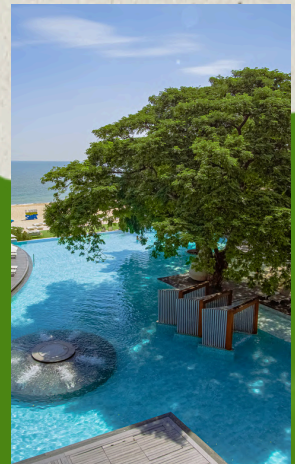


SUSTAINABILITY REPORT 2025





**'SUSTAINABLE DEVELOPMENT' IS DEVELOPMENT THAT MEETS THE NEEDS OF
PRESENT WITHOUT COMPROMISING THE ABILITY OF FUTURE GENERATIONS
TO MEET THEIR OWN NEEDS'**

**'การพัฒนาที่ตอบสนองความจำเป็นของคนยุคปัจจุบัน
โดยไม่ลดขีดความสามารถในการตอบสนองของคนยุคต่อไป'**

GRO HARLEM BRUNTLAND

กรู ฮาเล็ม บรินต์ลันด์

สารบัญ

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	04
สารประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	05
การประกอบธุรกิจของบริษัท	06
ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ	10
กิจกรรมหลัก	11
ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท	15
นโยบาย เป้าหมาย กลยุทธ์ความยั่งยืน	18
เครื่องหมายการค้าของบริษัท	52
ตารางสรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2568	55

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท วรรณดา รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ขึ้น เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัท ที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งจัดทำตามกรอบคู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน (SET SUSTAINABILITY REPORTING GUIDE) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเอกสารแนะนำตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน (ESG METRICS) กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดการท่องเที่ยวและสันทนาการเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UNSDGS)

ขอบเขตของรายงาน

รายงานฉบับนี้แสดงข้อมูลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2568 ผลการดำเนินงานครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญทั้งสิ้น 14 ประเด็น มีประเด็นที่สำคัญมาก จำนวน 9 ประเด็น โดยผลการดำเนินงานดังกล่าวครอบคลุมการดำเนินงานเฉพาะธุรกิจโรงแรมเท่านั้น ซึ่งมีจำนวน 7 แห่ง ได้แก่

- โรงแรมวรรณดา รีสอร์ท แอนด์ วิลล่า หัวหิน-ชะอำ
- โรงแรมวรรณดา โฮ รีสอร์ท เชียงใหม่
- โรงแรมโซ แบงคอก
- โรงแรมวรรณดา รีสอร์ท พัทยา นาจอมเทียน
- โรงแรม วรรณดา คอลเลกชัน สมุย - ร็อคกี้ รีสอร์ท
- โรงแรม เวอ โซ หัวหิน – วรรณดา คอลเลกชัน
- โรงแรมวรรณดา รีสอร์ท ภูเก็ต - ออโต้กราฟ คอลเลกชัน

ในส่วนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งธุรกิจหลักของบริษัท ยังไม่ได้เปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เนื่องจากมีความซับซ้อนในการเก็บข้อมูล จึงอยู่ในระหว่างการพัฒนาระบบในการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท

การรายงานด้านความยั่งยืนไม่เพียงแต่ช่วยให้ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย (STAKEHOLDERS) และสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ และได้เปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัท

WWW.VERANDARESORT.COM หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สามารถติดต่อคณะทำงานความยั่งยืนของบริษัทได้ทาง ESGVRANDA@GMAIL.COM เพื่อช่วยให้บริษัทได้พัฒนาคุณภาพของรายงานความยั่งยืนต่อไป

สารประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ภวณก์ องค์วาศิณฐ์

ความท้าทายที่กลายเป็นโอกาสของความยั่งยืน

ปี 2568 นับเป็นอีกปีที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญกับความท้าทายจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ที่ยังคงเป็นความท้าทายให้กับทุกธุรกิจ โดยเฉพาะประเด็นด้านความยั่งยืนที่กลายมาเป็นประเด็นที่ต้องคำนึงและให้ความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลที่ดี

บริษัทให้ความสำคัญกับการเติบโตที่สมดุลในทุกมิติของ ESG โดยในปีที่ผ่านมา เราได้มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยกระดับประสบการณ์ของผู้เข้าพักให้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรและผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น

ในมิติด้านสังคม บริษัทให้ความสำคัญกับพนักงานในฐานะหัวใจสำคัญขององค์กร มุ่งสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เป็นธรรม และเอื้อต่อการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการเคารพสิทธิมนุษยชน สร้างความผูกพันของพนักงาน และมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนในพื้นที่ที่บริษัทดำเนินธุรกิจ เพื่อร่วมสร้างคุณค่าระยะยาวให้กับสังคมและเศรษฐกิจท้องถิ่น

ในด้านธรรมาภิบาล บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีความรับผิดชอบ และยึดมั่นในหลักจริยธรรม โดยคณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทตระหนักดีว่า ความยั่งยืนไม่ใช่เพียงเป้าหมายระยะสั้น แต่เป็นการเดินทางระยะยาวที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน บริษัทจะยังคงพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน ชุมชน และสังคม พร้อมก้าวไปสู่การเป็นองค์กรธุรกิจโรงแรมที่เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ท้ายที่สุดนี้ ในนามของกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหาร ขอบขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านที่ให้ความไว้วางใจและสนับสนุนบริษัทด้วยดีเสมอมา และขอให้ทุกท่านเชื่อมั่นว่า บริษัทจะยังคงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ เพื่อร่วมกันสร้างอนาคตการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป



วิสัยทัศน์ I Vision

ก้าวสู่การเป็นโรงแรม รีสอร์ท ที่พักอาศัย ชื่นนำ และสร้างสรรค์
ธุรกิจไลฟ์สไตล์ เพื่อส่งมอบความประทับใจให้ลูกค้านับถึงเป็น
ลำดับต้นของประเทศ

พันธกิจ I Mission

สร้างประสบการณ์ที่แตกต่างอย่างประทับใจในทุกธุรกิจ
ผ่านการออกแบบ และการบริการที่มีเอกลักษณ์ เพื่อส่ง
มอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้าทุกคนอย่างมีคุณค่า
มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่พร้อม
ขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่จะเป็นโรงแรมชั้นนำของประเทศ การให้บริการที่ครอบคลุมและตอบสนองได้ทุกความต้องการของลูกค้าอย่างครบถ้วน และรักษาระดับการบริการให้มีคุณภาพเท่าเทียมกันทุกแห่ง เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าที่เข้ารับบริการและสามารถแนะนำไปยังบุคคลอื่นให้มาใช้บริการต่อด้วยความประทับใจ

ด้วยความมุ่งมั่นในการรักษาระดับมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม ทำให้โรงแรมและธุรกิจในเครือของกลุ่มบริษัท ได้รับความนิยมจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขยายฐานของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และด้วยทำเลที่ตั้งของโรงแรม ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ ทั้งพัทยา หัวหิน เชียงใหม่ สมุย และภูเก็ต รวมถึงการมีโรงแรมในกรุงเทพฯ ทำให้สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าได้ครอบคลุมพื้นที่หลายภูมิภาคของแหล่งท่องเที่ยวหลัก

โครงสร้างการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจหลัก 2 ประเภท
ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม
และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

โครงการโรงแรม จำนวน 7 แห่ง
โครงการอาคารชุดพักอาศัย จำนวน 3 แห่ง
โครงการที่อยู่ระหว่างก่อสร้าง จำนวน 2 แห่ง

กลยุทธ์องค์กร I Business Strategy



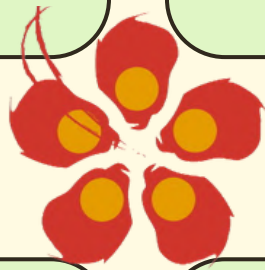
Branding Leverage

การใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่มาเพิ่ม รายได้ หรือเพิ่มมูลค่าให้กับบริษัท ไม่ว่าจะ เป็นความรู้ ความชำนาญ หรือความสัมพันธ์ทางธุรกิจ คู่ค้า และลูกค้าของ บริษัท



Big Data Analysis

การวิเคราะห์ข้อมูลจากลูกค้าเดิม ในการ ใช้ชีวิต ความชอบ ความสนใจ เพื่อบริษัท จะได้นำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงกับ ความต้องการของลูกค้า



Entrepreneur Spirit

การปลูกฝังให้พนักงานของบริษัทได้ ตระหนักถึงความเป็นส่วนหนึ่งของ บริษัท มีความรักองค์กร และ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ



