLERY
เรามีแรงบันดาลใจในการพัฒนาวิถีชีวิตของศิลปินนักออกแบบและชุมชนทั่วประเทศไทย ในปี 2564 เดอะ GALLERY ได้ขยายจาก 9 สาขา เป็น 12 สาขา ในโรงแรมดิ โอกุระ เพรสทีจ กรุงเทพฯ, คอร์ทยาร์ด บาย แมริออท ภูเก็ตทาวน์, และ โรงแรม เลอ เมอริเดียน กรุงเทพ ทำให้สามารถเพิ่มการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนจาก 40 แห่ง เป็น 50 แห่งทั่วประเทศ

AWC ร่วมรวมพลังไทยสู้สู้

จุดฉีดวัคซีนโควิด -19
ในกรุงเทพฯ บริษัทได้จัดสถานที่ฉีดวัคซีน ณ เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟร้อนท์ คิดเป็นพื้นที่ 1,578 ตารางเมตร และให้บริการฉีดวัคซีนได้ 2,000 คนต่อวัน

นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนโรงพยาบาลเซ็นทรัลเชียงใหม่ เมโมเรียลในโครงการศูนย์ฉีดวัคซีนอีกด้วย

ศูนย์แยกกักตัวชุมชน
AWC ได้จัดตั้ง "ศูนย์แยกกักตัวชุมชน" (Community Isolation) ภายในศูนย์การค้าส่ง AEC Trade Center ประตูน้ำพระอินทร์ โดยมีเตียงรองรับผู้ป่วยโควิด-19 ประมาณ 200 เตียง ควบคู่ไปกับการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มอบและบริจาคทรัพย์สินรวม 8,044,554 บาท

0

ไม่พบการสูญเสียชีวิตของพนักงานและผู้รับเหมา

0

ไม่พบการละเมิดหรือข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

ถุงกำลังใจ
AWC สนับสนุนชุมชนท้องถิ่นโดยร่วมกับ BMA และองค์กรชั้นนำ 103 แห่ง ในการแจกถุงยังชีพจำนวน 13,500 ถุง มูลค่า 11,000,000 บาท ให้แก่ 21 ชุมชน และค่ายคนงานก่อสร้าง 19 ค่าย

การบริจาค
บริษัทร่วมมือกับศูนย์แยกกักตัวชุมชน ณ ศูนย์การค้าส่ง AEC Trade Center ประตูน้ำพระอินทร์ ในการบริจาคชุดเครื่องนอน 1,000 เตียง ร่วมกับศูนย์แยกกักตัวชุมชนที่บางแคในการบริจาคชุดเครื่องนอน 450 ชุด และร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการสนับสนุนศูนย์แยกกักตัวชุมชนในจังหวัดกระบี่และพัทลุง โดยบริจาคชุดเครื่องนอนจำนวน 813 ชุด คิดเป็นมูลค่ารวม 2.5 ล้านบาท

การสร้างคุณค่าเชิงกลยุทธ์ตลอดทั้ง **ห่วงโซ่คุณค่า**

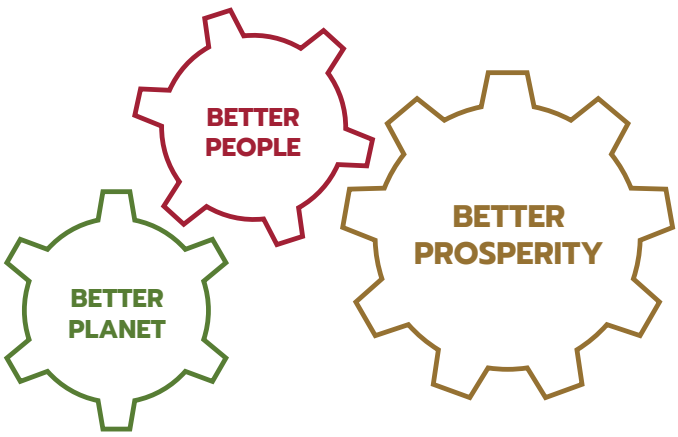


วัสดุหรือวัตถุดิบ › คู่ค้า › การปฏิบัติงานของ AWC › บริการที่ส่งมอบให้ลูกค้า

การตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals)

ปี 2565 จะเป็นปีเริ่มต้นของกลยุทธ์การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ภายใต้กรอบ 3 เสาหลักนี้มีเป้าหมายสูงสุดเพื่อ “สร้างคุณค่าด้านความยั่งยืนในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย” AWC จึงมุ่งเน้นการเติบโตใน 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ Better Planet, Better People และ Better Prosperity โดยกรอบกลยุทธ์ความยั่งยืนนี้จะถูกขับเคลื่อนภายใต้หลักการดำเนินงาน 2 ประการ ได้แก่ การผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตร และ การกำกับดูแล การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามข้อกำหนด (GRC) เพื่อส่งมอบคุณค่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า

AWC ตระหนักถึงบทบาทของการเป็นพลเมืองบรรษัทที่ดีของสังคม ประเทศชาติ และโลกใบนี้ เพื่อเป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นดังกล่าว บริษัทจึงได้ประเมินความเชื่อมโยงจากกิจกรรมการดำเนินงานขององค์กร และกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนให้ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN Sustainable Development Goals) โดยสามารถสรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญของ AWC ในปี 2564 ที่ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ดังนี้





ส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมทางเพศ

5.1

การขจัดการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อสตรีและเด็กหญิงในทุกรูปแบบ

5.5

เปิดโอกาสให้สตรีได้ขึ้นมามีบทบาทในการเป็นผู้นำอย่างเท่าเทียม



ส่งเสริมการจ้างงานที่มีคุณค่าเต็มผลิตภาพและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านการสร้างและเปิดโครงการใหม่ระดับคุณภาพ เพิ่มคุณค่าเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นทั้งเมืองหลักและเมืองรอง

8.5

การจ้างงานเต็มที่ และงานที่เหมาะสมสำหรับทุกเพศ รวมถึงคนพิการตลอดจนค่าจ้างที่เป็นธรรมสำหรับงานที่เท่าเทียมกัน

8.8

ส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

AWC มีระบบกำกับดูแลการปฏิบัติงานเพื่อปกป้องและสนับสนุนสิทธิมนุษยชนของพนักงานโดยมุ่งเน้นในเรื่องการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและโอกาสที่เสมอภาค AWC มีความพร้อมในการดึงดูดผู้ที่มีความสามารถในทุกระดับโดยเน้นความเท่าเทียมกันทางเพศเมื่อเข้ามาทำงานกับบริษัท โดยในปี 2654 อัตราส่วนของผู้หญิงในตำแหน่งผู้บริหารทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 51.83

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

- “เดอะ GALLERY” เป็นร้านขายของที่ระลึกที่มีโมเดลธุรกิจแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งจะเข้ามาช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ด้วยการเป็นช่องทางการขายผ่านทางออนไลน์ และเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปยังกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง
- เปิดโครงการใหม่ ได้แก่ โรงแรมบันยันทรี กระบี่ โรงแรมมีเลีย สมุย และโรงแรมคอร์ทยาร์ด บาย แมริออท ภูเก็ตทาวน์ ซึ่งช่วยสร้างการจ้างงานได้ถึง 242 ตำแหน่ง
- ดูแลรักษาการจ้างงาน ถึงแม้จะอยู่ในช่วงที่บริษัทได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)



ส่งเสริมให้เกิดเมืองและชุมชนที่ยั่งยืน

11.4

เสริมความพยายามในการปกป้อง คุ้มครอง มรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ

11.6

ลดผลกระทบทางลบของเมืองต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพอากาศและการจัดการของเสีย



ส่งเสริมให้เกิดการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

12.2

การจัดการอย่างยั่งยืนและใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

12.5

ลดการเกิดของเสียและขยะ โดยเน้นกระบวนการลดการรีไซเคิล และการนำกลับมาใช้ใหม่

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

- AWC ดำเนินการพัฒนาโครงการให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของมาตรฐาน Excellence in Design for Greater Efficiency: EDGE ในการปรับปรุงโรงแรม 4 แห่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการประหยัดพลังงาน การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก, อะ ลักซ์ชูรี คอลเล็คชั่น โฮเทล ซึ่งเป็นโรงแรมแห่งแรกของโลกที่ได้รับรางวัล ISO 20121 มาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
- โรงแรมบันยันทรี สมุย ได้ทำงานร่วมกับกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งเพื่อช่วยเคลื่อนย้ายไข่เต่าตนุให้อยู่ในพื้นที่เหนือระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น และสร้างเขตอนุบาลทั้ง 5 รังเพื่อป้องกันไข่จากผู้ล่าก่อนฟักตัว โดยมีลูกเต่าที่ฟักออกมาได้สำเร็จ 269 ตัว

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ร้าน “reConcept” เป็นโมเดลธุรกิจเพื่อส่งเสริมการรีไซเคิลและการใช้ประโยชน์จากเฟอร์นิเจอร์เก่าและวัสดุเก่าแทนการทิ้งเฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่ง อุปกรณ์ที่ใช้งานแล้ว รวมถึงงานฝีมือที่ผลิตจากวัสดุคุณภาพสูง การดำเนินงานของร้าน “reConcept” สามารถก่อให้เกิดการรีไซเคิลได้รวมทั้งสิ้น 374 ตัน ผ่านการจัดจำหน่ายทั้งที่เอเชียทีค เดอะริเวอร์ฟร้อนท์ และ เออีซี เทรด เซ็นเตอร์ พันธุ์ทิพย์ ประตูน้ำ รวมถึงช่องทางออนไลน์อีเวนท์ และกิจกรรมการกุศลที่จัดโดยโรงแรมในเครือแต่ละแห่ง



ส่งเสริมให้เกิดการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

13.2

บูรณาการมาตรการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในยุทธศาสตร์



ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่สงบสุข ยุติธรรม และการเป็นสถาบันที่มั่นคง

16.2

ยุติการแสวงหาประโยชน์ที่ไม่ถูกต้อง การค้ามนุษย์ และความรุนแรงที่มีต่อเด็ก

16.6

พัฒนาให้เป็นสถาบันที่มีประสิทธิผล ความรับผิดชอบ และโปร่งใสในทุกระดับ

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

AWC ดำเนิน “โครงการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ผลิตไฟฟ้าบนหลังคาจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop)” ซึ่งเป็นระบบที่เปลี่ยนพลังงานแสงอาทิตย์ให้เป็นพลังงานไฟฟ้าผ่านแผงโซลาร์เซลล์ที่ติดตั้งบนหลังคาของสถานประกอบการอย่างต่อเนื่อง โดยได้ดำเนินโครงการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ให้กับสถานประกอบการในเครือจำนวนทั้งหมด 8 แห่ง อีกทั้งยังได้เริ่มดำเนิน “โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบทำความร้อน การระบายอากาศและเครื่องปรับอากาศ” และ “โครงการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นแบบแอลอีดี (LED)” ของสถานประกอบการในเครืออย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

AWC ได้รับการรับรองให้เป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ซึ่งแนวปฏิบัติดังกล่าวจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการ “สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า” AWC จึงสนับสนุนวัฒนธรรมการทำงานที่เน้นความซื่อสัตย์ โปร่งใส เคารพความเห็นที่แตกต่าง ผ่านการสื่อสารที่เปิดเผยอย่างสร้างสรรค์ และให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

ความเสี่ยง**และโอกาสปี 2564**

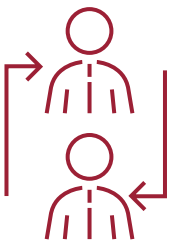
การจัดการความเสี่ยงแบบบูรณาการและครอบคลุมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการบริหารจัดการสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ผันผวน ในขณะเดียวกัน AWC มีความตั้งใจที่จะรักษาโอกาสนั้นเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่เป้าหมายของบริษัท รวมถึงเพื่อรับรองการส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนไปสู่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

AWC ประเมินปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญและความเสี่ยงอุบัติใหม่ (Emerging risk) เป็นประจำทุกปี โดยการวิเคราะห์ผลการประเมินจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกใน 4 มิติ ได้แก่ ความยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ทิศทางของอุตสาหกรรม และการพัฒนาทางด้านศักยภาพของคู่แข่ง ในปี 2564 AWC ระบุความเสี่ยงที่สำคัญและความเสี่ยงอุบัติใหม่ที่เชื่อมโยงกับความยั่งยืนดังต่อไปนี้

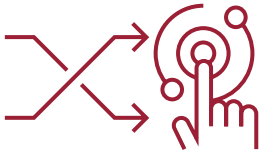
ความเสี่ยงที่สำคัญและโอกาส



ความเสี่ยงอุบัติใหม่



พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังการแพร่ระบาดโควิด 19



การเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลหรือเทคโนโลยี



ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โอกาสที่เกิดขึ้นใหม่

จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 AWC พบว่าโรคระบาดเป็นตัวเร่งพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค และเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจอาคารสำนักงานและธุรกิจค้าปลีกของบริษัท อีกทั้ง AWC พบว่า หลายบริษัทส่งเสริมให้พนักงานปรับใช้วิธีการทำงานที่ยืดหยุ่น อาทิ การทำงานแบบผสมผสาน หรือการทำงานจากที่บ้านและผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์แทนการซื้อด้วยตัวเอง จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว AWC จึงได้ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ โดยรับรองว่ากิจการอาคารสำนักงานและกิจการค้าปลีกของบริษัทให้ความสำคัญสูงสุดในการบริหารจัดการเพื่อสนับสนุนการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ยิ่งไปกว่านั้น AWC เปิดตัวโปรแกรมนำร่องที่ใช้ในการปรับปรุงประสบการณ์ของผู้ใช้อาคารของบริษัท เช่น การใช้หุ่นยนต์สำหรับตรวจคัดกรองอุณหภูมิ ระบบการตรวจจับหน้ากากอนามัย ซึ่งดำเนินการสำเร็จในปี 2563 อีกทั้ง AWC ได้ศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีอาคารอัจฉริยะ (Smart building technologies) และแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งได้ริเริ่มในปี 2564 โดยบริษัทเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสสำคัญที่จะเปลี่ยนธุรกิจอาคารสำนักงานและธุรกิจค้าปลีกให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น นอกจากนี้ AWC ดำเนินการเปิดตัว PhenixBox แพลตฟอร์มขายส่งออนไลน์แห่งแรกในประเทศไทย ที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างประสบการณ์ไร้พรมแดนของผู้ซื้อและผู้ขายระหว่างร้านค้าออฟไลน์และร้านค้าออนไลน์

AWC ดำเนินการวิเคราะห์ผลกระทบพร้อมทั้งระบุกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นผลมาจากโรคโควิด 19 รวมถึงการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลหรือเทคโนโลยีเพื่อนำเสนอการบริการรูปแบบใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้น บริษัทจึงนำออนไลน์แคมเปญและการโปรโมตข้ามช่องทางกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มการดึงดูดลูกค้ารวมถึงการดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ AWC นำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจโดยการผสมผสานและพัฒนาแอปพลิเคชันระบบการสื่อสาร **AWC CONNEXT** ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อส่งมอบการบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าผ่านกระบวนการอัตโนมัติทำให้บริษัทสามารถบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ นอกจากนี้ AWC ได้เปิดตัวแอปพลิเคชันดังกล่าวร่วมกับโปรแกรม AWC Infinite Lifestyle ซึ่งมอบประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับลูกค้าโดยการรวมวิถีชีวิตใน “สำนักงาน - บ้าน - โรงแรม - ค้าปลีก” ไว้ในที่เดียวในทำให้ลูกค้ามีอิสระและความยืดหยุ่นทั้งในเวลาทำงานและเวลาพักผ่อน

ลูกค้าสามารถสะสมและแลกคะแนนในสถานประกอบการทุกแห่งในเครือของ AWC ทางแอปพลิเคชันนี้ เพื่อรองรับการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ “การทำงานจากที่ใดก็ได้” หรือ “Work From Anywhere” ในยุควิถีชีวิตใหม่ (New normal) ยิ่งไปกว่านั้น AWC พัฒนาต่อยอดฟังก์ชันเพิ่มเติมด้านบริการแจ้งซ่อมหรือแจ้งเหตุขัดข้องหรือ Report and Repair ที่บริษัทสามารถตอบรับคำร้องและให้ความช่วยเหลือผู้เช่าอาคารสำนักงานได้ทันที อีกทั้งลูกค้าสามารถใช้แอปพลิเคชัน E-booking สำหรับการจองนัดหมายเข้าใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมในเครือ AWC

AWC เล็งเห็นว่าความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้นได้เปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจ ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงมีการเตรียมการเพื่อรับมือกับความท้าทายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเปลี่ยนความท้าทายนี้ให้เป็นโอกาสในการปรับปรุงและพัฒนากิจการให้ดียิ่งขึ้น AWC เริ่มต้นจากการทบทวนแนวปฏิบัติในการดำเนินงานที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ โดยในปี 2564 AWC ดำเนินโครงการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน และเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) และ สถานีชาร์จรถไฟฟ้า (EV Charging Station) AWC เชื่อว่าการดำเนินการดังกล่าวไม่เพียงส่งเสริมการเป็นพลเมืองดีของธุรกิจ แต่ยังช่วยลดต้นทุนและการใช้ทรัพยากรในการดำเนินกิจการได้อย่างมีนัยสำคัญ ในอนาคต AWC มีความมุ่งมั่นที่จะนำความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมาเป็นตัวกระตุ้นเพื่อทำให้ธุรกิจแข็งแกร่งยิ่งขึ้น และเพื่อสร้างความเข้าใจแก่พนักงานว่าทุกคนล้วนมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



BETTER PLANET



BUILDING
A BETTER FUTURE

การดำเนินงานด้าน**สภาพภูมิอากาศ**

การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศเกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ซึ่งนับเป็นเวลามานานกว่าศตวรรษ ส่งผลให้อุณหภูมิเฉลี่ยผิวโลกเพิ่มสูงขึ้น การใช้พลังงานในชีวิตประจำวันของมนุษย์นั้นมาจากการเผาไหม้ เชื้อเพลิงฟอสซิลที่เป็นสาเหตุหลักของภาวะโลกร้อนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศกลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากขึ้น ดังนั้น AWC จึงเริ่มดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อมในทุกสถานประกอบการของบริษัทตั้งแต่ปี 2563 และดำเนินโครงการต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โครงการประหยัดพลังงาน (Energy Saving Initiatives หรือ ESIs) เป็นโครงการระยะยาวขนาดใหญ่ที่มีจุดประสงค์เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าและการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งครอบคลุมร้อยละ 56 ของการดำเนินธุรกิจทั้งหมด (สถานประกอบการ 17 แห่งจากทั้งหมด 30 แห่งเข้าร่วม ESIs) ทั้งนี้ AWC มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะขยายโครงการนี้ให้ครอบคลุมในทุกสถานประกอบการในอนาคตอันใกล้

เนื่องจากระบบปรับอากาศ (Heating, Ventilation, and Air-conditioning: HVAC) ใช้พลังงานไฟฟ้าเป็นจำนวนมากถึงร้อยละ 70 ของปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดของ AWC บริษัทจึงริเริ่มโครงการนำร่องด้านการประหยัดพลังงาน โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีระบบปรับอากาศประสิทธิภาพสูง อาทิ ระบบผลิตน้ำเย็น หน่วยทำความเย็น หน่วยส่งจ่ายลมเย็น และระบบระบายอากาศ โครงการนำร่องนี้ได้เริ่มนำไปปฏิบัติใช้ในสถานประกอบการของบริษัท ได้แก่ โรงแรม แบงค็อก แมริออท เดอะ สุรวงศ์ แอทธินี ทาวเวอร์ เอมไพร์ ทาวเวอร์ และพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน เพื่อลดการใช้ไฟฟ้าโดยไม่ส่งผลกระทบต่อความสะดวกสบายของลูกค้าและผู้เช่าอาคาร

นอกจากระบบทำความร้อนและความเย็นที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว AWC ยังมุ่งมั่นในการลดการใช้ไฟฟ้าโดยดำเนินโครงการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นแบบแอลอีดี (LED) ทั้งหมดใน 4 หน่วยธุรกิจ และดำเนินการขยายโครงการไปยัง 20 สถานประกอบการเพื่อบริหารการใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง AWC ดำเนินการติดตั้งหน่วยควบคุมห้องรับแขกในการเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงาน

ในส่วนของการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ AWC กำลังดำเนินการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนดาดฟ้า (Solar Rooftop) และสถานีชาร์จรถไฟฟ้า (EV Charging Station) ทั้งในสถานประกอบการประเภทโรงแรมและอาคารสำนักงาน เพื่อรองรับโครงการประหยัดพลังงานที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน











ในปี 2564 อาคารเอมไพร์ ทาวเวอร์ และโรงแรม แบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ ปาร์ค ได้รับรางวัล "อาคารประหยัดพลังงาน" หรือ "MEA Energy Saving Building" จากการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) โดย AWC มุ่งมั่นในการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการพัฒนาสิ่งก่อสร้างให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากล อาทิ LEED และ WELL ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาและการรับรองมาตรฐานของบริษัท

ในส่วนของการส่งเสริมอาคารที่มุ่งเน้นเรื่องประสิทธิภาพ AWC เดินหน้าพัฒนาโครงการ เอเชียทีค ดิสทริคท์ แบงค็อก และ อควอทีค ดิสทริคท์ พัทยา เพื่อให้ได้รับการประเมินตามมาตรฐานของ LEED และ WELL ในระดับแพลทินัม นอกจากนี้ บริษัทกำลังเตรียมแผนการปรับปรุงอาคารเอมไพร์ ทาวเวอร์ และแอทธินี ทาวเวอร์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการรับรองมาตรฐาน LEED หรือ WELL ภายในปี 2567 ขณะเดียวกันบริษัทก็มีแผนในการรับรองมาตรฐานของอาคารสำนักงาน โดยได้เริ่มดำเนินการกับอาคาร 208 วายเลสโร้ด ถนนวิทยุ และอาคารอินเตอร์ลิงก์ ทาวเวอร์ ซึ่งคาดว่าจะเข้าร่วมการรับรองในปี 2568

การพัฒนาสถานประกอบการเพื่อให้ได้มาตรฐาน EDGE

Innside Bangkok Sukhumvit เป็นโรงแรมใหม่ที่มี 33 ชั้น และชั้นใต้ดินอีก 1 ชั้น ภายในโรงแรมมีห้องพักจำนวน 208 ห้อง ร้านค้า 2 แห่ง ห้องอาหารหลัก (ADD) 1 ห้อง และบาร์ริมสระว่ายน้ำ 1 แห่ง ห้องประชุม 3 ห้อง โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ไม่ว่าจะเป็นสระว่ายน้ำ ห้องฟิตเนส บาร์ริมสระ และล้อบบี้เลาจน์

AWC เป็นบริษัทอสังหาริมทรัพย์กลุ่มแรกที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อสีเขียว (ประมาณ 4.5 พันล้านบาท) จากบรรษัทเงินทุนระหว่างประเทศ หรือ ไอเอฟซี (International Finance Corporation: IFC) ซึ่งเป็นกลุ่มสมาชิกของธนาคารโลก โดยเงินทุนทั้งหมดนี้มีไว้สำหรับการดำเนินงานเพื่อพัฒนาโครงการอาคารสีเขียว และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจของตลาดเกิดใหม่ในประเทศไทยในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ด้วยความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และการดำเนินกิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม AWC มุ่งมั่นที่จะพัฒนาโครงการการก่อสร้าง และการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในภาคการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นไปตามการรับรองของมาตรฐาน Excellence in Design for Greater Efficiency หรือ EDGE ซึ่งโครงการพัฒนานี้ได้ดำเนินการกับโรงแรม "Innside Bangkok Sukhumvit" ซึ่งเป็นโรงแรมสร้างใหม่ในกรุงเทพมหานคร





มาตรฐาน EDGE จะให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรจากพื้นฐาน

โดยเป้าหมายของบริษัทเพื่อให้ได้รับการรับรองนี้ประกอบด้วยการลดการใช้พลังงานลง

20% หรือมากกว่า

การลดการใช้น้ำ

20% หรือมากกว่า

และการลดการใช้วัตถุดิบ

20% หรือมากกว่า

การใช้พลังงานส่วนใหญ่ของอาคารโรงแรมทั้งหมดมาจากการใช้งานระบบสาธารณูปโภค โดยพิจารณาจากการใช้ไฟฟ้า ก๊าซ และเชื้อเพลิง นอกจากนั้นพลังงานมักถูกนำไปใช้ในระบบปรับอากาศ ระบบน้ำร้อนภายใน ระบบไฟส่องสว่าง และอื่น ๆ ที่เป็นแหล่งใช้พลังงานไฟฟ้าหลักของธุรกิจโรงแรม AWC เชื่อมั่นในโครงการประหยัดพลังงาน และได้พัฒนาแผนการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Energy Efficiency Plan: EEP) ระยะ 5 ปี (2564 – 2569) พร้อมโครงการที่จะช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในธุรกิจโรงแรมและการบริการซึ่งสอดคล้องกับโครงการประหยัดพลังงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ บริษัทคาดว่าผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ EEP ภายในปี 2569 บริษัทจะสามารถลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าลงได้ถึง 19.39 กิกะวัตต์ชั่วโมง หรือคิดเป็นร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยข้อมูลพื้นฐานการใช้ไฟฟ้าในปี 2560 – 2562

ณ ปลายปี 2564 AWC ดำเนินโครงการ EEP กับโรงแรม 17 แห่งของบริษัท ซึ่งช่วยลดการใช้ไฟฟ้าได้ 0.26 กิกะวัตต์ชั่วโมง (คิดเป็นต้นทุนที่ประหยัดได้ 0.91 ล้านบาท) ค่าการใช้พลังงานต่อหน่วย (Specific Energy Consumption: SEC) ลดลง 0.54 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อตารางเมตร และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 129.97 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

แผนงานโครงการค่าการใช้พลังงานต่อหน่วยสำหรับอาคารประเภทโรงแรม

ปี	2564 (8 ESIs)	2565 (15 ESIs)	2566	2567	2568	2569
การดำเนินการ	O1: เพิ่มอุณหภูมิ Chill water 1 องศาฟาเรนไฮต์ O2: อัตราการหมุนเวียนของปั๊มที่สระว่ายน้ำ O3: ลดการทำงานของคูลลิ่งทาวเวอร์ O4: ปิด AHU / A/C ในพื้นที่ล็อบบี้ O5: ลดหลอดไฟ O6: เปิด Hood ตามการใช้งานและปิดหลังใช้งานภายใน 15 นาที O7: หม้อต้มน้ำไฟฟ้า: ถอดปลั๊กทันทีหลังจากใช้งานเสร็จ S6: สวิตช์หรี่ไฟสำหรับให้แสงสว่างในทางเดิน/ล็อบบี้/ห้องน้ำ	O8: ลดการทำงาน VSD CHP&CDP O9: ใช้งานเครื่องทำความเย็นประสิทธิภาพสูง/คูลลิ่งทาวเวอร์/CDP/CHP บน Baseload O10: ลดอุณหภูมิ Heat Pump 1 องศาเซลเซียส O11: ปิดอุปกรณ์หลังการใช้งานโดยแรงจูงใจของผู้เข้าร่วม S1: ทำความสะอาด Chiller / Split Type / Package Unit S2: เปลี่ยนระบบน้ำร้อนเป็น Heat Pump S3: ติดตั้ง VSD CHP & CDP S4: หลอดไฟ LED S5: เซ็นเซอร์ตรวจจับความเคลื่อนไหวสำหรับทางเดิน/ห้องน้ำ S7: แบ่งประเภทอาหารตามอุณหภูมิที่ต้องการ S8: CO_2 เซนเซอร์ + VSD สำหรับ Hood S9: เซ็นเซอร์อุณหภูมิและ VSD สำหรับ AHU ในทางเดิน/ล็อบบี้ S10: เซ็นเซอร์ตรวจจับความเคลื่อนไหวและ VSD สำหรับบันไดเลื่อน S11: ตู้เย็นและตู้แช่แข็งประสิทธิภาพสูง L3: HVACO/Chiller Optimization	L1: เปลี่ยนเครื่องทำความเย็นประสิทธิภาพสูง L2: ติดตั้ง Solar PV บนชั้นดาดฟ้า L4: เปลี่ยน Split type ประสิทธิภาพสูง			
ระดับการลงทุน	**การจัดการการดำเนินงาน (ไม่มีการลงทุน)** เริ่มดำเนินการในไตรมาสที่ 4/2564 **คาดว่าจะประหยัดไฟฟ้าได้ 1.33 GWh**	**ESI ระยะสั้น (ลงทุนต่ำ)** เริ่มดำเนินการในไตรมาสที่ 1/2565 **คาดว่าจะประหยัดไฟฟ้าได้ 5.29 GWh**	**ESI ระยะยาว (ลงทุนต่ำ)** เริ่มดำเนินการในไตรมาสที่ 4/2565 **คาดว่าจะประหยัดไฟฟ้าได้ 12.77 GWh**			

ในการผลักดันโครงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพนั้น AWC ได้เชิญชวนพนักงานของโรงแรมบันยันทรี กระบี่ และโรงแรมบันยันทรี สมุย ให้มีส่วนร่วมในโครงการ โดยจัดการอบรมออนไลน์เกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน และการทดสอบในทุกเดือนเพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานมีสำนึกในความรับผิดชอบ

โรงแรมบันยันทรี กระบี่ ได้รับรางวัลโรงแรมสีเขียวในระดับทองภายในปีแรกของการดำเนินกิจการ นอกจากนี้ โรงแรมบันยันทรี สมุย ได้รับการรับรองให้เป็นโรงแรมสีเขียวในระดับเดียวกันอีกด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจในการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ และการช่วยลดปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



การดำเนินงานภายใต้โครงการประหยัดพลังงานในภาพรวมของปี 2564 สามารถลดการใช้ไฟฟ้าลงได้

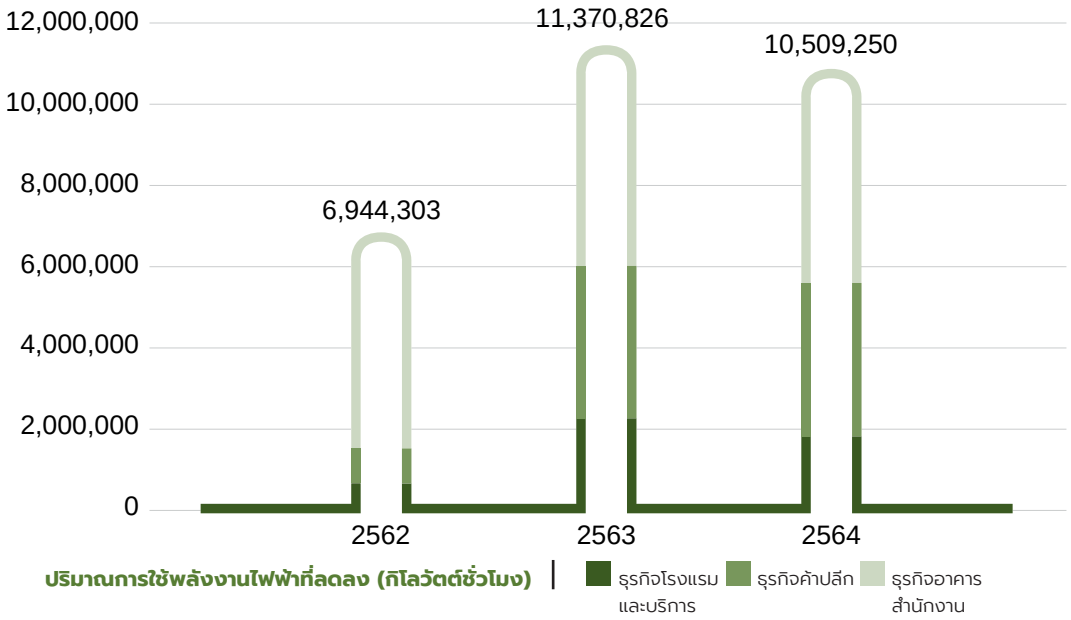
10,509,250 กิโลวัตต์ชั่วโมง

(เทียบเท่า 37,833,300 เมกะจูล)

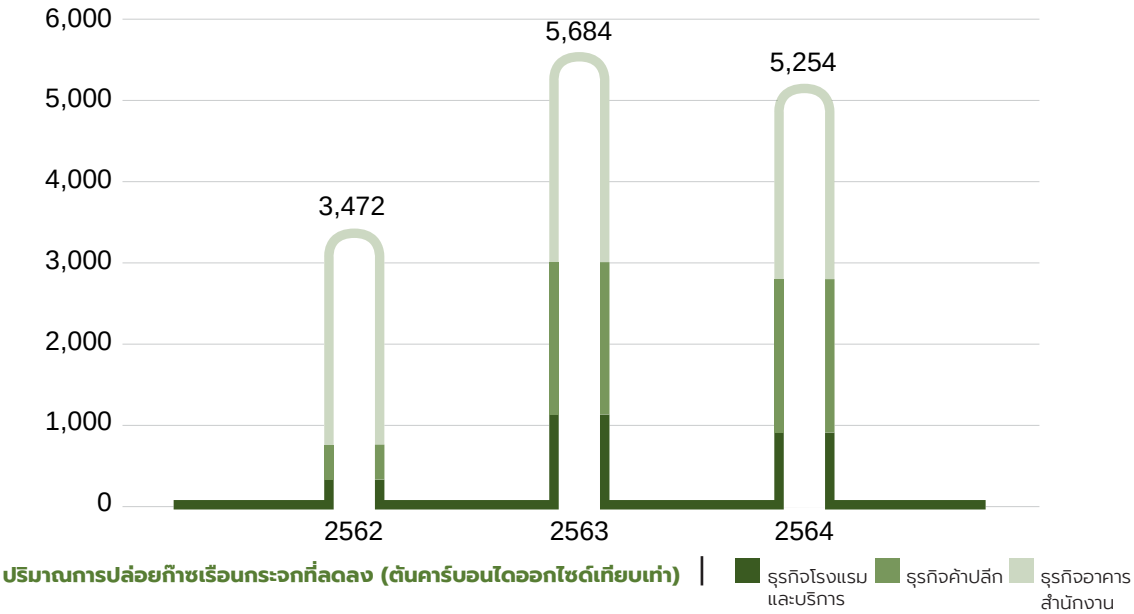
และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง

5,254 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

บริษัทคาดการณ์ว่าการดำเนินโครงการ ESIs อย่างต่อเนื่องในปี 2565 จะส่งผลให้บริษัทสามารถลดการใช้พลังงานลงได้ประมาณ 5.29 กิกะวัตต์ชั่วโมง หรือร้อยละ 4.9 (เทียบกับปริมาณการใช้พลังงานเฉลี่ยระหว่างปี 2560 - 2562 เป็นข้อมูลพื้นฐาน) ทั้งนี้ ในอนาคต AWC วางแผนที่จะขยายโครงการประหยัดพลังงานนี้ให้ครอบคลุมในทุกสถานประกอบการภายใต้ธุรกิจโรงแรมและการบริการ ธุรกิจอาคารสำนักงาน ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง



ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ลดลง (กิโลวัตต์ชั่วโมง)



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



BUILDING
A BETTER FUTURE

การดำเนินงานด้าน**เศรษฐกิจหมุนเวียน**

การจัดการของเสีย

ของเสียที่เกิดจากการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นปริมาณน้อยหรือปริมาณมากล้วนแต่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสภาพภูมิอากาศ การจัดการของเสียที่ไม่ถูกวิธีก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน เช่น มลพิษในอากาศ และมลพิษในมหาสมุทร ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น AWC จึงดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการจัดการของเสียให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นโดยครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจ การดำเนินการนี้มีจุดประสงค์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบต่อมนุษย์และการดำรงชีวิตของสัตว์ โครงการการจัดการของเสียของ AWC จึงมุ่งเน้นการนำวัสดุมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการดำเนินธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ตั้งแต่การออกแบบโครงการไปจนถึงการบริหารจัดการสถานประกอบการ







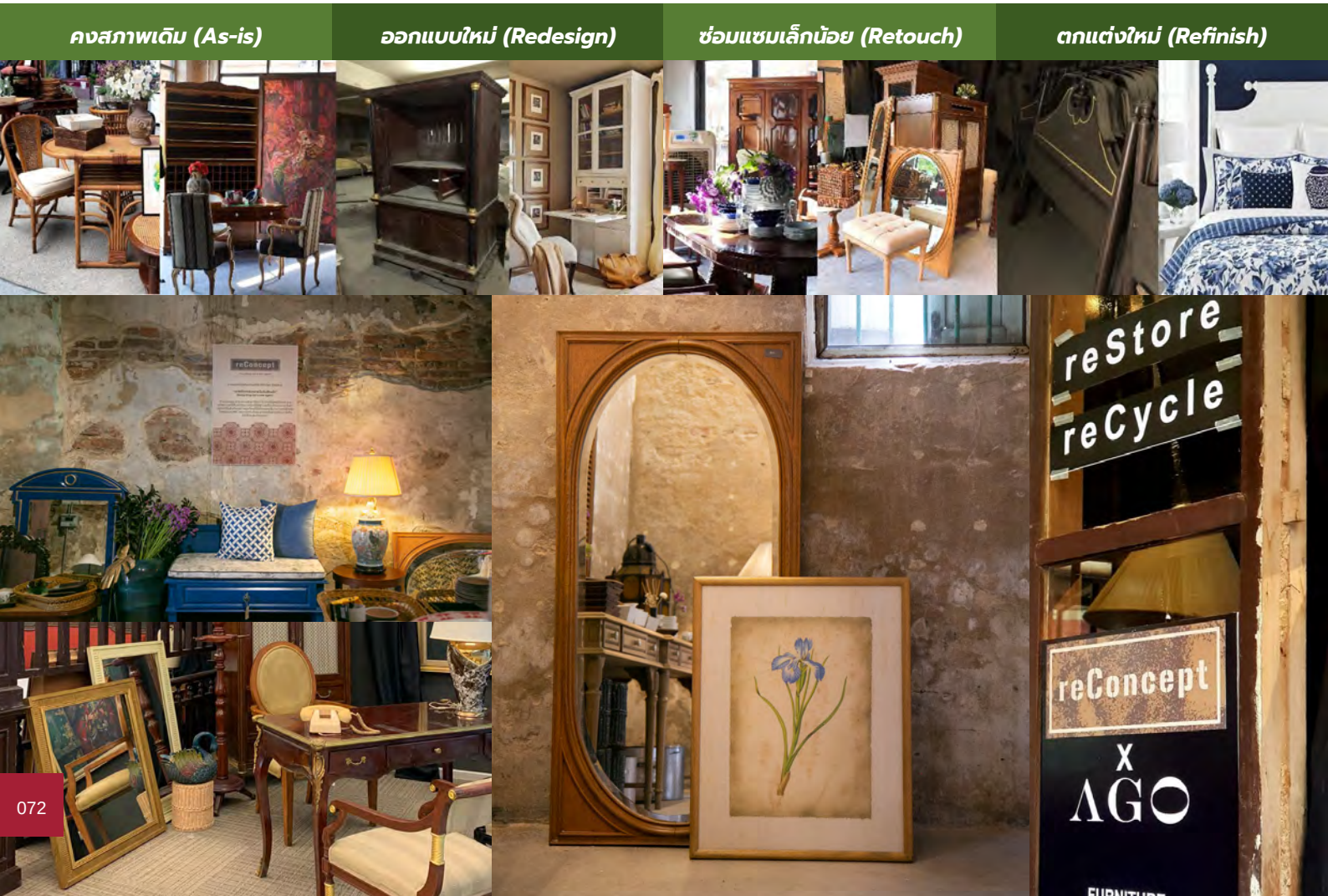
ร้าน reConcept

ด้วยความตั้งใจในการลดปริมาณขยะที่จะถูกส่งไปยังหลุมฝังกลบ AWC ก่อตั้งร้าน reConcept แห่งแรกในเดือนตุลาคม 2563 ภายใต้สโลแกนที่ว่า “ทุกสิ่งที่เก่ากลับกลายเป็นใหม่อีกครั้ง” โดยมีเป้าหมายในการนำวัสดุของตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ที่ไม่ใช้งานแล้วจากกิจการต่าง ๆ ของบริษัทที่กำลังอยู่ระหว่างปรับปรุงมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแทนการนำไปทิ้ง

“reConcept” ดำเนินการภายใต้พันธกิจ 3 ประการในการประยุกต์ใช้หลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน อันได้แก่ Reconcept การร่วมมือกับศิลปินในการออกแบบที่มีใจเดียวกันเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้คนผ่านของใช้ที่ไม่ตกยุค Recycle การรีไซเคิลวัสดุเก่าและแปลงเป็นรายการใหม่ที่มีประโยชน์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และ Reuse การนำของมือสองและของสะสมมาใช้เพื่อการตกแต่งที่ไม่ซ้ำแบบใครเพื่อสร้างคุณค่าทางศิลปะรูปแบบใหม่ นอกจากนี้ ร้านได้มอบประสบการณ์และมุมมองใหม่ ๆ แก่ลูกค้าผ่านรูปแบบสินค้ารีไซเคิลที่มีคุณภาพสูงที่ได้รับการออกแบบ รีไซเคิล และตกแต่งใหม่ ปัจจุบันร้าน reConcept มีทั้งหมด 2 สาขาที่ เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟร้อนท์ และ ล้ง 1919 โดยในอนาคตบริษัทมีแผนที่จะขยายร้านไปพันธุ์ทิพย์ ประตูน้ำ รวมถึงในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ในปี 2564 ร้าน reConcept สามารถรีไซเคิลวัสดุได้ทั้งหมด 347 ตัน ผ่านการจำหน่ายที่เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟร้อนท์ และ AEC Trade Center พันธุ์ทิพย์ ประตูน้ำ รวมถึงในช่องทางออนไลน์ อีเวนท์ และกิจกรรมการกุศลที่จัดโดยโรงแรมในเครือ จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้าน reConcept ผ่านช่องทางต่าง ๆ ร้านสามารถสร้างรายได้ 23 ล้านบาทในปี 2564 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 19 ล้านบาท ทั้งนี้ รายได้ส่วนหนึ่งจากการขายสินค้ารีไซเคิลนำไปบริจาคให้แก่มูลนิธิ แอสเสท เวิรด์ เพื่อการกุศล (AWFC)

“ทุกสิ่งที่เก่ากลับกลายเป็น**ใหม่อีกครั้ง**”

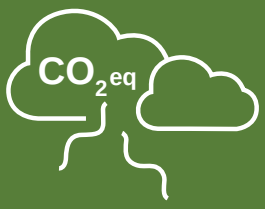


การลดปริมาณขยะอาหารที่นำไปฝังกลบให้เหลือเป็นศูนย์

อาหารที่สูญเสียหรือถูกทิ้งล้วนเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และก๊าซเรือนกระจก ด้วยความตระหนักถึงประเด็นในด้านขยะอาหารและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ AWC ดำเนินการนำร่องโครงการการจัดการขยะอาหารในการปฏิบัติงานของธุรกิจโรงแรม ได้แก่ โรงแรม แบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค และ โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก, อะ ลักซ์ชูรี คอลเล็คชั่น โฮเทล เพื่อลดปริมาณขยะอาหารและมุ่งสู่เป้าหมายการลดปริมาณขยะอาหารที่นำไปฝังกลบให้เหลือเป็นศูนย์ (Zero Food Waste to Landfill)



ในการผลิตอาหารทั่วโลก พบว่าอาหารกว่า 1.3 ล้านตันต่อปี สูญเสียในระหว่างขั้นตอนการผลิต หรือถูกทิ้งขว้าง



การสูญเสียและทิ้งอาหารในทั่วโลกก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกถึง 4.4 กิกะตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 8 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยมนุษย์



จากโครงการการจัดการขยะอาหารโรงแรม แบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค สามารถลดขยะอาหารได้ 320 กรัมต่อคน หรือลดลงร้อยละ 53 เมื่อเทียบกับข้อมูลพื้นฐานในปี 2561 (679 กรัมต่อคน) และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2563 พบว่าปริมาณขยะของโรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก, อะ ลักซ์ชูรี คอลเล็คชั่น โฮเทล ก็ลดลงเช่นกันในส่วนของแขกที่มาร่วมอีเว้นท์และแขกที่มาพักโรงแรม โดยร้านอาหารของโรงแรมนี้สามารถลดขยะอาหารเฉลี่ยต่อเดือน จาก 760 กิโลกรัม เหลือเพียง 155 กิโลกรัม ขณะที่บริการรับจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่ลดอาหารขยะลงได้จาก 3,216 เหลือเพียง 1,749 กิโลกรัม

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการจัดการขยะอาหารกับโรงแรมในเครือ บันยันทรี กระบี่ และสมุย โดยโรงแรมเหล่านี้บริหารจัดการขยะอาหารตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบในการประกอบอาหาร จนถึงขั้นตอนการจัดการขยะอาหารที่ปลายน้ำ โรงแรมซื้อวัตถุดิบประกอบอาหารในปริมาณที่เหมาะสมโดยตรงจากเจ้าของฟาร์มในพื้นที่ เพื่อลดปริมาณวัตถุดิบที่เหลือทิ้ง รวมถึงมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นผ่านการบริจาคขยะอาหารเพื่อนำไปเป็นอาหารสัตว์และนำไปหมักเป็นปุ๋ย

AWC ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการขยะอาหาร และมีความยินดีอย่างยิ่งในการเข้าร่วมการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้คนทั่วไป โดยบริษัทได้เชิญผู้ช่วยเชฟอาวุโสที่เป็นผู้นำโครงการการจัดการอาหารมาเป็นวิทยากรเข้าร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะอาหารให้แก่ผู้ประกอบกิจการในภาคธุรกิจอาหารและในสถาบันการศึกษา

AWC เพิ่มความสามารถในการจัดการขยะประเภทอื่น อาทิ ขยะรีไซเคิล ขยะอันตราย และขยะทั่วไป ผ่านกระบวนการคัดแยกขยะที่มีประสิทธิภาพ AWC จัดตั้งถังขยะให้เหมาะสมกับขยะแต่ละประเภทเพื่อส่งเสริมการคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี รวมถึงสื่อสารกับพนักงานและผู้เช่าให้เข้าใจถึงจุดประสงค์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสนับสนุนพฤติกรรมการคัดแยกขยะที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ในส่วนของการจัดการขยะที่ปลายทาง บริษัทนำขยะที่รีไซเคิลได้ เช่น กล่องกระดาษ ขวดพีอีที และขวดน้ำดื่ม ไปขายให้แก่ผู้รับซื้อขยะเพื่อนำไปเข้ากระบวนการรีไซเคิล ส่วนขยะทั่วไปและขยะอันตรายจะถูกส่งต่อไปยังเทศบาลและหน่วยงานส่วนท้องถิ่นเพื่อจัดการในขั้นตอนต่อไป โดย AWC มุ่งมั่นที่จะจัดการของเสียในทุก ๆ กิจการของบริษัท เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการลดปริมาณขยะอาหารที่นำไปฝังกลบให้เหลือเป็นศูนย์



THE PLEDGE

โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก, อะ ลักซ์ชูรี คอลเล็คชั่น โฮเทล ได้รับการรับรองจาก เดอะ เพลดจ์ (The PLEDGE) เพื่อเป็นการยืนยันถึงความสำเร็จในการดำเนินการลดปริมาณขยะอาหารในหลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ อีกทั้ง โรงแรมบันยันทรี กระบี่ และสมุย ได้เข้าร่วมกับเดอะ เพลดจ์ ในโครงการ "วันปลอดเนื้อสัตว์" หรือ Meat Free Day สำหรับพนักงานโรงแรมเพื่อมีส่วนร่วมในการลดมลพิษจากกระบวนการผลิตเนื้อสัตว์ โครงการนี้ได้ริเริ่มในเดือนตุลาคม 2564 และดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน โดยผลการดำเนินโครงการในทั้งสองโรงแรมของเครือบันยันทรีสามารถเสิร์ฟอาหารที่ปลอดเนื้อสัตว์ให้แก่พนักงานโรงแรมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 6 เมนู

SOS FOOD RESCUE

ในการลดปริมาณขยะอาหารที่นำไปฝังกลบ โรงแรม แบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค และ โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก, อะลักซ์ชูรี คอลเล็คชั่น โฮเทล ร่วมมือกับมูลนิธิ Scholars of Sustenance Thailand หรือ SOS Thailand ในการลดปริมาณอาหารส่วนเกิน และส่งต่ออาหารคุณภาพดีส่วนเกินไปยังชุมชนด้อยโอกาส ปัจจุบัน SOS กับสมาชิกผู้บริจาคอาหารที่เข้าร่วมโครงการสามารถบริจาคอาหารส่วนเกินได้มากกว่า 16 ล้านมื้ออาหาร ซึ่งช่วยลดการทิ้งอาหารส่วนเกินในหลุมฝังกลบได้ถึง 3.6 ล้านกิโลกรัม หรือเท่ากับ 7,254 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า





ในการใช้ประโยชน์จากขยะรีไซเคิลให้ได้สูงสุด โรงแรมบันยันทรี กระบี่ เข้าร่วมสนับสนุนในโครงการ "SCG and Tesco Lotus" ในการบริจาคกล่องกระดาษที่สะอาดและมีคุณภาพดี เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการดัดแปลงให้เป็นเตียงสนามกระดาษสำหรับผู้ป่วยโควิด 19





BUILDING
A BETTER FUTURE

การจัดการน้ำ

ความตึงเครียดด้านน้ำ (Water Stress) นับเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากขึ้นในช่วงไม่กีปีที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบปัญหาภัยแล้งในหลายพื้นที่รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความตึงเครียดด้านน้ำที่อาจเกิดขึ้นกับการใช้น้ำของสถานประกอบการในแต่ละพื้นที่ จึงวิเคราะห์ความตึงเครียดของน้ำโดยใช้เครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas ซึ่งพัฒนาโดย World Resources Institute เพื่อวางแผนและกำหนดนโยบายการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจากการวิเคราะห์ดังกล่าว ไม่พบว่ามีสถานประกอบการใดของบริษัทตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความตึงเครียดด้านน้ำระดับสูงมาก (Extremely high)

การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานประจำวัน เนื่องด้วยปริมาณการใช้น้ำของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัทจึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพในพื้นที่ที่ลูกค้าใช้งาน โดยได้ติดตั้งระบบก๊อกน้ำอัตโนมัติภายในอาคารสำนักงาน ศูนย์การค้าและโรงแรมส่วนใหญ่ในเครือเพื่อช่วยประหยัดน้ำ ควบคู่ไปกับการรณรงค์การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าตามหลักการ “ใช้เท่าที่จำเป็น” โดยที่โรงแรมมีเลีย เกาะสมุย มีแผนติดตั้งระบบหมุนเวียนน้ำ (Reclaim Water System) เพื่อนำน้ำเสียที่บำบัดแล้วกลับไปรดน้ำต้นไม้ภายในพื้นที่โรงแรม ซึ่งจะช่วยลดปริมาณการใช้น้ำประปา นอกจากนี้บริษัทอยู่ในระหว่างการวางแผนในการนำระบบการรีไซเคิลน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้วจากระบบบำบัดน้ำเสียไปใช้ให้เหมาะสมในแต่ละสถานประกอบการของบริษัท สำหรับโครงการที่อยู่ในระหว่างการพัฒนาใหม่จะมีการดำเนินงานด้านการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานการออกแบบเพื่อความเป็นผู้นำทางด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม (LEED) และมาตรฐานความเป็นเลิศในการออกแบบเพื่อประสิทธิภาพที่เหนือกว่า (EDGE)

บริษัทเห็นถึงความสำคัญในการใช้น้ำที่หอหล่อเย็นอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้เลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการควบคุมคุณภาพน้ำหล่อเย็นที่มีเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและมีระบบการตรวจวัดแบบ Real-time Monitoring ที่จะตรวจจับคุณสมบัติต่าง ๆ ของน้ำหล่อเย็น และทำการวิเคราะห์เพื่อปรับการบำบัดน้ำให้สอดคล้องกับปริมาณและคุณภาพของน้ำหล่อเย็นที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ระบบน้ำหล่อเย็นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยืดอายุการใช้งานอุปกรณ์ มีการสูญเสียน้ำต่ำ และมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้อาคารและบุคลากรที่ต้องปฏิบัติหน้าที่บริเวณหอหล่อเย็น

นอกเหนือจากการจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพที่กล่าวไว้ข้างต้น บริษัทยังตระหนักถึงการบำบัดน้ำเสียเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนใกล้เคียง โดยบริษัทมีระบบบำบัดน้ำเสียที่ออกแบบให้เหมาะสมกับสถานประกอบการแต่ละประเภท และได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้วเป็นประจำให้ผ่านตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด เพื่อให้มั่นใจถึงประสิทธิภาพของระบบบำบัด ทั้งนี้ บริษัทจะส่งผลการวิเคราะห์ให้กับหน่วยงานส่วนกลางเพื่อติดตามผลการดำเนินงาน และแก้ไขในกรณีที่พบปัญหากับสถานประกอบการได้ทันท่วงที





BUILDING
A BETTER FUTURE

การปกป้อง**ความหลากหลายทางชีวภาพ**

ธุรกิจต่าง ๆ ล้วนไม่สามารถเติบโตได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรม ความสำคัญของความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศเป็นประเด็นที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากผลกระทบจากการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพจะส่งผลต่อสมดุลทางธรรมชาติและการดำรงชีพของมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยความมุ่งมั่นที่จะ "สร้างคุณค่าด้านความยั่งยืนในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของเรา" AWC จึงมีนโยบายที่จะลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในขั้นตอน "การพัฒนาโครงการ" และ "การก่อสร้าง" ซึ่งนับเป็นความท้าทายของบริษัทในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจควบคู่ไปกับการรักษาและฟื้นฟูความหลากหลายทางระบบนิเวศและพรรณพืช โดยระมัดระวังการดำเนินกิจการเพื่อบรรเทาผลกระทบต่อธรรมชาติให้เกิดน้อยที่สุด

AWC มองว่า "ต้นไม้" เป็นสินทรัพย์ประเภทหนึ่งของบริษัท (Tree Asset) และมีนโยบายที่จะอนุรักษ์ต้นไม้เดิมด้วยวิธีการที่เหมาะสม โดยบริษัทกำหนดเกณฑ์สำหรับการเลือกเก็บรักษาต้นไม้ กล่าวคือต้องมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 นิ้วขึ้นไป (โดยวัดความสูงจากพื้นดินเกินกว่า 30 เซนติเมตร) เกณฑ์ดังกล่าวอ้างอิงข้อมูลการซื้อขายคาร์บอนเครดิตของต้นไม้ในตลาดคาร์บอนภายในประเทศ หรือโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (Thailand Voluntary Emission Reduction: T-VER) ซึ่งเป็นกลไกลดก๊าซเรือนกระจกภายในประเทศที่พัฒนาโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.)

AWC
เริ่มเก็บข้อมูล
"ต้นไม้"
ในทุกสถานประกอบการ
ตั้งแต่ปี 2560
เป็นต้นมา



ปัจจุบันมีต้นไม้ภายใต้การดูแลทั้งหมด

AWC จัดให้สินทรัพย์ต้นไม้อยู่ภายใต้การดูแลของทีม “Design management - Landscape Design” ซึ่งอยู่ภายใต้สายงานการพัฒนาโครงการ โดย AWC ตั้งใจที่จะเก็บรักษาต้นไม้เดิมในพื้นที่ที่เข้าไปพัฒนาโครงการ เนื่องจากต้นไม้ดังกล่าวมีการปรับตัวได้ดีกับพื้นที่นั้นแล้ว อีกทั้งขนาดของต้นไม้เดิมเป็นไม้ขนาดใหญ่ที่หาได้ยากในท้องตลาด โดยก่อนเริ่มการพัฒนาโครงการทุกครั้ง ทีมจะสำรวจและเก็บข้อมูลจำนวนต้นไม้เดิมทุกครั้งก่อนออกแบบและพัฒนาโครงการ ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่าต้นไม้เดิมจะได้รับผลกระทบน้อยที่สุดในระหว่างการพัฒนาโครงการและการก่อสร้าง บริษัทจึงให้ความสำคัญเริ่มตั้งแต่การออกแบบโครงการ ดังนั้นทุกโครงการของ AWC จะมีการออกแบบแผนแม่บท (Master Plan) ที่คำนึงถึงต้นไม้เดิมตั้งแต่แรก เพราะเราเชื่อว่าต้นไม้จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสถานประกอบการ

การรักษาต้นไม้เดิมในพื้นที่ที่มีการพัฒนาโครงการ

ลาซาล อเวนิว



ระหว่างการสำรวจ



เมื่อโครงการเสร็จสมบูรณ์

การรักษาต้นไม้เดิมในพื้นที่ที่มีการพัฒนาโครงการ

โรงแรม มีเลีย เกาะสมุย









ระหว่างการสำรวจ

เมื่อโครงการเสร็จสมบูรณ์

ในกรณีที่ระหว่างการพัฒนาพื้นที่ส่งผลกระทบต่อต้นไม้ ทีม “Landscape Design” จะพิจารณาถึงความสำคัญของความหลากหลายทางระบบนิเวศเป็นสำคัญ สะท้อนให้เห็นได้จากการปรับแผนแม่บทเพื่ออนุรักษ์ต้นไม้เดิมไว้ ยกตัวอย่างแนวคิดในการบริหารจัดการของโครงการลาซาล อเวนิว ซึ่งเป็นศูนย์การค้าขนาด 20 ไร่ ที่ได้รับการออกแบบให้เป็นคอมมูนิตี้แนวราบที่มีพื้นที่สีเขียวกว่า 3,000 ตารางเมตร เพื่อสร้างบรรยากาศแบบผสมผสานให้ตอบโจทย์ครอบครัวยุคใหม่ ครอบคลุมตั้งแต่กลุ่มเด็กจนถึงกลุ่มสูงอายุ ตามหลักการออกแบบอย่างเท่าเทียม หรือ Universal Design โดยแต่ละพื้นที่จะมีความเชื่อมโยงระหว่างสนามหญ้า ซึ่งเป็นพื้นที่สีเขียวอันกว้างขวางกับสนามเด็กเล่นกลางแจ้ง

ในทำนองเดียวกัน โรงแรม มีเลีย เกาะสมุย ที่ตั้งอยู่บนหาดเชิงมน เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นโรงแรมที่นำเสนอประสบการณ์อันเป็นเอกลักษณ์ด้วยสระว่ายน้ำที่ใหญ่ที่สุดบนเกาะสมุย และ โรงแรม บันยันทรี กระบี่ โรงแรมหรูสไตล์พูลวิลล่าแห่งเดียวของจังหวัดกระบี่ ก็ได้มีการปรับแผนแม่บทให้อนุรักษ์ต้นไม้เดิม เพื่อลดการเคลื่อนย้ายต้นไม้เดิมให้น้อยที่สุด หรือหากจำเป็นต้องทำการย้ายไปปลูกยังจุดอื่น บริษัทจะมีผู้เชี่ยวชาญทางด้านต้นไม้ หรือรุกขกร เข้ามาช่วยแนะนำการอนุบาลต้นไม้ให้ถูกต้องตามหลักวิชา





การอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางระบบนิเวศด้วยการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในแต่ละสถานประกอบการของ AWC จะช่วยสร้างความใกล้ชิดกับธรรมชาติให้มากขึ้น ซึ่งเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้ลูกค้าเลือกใช้บริการของ AWC นอกจากนี้ ในบางสถานประกอบการ เช่น โรงแรม บันยันทรี กระบี่ ได้จัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความตระหนักเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงผ่านกิจกรรมปลูกต้นไม้ (Tree pot planning) โดยต้นไม้ที่ปลูกทั้ง 50 ต้น จะถูกใส่ไว้ในกระถางต้นไม้ที่ทำจากไม้ที่เหลือหรือพบในสถานประกอบการ (Upcycling pot) ซึ่งถูกสรรสร้างโดยทีมช่างไม้ของโรงแรม ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวได้เชิญครอบครัวของพนักงานเข้าร่วมด้วย เพื่อสร้างการตระหนักรู้ให้เกิดขึ้นกับคนรุ่นต่อไป