Diversification

บริษัทมีธุรกิจหลายประเภท ตอบสนอง Life styles ที่หลากหลายของลูกค้าไม่ ต้องพึ่งพิงรายได้จากเพียงธุรกิจเดียว และการมีโรงแรมหลากหลายพื้นที่นั้น ทำให้มีการกระจายความเสี่ยง หากเกิด วิกฤติในพื้นที่ใดที่หนึ่ง

VERANDA Hotels & Resorts

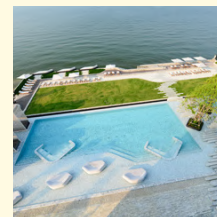
โรงแรม วัลริดา โฮ รีสอร์ท เชียงใหม่



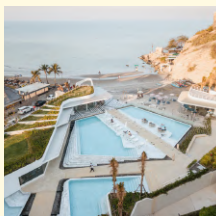
บริษัท วัลริดา รีสอร์ท จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่ - กรุงเทพฯ

โรงแรม โฮ แบงคอก

โรงแรม วัลริดา รีสอร์ท
แอนด์ วิลล่า หัวหิน - ชะอำ



โรงแรม วัลริดา รีสอร์ท
พัทยา นาจอมเทียน



โรงแรม เวอโซ หัวหิน



โรงแรม ร็อคกี้ บูทัก รีสอร์ท
วัลริดา คอลเลกชัน สมุย



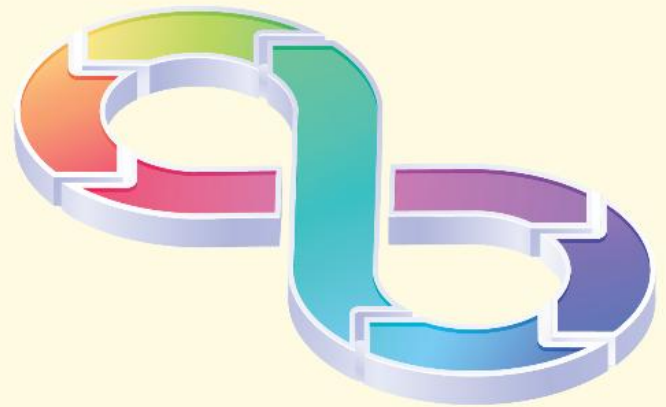
โรงแรม วัลริดา รีสอร์ท ภูเก็ต

ห่วงโซ่คุณค่า ธุรกิจ



ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (Value Chain) สะท้อนถึงกระบวนการทั้งหมดที่บริษัทใช้ในการสร้างและส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการจากต้นทางจนถึงมือผู้บริโภค โดยทุกขั้นตอนในห่วงโซ่คุณค่าจะมีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ รวมถึงการพัฒนา การบริการ การตลาด และการบริการหลังการขาย

ในการดำเนินธุรกิจที่มีความยั่งยืน บริษัทต้องพิจารณาห่วงโซ่คุณค่าไม่เพียงแต่การเพิ่มผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น ทั้งในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของกระบวนการ จึงสามารถสร้างโอกาสในการปรับปรุงประสิทธิภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมได้ โดยการบูรณาการแนวคิดของการประหยัดพลังงาน การลดของเสีย การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการส่งเสริมความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทาน








Value Chain

นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับพันธมิตรทางธุรกิจและผู้บริโภค ซึ่งทั้งหมดนี้จะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดและเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจโรงแรม (Hotel Value Chain) คือกระบวนการทั้งหมดที่โรงแรมใช้ในการสร้างและส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่ลูกค้า ตั้งแต่การติดต่อสอบถามการจองห้องพักไปจนถึงการออกจากโรงแรม ซึ่งประกอบด้วยหลายขั้นตอนที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการบริการ การจัดการ และการบริหารทรัพยากรต่างๆ มีดังนี้



กิจกรรมหลัก (Primary Activities)

 <p>ปัจจัยการบริการ (Inbound Logistics)</p>	 <p>ปฏิบัติการ (Operation)</p>	 <p>กระจายสินค้าและบริการ (Outbound Logistics)</p>	 <p>บริการหลังการขาย (Customer Service)</p>	 <p>การตลาดและการขาย (Marketing and Sale)</p>
<p>บริการห้องพัก</p> <ul style="list-style-type: none"> รับ และตรวจสอบคุณภาพวัสดุ อุปกรณ์สำหรับให้บริการในห้องพัก และจัดเก็บรักษาให้ได้ <p>มาตรฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> จัดเตรียมห้องพักให้พร้อมรับบริการ 	<p>Check In</p> <ul style="list-style-type: none"> ต้อนรับลูกค้า เช็กข้อมูลในระบบ และทำการ Check In ให้กับลูกค้า แจ้งฝ่ายแม่บ้าน จัดเตรียมห้องพัก ให้เรียบร้อย และคำขออื่นๆ ตามความต้องการของลูกค้า ส่งมอบห้องพักให้กับลูกค้าและผู้ใช้บริการ ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จัดเตรียมอาหารเข้าตามความต้องการลูกค้า <p>Check Out</p> <ul style="list-style-type: none"> แจ้งแผนกแม่บ้าน เพื่อทำการตรวจสอบห้องพัก แจ้งลูกค้า และขอบคุณที่เลือกมาใช้บริการ 		<ul style="list-style-type: none"> ทุกแผนกให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้าพัก สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการระหว่างการเข้าพัก ในวัน Check Out 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำแพ็คเกจและโปรโมชั่น ให้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รับความต้องการลูกค้า จัดทำใบเสนอราคา จัดทำสัญญาบริการ/Sales order นำส่งข้อมูลการจองห้องพักและแพ็คเกจของลูกค้าให้กับทางสาขาโรงแรม
<p>บริการสถานที่จัดงาน (ห้องประชุม สถานที่จัดกิจกรรมพิเศษ)</p> <ul style="list-style-type: none"> รับ และตรวจสอบคุณภาพวัสดุ อุปกรณ์สำหรับการจัดงาน และจัดเก็บรักษาให้ได้มาตรฐาน จัดเตรียมสถานที่จัดงานให้พร้อมรับบริการ สอดคล้องตามความต้องการลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำใบสั่งงาน (Event Order) เพื่อเตรียมสถานที่และบริการด้านอื่นๆให้เป็นไปตามความต้องการลูกค้าที่รับมาจาก Sales ต้อนรับ และนำลูกค้าและผู้ใช้บริการไปยังสถานที่จัดงาน ปรับเปลี่ยนสถานที่ รูปแบบการจัดงาน วัสดุอุปกรณ์เพิ่มเติมตามที่ลูกค้าร้องขอ ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม และบริการตามใบสั่งงาน ส่งมอบสถานที่และบริการให้กับลูกค้าและผู้รับบริการ <p>Check Out</p> <ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการตรวจสอบความเรียบร้อย และทำความสะอาดของสถานที่จัดงาน แจ้งลูกค้า และขอบคุณที่เลือกมาใช้บริการ 		<ul style="list-style-type: none"> ทุกแผนกให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าผู้จัดงาน และผู้ใช้บริการที่มาร่วมงาน สอบถามความพึงพอใจและรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้าหลังการใช้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> นำเสนอแพ็คเกจ โปรโมชั่น ที่มีตามช่วงเวลานั้นๆ เพื่อจูงใจให้ลูกค้าได้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง
<p>บริการอาหาร - เครื่องดื่ม</p> <p>รับ และตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ จัดเตรียม ตัดแต่ง และจัดเก็บรักษาให้ได้มาตรฐาน</p> <p>จัดเตรียมห้องอาหารให้พร้อมรับบริการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ปรุงอาหาร และจัดเตรียมเครื่องดื่ม ตามความต้องการลูกค้า ส่งมอบอาหาร-เครื่องดื่มที่สดใหม่ สะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐาน ให้กับลูกค้า คัดแยกของเสียเพื่อนำส่งกำจัด ทำความสะอาดพื้นที่ปรุงอาหาร 		<ul style="list-style-type: none"> สอบถามความพึงพอใจและรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้าหลังการใช้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำโปรโมชั่นในแต่ละไตรมาส อย่างเหมาะสม และดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ จัดเตรียมเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม รับความต้องการลูกค้า จัดทำใบเสนอราคา จัดทำสัญญาบริการ/Sales order

กิจกรรมหลัก (Primary Activities)



กิจกรรมสนับสนุน (Support activities)



โครงสร้างพื้นฐาน
(Firm Infrastructure)

ฝ่ายบริหาร / บัญชีและการเงิน / เลขานุการบริษัท / วิศวกรรมซ่อมบำรุง / นักลงทุนสัมพันธ์ / งานซัพพอร์ต งานดูแลทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลาง/ งานสวน (ดูแลพื้นที่ส่วนกลางให้มีความสะอาด สะอาด และ ปลอดภัยต่อผู้มาใช้บริการ)



การจัดซื้อจัดหา
(Procurement)

การจัดซื้อเครื่องใช้ประจำห้องพัก / การจัดซื้อวัตถุดิบสำหรับบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม / การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ในกิจกรรมสนับสนุนการ / การจัดซื้อวัตถุดิบและเครื่องใช้ในงานสปา / การจัดซื้อสินค้าสำหรับการซ่อมบำรุง จัดหาบริษัทที่รับออกแบบเพื่อเสนอราคาประมูลงานออกแบบ จัดหาบริษัทรับเหมาก่อสร้าง เพื่อเสนอราคาประมูลงานการก่อสร้าง (BD)



ทรัพยากรบุคคล
(Human Resource Management)

การสรรหา, ว่าจ้าง, บริหารค่าตอบแทน, ประเมินผล, อบรมและพัฒนาบุคลากร, สวัสดิการพนักงาน / งานดูแลสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย / งานดูแลความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) / งานติดต่อประสานงานหน่วยงานราชการ /



เทคโนโลยี
(Technology Development)

Server / Cloud / Internet / Tiger soft / ERP / Sun System / Eagles

กิจกรรมหลัก (Primary activities) ประกอบด้วยกิจกรรม 5 กิจกรรม ซึ่งเชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่องตามบริบทการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทในภาพรวม ดังนี้

(1) การบริหารปัจจัยการบริการ

บริษัทให้บริการห้องพัก สถานที่จัดงานประชุมและสัมมนา บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการอื่นๆ ได้แก่ สปา ฟิตเนส สระว่ายน้ำ Kid Club พื้นที่ส่วนกลาง เป็นต้น และให้บริการรับ-ส่ง ลูกค้ามายังโรงแรม โดยมีการจัดเตรียมห้องพักและสถานที่จัดงานให้พร้อมรับบริการ สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้า จัดเตรียมห้องอาหาร รวมถึงการตรวจสอบคุณภาพวัสดุอุปกรณ์สำหรับให้บริการในห้องพัก การจัดงาน คุณภาพวัตถุดิบ การจัดเตรียม ตัดแต่ง และจัดเก็บรักษาให้ได้มาตรฐาน

(2) การปฏิบัติการ

บริษัทมีมาตรฐานการให้บริการห้องพัก สถานที่จัดงาน บริการอาหารและเครื่องดื่ม และบริการอื่นๆ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีขั้นตอนและกระบวนการที่ชัดเจน ได้แก่

การตรวจสอบห้องพัก: มีการทำความสะอาดและตรวจสอบห้องพักอย่างละเอียดก่อนให้ลูกค้าเข้าพัก เพื่อให้มั่นใจว่ามีความสะอาดและพร้อมใช้งานตามมาตรฐาน

การจัดเตรียมสถานที่จัดงาน: มีการวางแผนและจัดเตรียมสถานที่อย่างเหมาะสม ทั้งด้านการตกแต่งและอุปกรณ์ที่ใช้ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

บริการอาหารและเครื่องดื่ม: มีการควบคุมคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้มั่นใจว่าได้รับความสดใหม่และมีรสชาติที่ดี

บริการอื่น ๆ: รวมถึงบริการรับ-ส่งลูกค้า มีกระบวนการในการจัดการเพื่อให้บริการได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย

โดยพนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการดำเนินงานตามขั้นตอนและมาตรฐานที่กำหนด บริษัทสามารถมั่นใจได้ว่าจะสามารถให้บริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

(3) การกระจายสินค้าและบริการ หรือ โลจิสติกส์ขาออก (Outbound logistics)

บริษัทให้บริการขนส่งลูกค้าเพื่อช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย ประสิทธิภาพที่ดี และเสริมคุณค่าให้กับธุรกิจเพื่อนำลูกค้าจากโรงแรมไปยังสถานที่อื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการ เช่น สนามบิน สถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่สำคัญอื่นๆ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการตรวจสอบสภาพของยานพาหนะ รวมถึงการตรวจสอบผู้รับจ้างเป็นระยะเพื่อให้มีการรับส่งที่มีมาตรฐานความปลอดภัย

(4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

โรงแรมมีนโยบายเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโรงแรม ให้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยมีการศึกษาความต้องการของลูกค้าและวิเคราะห์คู่แข่ง เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายและบริการที่ตอบโจทย์ สร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น โปรโมชั่น การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ พัฒนาแบรนด์ให้มีความน่าสนใจและสามารถจดจำได้ รวมถึงภาพลักษณ์และการสื่อสารที่สอดคล้อง ใช้ช่องทางการขายต่างๆ เพื่อติดต่อกับลูกค้า เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน มือถือ หรือตัวแทนการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างการเข้าพัก เพื่อส่งผลดีต่อการกลับมาใช้บริการในอนาคต มีการจัดทำแพ็คเกจ โปรโมชั่น ห้องพัก บริการสถานที่จัดงาน บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการรับ-ส่ง ลูกค้ามายังโรงแรม และบริการอื่นๆ จัดทำใบเสนอราคา จัดทำสัญญาบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

(5) การบริการหลังการขาย (Customer services)

เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างความพึงพอใจและส่งเสริมให้เกิดการใช้บริการซ้ำในอนาคต บริษัทมีการสอบถามความพึงพอใจและรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้าหลังใช้บริการทั้งระหว่างการเข้าพัก และในวันเช็กเอาท์ รวมถึงรับข้อร้องเรียน รับแจ้งปัญหาภายหลังการใช้บริการผ่านลูกค้าโดยตรงหรือผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ

กิจกรรมสนับสนุน (Support activities)

กิจกรรมสนับสนุนห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจโรงแรม คือ กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ของห่วงโซ่คุณค่าโรงแรม เพื่อให้การดำเนินงานโดยรวมมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ อย่างยั่งยืน โดยกิจกรรมสนับสนุนเหล่านี้สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้

- โครงสร้างพื้นฐานของบริษัทเป็นงานที่สนับสนุนให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ได้แก่ ฝ่ายบริหาร / ฝ่ายบัญชีและการเงิน / เลขานุการบริษัท / งานวิศวกรรมซ่อมบำรุง / นักลงทุนสัมพันธ์ / งานซักรีด / งานดูแลทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลาง / งานสวน (ดูแลพื้นที่ส่วนกลางให้มีความสะอาด สะอาด และปลอดภัยต่อผู้มาใช้บริการ)
- การจัดซื้อจัดจ้าง บริษัทมีระบบการจัดซื้อที่ออกแบบมาให้เป็นธรรม โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการจัดการสัญญาหรือการจัดหาวัสดุอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผ่านขั้นตอนที่ชัดเจน ในการจัดซื้อเครื่องใช้ประจำห้องพัก / การจัดซื้อวัตถุดิบสำหรับบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม / การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ในกิจกรรมสนทนากา / การจัดซื้อวัตถุดิบและเครื่องใช้ในงานสปา / การจัดซื้อสินค้าสำหรับการซ่อมบำรุง เช่น การประมูล การเลือกซัพพลายเออร์ที่เหมาะสม และการจัดการคำสั่งซื้อที่รวดเร็ว เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น
- การบริหารทรัพยากรบุคคล
 - การสรรหานักงานที่เชี่ยวชาญ: บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดสรรบุคลากรที่มีทักษะและความรู้เฉพาะด้าน เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการขององค์กรได้อย่างแท้จริง
 - ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่จูงใจ: จัดการระบบค่าตอบแทนที่น่าสนใจและมีสวัสดิการที่แข่งขันได้ในตลาดเพื่อดึงดูดและรักษามูลค่าบุคลากรที่มีความสามารถ รวมถึงสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่
 - การพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร: ส่งเสริมการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยวางแผนการอบรมที่ตรงกับความต้องการขององค์กรและบุคลากร เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองและเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ
 - การสร้างขวัญและกำลังใจ: สร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความมั่นคงและขวัญกำลังใจให้กับพนักงานผ่านการสนับสนุนทั้งในด้านจิตใจและสวัสดิการที่ดี เพื่อให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและพร้อมทุ่มเทในการทำงาน
 - การส่งเสริมการจ้างงานท้องถิ่น: การจ้างงานจากชุมชนท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมความยั่งยืนในสังคม โดยให้โอกาสแก่บุคลากรในพื้นที่ และปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม
 - การประเมินผลที่ยุติธรรม: สร้างระบบการประเมินผลการทำงานที่ชัดเจน ยุติธรรม และโปร่งใส เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับพนักงาน และทำให้พนักงานรู้ถึงความก้าวหน้าในอาชีพ
- ระบบบัญชีการเงินที่ทันสมัยและโปร่งใส: การมีระบบบัญชีการเงินที่เป็นธรรมและทันสมัย สามารถช่วยในการจัดการการเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การบันทึกและตรวจสอบค่าใช้จ่าย การประมวลผลการชำระเงิน และการรายงานผลประกอบการที่ถูกต้องและตรวจสอบได้
- การตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวก: บริษัทมีแนวทางในการตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่าอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ลิฟต์ ระบบไฟฟ้า ประปา อุปกรณ์ IT และอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย มีความพร้อมใช้งานและปลอดภัยสำหรับการให้บริการแก่ลูกค้า