การออกแบบและพัฒนาโครงการโดยคำนึงถึงต้นไม้เดิมที่มีอยู่

โรงแรม บันยันทรี กระบี่



ระหว่างก่อสร้าง



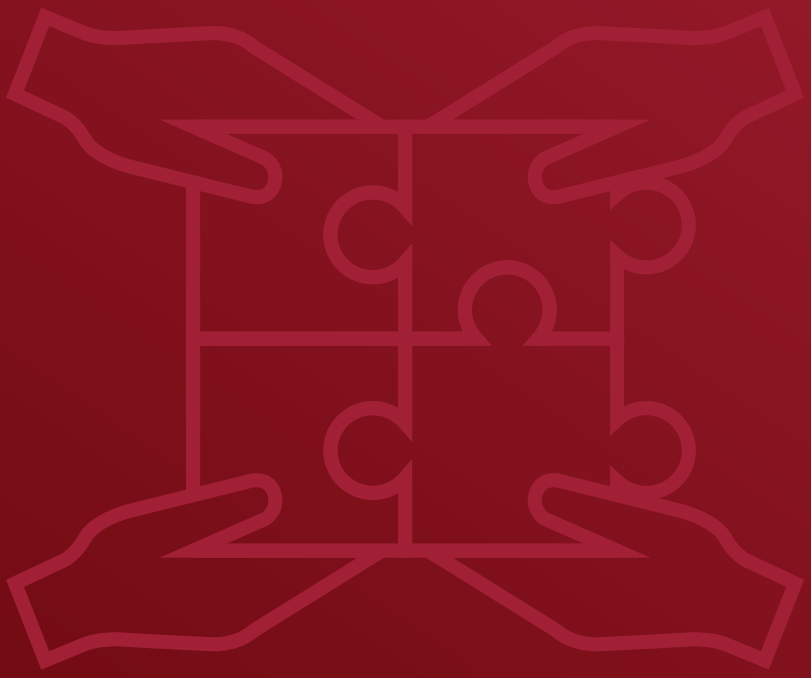
เมื่อโครงการเสร็จสมบูรณ์







BETTER PEOPLE



BUILDING
A BETTER FUTURE

การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

AWC เติบโตขึ้นจากความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม เราตระหนักเสมอว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีบทบาทที่สำคัญในความสำเร็จของเรา โดยกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของ AWC มีทั้งสิ้น 9 กลุ่ม ซึ่ง AWC มุ่งมั่นดำเนินการรับฟังความต้องการ ความคิดเห็น และข้อมูลเชิงลึกของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อการวางแผนการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมยิ่งขึ้นในอนาคต เรามุ่งมั่นที่จะสร้างสมดุลระหว่างความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ตามแนวทางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เราได้ดำเนินการวางแผนไว้ตลอดปี และเกิดผลลัพธ์ที่ได้ระบุไว้ก่อนหน้าในรายงานนี้

เช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา เป้าหมายหลักในการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องคือการเพิ่มความพึงพอใจ ลดข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญ และสื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้เข้าใจข้อกังวลและความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม ตามแผนการดำเนินงานด้านการมีส่วนร่วมและการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ในปี 2564 เราเริ่มต้นการดำเนินงานด้วยการส่งแบบสอบถามไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมข้อกังวลและความคาดหวังของพวกเขา หลังจากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาสรุปและประเมินสาระสำคัญซึ่งเป็นพื้นฐานในการจัดทำรายงานฉบับนี้ ทั้งนี้บริษัทมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานหลายด้านเพื่อใช้ในการประเมินสาระสำคัญ เช่น กลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โครงสร้างพื้นฐานเพื่อความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน

ในการทำงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน เราทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ร่วมกับทีมวิจัยการตลาดในการดำเนินการสำรวจพื้นที่ชุมชนโดยรอบทั้งที่ใกล้เคียงสถานประกอบการของ AWC ภายในรัศมี 5-10 กม. โดยเรามีแผนที่จะสำรวจชุมชนโดยรอบทั้งสิ้นร้อยละ 100 จากการโครงการทั้งหมดของ AWC แต่จำเป็นต้องขยายระยะเวลาออกไปเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 วัตถุประสงค์ของการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนคือ เพื่อแนะนำการดำเนินงานของโครงการ รวบรวมความต้องการและข้อกังวลเฉพาะจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง เก็บข้อมูลเชิงลึกและเงื่อนไขของผู้พักอาศัยท้องถิ่น หลังจากการรวบรวมข้อมูลทีมงานจะนำข้อกังวลมาจัดลำดับความสำคัญเพื่อนำไปพัฒนาแผนปฏิบัติการต่อไป นอกเหนือจากการสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชนแล้ว เรายังดำเนินการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมร้อยละ 100 ของการดำเนินงานโครงการ AWC ทั้งหมด



ปัจจัยในการเลือกพื้นที่เพื่อดำเนินการสร้างการมีส่วนร่วมชุมชนในปี 2564 ยังคงเดิม โดยสถานประกอบการที่ยังดำเนินกิจการอยู่จะเป็นผู้จัดทำรายชื่อการมีส่วนร่วมกับชุมชน อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานด้านการสำรวจความพึงพอใจของชุมชนในปี 2564 ได้หยุดลงชั่วคราวตามข้อบังคับเกี่ยวกับโรคระบาดของรัฐบาลในช่วงการระบาดของโควิด-19 ในประเทศไทย แต่เรายังคงทำงานอย่างต่อเนื่องในการวางแผนงานการลงพื้นที่เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในปี 2565 อย่างละเอียด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ในการดำเนินการสำรวจการมีส่วนร่วม AWC ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานไว้ ดังนี้

1. เพื่อสร้างคุณค่าองค์รวมให้แก่ชุมชน
2. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโครงการและชุมชนอย่างยั่งยืน
3. เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของชุมชนสำหรับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน
4. เพื่อกำหนดทิศทางและวางแผนงานความร่วมมือกับชุมชนโดยสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของ AWC

นอกจากนี้ AWC ยังได้กำหนดดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicator) เกี่ยวกับความพึงพอใจของชุมชนโดยรอบจากการสำรวจดังนี้

1. ร้อยละความพึงพอใจจากแบบสอบถาม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 79 ในการลงพื้นที่ครั้งแรก
2. จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างน้อย 4 ชุมชนต่อปี

ตามแผนปฏิบัติการด้านสัมพันธ์ชุมชน การลงชุมชนแบ่งขั้นตอนการทำงานออกเป็น 2 ระยะ

ระยะที่ 1:
"ก่อนการก่อสร้าง" เป็นการเยือนชุมชนที่อยู่รอบข้างโครงการครั้งแรก เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความคิดเห็นของชุมชนในพื้นที่

ปฏิทินแผนงานโครงการในปี 2565:

- มกราคม – มีนาคม - โครงการเวิ้งนครเกษม
- เมษายน – มิถุนายน - โครงการมีเลีย เชียงใหม่
- กรกฎาคม – กันยายน - โครงการ ล้ง 1919

ระยะที่ 2:
"หลังการก่อสร้าง" เป็นการรวบรวมข้อค้นพบที่สำคัญที่เราได้รับจากชุมชนและพัฒนาแผนเพื่อตอบสนองต่อข้อกังวลของชุมชนและการสำรวจติดตามครั้งที่สองหลังจากที่มีการปรับปรุงข้อค้นพบที่สำคัญ

ปฏิทินแผนงานโครงการในปี 2565:

- เมษายน – มิถุนายน - โรงแรมบันยันทรี กระบี่
- ตุลาคม – ธันวาคม โครงการเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟร้อนท์

ขั้นตอนการสำรวจโครงการชุมชนรอบข้าง

ขั้นตอนที่ 1	ขั้นตอนที่ 2	ขั้นตอนที่ 3	ขั้นตอนที่ 4
การกำหนดพื้นที่ในการดำเนินงาน	**การแนะนำบุคคลหลักที่เกี่ยวข้อง (Key person)**	**การแนะนำทีมกับตัวแทนชุมชน**	**การติดตามและประเมินผลความพึงพอใจของชุมชน**
• ระบุขอบเขตของพื้นที่ในการดำเนินงาน	• แนะนำทีมกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง • รวบรวมข้อมูลเชิงลึกและความต้องการของชุมชนท้องถิ่น และหารือเกี่ยวกับการสร้างการมีส่วนร่วมในโครงการ • ชี้แจงแผนการดำเนินงานและขั้นตอนในการดำเนินงาน	• แนะนำทีมและชี้แจงแผนการดำเนินงาน • ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของชุมชน • ชี้แจงโครงการ เดอะ GALLERY เชิญชวนให้คนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ และมอบของที่ระลึก • หารือแนวทางการดำเนินการสำรวจครัวเรือน	• ตัวแทนหลักฝั่งชุมชนนำการสำรวจครัวเรือน • ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ ความคิดเห็น และความคาดหวังของครัวเรือนรอบข้าง • มอบของที่ระลึกจากเดอะ GALLERY
			

การจัดสรรพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์กลางของชุมชน

โครงการ เดอะ ล้ง 1919 ริเวอร์ไซด์ เฮอริเทจ เดสติเนชั่น ได้จัดสรรพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์กลางของคนในชุมชนได้มาทำกิจกรรมร่วมกันโดยไม่เก็บค่าเช่า เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการและชุมชนได้มาจำหน่ายสินค้าแบบหมุนเวียนกันไป นอกจากนี้ยังร่วมกับมูลนิธิ แอสเสท เวิรด์ เพื่อการกุศล จัดทำโรงทานช่วยเหลือคนในชุมชนบริเวณโดยรอบโครงการ

แผนปฏิบัติการด้านชุมชนสัมพันธ์ ปี 2565 - โครงการเวิ้งนครเกษม

ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมีนาคม 2565 AWC ได้ริเริ่มการมีส่วนร่วมของชุมชนรอบโครงการเวิ้งนครเกษม โดยการลงสำรวจชุมชนใกล้เคียง 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนคลองโอ่งอ่าง และชุมชนสะพานหัน

แผนการเดินทางไปพื้นที่เวิ้งนครเกษม มีดังนี้

เดือนกุมภาพันธ์
ออกแบบโครงสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและโครงสร้างแบบสอบถามสำหรับคนท้องถิ่น

เดือนมีนาคม
- ลงพื้นที่สัมภาษณ์ และแจกแบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของชุมชนรอบข้าง
- รวบรวมแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากชุมชนท้องถิ่น

การสำรวจความพึงพอใจของชุมชนสะท้อนให้เห็นถึงข้อมูลเบื้องต้นของชุมชน และความคิดเห็นของคนในชุมชนที่มีต่อโครงการ ทั้งนี้ AWC ได้เสนอแนวทางการพัฒนาสำหรับอนาคต โดยมุ่งเน้นด้านการศึกษาและเยาวชน การส่งเสริมด้านสาธารณสุขและการบรรเทาสาธารณภัย การเสริมอำนาจทางสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์





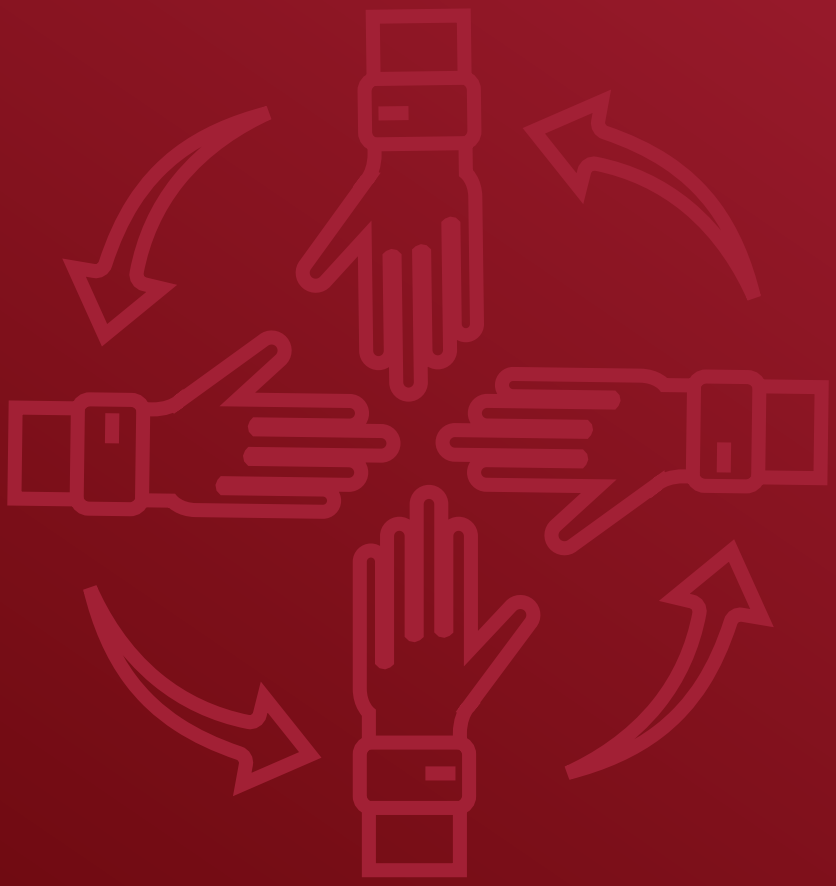












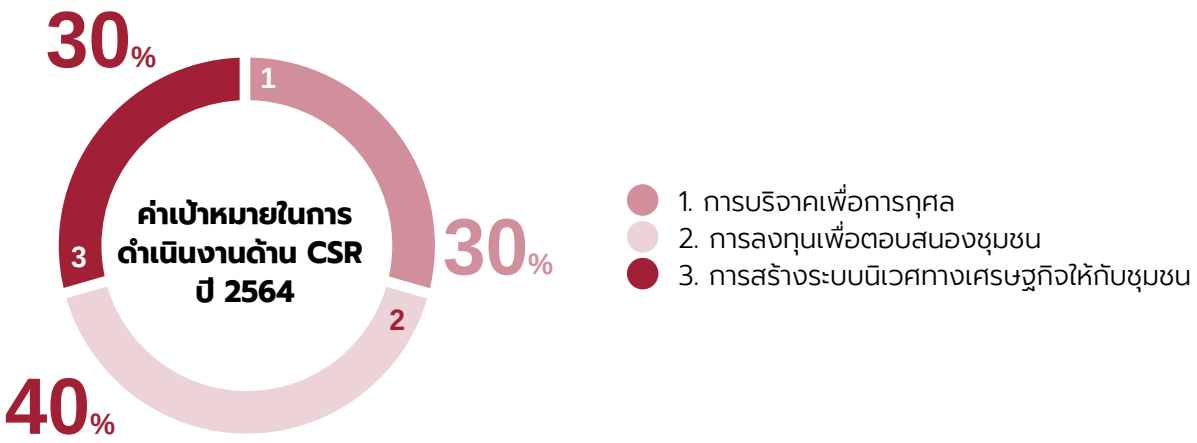
BUILDING
A BETTER FUTURE

การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และชุมชน

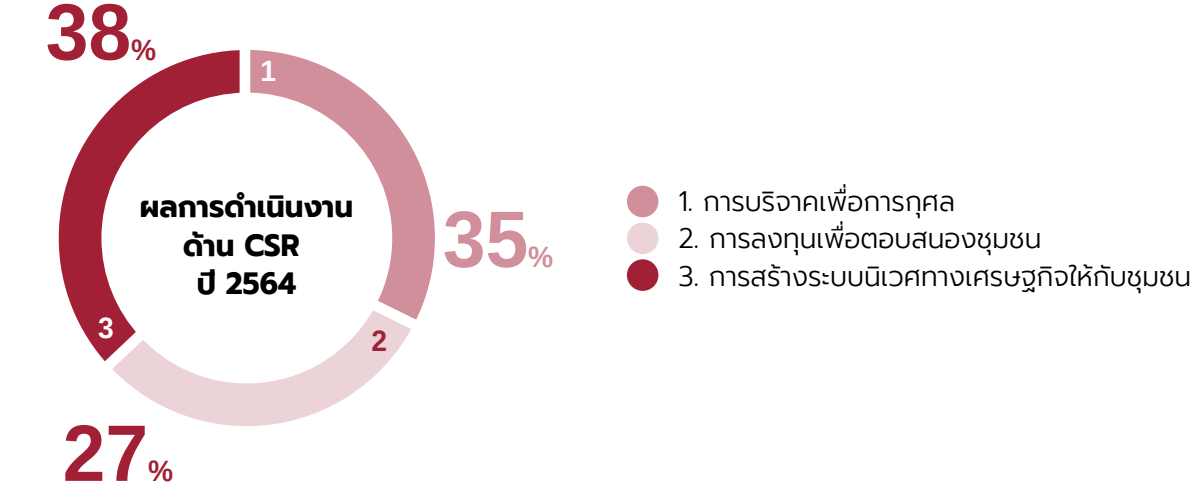
AWC มุ่งมั่นในการดำเนินกลยุทธ์ด้านการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและชุมชนมาอย่างต่อเนื่องจากปีที่แล้ว โดยบริษัทยึดนโยบายความยั่งยืนเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และครอบคลุมทุกบริษัทในเครือภายใต้การบริหารงานของ AWC

ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2564 คือการปรับเปลี่ยนแผนปฏิบัติการเพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่ได้รับการปรับปรุงใหม่ โดยบูรณาการหลักการด้านความยั่งยืนเข้ากับทุกแผนงานความรับผิดชอบต่อสังคม และรวมหัวข้อด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาสังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) ไว้ในทุกแผนปฏิบัติการ

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการทบทวนกรอบแนวคิดในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมใหม่ โดยมีการแบ่งออกเป็น 3 ประเภท พร้อมกำหนดค่าเป้าหมายในการดำเนินงานแต่ละประเภท ดังนี้



รายละเอียดการกำหนดค่าเป้าหมายของผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมปี 2564 ในแต่ละประเภทมีดังนี้



จากการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ทำให้บริษัทมีการทบทวนการจัดเรียงลำดับความสำคัญใหม่ ส่งผลให้การลงทุนในโครงการพัฒนาชุมชนบริเวณใกล้เคียงคิดเป็นร้อยละ 27 ของงบประมาณในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด อย่างไรก็ตาม AWC ตั้งเป้าหมายที่จะดำเนินการพัฒนาชุมชนรอบข้างอย่างจริงจังในปี 2565 ซึ่งเป็นไปตามแผนการมีส่วนร่วมของชุมชน

สำหรับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม AWC ได้พัฒนาเกณฑ์สำหรับการปฏิบัติงานในประเภทต่าง ๆ ดังนี้



การบริจาคเพื่อการกุศล

มีวัตถุประสงค์เน้นการบริจาคเพื่อสะท้อนผลประโยชน์ต่อสังคมเป็นหลัก โดยมีการบริจาคเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ ดังนี้

- การบริจาคเพื่อการกุศล ได้แก่ การบริจาคเงิน ผลิตภัณฑ์ บริการ การบริจาคให้องค์กรพัฒนาท้องถิ่น องค์กรระดับชาติหรือระดับนานาชาติ อาทิ การบริจาคเงินเพื่อการกุศลและการบริจาคโลหิต
- การบริจาคเพื่อสนับสนุนงานศิลปะและงานฝีมือ ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ กองทุนศิลปะ ศูนย์วัฒนธรรม กลุ่มนาฏศิลป์ ห้องสมุดท้องถิ่น และการพัฒนาพื้นที่นันทนาการ
- การบริจาคเพื่อการรับมือภัยพิบัติ ได้แก่ การฟื้นฟู การรับมือกับเหตุฉุกเฉิน การสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน การส่งเสริมความยืดหยุ่นในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้การบริจาคเพื่อการกุศลยังหมายรวมถึงการบริจาคเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่มีการบริจาคเพียงครั้งเดียว การให้ทุนที่มิใช่อย่างต่อเนื่อง และชั่วโมงอาสาสมัครของพนักงาน

ในปี 2564 AWC ลงทุนในโครงการบริจาคเพื่อการกุศลทั้งสิ้น 14,972,352 บาท คิดเป็นร้อยละ 35 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด



การลงทุนเพื่อตอบสนองชุมชน

มุ่งเน้นไปที่การบริจาคด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาชุมชน การสนับสนุนด้านการศึกษาและโครงการด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- การลงทุนเพื่อตอบสนองชุมชนเป็นการบริจาคให้กับองค์กรพัฒนาเอกชนในท้องถิ่น การสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงโครงการอาสาสมัครของพนักงาน อาทิ การสร้างหรือปรับปรุงสถานที่สาธารณะและสนามเด็กเล่นในชุมชน พร้อมทั้งบริจาคอุปกรณ์ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตให้ชุมชนโดยไม่ใช้เครื่องหมายการค้าของ AWC เพราะทุกการให้ เรามุ่งมั่นทุ่มเทด้วยหัวใจ
- การสนับสนุนด้านการศึกษาแก่สถาบันการศึกษาต่าง ๆ อาทิ ทุนการศึกษาให้เยาวชนในชุมชนโดยรอบ การให้ทุนการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน
- ความช่วยเหลือด้านสิ่งแวดล้อมแก่กลุ่มพัฒนาสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ อาทิ การอนุรักษ์สัตว์และระบบนิเวศ โครงการลดมลพิษทรัพยากรธรรมชาติ

ในแผนการปฏิบัติงานปี 2564 ด้านการลงทุนเพื่อตอบสนองชุมชน AWC ได้ลงทุนไปทั้งสิ้น 11,836,526 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด

การสร้างระบบนิเวศทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน

บริษัทมุ่งสร้างโอกาสสำหรับชุมชนโดยรอบ หรือชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของ AWC ผ่านการสนับสนุนกิจกรรมเชิงปฏิบัติ การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างโอกาสงานและการสนับสนุนวิสาหกิจท้องถิ่นขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อสร้างรายได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมผู้ผลิตสินค้าและบริการท้องถิ่นเป็นหลัก ในฐานะผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของธุรกิจ

- **โครงการวิจัยและพัฒนา** เป็นโครงการสนับสนุนการวิจัยนวัตกรรมของ AWC และการสนับสนุนกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างเดอะ GALLERY กิจการเพื่อสังคมของ AWC และชุมชนท้องถิ่นโดยรอบ

- **โครงการสนับสนุนเงินทุน** ได้แก่ เงินอุดหนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมเอกลักษณ์ของตราสินค้าขององค์กร รวมไปถึงการตลาดสินค้าและการบริการขององค์กร เช่น การชักชวนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาวางขายใน เดอะ GALLERY การสนับสนุนศิลปินด้านหัตถกรรม การสร้างศูนย์การเรียนรู้สาธารณะ การจัดพื้นที่สำหรับกิจกรรมทางสังคม และศูนย์วัคซีนโควิด-19 และการจัดตั้งศูนย์แยกกักตัวชุมชน AWC เพื่อรับมือการแพร่ระบาดของโควิด-19

AWC เน้นย้ำและให้คำมั่นต่อสาธารณะเสมอว่าเราจะไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังในสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ยากลำบากนี้ ดังนั้นในปี 2564 เราลงทุนในการสร้างระบบนิเวศทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนเป็นจำนวนเงิน 16,400,900 บาท เพื่อรองรับการแพร่ระบาดในชุมชน เช่น ศูนย์วัคซีนโควิด-19 ศูนย์แยกกักตัวชุมชน และการบริจาคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นประมาณร้อยละ 38 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด

ตลอดปี 2564 บริษัทลงทุนเพื่อสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและชุมชนประมาณ 43 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ “สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า” ของ AWC เรามุ่งมั่นในการบริจาคเพื่อสังคมและสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เงินสมทบ (0.46 ล้านบาท) การบริจาคเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ (42.64 ล้านบาท) ชั่วโมงอาสาสมัครของพนักงานในช่วงเวลาทำงานที่ได้รับค่าจ้าง (0.3 ล้านบาท) และค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ (9.44 ล้านบาท)

เนื่องจาก AWC ดำเนินธุรกิจทั่วประเทศไทย เราจึงมีความเกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ รวมถึงชุมชนโดยรอบในการดำเนินธุรกิจโรงแรมและการบริการในพื้นที่ห่างไกลจากตัวเมือง บริษัทจึงเน้นย้ำการส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหมายรวมถึงกลุ่มชุมชน ผ่านกิจกรรมการเข้าถึงชุมชนและช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่เป็นพื้นที่ปลอดภัยให้ชุมชนแสดงความต้องการ ความคิดเห็น ข้อกังวล และข้อเสนอแนะที่มีต่อ AWC นอกจากนี้ บริษัทมีเป้าหมายที่จะให้การสนับสนุนแก่ทุกชุมชน และเพื่อตอกย้ำความเป็นองค์กรที่ยั่งยืน AWC จึงยึดมั่นในการเป็นผู้ให้โอกาสที่นำเสนอโครงการจัดหางาน การมอบทุนการศึกษา และการฝึกงานในท้องถิ่นให้กับชุมชนเสมอ







ร้านค้า/
ธุรกิจเพื่อสังคม
เดอะ GALLERY

AWC เปิดตัว เดอะ GALLERY ร้านค้าที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการกุศลตามแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมภายใต้มูลนิธิแอสเสท เวิรด์ หรือมูลนิธิแอสเสท เวิรด์เพื่อการกุศล (AWFC)

ปัจจุบัน เดอะ GALLERY อยู่ในขั้นตอนการจดทะเบียนเป็นกิจการเพื่อสังคมตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2566

เดอะ GALLERY ขับเคลื่อนด้วยแนวคิด “Giving Art, Art of Giving” หรือศิลปะแห่งการให้ โดยการส่งเสริมศิลปินท้องถิ่นด้วยการให้ AWFC คัดเลือกผลงานศิลปะจากชุมชนต่าง ๆ ด้วยการออกแบบที่ยอดเยี่ยม มีคุณภาพ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อนำเสนอพรสวรรค์และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่ซ่อนอยู่ในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของประเทศไทย

เดอะ GALLERY ตั้งอยู่ในโรงแรม ศูนย์การค้า หรืออาคารสำนักงานของเรา โดยเป็นพื้นที่กลางให้ลูกค้าสำนักงาน และแขกของโรงแรมได้พบเจอผลงานทรงคุณค่าของศิลปินท้องถิ่น สนับสนุนผลงาน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาฝีมือร่วมกับชุมชนรวมถึงส่งเสริมศิลปะท้องถิ่นจากทั่วประเทศไทย นอกจากนี้เรายังวางขายผลิตภัณฑ์ของเราบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (Line my shop และ AWC social media) เพื่อขยายฐานตลาดไปสู่ตลาดโลก





ในปี 2564 เราส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน 40 ถึง 50 แบรนด์ทั่วประเทศตามสถานประกอบการของ AWC 12 แห่ง ได้แก่ เอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ไอคอนสยาม เอเชียทีคเฮอริเทจ โรงแรมแบงค็อกแมริออท เดอะ สุรวงศ์ หัวหิน แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา ภูเก็ต แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา มีเลีย เกาะสมุย เดอะ ระวีกัลยา บันยันทรี กระบี่ ดิ โอกุระ เพรสทีจ กรุงเทพฯ คอร์ทยาร์ด แมริออท ภูเก็ต ทาวน์ และ เลอ เมอริเดียน กรุงเทพฯ โดย AWC มีแผนขยาย เดอะ GALLERY เป็น 30 สาขาในปี 2569

เป้าหมาย
30
สาขา
ภายในปี 2569

การขยายสาขาของ เดอะ GALLERY 2564 - 2569



เดอะ GALLERY มีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการหรือชุมชนในท้องถิ่นให้มากที่สุด โดยการกำหนดสัดส่วนจำนวนสินค้าท้องถิ่นในร้านไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 จากจำนวนสินค้าทั้งหมด โดย AWC เชื่อมั่นว่ายิ่งขยายสาขามากเท่าไร ก็ยิ่งเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าได้รู้จักผลผลิตของชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

ตลาดการกุศล AWC Charity Market Around

AWC ได้ทำงานร่วมกับพันธมิตรจากองค์กรชั้นนำและหน่วยงานภาครัฐในการจัดสรรพื้นที่ภายในอาคารสำนักงานและศูนย์การค้าเพื่อจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสนับสนุนชุมชน AWC Charity Market Around โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โปรโมตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนในสถานประกอบการของ AWC ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คิดเป็นมูลค่าการซื้อขายกว่า 867,000 บาท ในขณะเดียวกันพันธมิตรทางธุรกิจและผู้ให้การสนับสนุนที่เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวได้บริจาคเงินจำนวน 68,233 บาท เพื่อสร้างศูนย์การเรียนรู้สำหรับโรงเรียนและชุมชนที่ต้องการความช่วยเหลือ โดยตลาดการกุศลนี้ได้ดำเนินการบริเวณตึกเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ แอทธินี ทาวเวอร์ และลาซาล อเวนิว







BUILDING
A BETTER FUTURE

อาชีวอนามัย
และความปลอดภัย

การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยล้วนมีความสำคัญต่อทุกคน ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน คู่ค้า ผู้เช่า ชุมชน แลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ AWC ให้ความสำคัญกับการจัดการความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านการก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของทุกคนและการรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจ

AWC ได้รับการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ISO 45001) ซึ่งได้นำมาใช้ในการบริหารโครงการการจัดการการออกแบบการบริหารต้นทุนและสัญญา และการบริหารการก่อสร้างของโครงการทั้งหมดในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ริเริ่มโครงการระหว่างการก่อสร้าง ก่อสร้างแล้วเสร็จ จนกระทั่งส่งมอบให้กับลูกค้า ซึ่งหมายรวมถึงการบริหารจัดการ อาคารและบริการทางเทคนิคและให้คำปรึกษา

ในปี 2564 AWC ได้กำหนดเป้าหมายทางสังคมว่า "AWC จะบรรลุเป้าหมายอุบัติเหตุเป็นศูนย์สำหรับพนักงานและผู้รับเหมา และจะไม่มีผู้เสียชีวิตและไม่มีการบาดเจ็บที่นำไปสู่การทุพพลภาพถาวรในปี 2569"

AWC ให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยโดยการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในระดับองค์กร โดยจัดเตรียมให้คณะทำงานจากทุกฝ่ายเข้าร่วมอบรมด้านความปลอดภัย รวมทั้งขอให้เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยทำงานอย่างใกล้ชิดกับพื้นที่และเจ้าของพื้นที่ปฏิบัติการในเรื่องการระบุความเสี่ยง การลดจำนวนอุบัติเหตุให้เหลือน้อยที่สุด และการจัดการอุบัติเหตุตามระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยทั้งในระดับองค์กรและในทุกหน่วยธุรกิจ ซึ่งจะรายงานผลการดำเนินงานในการประชุมประจำเดือนของคณะกรรมการชุดย่อย

ประธานคณะกรรมการความปลอดภัยจะนำเสนอผลการประชุมต่อคณะกรรมการบริหารทุกไตรมาส โดยจะแจ้งผลการประชุมให้พนักงานทุกระดับทราบผ่านอีเมลของบริษัทในหัวข้อ "คำแนะนำด้านความปลอดภัย" นอกจากนี้ บริษัทมีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอว่าความปลอดภัยและการลดอัตราการบาดเจ็บในการทำงานเป็นหน้าที่ของทุกคน โดยจัดให้มีการพูดคุยเกี่ยวกับความปลอดภัยในตอนเช้าของทุกวันประมาณ 15 นาที ณ พื้นที่ก่อสร้าง นอกจากนี้ บริษัทได้ทำงานร่วมกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลเพื่อจัดฝึกอบรมด้านความปลอดภัยขั้นพื้นฐานในทุกระดับ และตั้งเป้าว่าร้อยละ 100 ของพนักงานจะได้รับการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยภายในปี 2565

บริษัทไม่มีกรณีของการเสียชีวิตและความทุพพลภาพ ทั้งในพนักงานและผู้รับเหมา

อัตราความถี่การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) สำหรับพนักงานในปี **2564** คือ **0.42** โดยเกิดอุบัติเหตุที่ถึงขั้นหยุดงานหนึ่งครั้ง ขณะที่ผู้รับเหมาไม่มีรายงานเรื่องการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน

ในปี **2564** บริษัทจัดการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย (การฝึกอบรมเรื่องการปฏิบัติตามกฎระเบียบ) รวมทั้งสิ้น **5,454** ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยในรูปแบบการพูดคุยเรื่องการดำเนินงานประจำวัน (Toolbox talks) ซึ่งเป็นการประชุมเรื่องความปลอดภัยตอนเช้า (Morning talk) ใช้เวลาประมาณ **15** นาทีต่อวันที่สถานที่ก่อสร้าง คิดเป็นจำนวน **28,063** ชั่วโมง

ไม่มีอุบัติเหตุที่ทำให้เสียชีวิต



รางวัลอาคารโดดเด่นด้านความปลอดภัย (Building Safety Award: BSA)

AWC มีการพัฒนาการดำเนินงานกำหนดมาตรฐาน และแนวทางการตรวจสอบอาคารสำหรับอาคารในกรุงเทพฯ ทั้งหมดเพื่อความปลอดภัยสูงสุด AWC มุ่งหวังที่จะเป็นแบบอย่างที่ดีของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยสูงสุด

ในการรักษามาตรฐานความปลอดภัย และส่งเสริมความตระหนักด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการดำเนินงานอาคาร กรุงเทพมหานคร (กทม.) และสมาคมผู้ตรวจการอาคารจึงได้จัดการแข่งขันรางวัลอาคารโดดเด่นด้านความปลอดภัย (Building Safety Award: BSA) มาตั้งแต่ปี 2555

ในปี 2564 AWC ได้รับรางวัล BSA สำหรับอาคารสำนักงานทั้งหมดดังนี้

- อินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์ ได้ระดับบรอนซ์
- แอทธินี ทาวเวอร์ ได้ระดับทอง
- เอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ได้ระดับทอง
- อาคาร 208 วายเลสโร้ด ได้ระดับทอง

AWC กำหนดแผนระยะยาวด้านรางวัล BSA ไว้ว่าสินทรัพย์ทั้งหมดภายใต้การควบคุมการปฏิบัติงานของบริษัทจะได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยของอาคาร โดยแผนนี้ครอบคลุมถึงธุรกิจอาคารสำนักงาน ธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจค้าส่ง

ในปี 2565 AWC จะเน้นไปที่การประเมินงบประมาณและการปรับปรุงสิ่งปลูกสร้างให้ตรงตามมาตรฐานความปลอดภัยที่ BSA ระบุ

สำหรับปี 2566-2567 เราตั้งเป้าที่จะได้รับรางวัลระดับแพลตตินัมสำหรับอาคารขนาดใหญ่ และระดับทองสำหรับอาคารที่มีพื้นที่มากกว่า 10,000 ตร.ม.