ผู้มีส่วนได้เสีย

“**วองบรีชท์**”

Stakeholders

ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท

ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ของบริษัท คือ บุคคลหรือกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งแบ่งออกเป็นหลายกลุ่มตามความสัมพันธ์กับบริษัทและผลกระทบที่ได้รับจากกิจกรรมของบริษัท กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักของบริษัท มีจำนวน 8 กลุ่ม ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความหมาย
พนักงาน	บุคคลที่มีความสัมพันธ์ในการจ้างงาน และบริษัทมีความรับผิดชอบในการดูแลตามกฎหมาย ได้แก่ พนักงานรายวัน พนักงานรายเดือน
ผู้ให้บริการจากภายนอก	บุคคลหรือนิติบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับบริษัทในรูปแบบของผู้ขายและส่งมอบวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งผู้ขาย และผู้ให้บริการงานสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท ผ่านสัญญาการซื้อขาย/สัญญาจ้างบริการ และได้รับค่าตอบแทนตามสัญญา เช่น ผู้ขาย ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ ผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ให้บริการด้านเสียงและภาพ ผู้ให้บริการด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ผู้ให้บริการตกแต่งสถานที่ ผู้ให้บริการบำรุงรักษา ผู้ให้บริการด้านสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการกำจัดของเสีย ผู้ให้บริการกำจัดแมลง บริษัทนายหน้าขายที่ดิน เจ้าของที่ดิน ผู้ให้บริการรังวัดที่ดิน
ลูกค้า	บุคคลหรือนิติบุคคล ที่เป็นตัวแทนผู้ใช้บริการในการประสานงาน ติดต่อ เพื่อตกลงซื้อบริการของโรงแรม หรือเป็นผู้อำนวยความสะดวกเลือกซื้อบริการจากโรงแรม โดยอาจไม่ใช่ผู้มาใช้บริการโดยตรง เช่น เจ้าของงาน ผู้จัดงาน, HR ของบริษัท, Sponsor, Travel Agent รวมถึงบุคคลผู้มารับบริการของโรงแรมและได้รับประสบการณ์โดยตรงจากบริการที่ได้รับ
ชุมชน	ประชาชน หรือหน่วยงานที่มีที่ตั้งอยู่รอบๆ สถานที่ประกอบการหรือรอบพื้นที่ก่อสร้างที่อาจได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบจากการดำเนินงานของบริษัท เช่น บ้าน วัด โรงเรียน องค์กรภาครัฐ และภาคธุรกิจ
หน่วยงานกำกับดูแล	องค์กรที่มีบทบาทในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนด เช่น กระทรวงมหาดไทย (การขออนุญาตประกอบกิจการโรงแรม) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (การขออนุญาตกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ) กรมที่ดิน กรมผังเมือง กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงแรงงาน ความปลอดภัย การจัดการด้านอาชีวอนามัยและบัญชี กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
หน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐ/สถาบันการศึกษา	องค์กรที่ไม่ใช่หน่วยงานกำกับดูแลตามกฎหมายแต่มีบทบาทในการส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร เช่น TCEB, สมาคมโรงแรมไทย สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรด้านการท่องเที่ยวและโรงแรมที่สามารถเป็นแหล่งผลิตแรงงานป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์ และเป็นเครือข่ายที่จัดส่งนักศึกษาฝึกงาน
พันธมิตรทางธุรกิจ	นิติบุคคลที่มีความร่วมมือกันในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจโดยได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น Let's Relax, Amattissimo, Major Cineplex OTA = Booking agency (Agoda, Booking, Trip.com)
ผู้ถือหุ้น	บุคคลหรือนิติบุคคลที่มีหุ้นตามสัดส่วนที่ถือครอง มีสิทธิได้รับเงินปันผลและออกเสียงในที่ประชุม

การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย

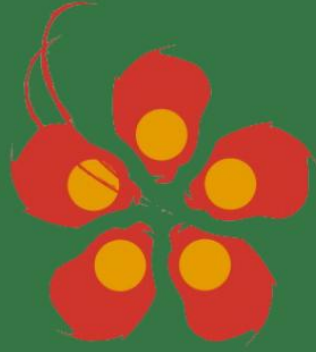
บริษัทมีการดำเนินการตอบสนองและมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียตามลักษณะอิทธิพลของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อบริษัท และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย นำไปสู่การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย โดยกลุ่มที่มีการดำเนินการอย่างใกล้ชิด 2 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงาน และลูกค้า กลุ่มที่ต้องรักษาระดับความพึงพอใจ ที่มีลำดับรองลงมา 2 ลำดับ ได้แก่ หน่วยงานกำกับ และผู้ถือหุ้น ส่วนกลุ่มที่บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลกันอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ผู้ให้บริการจากภายนอก และชุมชน ส่วนกลุ่มที่มีการติดตามอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ หน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐ สถาบันการศึกษา และพันธมิตรทางธุรกิจ ตามลำดับ

บริษัท ดำเนินการรวบรวมความต้องการและความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมกำหนดแนวทางในการตอบสนองต่อความคาดหวังนั้นๆ พร้อมกำหนดช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้เสีย ทุกกลุ่ม จะช่วยให้บริษัทสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มต่าง ๆ และดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ช่องทางการติดต่อสื่อสาร
1. พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ค่าตอบแทนที่เหมาะสม การคุ้มครองสวัสดิภาพและความปลอดภัยในการทำงาน สวัสดิการพื้นฐานตามกฎหมาย/มากกว่ากฎหมาย ความมั่นคงและความก้าวหน้าในอาชีพ โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาตนเอง ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม (LGBTQ+) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ บริษัทกำหนดค่าแรงเริ่มต้นตามกฎหมายและเพิ่มขึ้นตามประสบการณ์และผลการประเมินการทำงาน ✓ พนักงานกลุ่ม LGBTQ+ ได้รับสิทธิและสวัสดิการอย่างเท่าเทียมกับพนักงานอื่นๆ ✓ จัดเตรียมแผนการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรรายบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมการสื่อสารระหว่างพนักงานและผู้บริหาร GM Town Hall • การสื่อสารผ่าน Line Group • การประชุมประจำเดือน (Monthly Meeting)
2. ผู้ให้บริการจากภายนอก	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับใบสั่งซื้อสินค้าหรือบริการที่ถูกต้องและต่อเนื่อง ได้รับการชำระเงินตรงตามเวลา การรักษาความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส เป็นธรรม มีการส่งเสริมด้านการพัฒนาและปรับปรุงสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ มีนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส เป็นธรรม ✓ การจ่ายเงินที่ตรงเวลาตามรอบที่กำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> • เยี่ยมชมและตรวจสอบคุณภาพกระบวนการผลิตของผู้ส่งมอบสม่ำเสมอ • อีเมล / โทรศัพท์ / ไลน์ • ผู้ประสานเฉพาะ
3. ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่ได้มาตรฐาน ความปลอดภัยด้านชีวิต ทรัพย์สิน และข้อมูล ความสะดวกสบาย ความคุ้มค่า การตอบสนองต่อความต้องการอื่น ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ราคาคุ้มค่าต่อมาตรฐานการให้บริการและจัดเตรียมส่งมอบตามที่ลูกค้ากำหนด ✓ ประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ✓ อบรมและพัฒนาการให้บริการของบุคลากร ✓ นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงพัฒนา ✓ ทบทวนโปรแกรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ ✓ พัฒนาและปรับปรุงข้อมูลของลูกค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> • เว็บไซต์บริษัท • สื่อสังคมออนไลน์ • อีเมล / โทรศัพท์ / ไลน์ • โทรศัพท์ • ออกบูธ ทั้งในและต่างประเทศ
4. ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> สร้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ไม่สร้างมลภาวะเป็นพิษ กับสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ส่งเสริมการจัดซื้อ และจัดจ้างจากชุมชนท้องถิ่น ✓ สร้างรายได้สู่ชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ✓ จัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ในพื้นที่ (CSR) 	<ul style="list-style-type: none"> • เยี่ยมเยือนและรับฟังความคิดเห็นของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ • อีเมล / โทรศัพท์ / ไลน์ • สื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ช่องทางการติดต่อสื่อสาร
5. พันธมิตรทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ยอดขาย/ส่วนแบ่งกำไรที่มากขึ้น ▪ ให้อุปสงค์ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน ▪ เพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ให้กับลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ กิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดร่วมกัน ✓ การควบคุมคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน ✓ เมนูใหม่ๆ ที่หลากหลาย หรือ สินค้า/บริการใหม่ๆ ตามวาระและโอกาส 	<ul style="list-style-type: none"> • Meeting • อีเมล / โทรศัพท / ไลน์
6. ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เงินปันผล / ราคาหุ้น ▪ ผลการดำเนินงานที่เติบโต ▪ การจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมครอบคลุม 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ดำเนินกิจการให้มีผลกำไรที่ดี ✓ บริหารจัดการองค์กรและการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ✓ ประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างรัดกุม รอบคอบ และระมัดระวัง 	<ul style="list-style-type: none"> • การประชุมผู้ถือหุ้น • Opp Day • หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ • เว็บไซต์บริษัท • Analyst Meeting • Elcid ข่าวผ่านตลาดหลักทรัพย์
7. หน่วยงานกำกับดูแล	<ul style="list-style-type: none"> ▪ การบังคับใช้กฎหมาย ▪ ร้องขอความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ▪ ร้องขอความอนุเคราะห์ต่างๆ เช่น เงินบริจาค อาหารเบรค ของรางวัล ▪ การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ การปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ✓ ให้ความอนุเคราะห์ในการร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ✓ ข้อมูลที่เป็นจริง 	<ul style="list-style-type: none"> • หนังสือราชการของหน่วยงานกำกับดูแล • เว็บไซต์บริษัท • การประชุม • การเยี่ยมชมโรงแรม • อีเมล / โทรศัพท / ไลน์
8. หน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐ/สถาบันการศึกษา	<p>หน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ต้องการข้อมูลจากโรงแรมเพื่อไปพัฒนา/ปรับปรุงมาตรฐานของหน่วยงานตนเอง ▪ การขอการรับรองอย่างต่อเนื่อง ▪ การเข้าร่วมสมาคม เสียค่าธรรมเนียมรายปีอย่างต่อเนื่อง (ตามขนาดพื้นที่/จำนวนห้องของโรงแรม) <p>สถาบันการศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ รับนักศึกษา มาฝึกงานอย่างต่อเนื่อง ▪ เพิ่มพื้นที่การฝึกปฏิบัติของนักศึกษา 	<p>หน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐ</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ขอการรับรองอย่างต่อเนื่อง เช่น TCEB MICE ✓ ให้พื้นที่ในการศึกษาเป็น Case Study <p>สถาบันการศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ รับ นศ. มาฝึกงานอย่างต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> • เว็บไซต์บริษัท • อีเมล / โทรศัพท / ไลน์ • จดหมาย





นโยบาย เป้าหมาย กลยุทธ์ความยั่งยืน



นโยบายและเป้าหมาย ด้านความยั่งยืน



นโยบายการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัทเชื่อมั่นว่า การที่ธุรกิจให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จะช่วยเสริมสร้างองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

บริษัทจึงตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพราะการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืนเป็นรากฐานสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างให้องค์กรเติบโตได้อย่างมั่นคง โดยบริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีหลักธรรมาภิบาลควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและดูแลสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มผ่านกระบวนการดำเนินงานที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ ดังนั้น บริษัทจึงได้จัดทำนโยบายด้านการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นกรอบการบริหารจัดการด้านการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร

*อ่านนโยบายการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนได้ที่ <https://www.verandaresortir.com/company-policy>

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

ธุรกิจโรงแรมมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เป้าหมายความยั่งยืนต้องคำนึงถึงสมดุลระหว่าง ผลประกอบการ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคม เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในระยะยาว รวมถึงสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของโรงแรมให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย

บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนระยะยาว ครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ดังนี้

สิ่งแวดล้อม	สังคม	บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ
<ul style="list-style-type: none">✔ ลดอัตราการเกิดขยะต่อผู้เข้าพัก✔ เพิ่มอัตราการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ซ้ำ✔ ลดอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อจำนวนผู้เข้าพัก	<ul style="list-style-type: none">✔ ลดจำนวนการร้องเรียนของลูกค้า✔ เพิ่มสัดส่วนของการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าหรือวัตถุดิบในท้องถิ่น✔ เพิ่มการร่วมกิจกรรมกับชุมชน✔ ลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุในที่ทำงาน✔ สำรวจความคิดเห็นของ พนักงานต่อการทำงาน✔ เพิ่มฝึกอบรมพนักงาน✔ สร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชน	<ul style="list-style-type: none">✔ เพิ่มสัดส่วนการร่วมลงนามในจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้าของบริษัท✔ เพิ่มระดับคะแนนด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี✔ จัดการความเสี่ยงให้อยู่ใน ระดับที่ยอมรับได้✔ บริหารการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล





ESG HIGHLIGHT 2568

ESG HIGHLIGHT 2568

ด้านสิ่งแวดล้อม

- เพิ่มสัดส่วนปริมาณการใช้พลังงานทดแทน
- ปริมาณการใช้พลังงานต่อหน่วยลดลงจากปีฐานและปีก่อน
- มีการใช้ทรัพยากรน้ำลดลงจากปีก่อนกว่า 4%

ด้านสังคม

- จำนวนชั่วโมงการอบรมของพนักงานบรรลุตามเป้าหมาย
- จำนวนพนักงานที่ลาออกลดลงจากปีฐานและปีก่อน
- จัดทำการประเมินความผูกพันของพนักงาน
- ประกาศใช้นโยบายสิทธิมนุษยชน

ด้านบรรษัทภิบาล

- บริษัทไม่มีกรณีหรือเหตุการณ์ข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล และไม่มีเหตุการณ์ถูกโจมตีทางด้านไซเบอร์
- พนักงานทุกคนผ่านการฝึกอบรมเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล PDPA คิดเป็นร้อยละ 100
- จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการเป็นคณะกรรมการชุดย่อย



แนวทางการจัดการและการกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทได้ดำเนินกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท ครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนในส่วนของธุรกิจโรงแรม รวมถึงประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และการจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยมีขั้นตอนการกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ดังนี้

1. การวิเคราะห์บริบทภายในและภายนอก

วิเคราะห์บริบทภายในองค์กรด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) และวิเคราะห์บริบทภายนอกด้วยเครื่องมือ PESTEL analysis โดยคณะทำงานและผู้บริหารร่วมกัน ชี้บ่งกิจกรรมทั้งหมดภายใต้ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท และพิจารณาปัจจัยภายนอกในมุมมองต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินการของบริษัท และนำมาพิจารณาผลกระทบด้านความยั่งยืนทั้งในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

2. การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

จากผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าบริษัททำการชี้บ่งผู้มีส่วนได้เสียกับทุกกิจกรรม จากนั้นคณะทำงานและผู้บริหารร่วมกันระบุความต้องการ/ความคาดหวังรวมถึงระดับอิทธิพลของแต่ละผู้มีส่วนได้เสียว่ามีบทบาทต่อบริษัทมากน้อยเพียงใด นำไปสู่การกำหนดแนวทางการตอบสนองที่เหมาะสม และสื่อสารผลการดำเนินงาน/ข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้กับผู้มีส่วนได้เสียให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

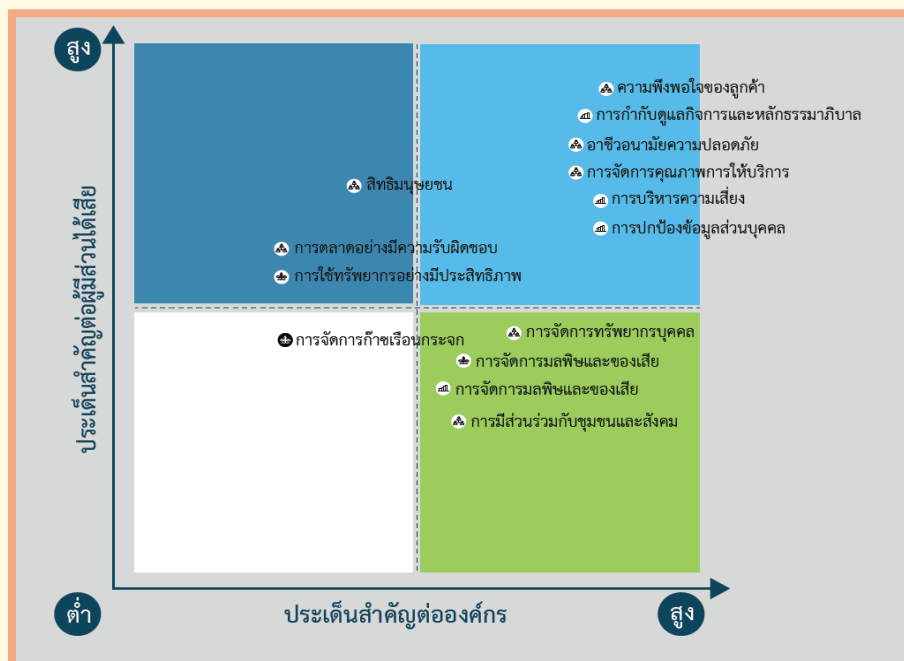
3. การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