และในปี 2568-2569 เรามุ่งมั่นที่จะได้รับรางวัลระดับเพชรสำหรับอาคารขนาดใหญ่



โปรแกรมสุขภาพ

นอกจากกองทุนประกันสังคมและประกันกลุ่มที่บริษัทจัดหาให้พนักงานเป็นสิทธิสวัสดิการพื้นฐานแล้ว เพื่อตอบสนองความคาดหวังของพนักงานในด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เราสนับสนุนและส่งเสริมการยศาสตร์ (การออกแบบสถานที่ทำงานให้สอดคล้องกับสรีระร่างกายของมนุษย์) เพื่อป้องกันโรคออฟฟิศซินโดรม และแนะนำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพที่ดี กิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ได้แก่ งานสัมมนาความรู้เรื่อง "รอยยิ้มมั่นใจกับทันตแพทย์" เพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องการดูแลสุขภาพฟัน กิจกรรมวิ่งออนไลน์เสมือนจริง การเต้นซุมบ้า ชั้นเรียนโยคะ และการนวดคอและไหล่เพื่อคลายเครียดระหว่างทำงาน นอกจากนี้ พนักงานยังได้รับสิทธิประโยชน์จาก AWC Infinite Lifestyle และสามารถเข้าใช้โรงยิมและสระว่ายน้ำได้ฟรีที่โรงแรม AWC ทุกแห่ง



การจัดการกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

บริษัทให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของบุคลากรเป็นอันดับแรก โดยการลดอุบัติเหตุ การบาดเจ็บจากการทำงาน และปัจจัยที่นำไปสู่ปัญหาสุขภาพของพนักงานให้เหลือน้อยที่สุด นอกจากนี้เรายังส่งเสริมสมดุลชีวิตการทำงานและโปรแกรมสุขภาพเพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานของ AWC มีสุขภาพที่ดีและความสุข จากการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยังเป็นความเสี่ยงด้านสุขภาพที่สำคัญในปีนี้ เราเผชิญกับความท้าทายอย่างต่อเนื่องในการลดความเสี่ยงด้านสุขภาพไปพร้อมกับการรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงได้กำหนดมาตรการที่จำเป็นเพื่อตอบสนองต่อการระบาดทั่วโลกนี้ เพื่อปกป้องทั้งพนักงานและลูกค้าของเรา

มาตรการป้องกันที่สำคัญในทรัพย์สินทั้งหมดเป็นไปตามมาตรฐานการบริหารความปลอดภัยและสุขภาพ (SHA) ซึ่งรวมถึงการตรวจคัดกรองทางเข้า การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และการจัดการด้านบุคคล ดังนี้

- การคัดกรองก่อนเข้าบริการ และการลงทะเบียนติดตามการเฝ้าระวังโควิด
- การเว้นระยะห่างทางสังคมในพื้นที่ประกอบการของบริษัท
- การทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะและจุดสัมผัสอย่างสม่ำเสมอ
- การจัดการการระบายอากาศที่เหมาะสม รวมทั้งการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ
- การจัดหาน้ำยาฆ่าเชื้อและสารทำความสะอาดที่เข้าถึงได้ง่ายในพื้นที่ส่วนกลาง อาทิ เจลทำความสะอาดมือ และสบู่
- การป้องกันส่วนบุคคล อาทิ การสวมหน้ากาก การล้างมือ
- การเตรียมติดตามความเสี่ยงและคัดแยกผู้ที่มีอาการต้องสงสัยและการจัดการของเสีย

สถานประกอบการทุกแห่งของ AWC ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโรงแรมและการบริการและธุรกิจค้าปลีก ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration : SHA) ซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงสาธารณสุข เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

บริษัทใช้รูปแบบการทำงานที่ผสมผสานระหว่างการทำงานทางไกลและการทำงานในสถานที่ (Hybrid working system) กับพนักงานในสำนักงานมาอย่างต่อเนื่อง โดยบุคลากรหลักที่ทำงานประจำอยู่ในสถานประกอบการ เมื่อมีผลยืนยันการติดโควิด-19 จะต้องแยกกักตัวที่บ้านตามมาตรการของศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.มท.) ส่วนพนักงานที่ได้รับการยืนยันว่าเป็นผู้มีความเสี่ยงสูงจะต้องรายงานอาการของตนทุกวัน ทั้งนี้ AWC ได้จัดทำประกันโควิด-19 สำหรับพนักงานทุกคน เมื่อบริษัทได้รับหลักฐานยืนยันว่าพนักงานติดเชื้อโควิค-19 แล้ว บริษัทจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับพนักงานตลอดจนสมาชิกในครอบครัวให้สามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ เพราะเรายึดมั่นในหลักการไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

AWC ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินงานของเราเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพมากที่สุด บริษัทสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นต่อการรับมือโควิด-19 กับพนักงานทุกคน รวมถึงพัฒนาแนวปฏิบัติด้านสุขภาพและความปลอดภัย มาตรการรับมือโควิด-19 ตลอดจนสถิติของพนักงานที่ติดเชื้อโควิด-19 นอกจากนี้ บริษัทยังสื่อสารกับพนักงานในเรื่องความปลอดภัยในการทำงานอื่น ๆ เช่น การลดความเสี่ยงด้านการยศาสตร์และความปลอดภัยด้านไฟฟ้าในสถานที่ทำงาน











AWC ร่วมรวมพลัง ไทยสู้สู้ - ศูนย์วัคซีนโควิด

AWC ได้สนับสนุนและร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและโรงพยาบาลชั้นนำ อาทิ โรงพยาบาลบางปะกอก และโรงพยาบาลเลิดสิน ในการจัดสรรพื้นที่ภายในโครงการเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟร้อนท์ ให้เป็นศูนย์ฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ให้กับประชาชนในพื้นที่บางคอแหลม ซึ่งเป็นชุมชนรอบข้างสถานประกอบการของ AWC นอกจากนี้ เราได้จัดสรรพื้นที่ในโครงการ โอ.พี. เพลส ใจกลางเมืองเชียงใหม่ เพื่อเป็นศูนย์ฉีดวัคซีนซิโนฟาร์มทางเลือกให้กับประชาชนในจังหวัด เพื่อเพิ่มภูมิคุ้มกันหมู่ตามมาตรการการรับมือโควิด-19 ของรัฐบาลและการหนุนเสริมการเข้าถึงบริการด้านสาธารณสุขที่จำเป็นเร่งด่วนนี้ จากความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานหนักของเราทำให้ AWC และ เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟร้อนท์ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ ผู้ให้การสนับสนุนภารกิจศูนย์ฉีดวัคซีน จากนายอนุทิน ชาญวีรกูล รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

AWC
ร่วมรวมพลัง













AWC ร่วมรวมพลัง ไทยสู้สู้ – ศูนย์แยกกักตัวในชุมชน (Community Isolation)

AWC ได้ร่วมมือกับรัฐบาลองค์กรท้องถิ่นและพันธมิตรจากองค์กรชั้นนำในการช่วยลดการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ด้วยการจัดตั้ง "ศูนย์แยกกักตัวในชุมชน" ภายในศูนย์การค้าส่ง AEC Trade Center ประตูน้ำพระอินทร์ ณ เทศบาลตำบลพระอินทราชา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เราสนับสนุนการแยกกักตัวในชุมชนสำหรับผู้ป่วยสีเขียวหรือกลุ่มที่ไม่มีอาการ ด้วยการบริจาคเตียงกว่า 200 เตียง และส่งมอบสิ่งของจำเป็น เช่น เตียง กระดาษแข็ง ที่นอน หมอน ผ้าห่ม พัดลม น้ำดื่ม และเวชภัณฑ์ที่จำเป็น เรามุ่งสนับสนุนโรงพยาบาลที่มีปัญหาการขาดแคลนเตียงและทรัพย์สินอื่น ๆ สำหรับการแยกกักตัวในชุมชนของผู้ป่วยที่ไม่สามารถกักตัวอยู่ที่บ้าน การทำเช่นนี้ช่วยลดความเสี่ยงในการติดเชื้อภายในครอบครัวและชุมชน นอกจากนี้เรายังช่วยประสานงานในการถ่ายโอนผู้ป่วยที่ต้องการความช่วยเหลือไปยังโรงพยาบาลหรือโรงพยาบาลสนาม โดยค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งศูนย์แยกกักตัวในชุมชนและเงินบริจาคคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 8,044,554 ล้านบาท

AWC
ร่วมรวมพลัง
ไทยสู้สู้

AWC ร่วมรวมพลังไทยสู้สู้ - การบริจาคเครื่องนอน

AWC ในส่วนธุรกิจโรงแรมและการบริการได้บริจาคเครื่องนอนที่ไม่ได้ใช้ให้กับศูนย์แยกกักตัวในชุมชน โดยบริจาคทรัพย์สินรวมมูลค่าทั้งสิ้น 2,515,399 ล้านบาท แบ่งเป็น

- ศูนย์การค้าส่ง AEC Trade Center ประตูน้ำพระอินทร์ ประมาณ 1,000 ชุด
- ศูนย์แยกกักตัวชุมชนโควิด-19 ในเขตบางแค 450 ชุด









ศูนย์กักกันโรคโควิด-19 ในจังหวัดกระบี่และจังหวัดพัทลุงประมาณ 813 ชุด โดยร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

AWC
ร่วมรวมพลัง
ส่งถุงกำลังใจ

AWC ร่วมรวมพลังไทยสู้สู้ - การบริจาคถุงยังชีพแก่ชุมชนท้องถิ่น

มูลนิธิ แอสเสท เวิรด์เพื่อการกุศลมุ่งมั่นในการให้ความร่วมมือกับองค์กรชั้นนำกว่า 100 องค์กรและกรุงเทพมหานคร (กทม.) ในการต้านภัยโควิด-19 เราทำงานร่วมกันเพื่อผลิตถุงยังชีพจำนวน 13,500 ถุง และเงินบริจาครวมมูลค่าประมาณ 11 ล้านบาท เพื่อส่งมอบความช่วยเหลือแก่ชุมชนท้องถิ่นใน 22 เขตในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ AWC โดยได้แจกจ่ายถุงยังชีพในพื้นที่ดังต่อไปนี้

- เขตคลองเตย จำนวน 4,000 ถุง
- ชุมชนบางคอแหลม จำนวน 427 ถุง
- ชุมชนตลาดเก่า จำนวน 214 ถุง
- ชุมชนเจริญกรุง 89 จำนวน 101 ถุง
- ชุมชนสวนหลวง 1 จำนวน 524 ซอง
- ชุมชนบางอุทิศ จำนวน 354 ซอง
- ชุมชนปทุมวันบอนไก่ จำนวน 2,000 ซอง
- ชุมชนวัดจันทร์ใน จำนวน 880 ห่อ
- ชุมชนอื่น ๆ ใน 12 เขตในกรุงเทพฯ จำนวน 2,000 ห่อ

นอกจากนี้ AWC ยังบริจาคถุงยังชีพให้กับกระทรวงแรงงานและกองบัญชาการตำรวจนครบาล เพื่อแจกจ่ายถุงยังชีพจำนวน 3,825 ถุง ให้กับค่ายคนงานก่อสร้าง 19 แห่ง ซึ่งรวมถึงผู้รับเหมาที่ทำงานร่วมกับ AWC จำนวน 4 ราย (แคมป์บ้านพักคนงาน กอ. 19 จำนวน 25 ถุง แคมป์บ้านพักคนงาน บจก.ซี.อี.เอส จำนวน 491 ถุง แคมป์บ้านพักคนงานสภาวิศวกร จำนวน 98 ถุง และแคมป์บ้านพักคนงานสยามมัลติคอน 16 ถุง)



BUILDING
A BETTER FUTURE

การบริหาร**ทรัพยากรบุคคล**

จากกลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของ AWC การบรรลุเป้าหมายตามเสาหลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืน อันได้แก่ การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม (Better Planet) การเติบโตด้านทรัพยากรมนุษย์ (Better People) และการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ (Better Prosperity) นับเป็นหนึ่งฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุวิสัยทัศน์การ "สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า" ของ AWC

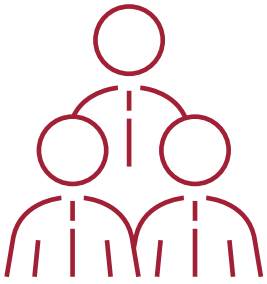
ภายใต้เสาหลักด้านการเติบโตด้านทรัพยากรมนุษย์ (Better People) AWC ปลูกฝังให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันกับค่านิยมองค์กร (AWC Core Value) และตัวตนของแบรนด์ (Brand DNA) ผ่านการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมหลักเรื่องความเชื่อมั่นในคุณค่าของความยั่งยืนในระยะยาว (Long-Term Sustainable Value) และผ่านทางหลักสูตร AWC Leadership DNA

AWC ยังได้จัดหลักสูตรการเรียนรู้และการพัฒนารวมถึงการยกระดับทักษะ (Upskill Program) สำหรับผู้นำองค์กรและพนักงาน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพ โดย AWC ได้จัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งและการพัฒนาสายอาชีพ (Succession and Career Development Program) เพื่อใช้ในการพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพและผู้สืบทอดตำแหน่งให้สอดคล้องกับเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) และเพิ่มจำนวนผู้สืบทอดภายในองค์กร บริษัทตั้งเป้าหมายให้ตำแหน่งสำคัญในบริษัท ต้องได้รับการคัดเลือกจากพนักงานภายในองค์กรร้อยละ 100 โดยตั้งเป้าที่จะบรรลุผลภายในปี 2569

อีกทั้งเรายังเชื่อว่าการสร้างสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดึงดูด การรักษาพนักงาน และการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพล้วนมีความสำคัญต่อความสำเร็จของ AWC โดยเฉพาะการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กร เรามุ่งมั่นที่จะปลดล็อกศักยภาพของบุคลากรของเราและเพิ่มพลังอำนาจแก่พวกเขาด้วยการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการทำงาน และสร้างความมั่นใจว่าความสามารถของพวกเขาจะได้รับการยอมรับและรางวัลแห่งความสำเร็จ นอกจากนี้ บริษัทตระหนักดีว่าการรับฟังความคิดเห็นของคนในองค์กรนั้นมีความสำคัญต่อบริษัทอย่างยิ่ง

เราลงทุนในการพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานเพื่อการเติบโตของบริษัทและการผลิตทรัพยากรบุคคลที่สามารถสร้างคุณค่าแก่สังคม ผ่านค่านิยมของ AWC ได้แก่ การคิดแบบองค์รวมและการบูรณาการ ความรอบรู้และความกล้ายืนหยัด นอกจากนี้ เรามุ่งมั่นเพื่อให้ได้การยอมรับว่าเป็นหนึ่งในนายจ้างที่ดีที่สุดในอุตสาหกรรมที่สามารถดึงดูดผู้มีความสามารถจากทุกระดับ และเป็นเลิศในด้านการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศในองค์กร

AWC ให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมทางเพศในสถานที่ทำงาน เราสนับสนุนโอกาสความก้าวหน้าและการเติบโตในสายอาชีพโดยขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำงานและไม่แบ่งแยกเพศ โดยบริษัทได้รายงานสถิติการจ้างงานขั้นพื้นฐานในปี 2564 ด้านโครงสร้างแรงงาน การจ้างพนักงานใหม่ การลาออกของพนักงาน และการลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร



54%



46%

การบริหารจัดการพนักงานที่มีศักยภาพสูง

AWC ตั้งใจที่จะปลูกฝังและเสริมสร้างความสามารถของพนักงานที่มีศักยภาพผ่านโปรแกรมการฝึกอบรมสมรรถนะ การสอนงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพสำหรับพนักงานที่พร้อมจะเติบโตและเผชิญกับความท้าทายในการทำงานต่าง ๆ

ในปี 2564 นี้ บริษัทได้ออกแบบโปรแกรมการฝึกอบรมและการพัฒนาศักยภาพพนักงาน ตามแผนการเรียนรู้และการพัฒนาที่ได้รับอนุมัติจากฝ่าย Operational Excellence หรือ OE โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้รวบรวมข้อมูลความต้องการในการเรียนรู้ของพนักงานจากทุกหน่วยธุรกิจผ่าน HR Business Partner (HRBP) ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าพนักงานต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับฝ่ายบริหารความเสี่ยง ฝ่าย OE ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายควบคุมสินทรัพย์ จากนั้นฝ่ายทรัพยากรบุคคลจึงออกแบบโปรแกรมการฝึกอบรมโดยใช้ข้อมูลเชิงลึกของพนักงาน ประกอบกับค่านิยมของ AWC โครงการพัฒนาภาวะผู้นำ “Leadership DNA” และโครงการพัฒนาทักษะการทำงานและพัฒนาทักษะทั่วไป เพื่อกำหนดแผนในการพัฒนาพนักงานและแผนพัฒนารายบุคคล

- **ค่านิยมของ AWC** เป็นค่านิยมองค์กรห้าประการที่เป็นหัวใจของการดำเนินงานของเรา – ส่งเสริมความมุ่งมั่นทุ่มเทด้วยใจในการทำงานอย่างไม่มีขีดจำกัดด้วย 5P's : ซื่อสัตย์ยึดมั่นในความดี (ปรัชญา) ทุ่มเทด้วยหัวใจ (คน) ร่วมสร้างเป้าหมายสู่ผลงาน (กระบวนการ) มุ่งมั่นเพื่อลูกค้า (ผลิตภัณฑ์) และตอบแทนสังคมสู่ความยั่งยืน (สาธารณะ)

- **โครงการพัฒนาภาวะผู้นำ “Leadership DNA”** คือโครงการพัฒนาศักยภาพผู้นำที่ใช้ในการสรรหาและสนับสนุนให้พนักงานในทุกระดับเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพ โครงการดังกล่าวจะช่วยเตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้ที่มีศักยภาพในการสืบทอดตำแหน่งใน 5 ด้าน โดยแบ่งระดับความเป็นผู้นำ ตั้งแต่พนักงานทั่วไปจนถึงผู้บริหารระดับสูงออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ผู้นำในตนเอง (สำหรับพนักงานทุกคน) ผู้ผสานทีม (สำหรับหัวหน้าส่วน) ผู้ผลักดันทีม (สำหรับหัวหน้าฝ่าย) ผู้ขับเคลื่อนการเติบโต (สำหรับหัวหน้าหน่วยธุรกิจหรือแผนก) และผู้ปลูกฝังวิสัยทัศน์ (สำหรับหัวหน้ากลุ่มธุรกิจหรือสายงาน) โดยโปรแกรมนี้จะเริ่มดำเนินการในระดับหัวหน้าหน่วยธุรกิจหรือแผนกในปี 2564 และมีแผนจะขยายไปสู่ระดับอื่น ๆ ในอนาคตอันใกล้นี้

- **โครงการพัฒนาทักษะการทำงาน และพัฒนาทักษะทั่วไป** มุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถของพนักงานเฉพาะด้านตามบทบาทหน้าที่ ตลอดจนการพัฒนาทักษะทั่วไป เช่น ทักษะด้านภาษาอังกฤษ ทักษะการนำเสนอ ทักษะการสื่อสาร และทักษะด้านอินโฟกราฟฟิกและการเล่าเรื่อง หลักสูตรการฝึกอบรมนี้มีทั้งบนผ่านระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning) ของ AWC และแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่เราได้จัดหาให้พนักงาน

แผนการเรียนรู้และการพัฒนา:

บริษัทมีนโยบายในการจัดฝึกอบรมให้พนักงาน เพื่อเป็นการส่งเสริมความรู้ ทักษะ และสมรรถนะในการทำงานของพนักงานทุกระดับและทุกหน่วยงาน โดยบริษัทนำเสนอวิธีการเรียนรู้ใน 3 รูปแบบ ได้แก่ การฝึกอบรมภายในองค์กร (In-house) การฝึกอบรมแบบเปิดสาธารณะ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งจะจัดขึ้นทั้งในห้องเรียนและช่องทางออนไลน์ รวมถึงระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์และการเรียนเสมือนจริง (Virtual Learning)

ปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างการพิจารณาที่จะดำเนินการสำรวจความต้องการในการเรียนรู้ของพนักงาน และการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับแผนพัฒนารายบุคคล เพื่อจัดทำแผนการเรียนรู้และการพัฒนาประจำปี โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเภทหลัก ดังนี้

ประเภทการฝึกอบรม	ตัวอย่าง
1. หลักสูตรบังคับ	• ปฐมนิเทศพนักงานใหม่ • จรรยาบรรณทางธุรกิจ • นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน • นโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ
2. หลักสูตรการเคารพกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ	• การฝึกอบรมด้านความปลอดภัย สำหรับผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงาน • การดับเพลิงขั้นพื้นฐาน • ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม • การปฐมพยาบาลและการทำ CPR
3. หลักสูตรการพัฒนาผู้นำ	• Director Certificate Program (DCP) • การตั้งเป้าหมาย การสอนงาน และการให้ข้อมูลป้อนกลับ • การบริหารทีม • การดำเนินกลยุทธ์ • การนำการเปลี่ยนผ่าน: การบริหารการเปลี่ยนแปลง
4. หลักสูตรทักษะเฉพาะด้าน	• มาตรฐานการรายงานทางการเงินมาตรฐานการบัญชีไทย และแนวปฏิบัติทางการบัญชี (Thai Financial Reporting Standards (TFRS) and Thai Accounting Standards (TAS)) • ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง • ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax on Mixed Transactions) • จุดความรับผิดในการเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม (Tax Point) • ระบบการเตือนอัคคีภัย • การบริหารค่าตอบแทนโดยรวม (Total Reward Management) • การเรียนรู้และการพัฒนา • การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล • การบริหารโครงการสำหรับผู้ปฏิบัติงาน • การวิเคราะห์การสั่นสะเทือน และสมดุลการออกแบบ (Vibration Analysis and Balancing Design) • มาตรฐานในการติดตั้งเครื่องกำเนิดไฟฟ้า • การจัดการความปลอดภัยด้านอัคคีภัยและวิศวกรรมป้องกันอัคคีภัย • การรับรอง Six Sigma ระดับ Green Belt (พื้นฐานและหลักการของ Six Sigma) • การรับรอง Six Sigma ระดับ Green Belt (Kaizen เพื่อการพัฒนา) • การรับรอง Six Sigma ระดับ Green Belt (พื้นฐานและหลักการบริหารแบบ Lean)
5. หลักสูตรทั่วไป	• การส่งเสริมประสิทธิภาพของทีมผ่านการสื่อสาร • การสื่อสารเพื่อการสร้างความเชื่อมโยงและความยั่งยืน • การตระหนักรู้ด้านข้อมูล • ความคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) • ภาษาอังกฤษ

การฝึกอบรมพนักงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการจัดฝึกอบรมด้านการเคารพกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างการฝึกอบรม เช่น การฝึกอบรมด้านความปลอดภัยสำหรับผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงาน การดับเพลิงขั้นพื้นฐาน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม การปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการทำ CPR ฯลฯ นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนให้พนักงานตั้งเป้าหมายการเรียนรู้และการพัฒนาด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง กล่าวคืออย่างน้อย 24 ชั่วโมงต่อคนต่อปี เพื่อเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต สิทธิมนุษยชน และการพัฒนาที่ยั่งยืน ในปี 2564 บริษัทได้จัดหาหลักสูตรบนระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) ของสถาบันชั้นนำและมหาวิทยาลัยทั่วโลก เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีโอกาสได้ฝึกฝนทักษะใหม่ ๆ และได้รับประกาศนียบัตรเมื่อเรียนจบ ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาผู้บริหารและพนักงานที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนให้ผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย เพื่อให้มีทักษะและองค์ความรู้ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี อันเป็นสิ่งสำคัญที่กรรมการบริษัทต้องทราบเพื่อนำมาใช้พัฒนาผลการดำเนินงานในภาพรวม กำหนดทิศทางและนำองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนพัฒนาผลประกอบการของธุรกิจแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

การฝึกอบรมและพัฒนา

จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรม ในปี 2564



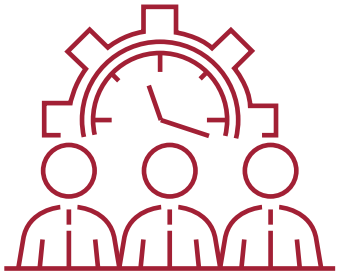
ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ

276,451 ชั่วโมง



ระดับผู้บริหาร

51,287 ชั่วโมง



ระดับปฏิบัติการ

225,164 ชั่วโมง

การจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง

แผนสืบทอดตำแหน่งเป็นนโยบายการสรรหาพนักงานที่มีศักยภาพสูง และมีขีดความสามารถที่จะเป็นผู้สืบทอดในตำแหน่งสำคัญของบริษัท เพื่อสานความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างมั่นคง รวมถึงแสดงศักยภาพในการขึ้นดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงของ AWC ในอนาคต

ในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินการตามกรอบแนวคิดด้านการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งโดยเริ่มจากการระบุตำแหน่งที่สำคัญ (Critical Positions) ในองค์กร ถัดมาจึงเป็นการระบุผู้ที่มีศักยภาพที่จะมาสืบทอดตำแหน่ง โดยใช้เครื่องมือ 9-grid (ประเมินจากผลการดำเนินงานและศักยภาพ) จากนั้น บริษัทจะคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่งเพื่อนำมาเข้ากระบวนการพัฒนาแบบยกระดับ (Accelerated Development Plan: ADP) และปิดช่องว่างทางสมรรถนะของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ บริษัทได้เริ่มระบุผู้สืบทอดตำแหน่งในตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายและหัวหน้าส่วนจากพนักงานทุกระดับในองค์กร ซึ่งถือเป็นการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 3 ของแผนการดำเนินงานสืบทอดตำแหน่ง

การดำเนินงานตามแผนสืบทอดตำแหน่งของ AWC แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1

เพื่อระบุผู้สืบทอดตำแหน่งหัวหน้าคณะธุรกิจ/สายงาน

ขั้นตอนที่ 2

เพื่อระบุผู้สืบทอดตำแหน่งของผู้ที่ขึ้นตรงต่อหัวหน้าคณะธุรกิจ/สายงาน และตำแหน่งสำคัญทั้งหมดในองค์กร

ขั้นตอนที่ 3

เพื่อระบุผู้สืบทอดตำแหน่งหัวหน้าฝ่าย และหัวหน้าส่วนจากพนักงานทุกระดับในองค์กร

บริษัทได้ออกแบบและดำเนินงานตามโครงการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Talent Development Program) สำหรับกลุ่มผู้สืบทอดตำแหน่งในขั้นตอนที่ 1 และ 2 โดยเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2564 และจะเสร็จสิ้นในเดือนกรกฎาคม 2565 ปัจจุบันบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งเป็นหลัก และได้เริ่มดำเนินการขั้นตอนที่ 3 ของแผนงานสืบทอดตำแหน่งแล้ว โดยจะเสร็จสิ้นในปี 2565

ปัจจุบันบริษัทได้สรุปรายชื่อผู้สืบทอดตำแหน่งสำหรับตำแหน่งสำคัญในองค์กร (ขั้นตอนที่ 1 และ 2) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีทั้งหมด 53 ท่าน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ระดับหัวหน้ากลุ่มธุรกิจหรือสายงาน 10 ท่าน และตำแหน่งสำคัญอื่น ๆ อีก 43 ท่าน

ทั้งนี้ ผลแห่งความสำเร็จจากการดำเนินการในขั้นตอนที่ 1 และ 2 คือ บริษัทมีผู้สืบทอดตำแหน่ง 3 ท่านที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่ง โดยมี 1 ท่านที่ขึ้นรับตำแหน่งหัวหน้ากลุ่มธุรกิจหรือสายงาน และอีก 2 ท่านขึ้นรับตำแหน่งหัวหน้าแผนก (รายงานตรงต่อหัวหน้ากลุ่มธุรกิจหรือสายงาน) ความสำเร็จนี้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของบริษัทที่จะส่งเสริมการเติบโตก้าวหน้าภายในองค์กร รวมถึงการสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจที่แข็งแกร่งสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ความหลากหลายในที่ทำงาน

จากแนวโน้มประชากรสูงวัยที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก บริษัททราบดีว่าประเทศไทยกำลังเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัย และตระหนักถึงความสำคัญของการเตรียมพร้อมเพื่อเข้าสู่สังคมสูงวัย ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงริเริ่มการจ้างงานผู้เกษียณอายุ ไม่ว่าจะเป็นการจ้างงานแบบสัญญาใหม่หรือต่ออายุสัญญาเดิม (สำหรับผู้ที่ถึงวัยเกษียณที่ทำงานกับ AWC) ในปีนี้เราจ้างผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีที่ยังสามารถทำงานได้ที่ โรงแรมบันยันทรี สมุย โรงแรมภูเก็ต แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา โรงแรมแบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค และโรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล

AWC ตระหนักถึงความสำคัญของการให้โอกาสแก่ทุกกลุ่มโดยปราศจากอคติทางเชื้อชาติ อายุ ศาสนา เพศ สีผิว และวัฒนธรรม ดังนั้นในปี 2564 เราจึงมีโอกาสต้อนรับนักศึกษาฝึกงานชาวอินโดนีเซียที่ โรงแรมแบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค และโรงแรม แบงค็อก แมริออท เดอะ สุรวงศ์ นอกจากนี้ เพื่อสะท้อนถึงการยอมรับในความหลากหลายในสถานที่ทำงาน AWC ได้จัดหาห้องสวดมนต์ที่รองรับความหลากหลายทางศาสนา เพื่อแสดงถึงความเคารพในปัจเจกบุคคล และความเท่าเทียมกันทางสังคมในทุกรูปแบบ

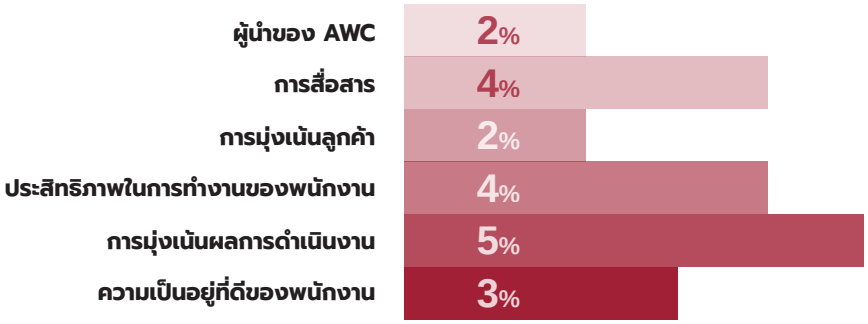


การสร้างความผูกพันของพนักงาน

พนักงานเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนความต่อเนื่องทางธุรกิจของ AWC ในกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล บริษัทได้ดำเนินการเพื่อส่งเสริมความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร เช่น จัดให้มีการฝึกอบรมที่จำเป็นเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จัดทำโครงการเพื่อรักษาพนักงานที่ดีและมีความสามารถ ให้ผลตอบแทนและสิทธิประโยชน์แก่พนักงานอย่างเป็นธรรม กำหนดนโยบายและแนวทางด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่สอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานไทยอย่างเคร่งครัดให้แก่พนักงาน ปฏิบัติต่อพนักงานโดยเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน และจัดให้มีช่องทางสำหรับการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียนจากพนักงาน

บริษัทรับฟังความคาดหวังและข้อกังวลของพนักงานผ่านแบบสอบถาม การมีส่วนร่วมประจำปี และแบบสำรวจความพึงพอใจที่จัดทำทั้งบริษัท โดยผลลัพธ์จะถูกนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการปรับปรุงความพึงพอใจของพนักงาน

ในปี 2564 ผลการสำรวจความผูกพันของพนักงานชี้ว่ามีพนักงานที่ตอบกลับแบบสำรวจคิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีพนักงานที่รู้สึกผูกพันกับบริษัทร้อยละ 70 ซึ่งเท่ากับค่าเป้าหมายที่บริษัทกำหนด เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยขององค์กรในประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 66 ทั้งนี้ บริษัทได้สื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมจากพนักงานผ่านหลากหลายช่องทาง อาทิ อีเมลภายในองค์กร (AWC News, HR News) Kaizala และการจัด Townhall โดยผู้บริหารระดับสูง จากความพยายามนี้ส่งผลให้พนักงานของ AWC มีความพึงพอใจสูงขึ้นในทุกมิติ ได้แก่ มิติผู้นำของ AWC (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2) มิติการสื่อสาร (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4) มิติการมุ่งเน้นลูกค้า (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2) มิติประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4) มิติการมุ่งเน้นผลการดำเนินงาน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5) และมิติความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 3)



ทั้งนี้ บริษัทได้รับทราบและกำหนดแนวทางการพัฒนาประเด็นที่พนักงานให้ความสำคัญ อาทิ การบริหารการปฏิบัติงาน การพัฒนาความเป็นผู้นำ และการให้อำนาจในการทำงาน

การดูแลรักษาพนักงาน (Our People Care)

นโยบายการรักษาพนักงานของ AWC ในช่วงโควิด-19 ของบริษัทยังคงยึดมั่นในหลักการไม่เลิกจ้างพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานทุกคนเหมือนเดิม เพื่อร่วมยืนหยัดและฝ่าฟันช่วงเวลาแห่งความท้าทายนี้ไปด้วยกัน บริษัทได้รณรงค์ให้พนักงานมีวิถีการทำงานใหม่แบบไร้ขีดจำกัดผ่าน AWC Infinite Lifestyle เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงาน และคุ้นชินกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใน "วิถีชีวิตใหม่" โดยบริษัทอนุญาตให้พนักงานเข้าใช้พื้นที่ทำงานในโรงแรมในเครือของ AWC ได้ โดยได้รับความสะดวกด้านสถานที่และบริการที่เหมาะสม เช่น เครื่องดื่ม อินเทอร์เน็ต เพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและไร้พรมแดน

การสร้างสุขภาวะที่ดีแก่พนักงาน

สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานเป็นสิ่งที่จำเป็น และเราห่วงใยคนของเราเสมอ ดังนั้นทีมบริหารทรัพยากรบุคคลจึงได้ออกแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยในปี 2564 บริษัทได้จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเชิง ดังนี้

- การจัดงานสัมมนาความรู้ "ยิ้มมั่นใจกับหมอฟัน" ร่วมกับ Invisalign เพื่อสร้างความตระหนักเรื่องการรักษาสุขภาพฟันและถามตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับการดูแลรักษาฟัน

- งานวิ่งออนไลน์เพื่อการกุศลของ แมริออท เอเชีย แปซิฟิคในเชียงใหม่ "7th Virtual Run to Give 2021" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการตระหนักรู้ และบริจาคเงินสนับสนุนให้กับ Operation Smile Thailand

- การเสวนากับผู้รู้ในหัวข้อการบริหารจัดการกับความเครียด สุขภาวะด้านจิตใจและอารมณ์ รวมถึงเคล็ดลับในการจัดการกับความเครียดในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

- การบริหารการเงินส่วนบุคคล ซึ่งเป็นการเสวนาออนไลน์โดยที่ปรึกษาด้านการเงินให้คำแนะนำเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินและภาษี

- "Fit and Firm Challenge" ส่งเสริมให้พนักงานมีวิถีชีวิตที่ดีต่อสุขภาพ โดยให้พนักงานรู้สึกสนุกสนานไปกับการกำหนดและทำตามเป้าหมายด้านสุขภาพ

นอกจากนี้ บริษัทยังให้พนักงานทุกคนเป็นสมาชิก AWC Infinite Lifestyle โดยพนักงานสามารถเข้าใช้พื้นที่พักผ่อนหย่อนใจในโรงแรมในเครือ อาทิ โรงยิม สระว่ายน้ำ นอกจากนี้ยังสามารถเพลิดเพลินกับร้านอาหารชั้นเลิศและบริการสปาในราคาพิเศษ







FUTURE LEADERS

Unleash potential for
AWC future leaders



AWC Brand DNA



AWC Leadership DNA



Accelerated
Development Plan



BUILDING
A BETTER FUTURE

สิทธิมนุษยชน

บริษัทยึดถือและเคารพสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ระดับปฏิบัติงานไปจนตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท เราตระหนักดีว่า บริษัทมีอำนาจควบคุมการปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวข้องกับสิทธิของพนักงานภายใต้กลุ่มบริษัท เราจึงมุ่งมั่นตั้งใจปกป้องสิทธิมนุษยชนของพนักงาน

อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นไม่ว่าจะผ่านทางห่วงโซ่คุณค่า ผู้รับเหมาก่อสร้างหรือคู่ค้าของเรา เรามุ่งมั่นที่จะปิดช่องว่างเหล่านี้เพื่อยกระดับการดูแลเรื่องสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท ไม่ว่าบุคคลเหล่านั้นจะเป็นใคร หรือว่าอยู่ในตำแหน่งใดของห่วงโซ่คุณค่าก็ตาม

บริษัทยึดหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัด และไม่ยินยอมให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างเด็ดขาด ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทเน้นย้ำในจรรยาบรรณทางธุรกิจ และสะท้อนในการปฏิบัติงานของบริษัท สิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องคือหัวใจสำคัญของการปฏิบัติงานของ AWC โดยเราให้ความสำคัญกับการประเมินความเสี่ยง และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการระบุกลุ่มที่อาจได้รับผลกระทบ หลักสิทธิมนุษยชนที่ AWC ให้ความสำคัญอย่างยิ่งมีดังนี้



สิทธิมนุษยชนในการดำเนินกิจการ



อาชีวอนามัยและความปลอดภัย



สภาพแวดล้อมในการทำงาน



ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม



การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและโอกาสที่เสมอภาค



เสรีภาพในการสมาคม

AWC ให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมทางเพศและความเสมอภาค โดยสะท้อนผ่านความหลากหลายทางเพศของพนักงานในทุกระดับ ตั้งแต่หน่วยงานกำกับดูแลไปจนถึงระดับการปฏิบัติการ

การดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนในปี 2564

ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนได้ถูกกล่าวในจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัท ดังนี้

บริษัทตระหนักถึงสิทธิ เสรีภาพ ความเท่าเทียม ความเป็นธรรม และสันติภาพ ดังนั้นทุกคนควรได้รับการคุ้มครองภายใต้หลักสิทธิมนุษยชน เพื่อให้เป็นไปตามการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน พึงปฏิบัติตามแนวทาง ดังต่อไปนี้

- ทุกคนต้องปฏิบัติอย่างสุภาพ และเคารพซึ่งกันและกันในทุกตำแหน่งงาน โดยปราศจากการละเมิดความคิดเห็นของผู้อื่น
- เคารพหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานในทุกระดับ โดยห้ามแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ชาติพันธุ์ สีผิว ชนชั้น เพศ อายุ ลักษณะทางกายภาพ ภาษา ความคิดเห็นด้านการเมือง และลักษณะอื่นๆ ที่ได้รับการคุ้มครองทางกฎหมาย
- ทุกคนมีหน้าที่ในการสนับสนุนสิทธิและข้อบังคับสากล ซึ่งหมายรวมถึงการนำมาใช้กับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้มั่นใจได้ว่าเราไม่มีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน

ทีมบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้ผนวกจรรยาบรรณทางธุรกิจด้าน**สิทธิมนุษยชน**เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรสำหรับการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ทุกคน เพื่อสื่อสารว่าบริษัทยึดมั่นในหลัก **สิทธิมนุษยชน** พื้นฐานอย่างเคร่งครัด



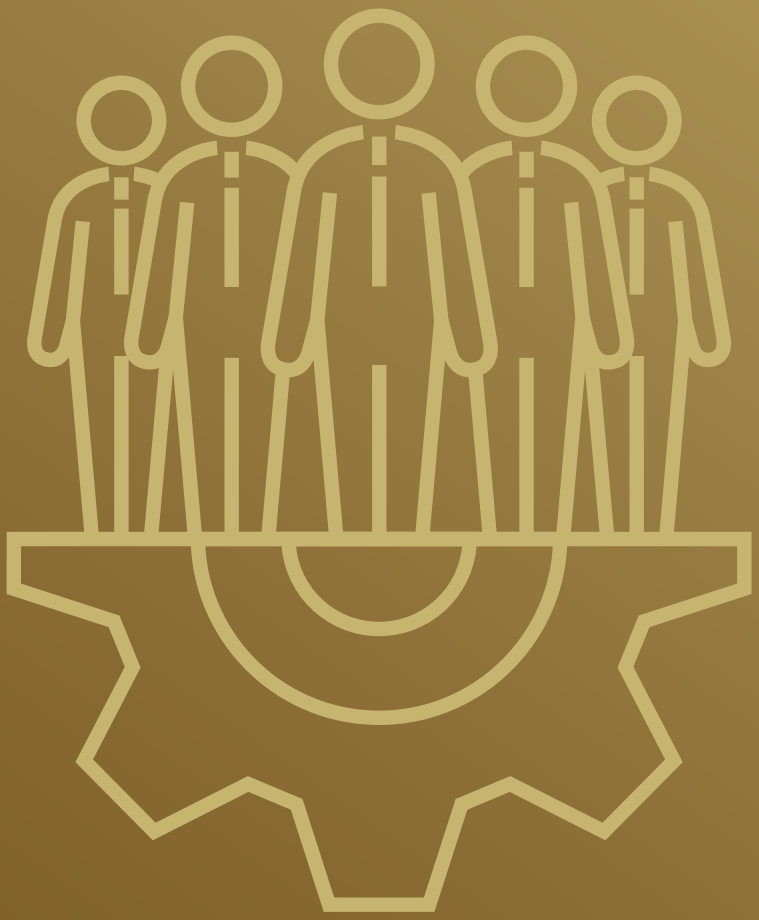
ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน หรือ The Universal Declaration of Human Rights (UDHR) การประชุมสมัชชาสหประชาชาติ ในปี 2491 ได้กำหนดสิทธิขั้นพื้นฐานสำหรับทุกบุคคล โดยบัญญัติออกเป็น 30 ข้อย่อย 10 หัวข้อหลัก โดยมีหลายหัวข้อหลักที่อยู่ภายใต้หน้าที่ความรับผิดชอบของธรรมาภิบาลในการปกป้องและป้องกันชีวิตมนุษย์ อาทิ สิทธิการลี้ภัย การแต่งงาน และการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินตามหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน โดยมุ่งเน้นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักต่อธุรกิจของ AWC ดังนี้

สิทธิในการได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม โดยไม่คำนึงถึงสีผิว วรรณะ ศาสนา เพศ ทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน	**AWC จัดตั้งห้องสำหรับพิธีกรรมทางศาสนาในโรงแรมแบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค และโรงแรม เลอ เมอริเดียน กรุงเทพ** AWC ตระหนักถึงความสำคัญของโอกาสที่เท่าเทียมกันสำหรับคนทุกกลุ่ม โดยปราศจากอคติด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ และวัฒนธรรม ดังนั้น บริษัทจึงได้มีโอกาสต้อนรับเด็กฝึกงานชาวอินโดนิเซีย และได้จัดตั้งห้องสำหรับพิธีกรรมทางศาสนาเพื่อรองรับความหลากหลายทางศาสนา และยืนยันว่าเราเคารพความเท่าเทียมทางสังคมในทุกรูปแบบ
สิทธิการทำงาน สิทธินี้ครอบคลุมความหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ซึ่งหมายถึงทุกคนมีสิทธิในการทำงาน และได้ทำงานในปัจจัยแวดล้อมที่เอื้ออำนวยแก่การทำงาน	**AWC จัดหาโอกาสทางอาชีพสำหรับผู้สูงอายุ และคนในชุมชนท้องถิ่น** เราสร้างโอกาสทางอาชีพในรูปแบบของสัญญาการจ้างงานใหม่ (เพื่อจ้างงานผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปี และไม่เคยทำงานร่วมกับ AWC มาก่อน) และดำเนินการต่อสัญญาจ้างงาน (สำหรับผู้ที่กำลังจะปลดเกษียณอายุกับ AWC) รวมถึงโอกาสทางอาชีพสำหรับกลุ่มคนที่อาศัยใกล้เคียงพื้นที่ประกอบการของบริษัท
สิทธิการมีเสรีภาพจากการทรมาน สิทธินี้หมายถึงไม่มีบุคคลใดสมควรได้รับการทรมาน การทารุณ การถูกปฏิบัติหรือการถูกทำโทษที่ลดทอนความเป็นมนุษย์และไร้มนุษยธรรม	**จรรยาบรรณทางธุรกิจของ AWC** AWC ต้องปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพ เคารพ เพื่อการให้เกียรติในความเป็นมนุษย์ รับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำของพนักงานที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อบริษัท
สิทธิในการปกป้องความเป็นส่วนตัว สิทธินี้ปกป้องพลเมืองจากการถูกละเมิดและสอดส่องควบคุมจากรัฐบาลและองค์กร	**ตามจรรยาบรรณทางธุรกิจด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล AWC ให้ความสำคัญกับการรักษาความลับข้อมูลของลูกค้า** AWC ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ พ.ร.บ. การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 (PDPA) AWC มีการทบทวนการดำเนินงาน และนโยบายด้านไอทีในทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานของบริษัทมีเครื่องมือที่ดีที่สุดในการปกป้องข้อมูลของลูกค้า
สิทธิในเสรีภาพทางความคิด ความคิดเห็น และการแสดงออก บุคคลทุกคนมีสิทธิในการเป็นเจ้าของความคิดเห็น นับถือศาสนาที่ตนต้องการ และมีสิทธิที่จะเปลี่ยนความเชื่อของตน	**ตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ AWC ต้องปฏิบัติตามกฎหมายการจ้างงานที่เกี่ยวข้องโดยปราศจากการเลือกปฏิบัติในทุกรูปแบบ** บริษัทสนับสนุนให้พนักงานมีสิทธิในฐานะพลเมืองดีภายใต้หลักรัฐธรรมนูญ พนักงานสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมทางการเมือง นอกเหนือจากชั่วโมงการทำงานและการมีส่วนเกี่ยวข้องของบริษัท

สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนเพิ่มเติมได้ที่: https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights



BETTER PROSPERITY



BUILDING
A BETTER FUTURE

การกำกับดูแลกิจการและ **จรรยาบรรณทางธุรกิจ**

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

AWC ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีเนื่องจากเป็นการบริหารจัดการความเสี่ยงและความท้าทายต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ต่อบริษัท บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยลดผลกระทบจากการดำเนินงานที่มีต่อภาคเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด เคียงคู่ไปกับการตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจที่จะเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นต่อสาธารณะ

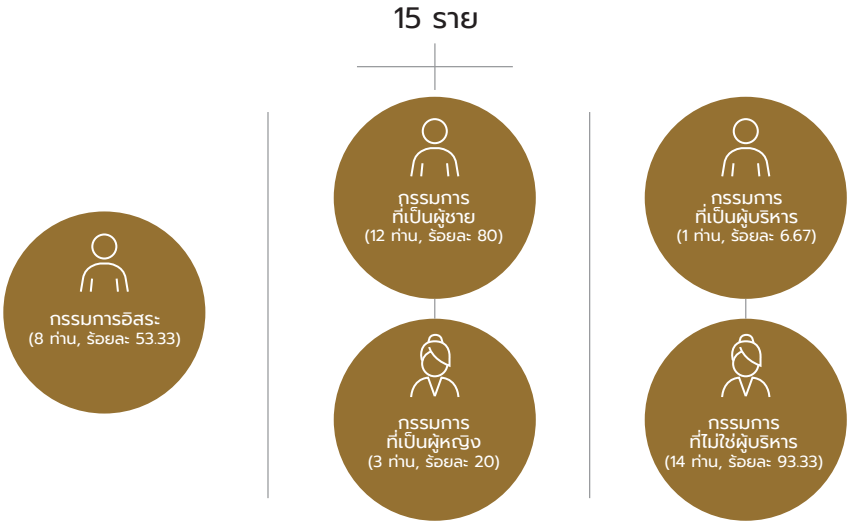


คณะกรรมการชุดย่อย 5 คณะ

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทในภาพรวม รวมถึงควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการให้เป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย จำนวน 5 คณะ เพื่อพิจารณาประเด็นเฉพาะเรื่อง กลั่นกรองข้อมูล ให้คำแนะนำและแนวทางพิจารณา ก่อนนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทเห็นชอบ ได้แก่

ในการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท บริษัทฯ ได้แต่งตั้งกรรมการอิสระ จำนวน 8 ท่าน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเกินกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด (15 ท่าน) นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดกรรมการอิสระ 1 ท่าน เพื่อพิจารณาแผนงานการประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อความโปร่งใสและการแบ่งแยกความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายจัดการอย่างชัดเจน

สัดส่วนของคณะกรรมการบริหารบริษัทในปี 2564



คณะจัดการ (MCOM)

การกำกับดูแลและกำหนดทิศทางของคณะกรรมการบริษัทผ่านคณะกรรมการชุดย่อยทั้ง 5 คณะ นั้น เป็นไปตามกฎบัตรของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละคณะ ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 6 ฉบับ (รวมกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท) และเป็นไปตามนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท อีก 16 ฉบับ ที่มีการประกาศใช้เพื่อให้ครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทในทุก ๆ ด้าน

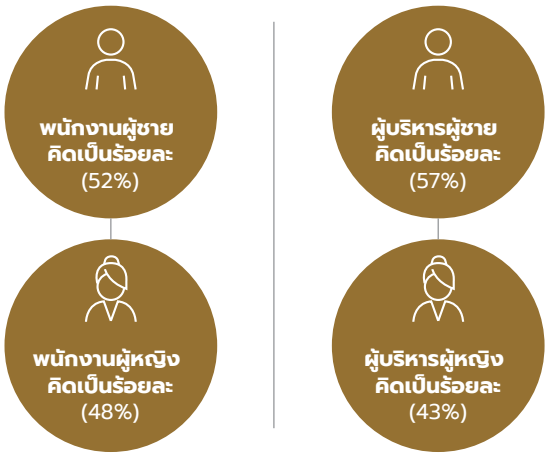
คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารสูงสุดขององค์กรและเป็นหัวหน้าคณะจัดการ (MCOM) โดยมีการระบุขอบเขตการปฏิบัติงาน และกำหนดอำนาจในการบริหารงานอย่างชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่สำหรับประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ นอกจากนี้ บริษัทได้นำหลักจรรยาบรรณธุรกิจมาเป็นแนวทางในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเป็นแนวปฏิบัติสำหรับการดำเนินงานของทุกภาคส่วนในบริษัท

คณะกรรมการบริหารได้มอบอำนาจหน้าที่การบริหารบางส่วนให้กับ MCOM ในการขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยให้เป็นไปตามนโยบาย ทิศทางกลยุทธ์ธุรกิจ แผนการดำเนินงาน เป้าหมายทางการเงินและงบประมาณประจำปี โดย MCOM สามารถกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทตามคู่มือการอนุมัติ (Manual of Authority หรือ MOA) ที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดย MOA เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานต่อเนื่องเป็นกระบวนการที่ส่งผ่านไปยังทุกแผนก/หน่วยงานตามกระบวนการทำงานของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทได้ปรับกระบวนการทำงาน 40 กระบวนการอย่างต่อเนื่อง โดย MCOM ได้แต่งตั้งคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ หรือคณะทำงานชุดย่อยเพื่อรับผิดชอบและปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ นอกจากการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการแล้ว บริษัทได้กำหนดให้ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนยังเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดผลสำเร็จ (KPI) ของคณะกรรมการจัดการภายใต้มิติธุรกิจเพื่อเร่งขับเคลื่อนความยั่งยืนในแต่ละหน้าที่การงาน

พนักงานและผู้บริหาร AWC ในปี 2564

(4,661 ราย)



บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรชั้นนำในอุตสาหกรรม ดึงดูดผู้มีความสามารถในทุกระดับ และเป็นองค์กรแบบอย่างในการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ โดยบริษัทคาดหวังให้พนักงานทุกคนต้องประพฤติตนอย่างสุภาพและเคารพซึ่งกันและกัน ไม่ละเมิดความคิดเห็นของผู้อื่น และเคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานในทุกระดับ AWC ปฏิบัติต่อผู้คนอย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ชาติพันธุ์ สีผิว ชนชั้น เพศ อายุ ลักษณะทางกายภาพ ภาษา ความคิดเห็นทางการเมือง และคุณลักษณะที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญเรื่องความเท่าเทียมกันทางเพศเป็นอันดับต้น ๆ ผ่านการให้โอกาสในการเติบโตตามสายอาชีพโดยประเมินจากความสามารถในการทำงานและไม่แบ่งแยกเพศ



การรับข้อร้องเรียน

บริษัทเปิดกว้างในการรับข้อร้องเรียนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติผิดจรรยาบรรณ รวมถึงการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและนโยบายของบริษัท ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกบริษัทสามารถแจ้งเบาะแสการประพฤติมิชอบต่อหัวหน้าสำนักตรวจสอบภายในผ่านจดหมายถึง ที่อยู่สำนักงานของบริษัท อีเมล (Headofinternalauditoffice@assetworldcorp-th.com) เว็บไซต์บริษัท (https://www.assetworldcorp-th.com) หรือ QR Code ที่ให้มานี้

บริษัทจะจัดการข้อร้องเรียนที่ได้รับจากทุกช่องทางอย่างเป็นความลับ หากผู้แจ้งเบาะแสเป็นพนักงาน พวกเขาจะได้รับการคุ้มครองที่เหมาะสมและเป็นธรรม เมื่อมีการตรวจสอบหลักฐานที่ชัดเจนเพียงพอและได้พิสูจน์ข้อเท็จจริงแล้ว คณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนจะรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบทราบเพื่อพิจารณาต่อไป โดยผู้กระทำผิดจะได้รับโทษทางวินัยตามนโยบายของบริษัทและดำเนินคดีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ผู้แจ้งเบาะแส	สำนักตรวจสอบภายใน	คณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียน	คณะกรรมการตรวจสอบ
รายงานเบาะแสการกระทำผิดผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน	สอบสวนข้อเท็จจริงด้วยหลักฐานที่ชัดเจนและเพียงพอภายใน 15 วัน เมื่อได้รับข้อร้องเรียน และรายงานต่อคณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียน	พิจารณาผลการสอบสวนและรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบภายใน 30 วันทำการ	ดำเนินการทางวินัย

ในปี 2564 ไม่พบการรายงานข้อร้องเรียนต่อคณะกรรมการบริษัท
ไม่พบการรายงานเรื่องการล่วงละเมิด
ไม่พบการรายงานกรณีการทุจริตที่ได้รับการยืนยันและการดำเนินการแก้ไข

ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2564 ด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ

ในปี 2564 บริษัทได้พัฒนาการกำกับดูแลกิจการอย่างเข้มข้น ด้วยการทบทวนและปรับปรุงนโยบายเดิม พัฒนากระบวนการการกำกับดูแลกิจการที่เหมาะสม และเข้าเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เพื่อยกระดับการกำกับดูแลกิจการของบริษัทให้ดียิ่งขึ้น การประกาศเจตนารมณ์ในการจัดการกับปัญหาคอร์รัปชันนี้ ไม่เพียงเพื่อประโยชน์ของบริษัท แต่เพื่อประโยชน์สูงสุดของสังคมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

ในฐานะองค์กรชั้นนำของประเทศ AWC มีความมุ่งมั่นในการร่วมยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อประโยชน์และความยั่งยืนของทุกภาคส่วนต่อไป

การทบทวนนโยบายเดิม

บริษัททบทวนและปรับปรุงนโยบายหลักด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจรรยาบรรณธุรกิจ 5 ประการ เพื่อลดช่องว่างในการดำเนินงานและรักษาแนวปฏิบัติอันดีเช่น 1) นโยบายการจ้างพนักงานรัฐ 2) นโยบาย พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 3) จรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 4) นโยบายต่อต้านการทุจริต และ 5) นโยบายการรับข้อร้องเรียน

การฝึกอบรมด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจ

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ด้วยเหตุนี้ คณะทำงานด้านการกำกับดูแลกิจการจึงมีการดำเนินการอย่างเข้มข้นเพื่อเพิ่มพูนความรู้และสร้างความตระหนักด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรแก่พนักงาน ผ่านการฝึกอบรมพนักงานทุกคนตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงระดับปฏิบัติการตลอดทั้งปี ดังนี้

- จัดการฝึกอบรมหัวข้อ "โครงการบริหารความเสี่ยงสำหรับผู้นำองค์กร" เป็นโครงการสำหรับผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัท โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และจัดทำคู่มือ "แนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน"
- จัดการฝึกอบรมหัวข้อจรรยาบรรณทางธุรกิจและนโยบายองค์กรในการปฐมนิเทศพนักงานทุกคนผ่านระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning) และประเมินหลังการฝึกอบรมเพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานทุกคนเข้าใจจริยธรรมทางธุรกิจและข้อปฏิบัติขององค์กร
- ในปีนี้ บริษัทมุ่งสื่อสารเรื่องการต่อต้านการทุจริตกับพนักงานทุกคนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผ่านการชี้แจงนโยบายต่อต้านการทุจริตขององค์กร และการจัดฝึกอบรมในหัวข้อดังกล่าว โดยสมาชิกหน่วยงานกำกับดูแลและพนักงานทุกคนล้วนผ่านการฝึกอบรมและการทดสอบในหัวข้อการต่อต้านการทุจริต (ไม่รวมพนักงานใหม่ที่เข้าทำงานกับบริษัทหลังมิถุนายน 2564)

นอกจากนี้ บริษัทได้สื่อสารนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปยังพนักงานทุกระดับ พนักงานทุกคนต้องผ่านการฝึกอบรมหัวข้อจรรยาบรรณทางธุรกิจและนโยบายของบริษัทองค์กรผ่านระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning) ภายใน 30 วันหลังเข้าร่วมการปฐมนิเทศเป็นพนักงาน

รางวัลแห่งความสำเร็จจากแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC)

ในปี 2563 บริษัทได้ประกาศเจตนารมณ์ที่จะเข้าเป็นแนวร่วมต่อต้านการทุจริตของภาคเอกชนไทย (CAC) เพื่อยกระดับการกำกับดูแลกิจการของบริษัท บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนการปรับปรุงนโยบายและข้อกำหนดของ CAC ในปี 2564 นี้ บริษัทได้รับประกาศนียบัตรจาก CAC ในระดับ "ยอดเยี่ยม" ซึ่งเป็นการยืนยันว่าบริษัทมีมาตรฐานในการต่อต้านการทุจริตที่แข็งแกร่ง บริษัทมีการสื่อสารความสำเร็จดังกล่าวกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมความเข้าใจและความไว้วางใจในการดำเนินงานอย่างโปร่งใสในทุกกระบวนการของบริษัท