คณะทำงานและผู้บริหารนำรายการผลกระทบด้านความยั่งยืนที่ได้จากการวิเคราะห์บริบทภายในและภายนอก รวมถึงผลการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียมาประเมินระดับนัยสำคัญ จากนั้นได้ทำการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นผ่านการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อประเด็นความยั่งยืนต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการบริหารจัดการ




4. การรับรองประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและกรอบการดำเนินงาน


ผลการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจะถูกเสนอต่อคณะกรรมการบริหาร เพื่อพิจารณาความครบถ้วน ถูกต้อง และให้ความเห็นชอบต่อกรอบการดำเนินงาน ตัวชี้วัด และเป้าหมายด้านความยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อยต่อไป

บริษัทวิเคราะห์ จัดลำดับ ประเมินความเสี่ยง และโอกาสของประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ซึ่งสามารถสรุปผลการจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนได้ ดังนี้



ประเด็นสำคัญและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

	ประเด็นความยั่งยืนและ แนวทางการจัดการ	ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย
 มิตีสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> ■ มลพิษและของเสีย 	มลพิษและของเสียจากการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทสามารถส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระดับท้องถิ่น ต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม และเป็นไปตามกฎหมายกำหนด
	<ul style="list-style-type: none"> ■ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ 	การใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุดถือเป็นส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมที่บริษัท พึ่งตระหนักตลอดเวลาในการดำเนินธุรกิจ
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ก๊าซเรือนกระจก 	ก๊าซเรือนกระจกในบรรยากาศส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในวงกว้างในระดับโลก รวมถึงส่งผลให้เกิดภัยพิบัติต่างๆ มากขึ้น
 มิตีสังคม	<ul style="list-style-type: none"> ■ ความพึงพอใจลูกค้า 	คุณภาพที่ดีในการให้บริการและพยายามตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า จะนำไปสู่ความประทับใจในการใช้บริการ
	<ul style="list-style-type: none"> ■ การพัฒนาคุณภาพของพนักงาน 	ความรู้และทักษะที่ดีของพนักงาน จะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและส่งเสริมชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน
	<ul style="list-style-type: none"> ■ การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน 	การให้ความร่วมมือทำกิจกรรมในชุมชน โดยส่งเสริมให้มีการจัดซื้อจัดจ้างในท้องถิ่น รวมถึงการจ้างงานสร้างรายได้ต่อชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจ และเป็นแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้ดีขึ้น
 มิตีสังคม	<ul style="list-style-type: none"> ■ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย 	อาชีวอนามัยที่ดีและความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้า นอกจากจะส่งเสริมให้การทำงานมีประสิทธิภาพแล้ว ยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานดีขึ้น และลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุของลูกค้ามากขึ้น
	<ul style="list-style-type: none"> ■ สิทธิมนุษยชน 	การเคารพและคุ้มครองความเป็นมนุษย์โดยไม่เลือกปฏิบัติ จะเป็นเกราะในการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนและการร้องเรียนต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
	<ul style="list-style-type: none"> ■ การตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อ 	ส่งเสริมให้บริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความน่าเชื่อถือ ลดข้อร้องเรียนและการฟ้องร้องได้

	ประเด็นความยั่งยืนและ แนวทางการจัดการ	ผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย
 มิติบริษัทยิบาล และเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ■ การกำกับดูแลกิจการที่ดี 	มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเชื่อมั่น ความยั่งยืน และความโปร่งใสในองค์กร
	<ul style="list-style-type: none"> ■ การบริหารความเสี่ยง 	การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพสามารถป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น และสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย
	<ul style="list-style-type: none"> ■ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน 	ห่วงโซ่อุปทานมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพ ความยั่งยืน และภาพลักษณ์ขององค์กร การบริหารจัดการที่ดีสามารถลดความเสี่ยงและเพิ่มคุณค่าให้กับบริษัท
	<ul style="list-style-type: none"> ■ การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล 	ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นทรัพยากรที่มีค่า การบริหารจัดการที่เหมาะสมช่วยสร้างความมั่นใจในองค์กรและลดความเสี่ยงต่อการรั่วไหลของข้อมูล

การบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืน และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทเป็นผู้ให้บริการโรงแรม และการท่องเที่ยวสันทนาการ ซึ่งบริษัทตระหนักว่าในการดำเนินธุรกิจมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นบริษัทจึงมีความมุ่งมั่นในการประกาศนโยบายสิ่งแวดล้อม* สื่อสารบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น การใช้น้ำ มลพิษและของเสียจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น

*อ่านนโยบายการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนได้ที่ <https://www.verandaresortir.com/company-policy>

บริษัทจึงกำหนดแนวทางการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมไว้ ดังนี้



การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient use of resources) และ การบริหารจัดการน้ำและน้ำเสีย

การให้บริการด้านโรงแรม และ สันทนาการต่างๆ มีการใช้ทรัพยากร น้ำ เป็นจำนวนมาก บริษัทจึงมุ่งมั่นใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดโดยไม่กระทบต่อการให้บริการลูกค้า ซึ่งในการที่จะดำเนินธุรกิจไปในแนวทางความมุ่งมั่นดังกล่าว บริษัทตั้งเป้าหมายการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการบริหารจัดการน้ำ และน้ำเสียตั้งแต่ ปี 2567 ซึ่งในปี 2568 อยู่ระหว่างดำเนินการตามเป้าหมายระยะกลางอย่างต่อเนื่อง

การตั้งเป้าหมายในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวของบริษัทฯ กำหนดให้บริษัทฯ สามารถดำเนินงานได้สอดคล้องตามที่กฎหมายด้านคุณภาพน้ำกำหนด อีกทั้งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ซ้ำผ่านแนวทาง 3Rs ได้แก่ การลดการใช้น้ำดิบในกิจกรรมต่างๆ (Reduce) การนำน้ำที่ผ่านการบำบัดมาใช้ซ้ำในกิจกรรมของบริษัท เช่น การรดน้ำต้นไม้ ทดแทนน้ำดิบในสุขภัณฑ์ การจัดหาเทคโนโลยีและเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการนำน้ำเสียเข้าสู่กระบวนการบำบัดให้มีคุณภาพตามที่กำหนด (Recycle) รวมถึงบริษัทยังค้นหาแนวทางอื่นๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้ตามที่กำหนดดังนี้



การดำเนินงาน

ปี 2568 บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้การบริหารจัดการน้ำและน้ำเสียมีประสิทธิภาพ

- ✓ ติดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำ น้ำเสีย และคุณภาพน้ำหลังการบำบัด เนื่องจากบริษัทมีโรงแรมอยู่ในหลายพื้นที่ทั่วประเทศไทย ดังนั้นบริษัทจึงต้องมีการติดตามกฎหมายในแต่ละพื้นที่อย่างต่อเนื่องเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดต่างๆ
- ✓ การจัดซื้ออุปกรณ์ในโรงแรม ห้องพัก และพื้นที่ให้บริการของโรงแรมโดยการคัดเลือกอุปกรณ์ที่มีการคำนึงถึงการใช้งานอย่างประหยัดเช่น สุขภัณฑ์แบบประหยัดน้ำ และแบบอัตโนมัติ
- ✓ การปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ที่ใช้อยู่เดิมเพื่อให้ประหยัดน้ำยิ่งขึ้น เช่น ใส่ห้วงยางที่ฟักบัวอาบน้ำเพื่อลดแรงดันของน้ำ เพื่อประหยัดน้ำลดลง 2 ลิตรใน 10 นาที
- ✓ การติดตามความเสี่ยงของการขาดแคลนน้ำอย่างเป็นระบบ เนื่องจากการให้บริการแก่ลูกค้าต้องมีการใช้ทรัพยากรน้ำทั้งจากการประปา และแหล่งน้ำธรรมชาติปริมาณมาก ดังนั้นการติดตามความเสี่ยงที่จะทำให้

ชุมชน หรือผู้มีส่วนได้เสียเกิดภาวะขาดแคลนน้ำอุปโภคและบริโภคนั้นเป็นสิ่งที่บริษัทต้องมีการติดตามอย่างเป็นระบบ