BUILDING
A BETTER FUTURE

การจัดการความเสี่ยง

ในการ “สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า” ได้อย่างยั่งยืนนั้น AWC ตระหนักดีว่าการจัดการความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากบริษัทย่อมต้องเผชิญกับความเสี่ยงหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงทางการค้า สินทรัพย์ กฎหมาย สิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย การหยุดชะงักทางธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทได้ใช้แนวคิดแบบบูรณาการในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ โดยใช้ข้อมูลจากมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ดำเนินงานในหลากหลายมิติตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทิศทางของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนแนวโน้มด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้ การจัดลำดับความสำคัญความเสี่ยงถือเป็นขั้นตอนสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของ AWC

AWC ได้กำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรตาม COSO Enterprise Risk Management 2017 ซึ่งมีการใช้ทั่วทั้งองค์กรผ่านการดำเนินตามนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทกับพนักงานทุกระดับ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัท (RMC) ได้กำหนดนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยมีคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง (MRMC) เป็นผู้รับผิดชอบในการควบคุมดูแลความเสี่ยงตามกรอบและนโยบายที่กำหนด ในขณะเดียวกัน ฝ่ายบริหารความเสี่ยงจะเป็นผู้สนับสนุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความเสี่ยง ซึ่งหมายรวมถึงการรวบรวมข้อมูล การจัดฝึกอบรม และการส่งเสริมวัฒนธรรมการจัดการความเสี่ยงให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร

บริษัทยังคงเดินหน้าในการพัฒนาการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามพันธกิจ “สร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่า” บริษัทมุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งในกระบวนการจัดการความเสี่ยงทุกระดับ รวมถึงจัดให้ทุกหน่วยงานและตำแหน่งมีมาตรฐานการดำเนินงานที่เหมาะสม บริษัทยกระดับกระบวนการพัฒนาระบบการควบคุมภายในแบบบูรณาการ เพื่อให้ขั้นตอนการทำงานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเหมาะสม โดยบริษัทใช้หลักการป้องกัน 3 ชั้น (Three Lines of Defense) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการจัดการความเสี่ยง รวมถึงป้องกันและหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่เกิดจากกระบวนการที่ไม่เหมาะสม หรือการบังคับใช้ที่ขาดความเข้มข้น ภายใต้หลักการนี้ ฝ่ายบริหารความเสี่ยงจะเป็นศูนย์กลางสำคัญที่ทำงานร่วมกับหน่วยงานความเป็นเลิศในการปฏิบัติงาน หน่วยงานตรวจสอบภายใน และหน่วยงานที่รับผิดชอบกระบวนการ (Process Owner) นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญเพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งสัญญาณล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบเชิงลบต่อบริษัท ทำให้ฝ่ายบริหารสามารถปรับกลยุทธ์และกำหนดมาตรการรับมือเพื่อป้องกันการสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2564 ฝ่ายบริหารความเสี่ยงได้จัดฝึกอบรมและกิจกรรมด้านการบริหารความเสี่ยงที่หลากหลาย อาทิ การประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการจัดการความเสี่ยงสำหรับผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้ทราบทิศทางแนวโน้มใหม่ ๆ รวมถึงประเมินความเสี่ยงที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ การฝึกอบรมด้านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) และการบริหารความเสี่ยงสำหรับอาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ โดยบริษัทวางแผนที่จะขยายการฝึกอบรมและกิจกรรมดังกล่าวให้ครอบคลุมสถานประกอบการอื่น ๆ ในธุรกิจอาคารพาณิชย์และธุรกิจค้าปลีก ซึ่งจะช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมที่ตระหนักถึงคุณค่าของ BCM และช่วยให้ดำเนินตามแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงานด้านการจัดการความเสี่ยง

บริษัทประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกปีและใช้ผลดังกล่าวในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร บริษัทได้จำแนกความเสี่ยงตามระดับความรุนแรงที่ส่งผลต่อธุรกิจออกเป็น 5 ระดับ และระบุประเภทความเสี่ยงออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ความเสี่ยงเชิงปฏิบัติการ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนด ความเสี่ยงด้านโรคระบาดและภัยพิบัติ ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเสี่ยงต่อการทุจริต ทั้งนี้ในปี 2564 บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงทั้งหมด 15 ประเด็นด้วยกัน โดยประเมินตามระดับความรุนแรงของผลกระทบจาก “ไม่มีนัยสำคัญ” ถึง “ระดับวิกฤติ” และโอกาสที่จะเกิดจาก “เป็นไปได้น้อย” ถึง “เป็นไปได้สูง” จากผลการประเมินพบว่าความเสี่ยง 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค/การก่อการร้าย/ภัยพิบัติ ซึ่งเป็นความเสี่ยงในระดับสูงมาก (2) ความเสี่ยงด้านความสามารถในการแข่งขันเชิงกลยุทธ์ และ (3) ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งทั้งสองประเด็นถือเป็นความเสี่ยงในระดับสูง ทั้งนี้ พบว่าความเสี่ยงจากการขาดเสถียรภาพทางการเมือง เป็นความเสี่ยงอุบัติใหม่ที่อยู่ในระดับเสี่ยงปานกลาง



การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยังคงเป็นความเสี่ยงในระดับสูงมาก และส่งผลกระทบต่อหลายอุตสาหกรรมรวมถึงการดำเนินธุรกิจของ AWC ในแง่ของการเงินและการลงทุน มาตรการในการรับมือกับการแพร่ระบาดของประเทศไทยส่งผลกระทบเชิงลบต่อธุรกิจโรงแรมและการบริการจากความไม่สะดวกในการเดินทาง อุปสงค์การเช่าพื้นที่สำนักงานที่ลดลงเนื่องจากหลายบริษัทเปลี่ยนวิถีการทำงานเป็นรูปแบบการทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) ตามระเบียบข้อบังคับจากภาครัฐ ตลอดจนการที่ผู้เช่าไม่สามารถชำระเงินได้ตรงเวลาเนื่องจากขาดแคลนกระแสเงินสด จากที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทจึงได้นำแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการกับโรคระบาดของพันธมิตรเครือข่ายโรงแรมระดับโลกมาใช้ และทำให้มั่นใจว่าผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ตลอดจนความเสี่ยงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหมายรวมถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมลูกค้า กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ จะเกิดขึ้นน้อยที่สุด และได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ

บริษัทมีการตรวจสอบ ควบคุม และติดตามการก่อสร้างโดยใช้แนวทางที่เข้มงวดกว่ามาตรฐานสากล โดยบริษัทมีวงเงินสินเชื่อรองรับที่แน่นอน และปฏิบัติตามแนวทางการควบคุมต้นทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและรักษาสภาพคล่องสำหรับการเติบโตในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทได้ทบทวนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การลงทุนเพื่อแข่งขันกับแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ รวมทั้งดำเนินตามแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) เพื่อบรรเทาผลกระทบของการหยุดชะงักทางธุรกิจ โดยในปี 2564 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้จัดประชุมทั้งหมด 5 ครั้ง นอกเหนือจากภารกิจอื่น ๆ แล้ว คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ติดตามสถานการณ์แพร่ระบาดอย่างใกล้ชิด และมุ่งเน้นการรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจด้วยการกำจัดจุดอ่อนผ่านการพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่อง



ความสามารถในการแข่งขันเชิงกลยุทธ์ ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าที่มุ่งสู่วิถีของโลกในยุควิถีชีวิตใหม่ (New normal) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ความเข้มแข็งทางธุรกิจของพันธมิตรที่ลดลง และการแข่งขันที่สูงในธุรกิจโรงแรมและการบริการ คู่แข่งรายใหม่หรือรายเดิมอาจเสนอราคาที่ต่ำกว่าของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ เสนอความสะดวกสบายและการบริการที่เหนือกว่า หรือมีการขยายและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญในสถานที่ใกล้เคียงกับสถานประกอบการของบริษัท ซึ่งกระทบผลการดำเนินงานของ AWC บริษัทได้วางแผนรับมือล่วงหน้าโดยการทำข้อตกลง (Hotel Management Agreement) กับผู้ประกอบการโรงแรมระดับโลกในการบริหารจัดการโรงแรมของบริษัท ผู้ประกอบการเหล่านี้ล้วนมีความเชี่ยวชาญมีชื่อเสียงมายาวนาน มีมาตรฐานการดำเนินงานที่สูง และส่งมอบประสบการณ์ระดับโลกให้ลูกค้าแต่ละกลุ่มรู้สึกคุ้มค่าและพึงพอใจในคุณภาพการบริการ นอกจากนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจโรงแรมในสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งของประเทศไทย เพื่อหลีกเลี่ยงการกระจุกตัวของแหล่งรายได้จากบางภูมิภาค ในขณะเดียวกันบริษัทลดทอนความเสี่ยงของธุรกิจลิสซิ่งด้วยการนำเสนอแพลตฟอร์มธุรกิจที่หลากหลาย เช่น ศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) เพื่อรองรับวิถีชีวิตของลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยบริษัททำการวิจัยตลาดและพฤติกรรมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อวิเคราะห์อุปสงค์ของตลาด รายได้ของลูกค้าในพื้นที่ รวมทั้งความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง จากนั้นนำข้อมูลมาพัฒนาและปรับกลยุทธ์ของบริษัท ตลอดจนปรับปรุงคุณภาพการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างต่อเนื่องเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

นอกเหนือไปจากความเสี่ยงที่ได้กล่าวมา บริษัทยังเผชิญกับความเสี่ยงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่ออำนาจซื้อของลูกค้าและการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทรับมือโดยการระบุกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่เกิดจากกระแส “Workation” หรือการทำงานที่ทำงานไปด้วยเที่ยวไปด้วย ส่งผลให้บริษัทสามารถสร้างรายได้เพิ่มอย่างมั่นคง ในด้านการลงทุน บริษัทได้กำหนดนโยบายและเกณฑ์การลงทุนสำหรับการพัฒนาโครงการ โดยฝ่ายกลยุทธ์การลงทุนมีหน้าที่รวบรวมข้อมูลสนับสนุน ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน รวมถึงทำงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายการเงินเพื่อค้นหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนสมเหตุสมผลในการจัดการความเสี่ยง



BUILDING
A BETTER FUTURE

การบริหาร
ลูกค้าสัมพันธ์

ลูกค้าคือหนึ่งในผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักของบริษัท การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงเป็นหนึ่งในประเด็นสาระสำคัญ เนื่องจากมีผลกระทบโดยตรงในมิติเศรษฐกิจและส่งผลต่อความยั่งยืน โดยบริษัทได้ตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ทั้งยังรักษาคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ทั้งนี้การบริหารความสัมพันธ์ไม่ได้ดำเนินการเพื่อการเติบโตของธุรกิจของบริษัทเท่านั้น แต่ยังเป็นโอกาสสำคัญที่บริษัทจะให้บริการแก่ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะทำให้ลูกค้าในทุกกลุ่มธุรกิจมีความพึงพอใจในระดับสูง ด้วยการส่งมอบบริการและสินค้าที่มีคุณภาพ

หน่วยธุรกิจแต่ละหน่วยของบริษัทมีวิธีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจโรงแรมและการบริการที่แต่ละแบรนด์จะมีรูปแบบการบริหารจัดการที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล อย่างไรก็ตาม สถานประกอบการทั้งหมดในเครือ AWC จะยึดมั่นในค่านิยมขององค์กร “ซื่อสัตย์ยึดมั่นในความดี ทุ่มเทด้วยหัวใจ ร่วมสร้างผลงานสู่เป้าหมาย มุ่งมั่นเพื่อลูกค้า และตอบแทนสังคมสู่ความยั่งยืน” นอกจากนี้ บริษัทยังใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าอย่างแอปพลิเคชัน AWC CONNEXT ที่ผนวกประสบการณ์ของลูกค้าเข้ากับบริการต่าง ๆ ของบริษัทแบบไร้ขีดจำกัด

อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้บางโรงแรมปิดให้บริการชั่วคราวเป็นเวลาครึ่งปีในปี 2564 โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก และโรงแรม แบงค็อก แมริออท เดอะ สุรวงศ์ ได้ออกนโยบายการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย เช่น ส่วนลดค่าที่พัก การเข้าพักระยะยาว และการสะสมคะแนน นอกจากนี้ โรงแรม เลอ เมอริเดียน กรุงเทพ และ โรงแรม ดับเบิ้ลทรี บาย ฮิลตัน ได้ประกาศตัวเป็นพื้นที่กักตัวทางเลือก สำหรับธุรกิจอาคารพาณิชย์และธุรกิจค้าปลีก บริษัทได้ประกาศมาตรการโควิด-19 ตามนโยบายของรัฐบาลและมีการฆ่าเชื้อโควิดรายเดือนสำหรับผู้เช่า



ธุรกิจอาคารสำนักงานและธุรกิจค้าปลีก

บริษัทตระหนักถึงวัฒนธรรมในการทำงานในโลกยุควิถีชีวิตใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงได้เปิดตัวโปรแกรม “AWC Infinite Lifestyle - the tenant edition” เพื่อสนับสนุนให้พนักงานสามารถทำงานจากที่ใดก็ได้ และมอบสิทธิประโยชน์ที่ช่วยสร้างความสมดุลของชีวิตไปพร้อมกับส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน

ในเดือนมิถุนายน ปี 2564 อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ได้นำเสนอเทคโนโลยีจดจำใบหน้า ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดที่ช่วยลดการสัมผัส และเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการเข้าพื้นที่ที่สามารถใช้ทดแทนประตูกั้น ระบบแตะบัตร หรือสมาร์ทพาสผ่านคิวอาร์โค้ดในแอปพลิเคชันมือถือ AWC CONNEXT เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยให้พนักงานมีความปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถเข้าพื้นที่ในอาคารได้อย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมมือกับบริษัท ฮ้อปคาร์ จำกัด (HAUP) และบริษัท พลังงานมหานคร จำกัด (EA ANYWHERE) ในการเปิดตัวสถานีอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้าปลั๊กอินไฮบริด พร้อมบริการรถยนต์ไฟฟ้าแบบคาร์แชร์ริ่ง เพื่อเป็นการตอบสนองไลฟ์สไตล์แบบครบวงจร



บริษัทมองหาวิธีที่สร้างสรรค์ในการให้บริการผู้เช่าและลูกค้าอยู่เสมอ โดยบริษัทติดตั้งเซลล์แสงอาทิตย์บนชั้นดาดฟ้าที่เกตเวย์ บางซื่อ พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน พันธุ์ทิพย์ เชียงใหม่ และลาซาล อเวนิว ในส่วนของธุรกิจการค้า บริษัทได้เปิดตัวแคมเปญเพื่อการอนุรักษ์น้ำและประหยัดพลังงานที่เรียกว่า “Earth Hour” ตั้งแต่มกราคมถึงมีนาคม 2564 บริษัทร่วมมือกับ True Digital เพื่อเปิดตัวโครงการทดลองบริการหุ่นยนต์ที่อาคารแอทธินี ทาวเวอร์ ในการสแกนอุณหภูมิและการตรวจจับหน้ากาก

ในเดือนเมษายน ปี 2564 บริษัทใช้ระบบจดจำใบหน้าที่อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ และในปี 2565 นี้บริษัทกำลังวางแผนเปิดตัวโครงการสมาร์ทพาส ที่จะช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและความปลอดภัยสำหรับผู้เช่า ด้วยการอนุญาตให้ผู้ใช้สแกนการเข้าและออกจากอาคาร เก็บข้อมูลของผู้เยี่ยมชม และควบคุมการเข้าถึงอาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ทั้งนี้บริษัทอาจขยายโครงการดังกล่าวไปยังอาคารสำนักงานอื่น ๆ ในอนาคตอีกด้วย





ธุรกิจค้าส่ง

บริษัทเปิดตัว AEC Trade Center – Pantip Wholesale Destination เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 โดยมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นและมุ่งสร้างโอกาสให้ผู้เช่าด้วยการเปิดให้ขายของทางออนไลน์ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และสนับสนุนให้ผู้ขายทั่วไปมาขายออนไลน์หรือมีร้านค้าออนไลน์ของตนเองบนแพลตฟอร์ม PhenixBox B2B Wholesale แห่งแรกในประเทศไทย โดยไม่มีค่าธรรมเนียมในการเชื่อมโยงช่องทางออนไลน์กับออฟไลน์แต่อย่างใด

PhenixBox

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด โดยบริษัทได้เปิดผู้เช่าพื้นที่ใน AEC Trade Center – Pantip Wholesale Destination สามารถขายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (PhenixBox) โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม รวมถึงอนุญาตให้ผู้ขายทั่วไปสามารถใช้แพลตฟอร์มดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้ผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ PhenixBox เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซสำหรับธุรกิจค้าส่งรายแรกที่เน้นขายสินค้าชุมชนแบบธุรกิจสู่ธุรกิจ (B2B) และในปี 2564 บริษัทได้ทดลองและขยายการใช้งานแพลตฟอร์มดังกล่าวไปสู่การดำเนินธุรกิจสู่ธุรกิจสู่ลูกค้ารายย่อยอีกด้วย (B2B2C)

ในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปี 2564 บริษัทได้ร่วมมือกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าและกรมส่งเสริมสหกรณ์เพื่อส่งเสริมกลุ่มสหกรณ์ ในการส่งเสริมการขายผลผลิตทางการเกษตรบนแพลตฟอร์ม PhenixBox ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ปัจจุบันมีสหกรณ์สมัครเข้าระบบทั้งหมด 29 แห่ง มีหน่วยสินค้า (SKU) ทั้งหมด 40 รายการ และมีหมายเลขหน่วยสินค้ารวมทั้งสิ้น 1,175 หมายเลข (ณ เดือนธันวาคม 2564)









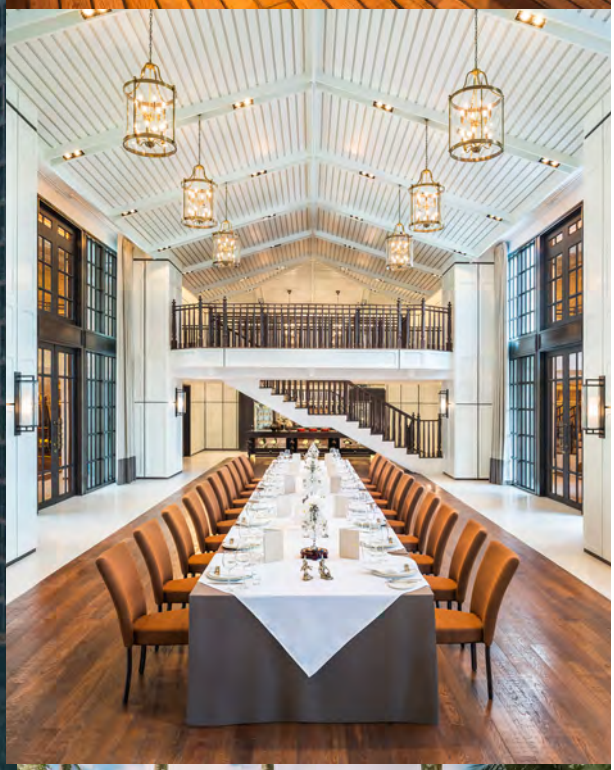
บทสัมภาษณ์

คุณนัยนา อัมสงคราม หัวหน้าฝ่ายการตลาด
สหกรณ์การเกษตรเกษตรวิสัย จำกัด (สาขานกเหาะ)

สินค้าที่เราขายจะเป็นข้าวหอมมะลิ ข้าวกล้องหอมมะลิ และข้าวไรซ์เบอรี่ พอมาขายสินค้าผ่าน PhenixBox ก็ช่วยให้ทางเราขายได้ง่ายขึ้นนะคะ จากปกติที่แทบไม่มีคนรู้จัก ลูกค้าจะซื้อก็ซื้อผ่านที่อื่นยาก เพราะว่าเราจะมีแค่สำนักงาน ลูกค้าเข้ามาได้แต่อาจไม่สะดวก พอมาขายสินค้าบน Phenix Box มีทั้งรูป รายละเอียดเสนอไป ก็มีลูกค้าที่สนใจติดต่อมาหรือว่าซื้อผ่านทาง PhenixBox เยอะขึ้น จากเดิมขายผ่านสหกรณ์เครือข่ายที่ไม่ได้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ PhenixBox ก็ช่วยกระจายสินค้าไปถึงลูกค้าได้ครอบคลุมมากขึ้น แล้วบน PhenixBox ถ้ามีลูกค้าสั่งมา ก็จะมีอีเมลมาแจ้งค่ะ ว่ามีลูกค้าสั่งมานะ แล้วเราก็เข้าไปดูรายละเอียดก็สะดวกมากขึ้นค่ะ ทำให้เราไม่พลาดทุกออเดอร์ของลูกค้า









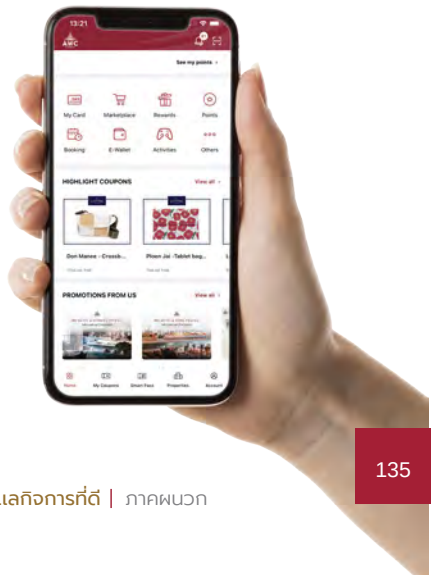
ธุรกิจโรงแรมและการบริการ

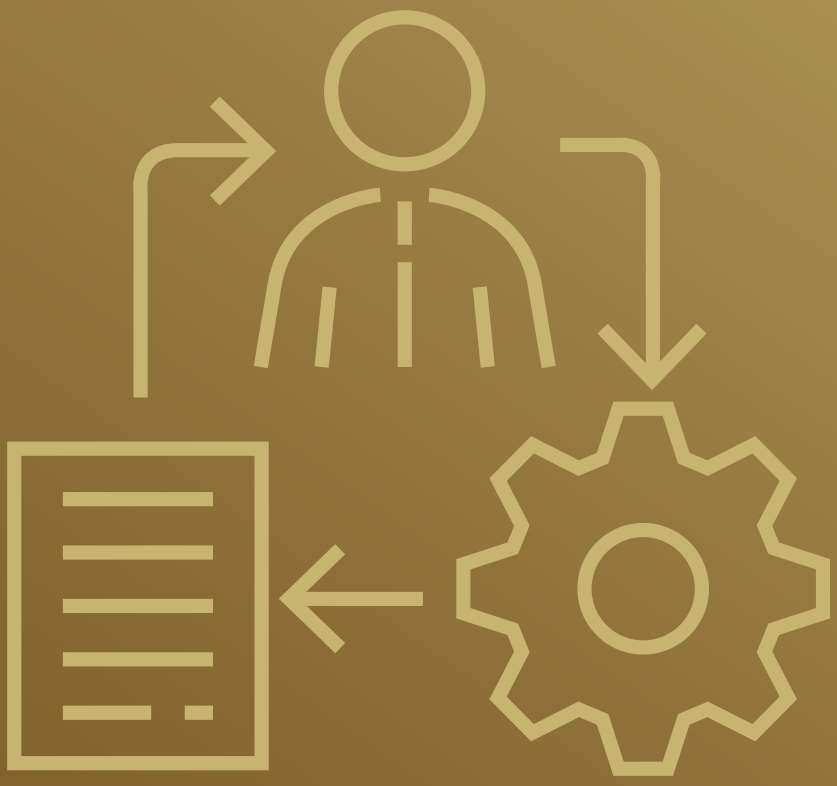
บริษัทมุ่งมั่นที่จะยกระดับและเสริมสร้างประสบการณ์แบบไร้ขีดจำกัดให้กับลูกค้า ผ่านโปรแกรม AWC Infinite Lifestyle ซึ่งเป็นการบูรณาการระหว่างการทำงานและการพักผ่อนในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผ่านแอปพลิเคชัน 'AWC CONNEXT' นวัตกรรมใหม่นี้เป็นรูปแบบการใช้ชีวิตและการทำงานโดยผสมผสาน "สำนักงาน - บ้าน - โรงแรม" เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในเรื่องของพฤติกรรมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปภายใต้ธุรกิจของบริษัท

ในเดือนมิถุนายนปี 2563 บริษัทได้เปิดตัวโปรแกรมสมาชิก AWC Infinite Lifestyle หรือ AWI แพลตฟอร์มสมาชิกระดับพรีเมียมที่นำเสนอโปรแกรมสิทธิประโยชน์และโปรโมชันต่าง ๆ ที่อยู่ภายใต้เครือธุรกิจของ AWC ทั้งหมด เพื่อให้ลูกค้าและแขกของโรงแรมสามารถเลือกใช้ได้โดยสะดวก พร้อมดื่มด่ำไปกับบริการชั้นเลิศของเครือธุรกิจ AWC อาทิ

- โปรแกรมสมาชิกของโรงแรมที่อยู่ภายใต้เครือธุรกิจของ AWC โดยลูกค้าสามารถใช้ได้กับโรงแรมทุกแห่งในเครือ AWC ทั่วประเทศ
- ลูกค้าสามารถใช้ Welcome Coupons Honors Program ส่วนลดและโปรโมชันพิเศษ รวมถึงแพกเกจและโปรโมชันบน AWI กับโรงแรมในเครือ AWC ผ่านแอปพลิเคชัน AWC CONNEXT
- ลูกค้าจะได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมจากธุรกิจในเครือของ AWC ได้แก่ อาคารสำนักงาน ศูนย์การค้าทั่วประเทศ และพันธมิตรภายใต้กลุ่มธุรกิจ ทีซีซี รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจอื่น ๆ ในอนาคต

AWC
INFINITE LIFESTYLE





BUILDING
A BETTER FUTURE

การปรับกระบวนการและ **เปลี่ยนองค์กรไปสู่ดิจิทัล**

ปัจจุบันสภาวะการดำเนินธุรกิจที่มีความเป็นพลวัตสูง ประกอบกับผลกระทบในช่วงของการระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกแล้วระลอกเล่าซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนไปเป็นอย่างมาก จากเหตุการณ์ดังกล่าวถือเป็นช่วงแห่งการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท นอกจากการเพิ่มความยืดหยุ่นในการปรับตัว และความสามารถในการดำเนินงานเพื่อบริหารการเปลี่ยนผ่าน บริษัทยังเห็นโอกาสของการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันที่นับวันมีแต่จะเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทรักษาและเพิ่มขีดความสามารถได้อย่างยั่งยืน บริษัทจึงมุ่งดำเนินการปรับเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีมากขึ้น (Digital Transformation) โดยตั้งแต่ปี 2562 บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

คำอธิบายของคณะกรรมการด้านการเพิ่มผลิตภาพ

บทบาทและความรับผิดชอบ

1. ดูแลผลิตภาพโดยรวมของ AWC
- กำหนด**มาตรฐานและเกณฑ์การวัดผล**ผลิตภาพ
- **จัดลำดับความสำคัญ**ของการพัฒนากระบวนการ
- **ติดตามผล** และให้คำแนะนำ
- **ตรวจสอบและอนุมัติ**กระบวนการ

2. กำหนดทิศทางการเพิ่มผลิตภาพในภาพรวม ทั้งในระยะกลางและระยะยาว
- ตรวจสอบความสอดคล้องของ**เป้าหมาย และทิศทางในการเพิ่มผลิตภาพ**ในพื้นที่ต่าง ๆ
- **ขับเคลื่อนโครงการเพิ่มผลิตภาพ**ในระดับองค์กร
- **ติดตาม ทบทวน และใช้แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ**เกี่ยวกับเทคนิคในการพัฒนาผลิตภาพหรือเทคโนโลยีใหม่

3. ปลูกฝังแนวคิด วัฒนธรรม และความสามารถด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
- **สื่อสารและกระตุ้นให้เกิดวัฒนธรรม**การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
- ทำให้มั่นใจว่าผู้**มีส่วนเกี่ยวข้องมีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่**และความรับผิดชอบในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- **จัดการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ** ตลอดจนกำหนดวิธีการวัดผล

กำหนดการทั่วไปของคณะกรรมการด้านผลิตภาพ
1. การกำหนดกระบวนการ
   - การปรับปรุงสถานะและการรายงานติดตามผล
2. การพัฒนากระบวนการ
   - โครงการการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ประโยชน์ที่ได้รับ
3. การสื่อสาร การเปลี่ยนแปลง และวัฒนธรรม

บริษัทใช้แนวคิดการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานที่ผสานแนวคิดด้าน Lean กับความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงาน (Operational Excellence) บริษัทได้จัดตั้ง “คณะกรรมการด้านการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity Committee)” โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธาน และมีฝ่าย Transformation Excellence สายงานบริหารกลาง ทำหน้าที่เลขานุการ ซึ่งมีหน้าที่หลักคือ การกำหนด ติดตามหรือปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้คล่องตัวด้วยการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดี และการสร้างวัฒนธรรมของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ตลอดจนการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของพนักงานให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อนำองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัลที่มีความเปลี่ยนแปลงแบบพลวัต พร้อมยกระดับกระบวนการทำงานและผลการดำเนินงานทางธุรกิจให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

บริษัทใช้ Six Sigma เป็นเครื่องมือปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานโดยการลดความสูญเปล่าในกระบวนการทำงาน โดยมีเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนการตัดสินใจด้วยข้อมูล (Information Based Organization) กล่าวคือการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้จัดระเบียบข้อมูลสารสนเทศขนาดใหญ่ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาต่อยอดเพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและส่งมอบประสบการณ์ของลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น เพื่อรักษาฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยสามารถสรุปวัตถุประสงค์หลักได้ 3 ด้านดังนี้

วัตถุประสงค์หลัก	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ตัวชี้วัด
สร้างคุณค่าทางธุรกิจด้วยการใช้ประโยชน์จากข้อมูล	การเข้าถึงข้อมูลที่สมบูรณ์ด้วยความปลอดภัย	สามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญ (คุณภาพข้อมูลอยู่ที่ระดับร้อยละ 90) ได้ภายในปี 2566
	ลดระยะเวลาในการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจและเพิ่มความภักดีของลูกค้า	ต้นทุนที่ลดลง และการสร้างรายได้ตามเป้าหมายประจำปี
	สร้างวัฒนธรรมการใช้ข้อมูลและเพิ่มความสามารถในการดำเนินธุรกิจโดยใช้ประโยชน์จากข้อมูล	เพิ่มการมีส่วนร่วมจากเจ้าของข้อมูลในแต่ละโครงการร้อยละ 5 ภายในปี 2565
การสนับสนุนเทคโนโลยีที่เหมาะสมต่อการพัฒนากระบวนการ	ความโปร่งใสของกระบวนการพร้อมผลการดำเนินงานที่วัดผลได้ เพื่อจัดลำดับความสำคัญได้อย่างชัดเจน	ร้อยละ 50 ของกระบวนการได้รับการทบทวนและปรับปรุง (Tallgate2) ภายในปี 2569
	สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและพนักงานซึ่งขับเคลื่อนโดยเจ้าของกระบวนการนั้น ๆ	พัฒนา Six Sigma ระดับ white belt ให้ได้ร้อยละ 5 ภายในปี 2565 และพัฒนาระดับ white belt เพิ่มเป็นร้อยละ 80 และ green belt ร้อยละ 10 ภายในปี 2569
พัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อสร้างกระบวนการทำงานดิจิทัล	พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลขององค์กร	ผลตอบแทนจากการลงทุนดิจิทัล (RoDI) ที่ 0.8-1.2 ภายในปี 2565

จากความพยายามอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และการปรับและออกแบบกระบวนการใหม่ ส่งผลให้บริษัทสามารถปรับปรุงกระบวนการกว่า 40 กระบวนการได้สำเร็จนับตั้งแต่ปี 2562

สำหรับผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2564 การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องช่วยให้บริษัทสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ซึ่งช่วยให้บริษัทลดค่าใช้จ่ายลงได้ร้อยละ 20.7 นอกจากนี้บริษัทได้ส่งเสริมการอบรมหัวข้อ Six Sigma ให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีบุคลากรที่ผ่านการอบรมระดับต้น (เทียบเท่าระดับ White Belt) ทั้งหมด 70 คน และบุคลากรที่ผ่านการอบรมระดับสูง (เทียบเท่าระดับ Green belt) ทั้งหมด 10 คน ซึ่งพนักงานจะสามารถประยุกต์แนวคิดด้าน Lean ไปปรับปรุงกระบวนการของฝ่ายอื่น ๆ ในองค์กรต่อไป

โครงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ผลสำเร็จในปี 2564

ระดับ 3

"ผลิตภาพเพิ่มขึ้น ↑" **โดยการใช้กระบวนการ Lean**

Green Belt

10

พนักงาน 10 คน ได้รับการรับรองระดับ Green belt

ความรู้ระดับสูง + การเรียนรู้ผ่านการทำโครงการ

1. ระบุโอกาส
2. วิธีการประยุกต์ใช้แนวคิด Lean / เครื่องมือในการพัฒนากระบวนการ
3. ทักษะที่จำเป็น
   - การบริหารโครงการ การนำเสนอผล
4. แบบฝึกหัด

→

ความคาดหวัง

ความสามารถในการริเริ่มโครงการ ตั้งเป้าหมาย และการประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่อง Lean เพื่อบรรลุเป้าหมายในการพัฒนา

ระดับ 1

"ผลิตภาพเพิ่มขึ้น ↑" **โดยการใช้กระบวนการ Lean**

White Belt

70

พนักงาน 70 คน ผ่านการอบรมระดับ White belt

แนวคิดจำเป็นขั้นพื้นฐาน

1. เข้าใจในคุณค่า
2. บทนำเกี่ยวกับ Lean
3. การพัฒนากระบวนการของ AWC
4. กรณีศึกษาและบทเรียน

→

ความคาดหวัง

มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ มีส่วนร่วมในการพัฒนากระบวนการและแนวคิดที่จำเป็นใน AWC

นวัตกรรมเพื่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า : AWC CONNEXT

บริษัทส่งเสริมการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองต่อการให้บริการแก่ลูกค้าและผู้เช่า โดยให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยด้านไซเบอร์ และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลที่สอดคล้องตามมาตรฐานสากลเพื่อสร้างความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ บริษัทจึงสร้างแอปพลิเคชัน AWC CONNEXT เพื่อเป็นช่องทางสำหรับเชื่อมโยงกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่ต้องการใช้บริการโรงแรม ผู้เช่าที่ต้องการบริการสนับสนุนหรือเข้าสำนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจอื่น ๆ ที่ต้องการเสนอขายสินค้าและบริการของตนเอง ตลอดจนสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่มอบให้พนักงาน

AWC CONNEXT ถูกออกแบบมาเพื่อให้เป็น "Omnichannel" กล่าวคือ แพลตฟอร์มสำหรับสื่อสารและให้บริการแบบไร้รอยต่อระหว่างช่องทางออนไลน์กับออฟไลน์แก่ลูกค้า คู่ค้า ตลอดจนผู้ที่สนใจทั่วไป

หัวใจสำคัญของ AWC CONNEXT : เป้าหมายและความสำเร็จ



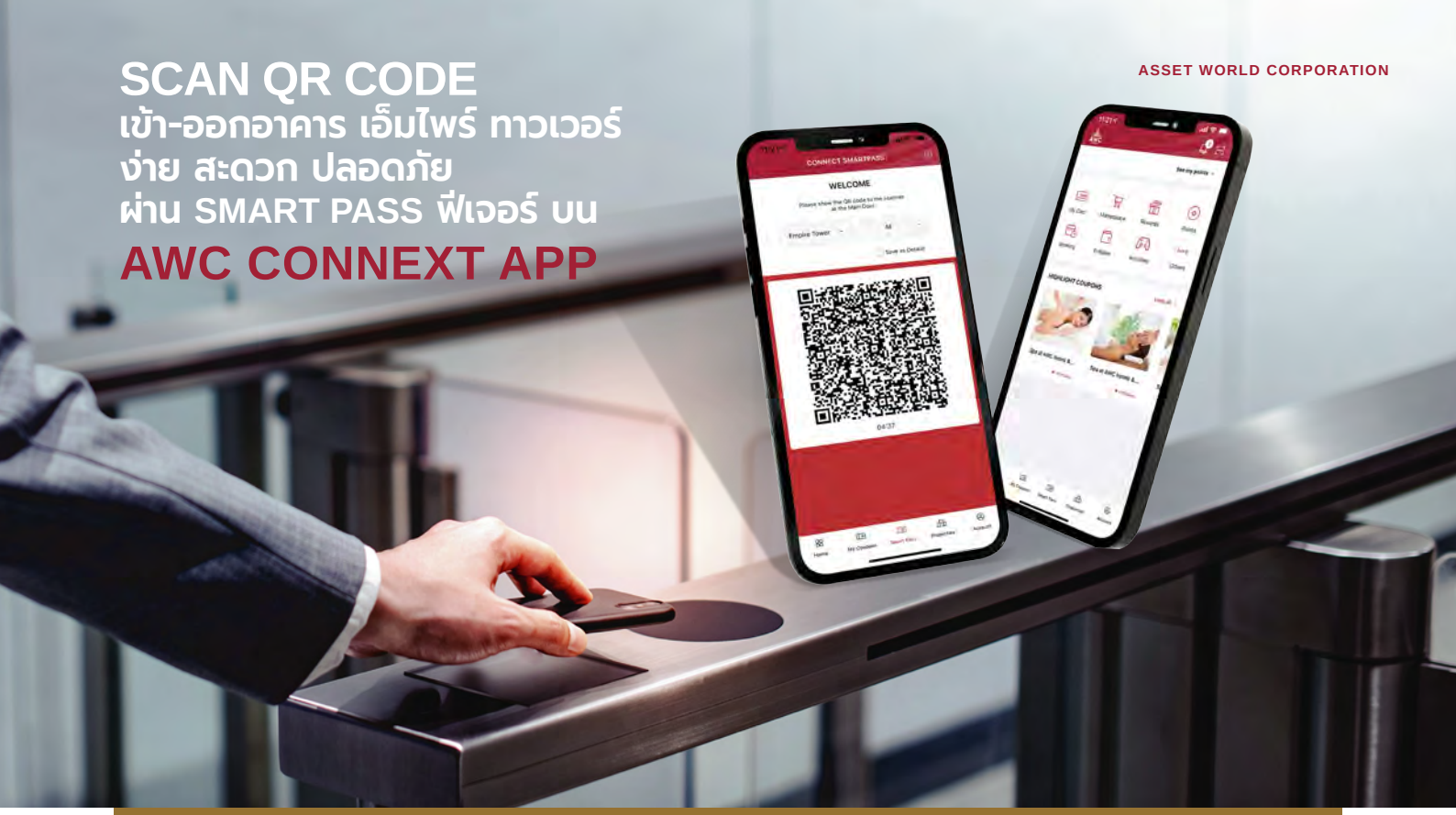
ประสบการณ์แบบไร้รอยต่อ เพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับแพลตฟอร์มในธุรกิจของ AWC และพันธมิตร
เป้าหมายในการเพิ่มฐานลูกค้า: มุ่งเน้นจำนวนสมาชิกใหม่ และผู้ที่มีแนวโน้มมาเป็นลูกค้าในอนาคต (ร้อยละ 20 ของฐานลูกค้า)

สร้างรายได้จากแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจให้ได้มากที่สุด โดยการร่วมมือทางการค้ากับพันธมิตรที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ
เป้าหมายด้านรายได้: สร้างรายได้ให้กับหน่วยธุรกิจและพันธมิตรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (ปริมาณยอดขายรวม ร้อยละการเติบโตของรายได้จากช่องทาง Omnichannel สูงกว่าธุรกิจปกติ)

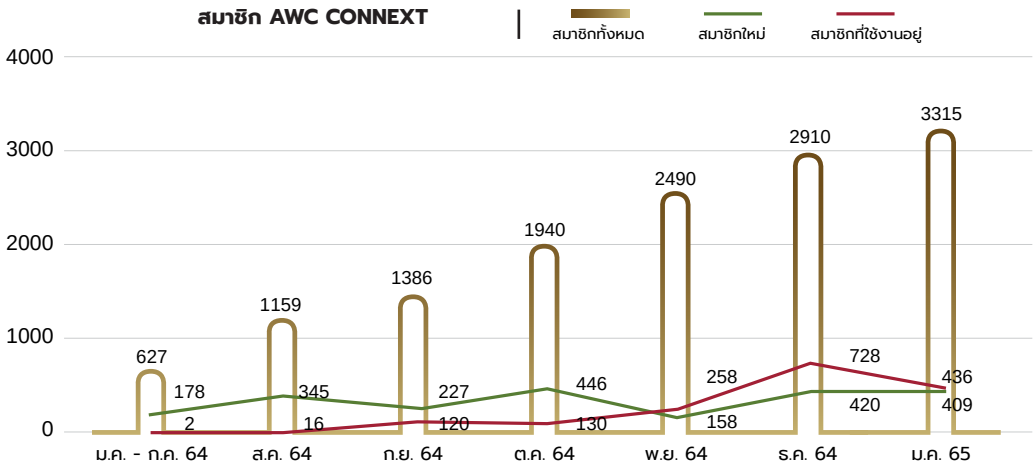
การเก็บข้อมูลลูกค้าและสร้างฐานข้อมูลลูกค้า โดยโน้มน้าวให้สมาชิกเป็น Loyalty และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในอนาคต
เป้าหมายด้านการตลาด: ร้อยละ 10 ของลูกค้าที่ยังใช้งาน (Omni customer) ร้อยละ 4 ของคำสั่งซื้อเชิงธุรกิจ

บริษัทเติบโตได้จากการพัฒนาการให้บริการที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นหลัก บริษัทจึงมุ่งสร้างประสบการณ์ไลฟ์สไตล์เหนือระดับให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการผสานช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลายของบริษัทและพันธมิตรทางธุรกิจทั้งออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน ช่วยให้ลูกค้าและผู้ที่สนใจทั่วไปสามารถเข้าถึงข้อมูลและสิทธิประโยชน์ได้อย่างไม่มีข้อจำกัด เช่น ส่วนลดพิเศษของแบรนด์ในเครือ AWC และพันธมิตร การจองและชำระค่าบริการผ่านแพลตฟอร์ม การสะสมคะแนนสำหรับสมาชิก การเข้าใช้พื้นที่หรือบริการที่จองไว้ เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทมีแผนที่จะขยายแพลตฟอร์มให้เป็นแหล่งรวมของสินค้าไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย (E-Marketplace) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

SCAN QR CODE
เข้า-ออกอาคาร เอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ง่าย สะดวก ปลอดภัย ผ่าน SMART PASS ฟีเจอร์ บน
AWC CONNEXT APP



บทสรุปผู้บริหาร



- ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 19 (ลูกค้าปกติร้อยละ 18 พนักงาน AWC ร้อยละ 3 ลูกค้า VIP ร้อยละ 8)
- การเข้าถึงโซเชียลมีเดียโดยเฉลี่ย: 764,320 ต่อครั้งต่อเพจ

สมาชิกรวม 3,315 โปรไฟล์ โดยมีผู้ใช้งานใหม่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 19 ต่อเดือน

AWC CONNEXT เริ่มเปิดให้บริการในรูปแบบโปรแกรมสิทธิพิเศษสำหรับผู้เข้าพักในเดือนมกราคมปี 2564 ในแต่ละเดือนมียอดผู้ใช้งานใหม่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 19 ทำให้จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้งานทั้งหมด ณ สิ้นปี 2564 เท่ากับ 2,910 บัญชี

บริษัทเชื่อว่า AWC CONNEXT เป็นนวัตกรรมที่จะมีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงลูกค้าและช่วยส่งเสริมการเข้าถึงบริการของบริษัทให้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้รายได้ของบริษัทเติบโตจากการขายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยบริษัทมุ่งที่จะสร้างสัดส่วนของปริมาณการขายจาก OmniChannel ให้สูงกว่าปริมาณการขายที่มาจากช่องทางปกติ

ในปี 2565 บริษัทตั้งเป้าว่าจะมีผู้สมัครเป็นสมาชิก AWC CONNEXT รายใหม่คิดเป็นร้อยละ 20 ของฐานลูกค้าทั้งหมดในปี 2564 โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาแพลตฟอร์มการขายออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ตลอดจนบริการของบริษัท และสร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อสำหรับผู้ที่ชื่นชอบดิจิทัลไลฟ์สไตล์ ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม

AWC CONNEXT

AWC CONNEXT เพื่อประสบการณ์แบบ Omni-lifestyle อย่างบูรณาการ

CONNEXT ช้อปปิ้งออนไลน์

Marketplace
จำหน่ายผลิตภัณฑ์
และบริการออนไลน์พิเศษ

Rewards
มอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้า

Activities
เกมส์และกิจกรรมร่วมสนุก

บริการของ CONNEXT

Smart Access Services
เข้าอาคารได้โดยสะดวกและปลอดภัย

REPAIR & Report Services
บริการด้านอาคารสำหรับผู้เช่า

E-Booking Services
บริการจองการใช้งาน
สิ่งอำนวยความสะดวก
ในโรงแรมสำหรับสมาชิก

ข้อมูลลูกค้า CONNEXT

Customers Data
รวบรวมข้อมูลลูกค้า
และนำเสนอสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก

CONNEXT LOYALTY PROGRAM

E-Wallet system Point system
ระบบ Loyalty Program







บริการ “CONNEXT Online Shopping” เป็นช่องทางในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการด้วยข้อเสนอสุดพิเศษสำหรับสมาชิก เช่น ส่วนลด แพคเกจพิเศษ สิทธิพิเศษในแต่ละขั้นสมาชิกและการเก็บสะสมคะแนน (Infinite Point) ซึ่งครอบคลุมบริการทั้งหมดของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือ นอกจากนั้นยังจัดให้มีกิจกรรมเกมส์ตอบคำถามบนแพลตฟอร์มอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ โดยผู้ที่ชนะจะได้คะแนน (Infinite Point) เป็นของรางวัล ซึ่งคะแนนนี้สามารถสะสมเพื่อแลกรับคูปองส่วนลดและรางวัลสุดพิเศษได้อีกด้วย

นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการ “CONNEXT Services” ซึ่งเป็นช่องทางที่อำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้เช่าในการใช้บริการเทคโนโลยีอาคารอัจฉริยะ (Smart Building) โดยในปี 2564 บริษัทได้เปิดให้ใช้บริการ “Smart Access” ซึ่งผู้เช่าสามารถเข้าและออกอาคารแบบไร้สัมผัสได้ด้วยการสแกนคิวอาร์โค้ดในแอปพลิเคชัน ณ จุดทางเข้าออกของอาคาร บริการนี้ตอบโจทย์ผู้เช่ายุคชีวิตวิถีใหม่ นอกจากนี้ผู้เช่ายังสามารถแจ้งซ่อมและติดตามผลการซ่อมได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงปลายนิ้วสัมผัส ทั้งยังช่วยสำนักงานและอาคารต่าง ๆ ลดการใช้กระดาษได้อีกด้วย สำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมในเครือก็สามารถเลือกวันและเวลาเพื่อจองใช้บริการได้เสมือนมีผู้ช่วยส่วนตัวบนมือถือ



BUILDING
A BETTER FUTURE

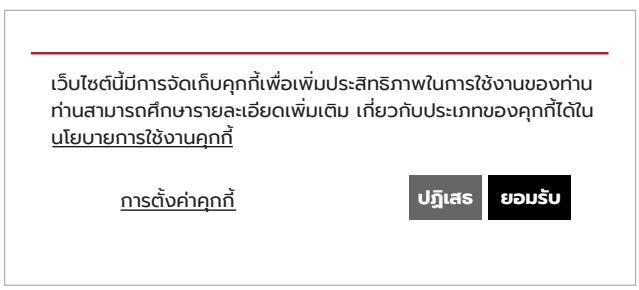
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

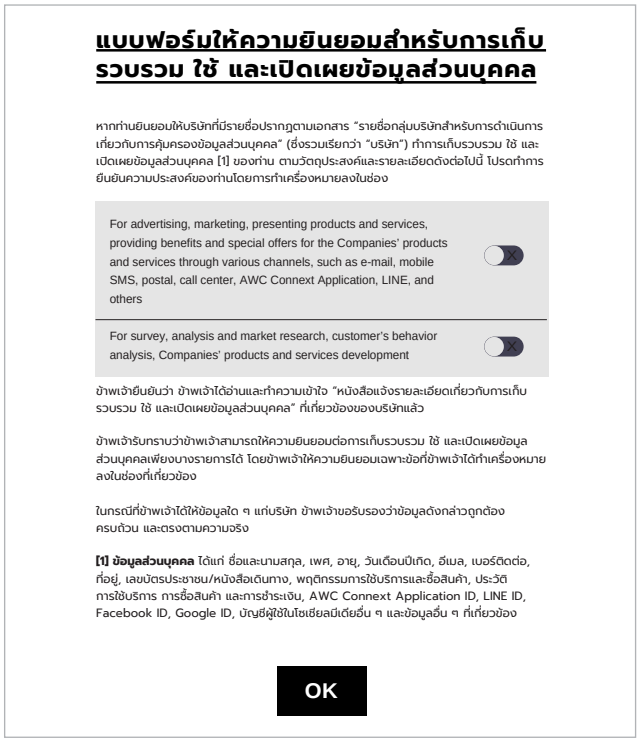
AWC ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นอย่างยิ่ง บริษัทมีความเข้าใจในบทบาทการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และพนักงาน ด้วยเหตุนี้ ในปี 2564 บริษัทจึงระบุให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นประเด็นหนึ่งที่มีสาระสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัทจากทั้งหมด 15 ประเด็น รวมทั้งผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการบริหารความเสี่ยงขององค์กรและการประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้ บริษัทได้ระบุประเด็นการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างชัดเจน เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการกำหนดแนวทางการจัดการที่เหมาะสม

บริษัทปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) และพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 ตลอดจนข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเก็บข้อมูล การบันทึกข้อมูล การใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด การจัดเก็บรักษาข้อมูล รวมถึงการกำจัดข้อมูลภายหลังการใช้งาน โดย AWC ได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูล (DPO) เพื่อรับผิดชอบประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัวต่าง ๆ

ในปี 2564 บริษัทได้ยกระดับการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ด้วยการเพิ่มการกำกับดูแลข้อมูลต่าง ๆ โดยบริษัทได้ทบทวนแนวปฏิบัติและนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานทุกคนมีความรู้ทักษะ และเครื่องมือที่เหมาะสมในการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้า

นอกจากนี้ AWC ใช้ระบบการบริหารจัดการความยินยอม (CMS) เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับ PDPA ที่จะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นต้นไป ปัจจุบันบริษัทได้ใช้งานระบบ CMS แล้วโดยเว็บไซต์บริษัท ซึ่งรวมถึง เอเซียทีค และเว็บไซต์อาคารสำนักงานต่าง ๆ ได้ผนวกรวมเข้ากับระบบ CMS เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ บริษัทมีการบริหารกระบวนการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเก็บและใช้ข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อบันทึกรายการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (RoPA) ซึ่งช่วยให้ลูกค้ายื่นคำขอใช้สิทธิในฐานะเป็นเจ้าของข้อมูลได้โดยสะดวก โดยสามารถทำผ่านหัวข้อ “สิทธิของเจ้าของข้อมูล” ในระบบ CMS ทีมคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจะทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดการฝึกอบรมให้กับเจ้าของข้อมูล ผู้กำกับดูแลข้อมูล (ตัวแทนจากทุกหน่วยธุรกิจ) และผู้ใช้งาน เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทความรับผิดชอบ กระบวนการ และระบบต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทสามารถคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ





บริษัทได้ติดตั้งระบบการป้องกันข้อมูลรั่วไหลเพื่อลดความเสี่ยงของการละเมิดข้อมูล รวมถึงเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของโครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศ ในขณะเดียวกัน บริษัทปลูกฝังวัฒนธรรมของการใช้ข้อมูลอย่างรับผิดชอบผ่านการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการใช้ข้อมูลอย่างมีจริยธรรม อีกทั้งสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการป้องกันข้อมูล และสื่อสารข่าวสารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านทางจดหมายข่าวและการตรวจสอบภายในบริษัท

การป้องกันข้อมูลรั่วไหล



- เพิ่มการควบคุมและการกำกับดูแล
- เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างความตระหนักรู้ในกลุ่มพนักงาน
- ลดความเสี่ยงด้านการละเมิดข้อมูล
- เพิ่มการมองเห็นการดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

การละเมิดข้อมูลส่วนตัว

0
ไม่พบว่ามีกรณีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของคู่ค้า

0
ไม่พบว่ามีกรณีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

0
ไม่ได้รับแจ้งจากหน่วยงานกำกับดูแลว่ามีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่มีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล จะมีการรายงานและจัดการเหตุการณ์ในรูปแบบของ “การจัดการเหตุการณ์ด้านความปลอดภัย”

ในปี 2564 บริษัทไม่พบการรายงานข้อร้องเรียนเรื่องการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลและการรั่วไหลของข้อมูลจากลูกค้า บุคคลภายนอก รวมถึงหน่วยงานกำกับดูแล

เพื่อเป็นการเสริมสร้างการปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล AWC ได้ดำเนินการปรับใช้ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) รวมถึงการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยของข้อมูลทั่วทั้งองค์กรเพื่อเพิ่มการรับรู้และความสามารถของพนักงาน

สำหรับโรงแรมในเครือ AWC ได้ทำงานร่วมกับผู้ให้บริการโรงแรมของเราเพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมเป็นไปตามหลักการการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และรับผิดชอบในการดำเนินโครงการความเป็นส่วนตัวของข้อมูล รวมถึงการฝึกอบรมพนักงาน การปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง และการร่วมงานกับบุคคลภายนอก



BUILDING
A BETTER FUTURE

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เติมเต็มความต้องการของผู้บริโภค และบรรเทาความเสี่ยงทางธุรกิจ ทั้งนี้ คู่ค้ามีบทบาทสำคัญในการร่วมสร้างห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน เนื่องจากบริษัทย่อมต้องพึ่งพาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้ดำเนินการได้อย่างราบรื่น

ห่วงโซ่อุปทานของ AWC สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มคู่ค้าที่มิใช่โครงการ (Non-project suppliers) และกลุ่มคู่ค้าแบบโครงการ (Project-based suppliers) ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 อุตสาหกรรม ได้แก่ อาหารและการเกษตร สินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจประกันและการเงิน สินค้าอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง ทรัพยากร บริการ และเทคโนโลยี โดยบริษัทมีวิธีการบริหารคู่ค้าที่แตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทนอกเหนือไปจากแนวปฏิบัติร่วมบางประการ บริษัทได้สื่อสารความคาดหวังที่มีต่อผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสมีจริยธรรมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานในห่วงโซ่คุณค่าของเรา โดยบริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และส่งเสริมให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนยิ่งขึ้น

AWC ยึดมั่นในหลักความโปร่งใสและตรวจสอบได้ในกระบวนการจัดซื้อ บริษัทได้นำกรอบความคิดด้านความยั่งยืน เช่น ข้อกำหนดด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHS) มาบูรณาการเข้ากับขั้นตอนก่อนการประมูล รวมทั้งพยายามใช้สินค้าและวัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย วัสดุที่ผ่านการรีไซเคิล วัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ หรือวัสดุชีวภาพ โดยยังคงเป็นไปตามเกณฑ์การออกแบบในกระบวนการสรรหาและการคัดเลือก นอกจากนี้ บริษัทได้สนับสนุนคู่ค้าในท้องถิ่นโดยการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ชุดของใช้ในห้องน้ำ วัตถุดิบ และอุปกรณ์อื่น ๆ จากชุมชนท้องถิ่น โดยคิดเป็นร้อยละ 98.07 ของค่าใช้จ่ายด้านคู่ค้า และร้อยละ 1.30 ของคู่ค้าระหว่างประเทศ



จากคู่ค้าทั้งหมด 2,652 ราย AWC ได้ระบุคู่ค้าหลักลำดับที่ 1 (Critical Tier-1 supplier) เป็นจำนวน 82 ราย โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้

1) คู่ค้าที่มีมูลค่าการใช้จ่ายสูง

2) คู่ค้าที่มีผลกระทบสำคัญ

3) คู่ค้าที่ไม่สามารถทดแทนได้

บริษัทได้ดำเนินการตรวจประเมินคู่ค้าประจำปีตามประเภทการใช้จ่าย และระดับความเสี่ยงจากผลลัพธ์การประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ตามรายชื่อคู่ค้าที่ผ่านการคัดกรองแล้ว (Approved Vendor List) ในขั้นตอนการลงทะเบียน โดยมีการแบ่งคู่ค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มคู่ค้าหลักซึ่งต้องได้รับตรวจประเมินทั้งหมด

2) กลุ่มที่ไม่ใช่คู่ค้าหลัก ซึ่งจะได้รับการตรวจประเมินร้อยละ 25 ในแต่ละไตรมาส

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการตรวจสอบผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของผู้รับเหมา ทั้งระหว่างการดำเนินการและเมื่อเสร็จสิ้นงาน โดยการประเมินคู่ค้าประจำปีจะเป็นการตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (Site visit) ซึ่งครอบคลุมการประเมินด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงคุณภาพ ความปลอดภัย และการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทจะใช้ผลการประเมินเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำระบบการจัดการคู่ค้าสัมพันธ์ของ AWC

ในปี 2564 AWC ได้เผยแพร่จรรยาบรรณคู่ค้าและสื่อสารไปยังคู่ค้าหลักทั้งหมด โดยคู่ค้าร้อยละ 100 ได้รับทราบแนวทางดังกล่าวอันเป็นไปตามเป้าหมายของบริษัท จรรยาบรรณคู่ค้านี้ชี้แจงถึงหลักการของบริษัทในการกำหนดทิศทางของห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รับผิดชอบต่อสังคม และมีเหตุมีผลทางธุรกิจ โดยหลักการนี้ได้บูรณาการอยู่ในกระบวนการจัดซื้อของ AWC เพื่อก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง

ระบบการจัดการ คู่ค้าสัมพันธ์

ในปี 2564 AWC ได้เริ่มใช้งานระบบการจัดการคู่ค้าสัมพันธ์ (VRM) เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของคู่ค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยคู่ค้าที่มีผลการดำเนินงานที่ดีจะได้รับรางวัลและมาตรการจูงใจ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาต่อไปในอนาคต

ผลการประเมินคู่ค้าแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่
1) ดีเลิศ 2) ดี 3) ปานกลาง 4) ควรได้รับคำแนะนำ และ 5) ต่ำกว่าเกณฑ์ โดยผลการประเมินดังกล่าวสามารถแบ่งคู่ค้าออกเป็น 5 ระดับดังนี้



AWC มีระบบลงทะเบียนคู่ค้า (VRS) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่คู่ค้าสามารถลงทะเบียนเพื่อรอได้รับอนุมัติให้อยู่ในรายชื่อคู่ค้า บริษัทจะส่งใบสมัครให้คู่ค้ากรอก โดยในใบสมัครจะมีเกณฑ์ด้านความยั่งยืน ได้แก่ การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดี นอกจากนี้ บริษัทได้มีการปรับปรุงแบบฟอร์มสำหรับคู่ค้า และเพิ่มเติมรายชื่อคู่ค้าโครงการให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น



ร้อยละ **80** ของคู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดกรองโดยใช้เกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม



ร้อยละ **75** ของคู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดกรองโดยใช้เกณฑ์ด้านสังคม

ในปี 2565 บริษัทมีแผนที่จะพัฒนาระบบลงทะเบียนคู่ค้าให้เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่คู่ค้าสามารถลงทะเบียนและกรอกแบบฟอร์มได้ด้วยตนเอง จากนั้นบริษัทจะพัฒนาแบบฟอร์มการประเมินโดยอัตโนมัติ การอนุมัติคู่ค้าจำแนกตามประเภท การอัพเดตรายชื่อคู่ค้าโดยอัตโนมัติ การสร้างธุรกรรมการประมูล รวมถึงการออกหนังสือเชิญและหนังสือรับรองคู่ค้า





“ ทั้งหมดคือ
ความมุ่งมั่นของ AWC
ในการร่วมสร้างอนาคต
ที่ดีกว่าอย่างยั่งยืน ”

THE BETTER **WE CARE**
THE FUTURE **WE BUILD**

BUILDING
A BETTER FUTURE

ผลการการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2564

GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564		
			ชาย	หญิง	รวม
	มิติสังคม				
	ข้อมูลพนักงานและการจ้างงาน				
102-8	**จำนวนพนักงานและผู้รับเหมา**				
	จำนวนผู้ปฏิบัติงานทั้งหมด	คน	3,308	2,788	6,096
	จำนวนพนักงานประจำ	คน	2,908	2,681	5,589
	จำนวนผู้รับเหมา	คน	400	107	507
	จำนวนพนักงานแบ่งตามประเภทเวลา				
	พนักงานเต็มเวลา	คน	2,964	2,692	5,656
	พนักงานแบบไม่เต็มเวลา	คน	86	79	165
405-1	**ความหลากหลายของพนักงาน**				
	จำนวนพนักงานแบ่งตามระดับ				
	ผู้บริหารระดับสูง	คน	75	46	121
		ร้อยละ	3	2	3
	ผู้บริหารระดับกลาง	คน	161	168	328
		ร้อยละ	6	6	6
	ผู้บริหารระดับต้น	คน	379	443	821
		ร้อยละ	13	17	15
	ระดับปฏิบัติการ	คน	2,304	2,038	4,342
		ร้อยละ	79	76	78
	จำนวนพนักงานแบ่งตามอายุ				
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	752	757	1,509
		ร้อยละ	26	28	27
	อายุ 30 - 50 ปี	คน	1,919	1,770	3,689
		ร้อยละ	66	66	66
	อายุมากกว่า 50 ปี	คน	237	154	391
		ร้อยละ	8	6	7
401-1	**การจ้างพนักงานใหม่และพนักงานพ้นสภาพ**				
	พนักงานใหม่				
	จำนวนพนักงานใหม่	คน	194	176	370
	อัตราการจ้างพนักงานใหม่	ร้อยละ	7	7	7

GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564		
			ชาย	หญิง	รวม
	พนักงานใหม่แบ่งตามอายุ				
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	76	92	168
		ร้อยละ	39	52	45
	อายุ 30 - 50 ปี	คน	116	80	196
		ร้อยละ	60	45	53
	อายุมากกว่า 50 ปี	คน	2	4	6
		ร้อยละ	1	2	2
	พนักงานพ้นสภาพ				
	อัตราพนักงานพ้นสภาพทั้งหมด	คน	538	547	1,085
		ร้อยละ	19	20	19
	อัตราพนักงานพ้นสภาพโดยสมัครใจ	คน	421	478	899
		ร้อยละ	14	18	16
	พนักงานพ้นสภาพแบ่งตามอายุ				
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	190	217	407
		ร้อยละ	35	40	38
	อายุ 30 - 50 ปี	คน	326	320	646
		ร้อยละ	61	59	60
	อายุมากกว่า 50 ปี	คน	22	10	32
		ร้อยละ	4	2	3
401-3	**การลาคลอด/ลาเลี้ยงบุตร**				
	พนักงานทั้งหมดที่มีสิทธิ์ในการลาคลอด/ลาเลี้ยงบุตร	คน	335	2,398	2,733
	พนักงานที่ใช้สิทธิ์ในการลาคลอด/ลาเลี้ยงบุตร	คน	2	22	24
	พนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงบุตร	คน	2	15	17
		ร้อยละ	100	67	70
	พนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอด/ลาเลี้ยงบุตรโดยได้รับการจ้างต่ออีก 12 เดือน	คน	2	11	13

GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564		
			ชาย	หญิง	รวม
	การฝึกอบรมและพัฒนา				
404-3	**พนักงานที่ได้รับการประเมินประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาอาชีพ**				
	ผู้บริหารระดับสูง	คน	64	41	105
		ร้อยละ	85	89	86
	ผู้บริหารระดับกลาง	คน	125	100	225
		ร้อยละ	78	60	68
	ผู้บริหารระดับต้น	คน	343	350	692
		ร้อยละ	90	79	84
	ระดับปฏิบัติการ	คน	1,900	1,419	3,319
		ร้อยละ	82	70	76
	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย				
403-8	**ผู้ปฏิบัติงานที่อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย**				
	พนักงาน	คน		4,466	
		ร้อยละ		80	
	ผู้รับเหมา	คน		0	
		ร้อยละ		0	
	ผู้ปฏิบัติงานที่อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยซึ่งระบบ **ได้รับการทวนสอบโดยหน่วยงานภายใน**				
	Employees	คน		4,466	
		ร้อยละ		80	
	Contractors	คน		0	
		ร้อยละ		0	
	ผู้ปฏิบัติงานที่อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยซึ่งระบบ **ได้รับการทวนสอบหรือรับรองโดยหน่วยงานภายนอก**				
	พนักงาน	คน		4,310	
		ร้อยละ		77	
	ผู้รับเหมา	คน		0	
		ร้อยละ		0	
403-9	**การบาดเจ็บเนื่องจากการทำงาน**				
	การเสียชีวิตจากการบาดเจ็บเนื่องจากการทำงาน				
	พนักงาน	คน	0	0	0
	ผู้รับเหมา	คน	0	0	0

GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564		
			ชาย	หญิง	รวม
	อัตราเสียชีวิตจากการบาดเจ็บเนื่องจากการทำงานทั้งหมด				
	พนักงาน	คน/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
		คน/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
	ผู้รับเหมา	คน/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
		คน/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
	การบาดเจ็บที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)				
	พนักงาน	คน	28	17	45
	ผู้รับเหมา	คน	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)				
	พนักงาน	คน/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.41	0.26	0.34
		คน/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	2.07	1.30	1.69
	ผู้รับเหมา	คน/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
		คน/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
	การบาดเจ็บเนื่องจากการทำงานที่ต้องได้รับการรักษาพยาบาล				
	พนักงาน	คน	49	67	116
	ผู้รับเหมา	คน	0	0	0
	การบาดเจ็บเนื่องจากการทำงานทั้งหมด				
	พนักงาน	คน	35	29	64
	ผู้รับเหมา	คน	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บเนื่องจากการทำงานทั้งหมด				
	พนักงาน	คน/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.52	0.44	0.48
		คน/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	2.58	2.22	2.40

GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564		
			ชาย	หญิง	รวม
	ผู้รับเหมา	คน/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
		คน/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
	ชั่วโมงในการทำงาน				
	พนักงาน	ชั่วโมง	13,557,034.00	13,066,957.54	26,623,991.54
	ผู้รับเหมา	ชั่วโมง	1,007,873.50	498,230.50	1,506,104.00
	การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTI)				
	พนักงาน	คน	64	156	220
	ผู้รับเหมา	คน	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)				
	พนักงาน	คน/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.94	2.39	1.65
		คน/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	4.72	11.94	8.26
	ผู้รับเหมา	คน/200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
		คน/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.00	0.00	0.00
403-10	**การเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน**				
	การเสียชีวิตจากการเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน				
	พนักงาน	คน	0	0	0
	ผู้รับเหมา	คน	0	0	0
	การเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานทั้งหมด				
	พนักงาน	คน	166	245	411
	ผู้รับเหมา	คน	0	0	0
	ข้อตกลงการร่วมเจรจาต่อรอง				
102-41	พนักงานที่อยู่ภายใต้ข้อตกลงการร่วมเจรจาต่อรอง	คน		5,589	
		ร้อยละ		100	

GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564
	มิติสิ่งแวดล้อม		
	การใช้พลังงาน		
302-1	การใช้เชื้อเพลิงทั้งหมด	MWh	196,717.34
	การใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงที่ใช้แล้วหมดไป	MWh	146,948.38
	การใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงที่สามารถทดแทนได้	MWh	0.00
	เชื้อเพลิงที่ใช้:		
	น้ำมันดีเซล	MWh	454.51
	น้ำมันเบนซิน	MWh	0.00
	ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	MWh	6,096.61
	พลังงานที่ซื้อ:		
	ไฟฟ้าที่ซื้อ	MWh	189,293.04
	พลังงานที่ขาย:		
	ไฟฟ้าที่ขาย	MWh	49,768.96
302-3	การใช้พลังงานภายในองค์กรต่อรายได้	เมกะวัตต์ชั่วโมง/ล้านบาท	23.76
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก		
305-1	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	9,791.90
305-2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	69,748.09
305-4	ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า/ล้านบาท	9.61
305-6	สารทำลายชั้นบรรยากาศที่เติมหรือใช้เปลี่ยน	กิโลกรัมของสาร CFC-11 เทียบเท่า	620.48
	การใช้น้ำ*		
303-3	**ปริมาณน้ำทิ้งที่นำมาใช้ทั้งหมดจากพื้นที่ที่ไม่มีความเครียดด้านน้ำ**	**ลูกบาศก์เมตร**	1,869,358.27
	น้ำผิวดิน	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	ปริมาณน้ำจืด (≤ 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	ปริมาณน้ำอื่นๆ (> 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	น้ำบาดาล	ลูกบาศก์เมตร	1,668.00
	ปริมาณน้ำจืด (≤ 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	1,668.00
	ปริมาณน้ำอื่นๆ (> 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	น้ำทะเล	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	ปริมาณน้ำจืด (≤ 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	ปริมาณน้ำอื่นๆ (> 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	น้ำจากองค์กรภายนอก	ลูกบาศก์เมตร	1,867,690.27
	ปริมาณน้ำจืด (≤ 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	1,867,690.27
	ปริมาณน้ำอื่นๆ (> 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
303-4	**ปริมาณน้ำทิ้งทั้งหมดที่ระบายออกสู่ภายนอกในพื้นที่ที่ไม่มีความเครียดด้านน้ำ**	ลูกบาศก์เมตร	1,115,768.13
	น้ำผิวดิน	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	ปริมาณน้ำจืด (≤1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00

GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564
	ปริมาณน้ำอื่นๆ (> 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	น้ำทิ้งที่ระบายออกสู่แหล่งน้ำบาดาล	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	ปริมาณน้ำจืด (≤ 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	ปริมาณน้ำอื่นๆ (> 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	น้ำทะเล	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	ปริมาณน้ำจืด (≤ 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	ปริมาณน้ำอื่นๆ (> 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
	น้ำระบายออกสู่องค์กรอื่น	ลูกบาศก์เมตร	1,115,768.13
	ปริมาณน้ำจืด (≤ 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	1,115,768.13
	ปริมาณน้ำอื่นๆ (> 1,000 mg/L TDS)	ลูกบาศก์เมตร	0.00
303-5	**ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมดในพื้นที่ที่ไม่มีความเครียดด้านน้ำ**	ลูกบาศก์เมตร	753,590.14
	ของเสีย		
306-3	**ปริมาณของเสียทั้งหมด**	**เมตริกตัน**	**10,846.66**
	ปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมด	เมตริกตัน	406.64
	ปริมาณของเสียไม่อันตรายทั้งหมด	เมตริกตัน	10,440.02
306-4	**ปริมาณของเสียทั้งหมดที่มีการนำเข้ากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่**	**เมตริกตัน**	**2,815.07**
	ปริมาณของเสียอันตรายที่มีการนำเข้ากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ในพื้นที่ของบริษัท	**เมตริกตัน**	**25.08**
	ปริมาณของเสียอันตรายที่มีการนำเข้ากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ในพื้นที่ของบริษัท	เมตริกตัน	0.00
	เข้ากระบวนการเตรียมการเพื่อนำมาใช้ซ้ำ	เมตริกตัน	0.00
	นำกลับมาใช้ใหม่	เมตริกตัน	0.00
	ดึงทรัพยากรกลับด้วยวิธีการอื่น	เมตริกตัน	0.00
	ปริมาณของเสียอันตรายที่มีการนำเข้ากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่นอกพื้นที่ของบริษัท	เมตริกตัน	25.08
	เข้ากระบวนการเตรียมการเพื่อนำมาใช้ซ้ำ	เมตริกตัน	0.06
	นำกลับมาใช้ใหม่	เมตริกตัน	25.08
	ดึงทรัพยากรกลับด้วยวิธีการอื่น	เมตริกตัน	0.00
	ปริมาณของเสียไม่อันตรายทั้งหมดที่มีการนำเข้ากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่	**เมตริกตัน**	**2,790.00**
	ปริมาณของเสียไม่อันตรายที่มีการนำเข้ากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ในพื้นที่ของบริษัท	เมตริกตัน	44.01
	เข้ากระบวนการเตรียมการเพื่อนำมาใช้ซ้ำ	เมตริกตัน	44.01
	นำกลับมาใช้ใหม่	เมตริกตัน	0.00
	ดึงทรัพยากรกลับด้วยวิธีการอื่น	เมตริกตัน	0.00

GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564
	ปริมาณของเสียไม่อันตรายที่มีการนำเข้ากระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่นอกพื้นที่ของบริษัท	เมตริกตัน	2,745.99
	เข้ากระบวนการเตรียมการเพื่อนำมาใช้ซ้ำ	เมตริกตัน	159.34
	นำกลับมาใช้ใหม่	เมตริกตัน	2,574.52
	ดึงทรัพยากรกลับด้วยวิธีการอื่น	เมตริกตัน	12.13
306-5	**ปริมาณของเสียทั้งหมดที่กำจัด**	**เมตริกตัน**	**8,031.58**
	ปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมดที่กำจัด	**เมตริกตัน**	**381.56**
	ปริมาณของเสียอันตรายที่มีการทำลายในพื้นที่ของบริษัท	เมตริกตัน	0.00
	เผาเพื่อใช้เป็นแหล่งพลังงาน	เมตริกตัน	0.00
	เผาทำลาย	เมตริกตัน	0.00
	ฝังกลบ	เมตริกตัน	0.00
	กำจัดด้วยวิธีอื่น	เมตริกตัน	0.00
	ปริมาณของเสียอันตรายที่มีการทำลายนอกพื้นที่ของบริษัท	เมตริกตัน	381.56
	เผาเพื่อใช้เป็นแหล่งพลังงาน	เมตริกตัน	0.00
	เผาทำลาย	เมตริกตัน	0.03
	ฝังกลบ	เมตริกตัน	129.53
	กำจัดด้วยวิธีอื่น	เมตริกตัน	252.00
	ปริมาณของเสียไม่อันตรายทั้งหมดที่กำจัด	**เมตริกตัน**	**7,650.02**
	ปริมาณของเสียไม่อันตรายที่มีการทำลายในพื้นที่ของบริษัท	เมตริกตัน	0.00
	เผาเพื่อใช้เป็นแหล่งพลังงาน	เมตริกตัน	0.00
	เผาทำลาย	เมตริกตัน	0.00
	ฝังกลบ	เมตริกตัน	0.00
	กำจัดด้วยวิธีอื่น	เมตริกตัน	0.00
	ปริมาณของเสียไม่อันตรายที่มีการทำลายนอกพื้นที่ของบริษัท	เมตริกตัน	7,650.02
	เผาเพื่อใช้เป็นแหล่งพลังงาน	เมตริกตัน	0.00
	เผาทำลาย	เมตริกตัน	0.00
	ฝังกลบ	เมตริกตัน	7,535.02
	กำจัดด้วยวิธีอื่น	เมตริกตัน	115.00

หมายเหตุ: *หลังจากการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญภายนอก บริษัทมีการคำนวณข้อมูลด้านน้ำและได้ปรับข้อมูลในรายงานฉบับนี้ตามที่ได้ระบุข้างต้น

ขอบเขตรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

No.	อสังหาริมทรัพย์	ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ	ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม				ข้อมูลด้านสังคม	
			พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	บุคลากร	ความปลอดภัย
	โครงการอาคารสำนักงาน							
1	208 วายเลสโร้ด	x	x	x	x	x	x	NA
2	แอทธินี ทาวเวอร์	x	x	x	x	x[1]	x	NA
3	เอ็มไพร์ ทาวเวอร์	x	x	x	x	x	x	NA
4	อินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์	x	x	x	x	x[1]	x	NA
	โครงการศูนย์การค้าปลีกและค้าส่ง							
5	เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟร้อนท์	x	x	x	x	x[1]	x	NA
6	เกทเวย์ เอกมัย	x	x	x	x	x[1]	x	NA
7	เกทเวย์ แอท บางซื่อ	x	x	x	x	x[1]	x	NA
8	ลาซาล อเวนิว 1	x	x	x	x	x[1]	x	NA
9	ลาซาล อเวนิว 2	x	x	x	x	NA	x	NA
10	พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่	x	x	x	x	x[1]	x	NA
11	พันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน	x	x	x	x	x[1]	x	NA
12	เออีซี เทรด เซ็นเตอร์ พันธุ์ทิพย์ ประตูน้ำ	x	x	x	x	x[1]	x	NA
13	ตะวันนา บางกะปิ	x	x	x	x	x[1]	x	NA
	โครงการโรงแรม							
14	โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก, อะลักซ์ซูรี่ คอลเลคชั่น โฮเทล	x	x	x	x	x[1]	x	x
15	โรงแรม แบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค	x	x	x	x	x	x	x
16	โรงแรม เชอราตัน สมุย รีสอร์ท	x	x	x	x	NA	x	x
17	โรงแรม บันยันทรี สมุย	x	x	x	x[4]	x	x	x
18	โรงแรม ดับเบิ้ลทรี ฮิลตัน สุขุมวิท กรุงเทพฯ	x	x	x	x	x	x	x
19	โรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพ สาทร	x	x	x	x	x	x	x
20	โรงแรม ฮิลตัน สุขุมวิท กรุงเทพฯ	x	x	x	x	x	x	x
21	โรงแรม เลอ เมอริเดียน กรุงเทพฯ	x	x	x	x	x	x	x

No.	อสังหาริมทรัพย์	ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ	ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม				ข้อมูลด้านสังคม	
			พลังงาน	ก๊าซเรือนกระจก	น้ำ	ของเสีย	บุคลากร	ความปลอดภัย
22	โรงแรม เลอ เมอริเดียน เชียงใหม่	x	x	x	x	x[1]	x	x
23	โรงแรม หัวหินแมริออท รีสอร์ท และสปา	x	x	x	x	x[1]	x	x
24	โรงแรม บันยันทรี กระบี่	x	x	x	x[4]	x[1]	x	x
24	โรงแรม ภูเก็ต แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา ในยางบีช	x	x	x	x	NA	x	x
25	โรงแรม แบงค็อกแมริออท เดอะ สุรวงศ์	x	x	x	x	x[3]	x	x
26	โรงแรม มีเลีย เกาะสมุย	x	x	x	x	x	x	x
27	โรงแรมดิ โอกุระ เพรสทีจ กรุงเทพฯ	x	x	x	x	x	x	x
28	โรงแรม วนาเบลล์ เอ ลักซ์ชัวรี่ คอลเลคชั่น รีสอร์ท เกาะสมุย	x	x	x	x[4]	x[2, 3]	x	x

หมายเหตุ:
[1] รายงานเฉพาะปริมาณของเสียไม่อันตราย
[2] รายงานเฉพาะปริมาณของเสียอันตราย
[3] รายงานเฉพาะปริมาณของเสียไม่อันตรายที่นำกลับมารีไซเคิลได้
[4] มีการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ใหม่ ส่งผลให้ไม่มีน้ำทิ้งออกไปสู่ภายนอก
NA - ไม่รายงานข้อมูล

LRQA Independent Assurance Statement

Relating to Asset World Corp Public Company Limited's Sustainability Report for the calendar year 2021

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

Terms of engagement

LRQA (Thailand) Limited (LRQA) was commissioned by Asset World Corp Public Company Limited (AWC) to provide independent assurance on its Sustainability Report 2021 "the report" against the assurance criteria below to a limited level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier using LRQA's verification approach. *LRQA's* verification procedure is based on current best practice, is in accordance with ISAE 3000[1] and uses the following principles of - inclusivity, materiality, responsiveness and reliability of performance data.

Our assurance engagement covered AWC's subsidiaries in Thailand under its financial control only, and specifically the following requirements:

- Confirming that the report is in accordance with:
  - GRI Standards (2016) and core option
- Evaluating the accuracy and reliability of data and information for only the selected indicators listed below:
  - Environmental: *GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 303-3 to 5 Water withdraw/ Discharge and Consumption (2018 edition), GRI 305-1 Direct (scope 1) GHG emissions, GRI 305-2 Energy indirect (scope 2) and GRI 306-3 to 5 Waste generated, divert from and direct to disposal (2020 edition)*
  - Social: *GRI 403-9 Work-related injuries (2018 edition)*

Our assurance engagement excluded the data and information of AWC's subsidiaries where it has no financial control and all its operations and activities outside of Thailand. Our assurance engagement also excluded the data and information of its suppliers and any third parties mentioned in the report.

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

LR's Opinion

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

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

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

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

LRQA's approach

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

- Assessing AWC's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by interviewing AWC's Management who engage directly with stakeholder groups as well as reviewing documents and associated records.
- Reviewing AWC's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their report. We did this by benchmarking reports written by AWC and its peers to ensure that sector specific issues were included for comparability. We also tested the filters used in determining material issues to evaluate whether AWC makes informed business decisions that may create opportunities which contribute towards sustainable development.

[1] *GHG quantification is subject to inherent uncertainty.*

- Auditing AWC's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling process, and systems, including those for internal verification. We also spoke with key people in various departments responsible for compiling the data and drafting the report.
- Visiting AWC's assets included Gateway Bangsue (Commercial Property in Bangkok), and Tawanna Bangkapi (Retail Property in Bangkok) to sample performance data and information for the selected specific standard disclosures to confirm its reliability.

Observations

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

- Stakeholder inclusivity:
  We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from AWC's stakeholder engagement process. AWC has open dialogue with all of its stakeholders to understand their growing expectations.
- Materiality:
  We are not aware of any material issues concerning AWC's sustainability performance that have been excluded from the report. It should be noted that AWC has established extensive criteria for determining which issue/aspect is material and that these criteria are not biased to the company's management.
- Responsiveness:
  AWC has addressed the concerns of stakeholders in Thailand. However, we believe that future reports should disclose Hazardous waste disposal and OH&S statistics, especially for Commercial properties and Retail & Wholesale properties.
- Reliability:
  AWC should consider interim verification to further improve the reliability and timeliness of its disclosed data and information.

LRQA's standards, competence and independence

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

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

Dated: 11 April 2022

Opart Charuratana
LRQA Lead Verifier

On behalf of
LRQA (Thailand) Limited
22th Floor, Sirinrat Building, 3388/78 Rama IV Road
Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND

LRQA reference: BGK00000743

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

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

Copyright © LRQA Group Limited, [illegible]

ข้อมูลตามตัวชี้วัดมาตรฐาน **GRI**

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
General Disclosures				
Organizational Profile				
102-1	Name of the organization	SR Cover Page, AR Cover Page	-	
102-2	Activities, brands, products, and services	SR 19-25	-	
102-3	Location of headquarters	https://www.assetworld corp-th.com/en/contact-us	-	
102-4	Location of operations	https://www.assetworld corp-th.com/en/portfolio/ hospitalities; https://www.assetworld corp-th.com/en/portfolio/ retails; https://www.assetworld corp-th.com/en/portfolio/ commercials; https://www.assetworld corp-th.com/en/portfolio/ wholesales	-	
102-5	Ownership and legal form	AR 88, 465-468	-	
102-6	Markets served	SR 19	-	
102-7	Scale of the organization	AR 47-74	-	
102-8	Information on employees and other workers	SR 154	-	
102-9	Supply Chain	SR 34-35	-	
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	AR 43-47	-	
102-11	Precautionary principle or approach	SR 60-61	-	
102-12	External Initiatives	SR 56-59	-	
Strategy				
102-14	Statement from senior decision-maker	SR 9-11, SR 46-53	-	
102-15	Key impacts, risks, and opportunities	SR 46-61	-	

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
Ethics and Integrity				
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	SR 17, SR 121-123	-	
102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	SR 124 AR 187-190 https://www.assetworldcorp-th.com/en/corporate-governance/anti-corruption	-	
Governance				
102-18	Governance structure	SR 47	-	
102-19	Delegating authority	SR 127-129	-	
102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	SR 46-48	-	
102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	SR 34-43	-	
102-22	Composition of the highest governance body and its committees	https://www.assetworldcorp-th.com/en/leadership/board-of-directors	-	
102-23	Chair of the highest governance body	https://www.assetworldcorp-th.com/en/leadership/board-of-directors	-	
102-24	Nominating and selecting the highest governance body	https://www.assetworldcorp-th.com/en/leadership/board-of-directors	-	
102-25	Conflicts of Interest	https://www.assetworldcorp-th.com/storage/document/cg-policies/Prevention-of-Conflict-of-Interest-Policy-EN.pdf	-	
102-26	Role of the highest governance body in setting purpose, values, and strategy	AR 74	-	
102-27	Collective knowledge of highest governance body	SR 122-123	-	
102-28	Evaluating the highest governance body's performance	AR 79	-	
102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	SR 42-43	-	

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
102-30	Effectiveness of risk management process	SR 125	-	
102-31	Review of economic, environmental, and social topics	SR 42-43, SR 122	-	
102-32	Highest governance body's roles in sustainability reporting	SR 29, SR 42-43	-	
102-35	Remuneration policies	AR 75	-	
102-36	Process for determining remuneration	AR 75	-	
102-37	Stakeholders' involvement in remuneration	AR 75	-	
Stakeholder Engagement				
102-40	List of stakeholder groups	SR 36-37	-	
102-41	Collective bargaining agreements	SR 158	-	
102-42	Identifying and selecting stakeholders	SR 36	-	
102-43	Approach to stakeholder engagement	SR 36	-	
102-44	Key topics and concerns raised	SR 38-41	-	
Reporting Practice				
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	AR 88-94	-	
102-46	Defining report content and topic boundaries	SR 162-163	-	
102-47	List of material topics	SR 43	-	
102-48	Restatements of information	-	Not applicable as this is the first sustainability report.	
102-49	Changes in reporting	-	Not applicable as this is the first sustainability report.	
102-50	Reporting period	SR 29	-	
102-51	Date of most recent report	SR 29	-	
102-52	Reporting cycle	SR 29	-	
102-53	Contact point for questions regarding the report	SR 29	-	
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	SR 29	-	
102-55	GRI content index	SR 166-175	-	
102-56	External assurance	SR 164-165	-	

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
Specific Standard Disclosures				
Economic Performance				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 121-151	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
201-1	Direct economic value generated and distributed	AR 47-48	-	
201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	SR 65-69	-	
Indirect Economic Impacts				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 131-143	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
203-1	Infrastructure investments and services supported	SR 131-143	-	
203-2	Significant indirect economic impacts	SR 131-143	-	
Procurement Practices				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 149-151	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
204-1	Proportion of spending on local suppliers	-	Omission - Confidentitality contraints	
Anti-Corruption				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	https://www.assetworldcorp-th.com/en/corporate-governance/anti-corruption	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach	SR 121-125		

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	SR 121-125	-	
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	SR 124	There is no incident of corruption in 2021.	
Materials				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 71-77	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
Energy				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 65-69	-	
103-2	The management approach and its components	SR 65-69	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 68	-	
302-1	Energy consumption within the organization	SR 65-69, SR 159	-	Yes
302-3	Energy intensity	SR 159	-	
302-4	Reduction of energy consumption	SR 67-69	-	
Water				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 77	-	
103-2	The management approach and its components	SR 77	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 77	-	
303-1	Interactions with water as a shared resource	SR 77	-	
303-2	Management of water discharge-related impact	SR 77	-	
303-3	Water withdrawal	SR 159	-	Yes
303-4	Water discharge	SR 159	-	Yes
303-5	Water consumption	SR 160	-	Yes
Biodiversity				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 79	-	

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
103-2	The management approach and its components	SR 79-81	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 79-81	-	
304-3	Habitats protected or restored	SR 79-81	-	
Emissions				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 65-67	-	
103-2	The management approach and its components	SR 65-67	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 65-67	-	
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	SR 159	-	Yes
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	SR 159	-	Yes
305-4	GHG emissions intensity	SR 159	-	
305-5	Reduction of GHG emissions	SR 68	-	
305-6	Emissions of ozone-depleting susbtances (ODS)	SR 159	-	
Waste				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 71	-	
103-2	The management approach and its components	SR 71-74	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 72-74	-	
306-3	Waste Generated	SR 160	-	Yes
306-4	Waste Diverted from Disposal	SR 160	-	Yes
306-5	Waste Directed to Disposal	SR 161	-	Yes
Environmental Compliance				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 65-81	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
307-1	Non-compliance with environmental laws and regulations	AR 138	-	

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
Supplier Environmental Assessment				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 149-151	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	SR 151	-	
Employment				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 105-113	-	
103-2	The management approach and its components	SR 105-107	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 107-112	-	
401-1	New employee hires and employee turnover	SR 154	-	
401-3	Parental leave	SR 155	-	
Occupational Health and Safety				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 97-103	-	
103-2	The management approach and its components	SR 97-103	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 97-98, SR 101-103	-	
403-1	Occupational health and safety management system	SR 97	-	
403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	SR 97	-	
403-3	Occupational health services	SR 98	-	
403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	SR 97	-	
403-5	Worker training on occupational health and safety	SR 97	-	
403-6	Promotion of worker health	SR 97-100	-	
403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	SR 97-100	-	

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	SR 156	-	
403-9	Work-related injuries	SR 156	-	Yes
403-10	Work-related ill health	SR 158	-	
Training and Education				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 107-109	-	
103-2	The management approach and its components	SR 107-108	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 108	-	
404-1	Average hours of training per year per employee	-	Omission - Information Unavailable	
404-2	Programs for upgrading employees skills and transition assistance programs	SR 107	-	
404-3	Percentage of employees receiving regular performance and carrier development reviews	SR 156	-	
Diversity and Equal Opportunity				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 110, SR 115-117	-	
103-2	The management approach and its components	SR 110, SR 115-116	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 117	-	
405-1	Diversity of governance bodies and employees	SR 154	-	
Non-discrimination				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	https://www.assetworldcorp-th.com/storage/document/cg-code-of-conduct/Business-Code-of-Conduct.pdf	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	SR 124	No incident of discrimination in 2021.	

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
Freedom of Association and Collective Bargaining				
407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	-	Only welfare committee established at property level. Welfare committee is on plan to established. No trade union established.	
Child Labor				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 115-117, SR 149-151	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	-	Abolition of child labor is addressed in supplier code of conduct (SCOC).	
Forced or Compulsory Labor				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 115-117	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	-	Abolition of forced labor is addressed in supplier code of conduct (SCOC).	
Rights of Indigenous Peoples				
411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	-	Omission - Not Applicable	

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564

Indicator	Description	Location (SR, AR and/or URL)	Omission /Remark	External Assurance
Human Rights Assessment				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 115-117	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	-	Omission - Information Unavailable. Human rights due diligence is included in plan.	
412-2	Employee training on human rights policies or procedures	SR 125	-	
412-3	Significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening	-	Omission - Information Unavailable. Human rights due diligence is included in plan.	
Local Communities				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 85-88	-	
103-2	The management approach and its components	SR 85	-	
103-3	Evaluation of the management approach	SR 86-88	-	
413-1	Operational with local community engagement, impact assessment, and development programs	SR 86-88	-	
Supplier Social Assessment				
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	SR 149-151	-	
103-2	The management approach and its components			
103-3	Evaluation of the management approach			
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	-	Omission - Information Unavailable. Supplier screening is under implementation.	

หมายเหตุ: AR คือ รายงานประจำปี 2564
SR คือ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564