- ✓ การตรวจวัดคุณภาพน้ำที่ระบายออกสู่ธรรมชาติอย่างสม่ำเสมอและมีกระบวนการแก้ไขและปรับปรุงทันทีเมื่อพบว่าน้ำที่ระบายออกสู่ธรรมชาติเกินมาตรฐานที่กำหนด
- ✓ การนำหลักการ 3Rs ใช้อย่างมีประสิทธิภาพในบริษัท ดังนี้



- o ลดการใช้น้ำ (Reduce) ผ่านการดำเนินการที่กล่าวมาข้างต้น รวมถึงการวางแผนการซ่อมบำรุงระบบน้ำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการสูญเสียน้ำในระบบน้อยที่สุด
- o การใช้ซ้ำ (Reuse) จากกิจกรรมการให้บริการลูกค้าพบว่ายังคงมีน้ำที่มีคุณภาพ เหลือทิ้งอยู่มาก เช่น น้ำเหลือจากถังน้ำดื่มในการจัดงานเลี้ยง และน้ำที่เหลือจากในห้องพักของลูกค้า เป็นต้น บริษัทจึงกำหนดแนวทางให้พนักงานนำน้ำนั้นมาใช้ซ้ำในกิจกรรมอื่น เช่น การทำความสะอาดห้องพัก การรดน้ำต้นไม้ การทำความสะอาดพื้นที่ในโรงแรม เป็นต้น
- o การรีไซเคิล (Recycle) บริษัทได้สนับสนุนให้ผู้เกี่ยวข้องหาแนวทางการนำน้ำเสียที่ผ่านกระบวนการบำบัดมาใช้เพิ่มขึ้นในการลดน้ำต้นไม้ภายในพื้นที่สีเขียวของโรงแรม ซึ่งมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงาน

จากการตั้งเป้าหมายการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการบริหารจัดการน้ำและน้ำเสีย บริษัทมีการดำเนินการตรวจคุณภาพน้ำทั้งก่อนระบายออกสู่ภายนอกตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เช่น ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2547, พ.ร.บ.ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 และข้อกำหนดอื่นๆที่เกี่ยวข้อง โดยห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐานเพื่อให้มั่นใจว่าคุณภาพน้ำที่ระบายออกสู่สาธารณะจะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีผลกระทบน้อย รายการพารามิเตอร์ที่มีการตรวจตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ความเป็นกรด-ด่าง (pH)
- ค่าความต้องการออกซิเจนทางชีวเคมี (BOD)
- ของแข็งละลายน้ำทั้งหมด (TDS)
- ของแข็งแขวนลอยทั้งหมด (SS)
- ปริมาณไนโตรเจนรวม (TKN)
- น้ำมันและไขมัน (Oil & Grease)
- ซัลไฟด์ (Sulfide)

จากการตรวจสอบคุณภาพน้ำที่ผ่านการบำบัดในปี 2568 ซึ่งบริษัทฯ ตรวจประเมินอย่างน้อย 2 ครั้งต่อปีอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถปฏิบัติตามได้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งผลการตรวจคุณภาพน้ำทั้งก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะทุกตัวชี้วัดตลอดปี 2568 อีกทั้งบริษัทมีการเก็บข้อมูลการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมาใช้ซ้ำ

ซึ่งเริ่มเก็บข้อมูลในปี 2568 และจะทำการรวบรวมข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และการบริหารจัดการน้ำและน้ำเสียของบริษัท เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดทั้งในระยะกลาง และระยะยาวต่อไป

ตารางแสดงปริมาณการใช้ น้ำของบริษัท

การใช้น้ำรวมของบริษัท	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
ปริมาณการใช้น้ำประปา หรือน้ำจากองค์กรอื่น (ลูกบาศก์เมตร : m ³)	222,873.00	239,369.00	232,206.00
ปริมาณการใช้น้ำจากแหล่งธรรมชาติ (ลูกบาศก์เมตร : m ³)	46,638.00	46,311.00	41,022.00
ปริมาณการใช้น้ำรวม (ลูกบาศก์เมตร : m ³)	269,511.00	285,680.00	273,228.00
ปริมาณน้ำเสียที่เข้าสู่ระบบบำบัด (ลูกบาศก์เมตร : m ³)	100,204.19	133,926.78	118,498.98
ร้อยละของปริมาณน้ำเสียที่เข้าสู่ระบบบำบัด	37.18	46.88	43.37
ปริมาณการใช้น้ำรีไซเคิล* (ลูกบาศก์เมตร : m ³)	-	-	17,468.6
ร้อยละการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ซ้ำ*	-	-	14.74

*หมายเหตุ : เริ่มเก็บข้อมูลปี 2568

จากการดำเนินกิจกรรมและการสนับสนุนการนำน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดแล้วกลับมาใช้ซ้ำด้วยการรดน้ำต้นไม้ ภายในพื้นที่ของบริษัท และการนำกลับมาใช้ในระบบสุขาภิบาล ส่งผลให้บริษัทสามารถนำน้ำที่ผ่านการบำบัดมาใช้ซ้ำ คิดเป็น 14.74% เมื่อเทียบกับปริมาณน้ำที่เข้าสู่ระบบบำบัดซึ่งสามารถบรรลุเป้าหมายระยะกลางและระยะยาวได้ที่ กำหนดอยู่ที่ 3% และ 5% ตามลำดับ โดยเป้าหมายดังกล่าวเป็นภาพรวมของบริษัท ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนา ประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างต่อเนื่องในปี 2569 บริษัทฯ จะมีการทบทวนการตั้งเป้าหมายที่มีความ ก้าวกายและส่งเสริมศักยภาพของบริษัทต่อไป

การจัดการพลังงาน

การให้บริการโรงแรมและสินทนาการถือเป็นกิจกรรมที่มีการใช้พลังงานสูง ซึ่งบริษัทได้มีความตระหนักในประเด็นนี้ อย่างยิ่ง บริษัทได้กำหนดให้มีการทบทวนทุกกิจกรรมของบริษัท และความเป็นไปได้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ พลังงาน ลดการใช้พลังงาน และสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทได้มีการ เก็บข้อมูลการใช้พลังงานต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2565 จนถึงปัจจุบัน ประกอบด้วย ไฟฟ้า น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน ก๊าซ LPG อีกทั้งเพื่อให้การประเมินประสิทธิภาพการใช้พลังงานมีความชัดเจนยิ่งขึ้นบริษัทได้กำหนดให้อัตราการใช้ พลังงานต่ออัตราการพักของลูกค้า (Energy Intensity) เป็นหน่วยวัดประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และกำหนดให้ ปี 2565 เป็นปีฐานสำหรับการเปรียบเทียบการพัฒนาในแต่ละปีของบริษัท โดยบริษัทมีเป้าหมายในการลดปริมาณ การใช้พลังงานต่อหน่วย (Energy Intensity) ลดลงอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับปีฐาน

การดำเนินงาน

จากความตระหนักถึงปริมาณการใช้พลังงานซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจัดทำแผนเพื่อพัฒนา ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และลดการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่องดังนี้

- จัดทำแผนการลดพลังงานการใช้พลังงานประจำปี และกำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินโครงการ ลดการใช้พลังงานทุกไตรมาส

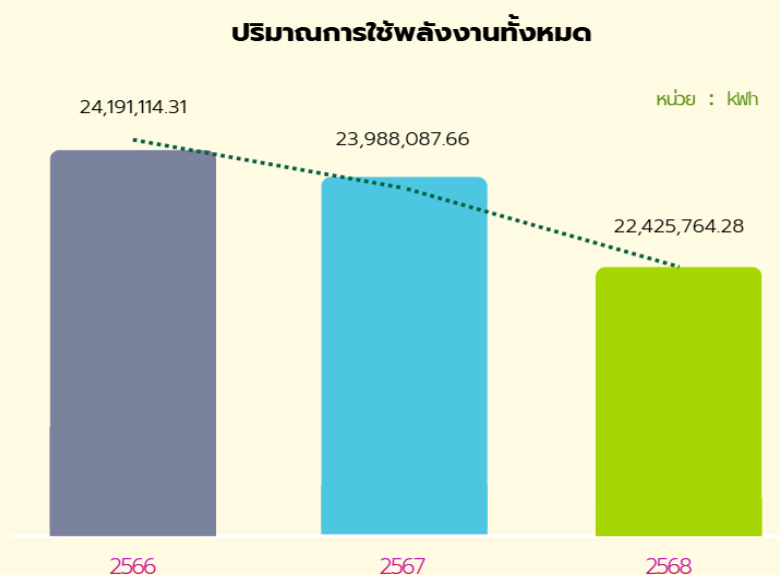
- ติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมเวลาการเปิดปิดระบบไฟฟ้า (Timer) ในพื้นที่ของโรงแรมเช่น บริเวณสวน หรือพื้นที่สาธารณะของโรงแรม เป็นต้น
- กำหนดแผนการซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอ
- การเลือกซื้ออุปกรณ์ที่มีการรับรองการประหยัดไฟ เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น หลอดไฟ รวมถึงการกำหนดรอบการเปลี่ยนที่ชัดเจนเพื่อให้อุปกรณ์มีประสิทธิภาพเสมอ
- รณรงค์ Office ไม่เปิดแอร์ No Air-Con Day สำหรับออฟฟิศ (Back Office) สัปดาห์ละ 1-2 วัน โดยเปิดหน้าต่างรับลมธรรมชาติและใช้พัดลมแทนการเปิดเครื่องปรับอากาศตลอดวัน
- กำหนดให้มีการติดตั้งมิเตอร์เพื่อตรวจสอบวัดปริมาณการใช้ไฟฟ้าอย่างครอบคลุมเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง
- ติดตั้งระบบไฟฟ้าพลังงานงานแสงอาทิตย์ในพื้นที่นอกอาคารมากยิ่งขึ้น รวมถึงการหาแนวทางการใช้พลังงานไฟฟ้าแสงอาทิตย์ภายในตัวอาคารอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงาน

ผลจากการดำเนินกิจกรรมด้านพลังงานอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ปริมาณการใช้พลังงานของบริษัทลดลงร้อยละ 6.51 เมื่อเทียบกับปี 2567 ทั้งนี้ บริษัทยังคงแสวงหาแนวทางการลดการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่องโดยไม่กระทบต่อคุณภาพในการบริการของบริษัท เพื่อให้การพัฒนาด้านการจัดพลังงานสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

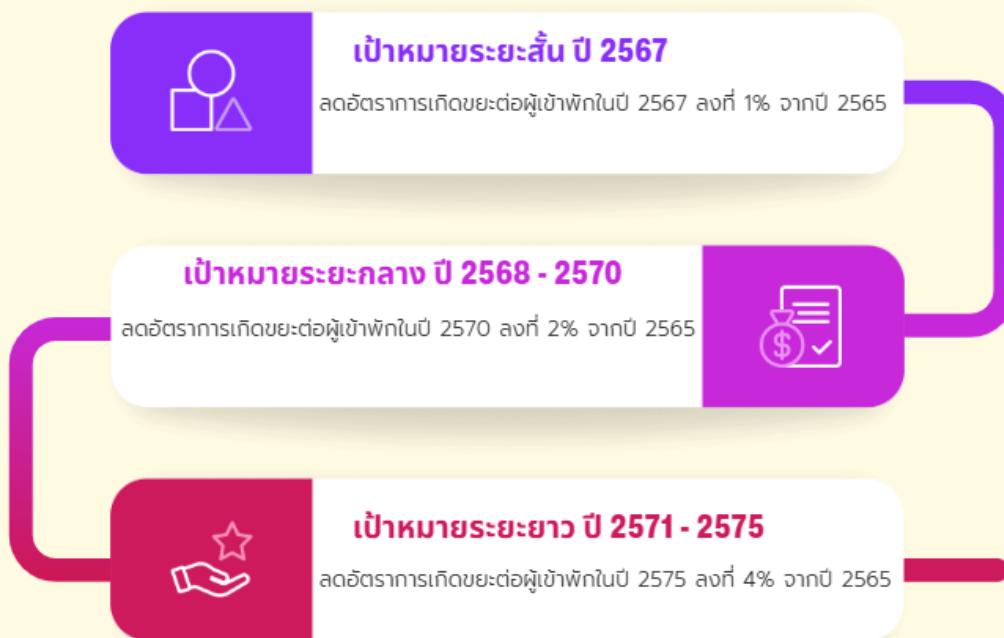
ตารางแสดงปริมาณการใช้พลังงานรวมของทั้งบริษัท

ประเภทของพลังงาน	2566 (kWh)	2567 (kWh)	2568 (kWh)
ไฟฟ้า	16,434,225.00	16,350,716.00	19,403,260.72
น้ำมันดีเซล	222,101.91	209,628.87	291,545.74
น้ำมันเบนซิน	18,923.42	26,202.29	32,802.54
ก๊าซ LPG	7,356,983.38	6,664,962.02	2,698,155.28
ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด	24,194,114.31	23,988,087.66	22,425,764.28
จำนวนลูกค้าทั้งหมดที่เข้าพัก	245,739	292,378	318,492
การใช้พลังงานต่ออัตราการพักของลูกค้า (Guest / Night)	98.45	82.04	70.41



มลพิษและของเสีย

เมื่อมีการใช้ทรัพยากร ในการให้บริการแก่ลูกค้าสิ่งที่ตามมาคือการก่อมลพิษและของเสียจากการดำเนินธุรกิจ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ของเสีย อาหารเหลือทิ้ง และขยะจากผู้เข้าพัก เป็นต้น ซึ่งปริมาณมลพิษและของเสีย นั้นเพิ่มในทิศทางเดียวกับปริมาณของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและไม่สร้างผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงกำหนดการจัดการจัดการมลพิษและของเสียในนโยบายสิ่งแวดล้อม รวมถึงกำหนดเป้าหมายเฉพาะของการจัดการมลพิษและของเสีย เพื่อสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทราบถึงความสำคัญของการจัดการมลพิษและของเสียในการดำเนินธุรกิจ โดยการบริหารจัดการมลพิษจะสอดคล้องตามแนวทาง 3Rs ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง บริษัทได้กำหนดเป้าหมายการจัดการมลพิษและของเสียระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวดังนี้



การดำเนินงาน

บริษัทมีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อบริหารจัดการมลพิษและของเสีย รวมถึงการกำหนดแนวทางสร้างความร่วมมือกับพนักงาน และลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการบริหารจัดการ มลพิษและของเสียของบริษัทมุ่งเน้นการจัดการตามหลัก 3Rs และสอดคล้องตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่การเก็บรวบรวมข้อมูลปริมาณของเสีย การลดปริมาณของเสียจากต้นทาง การจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพ และการส่งบำบัดกำจัดอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการขยะตามหลัก 3Rs



- การลดปริมาณของเสีย (Reduce) โดยการวางแผนการบริหารปริมาณของอาหารเข้าให้มีปริมาณที่เหมาะสมกับผู้เข้าพักเพื่อลดปริมาณอาหารเหลือทิ้ง ยกเลิกการใช้ขวดน้ำพลาสติก ในการจัดงานมีการสนับสนุนให้ลดการใช้ภาชนะกระดาษ การดำเนินกิจกรรม "Zero Waste Friday: เกลี้ยงงาน สร้างสุข" กำหนดกิจกรรม "1 วันต่อสัปดาห์ (เช่น ทุกวันศุกร์)" ที่เน้นเป้าหมาย ขยะอาหารพนักงานเป็นศูนย์ (Zero Food Waste) โดยตัดอาหารแต่พอดีและรับประทานให้หมด การใช้เทคโนโลยีเข้ามาชดเชยการใช้กระดาษ เช่น QR Code เป็นต้น



- การใช้ซ้ำ (Reuse) โดยการนำขยะที่มีโอกาสในการนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบอื่นได้ มาใช้ซ้ำ เช่น การนำขวดน้ำประยุกต์ใช้เป็นวัสดุในการตกแต่ง การใช้เปลือกไข่ และ กาแฟ

- การรีไซเคิล (Recycle) คัดแยกขยะมูลฝอยแต่ละประเภท ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ หมุนเวียนกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตของแต่ละประเภทได้ การบูรณาการโครงการรีไซเคิลช่วยลดของเสียที่ส่งไปยังสถานที่ฝังกลบ ซึ่งสนับสนุนเป้าหมาย ในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การขายน้ำมันเก่าจากการทำอาหารให้กับบริษัทที่ได้รับการรับรอง มาตรฐานในการนำน้ำมันเก่าเพื่อผลิตเป็นไบโอดีเซล



ผลการดำเนินงาน

จากการเก็บข้อมูลปริมาณของเสียทั้งหมดเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนวันที่เข้าพักของลูกค้พบว่าอัตราการเกิดขยะต่อผู้เข้าพักอยู่ที่ 1.08 เพิ่มขึ้น 35% เมื่อเทียบกับปี 2565 ที่ 0.80 ซึ่งไม่สามารถบรรลุเป้าหมายระยะกลางได้ ในปี 2568 บริษัทจะมีการวางแผนพัฒนาการลดอัตราการเกิดขยะต่อผู้เข้าพักผ่านการสร้างความร่วมมือของพนักงาน ลูกค้ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถลดปริมาณขยะได้ 2% จากปี 2565 ตามเป้าหมายการจัดการมลพิษและของเสียระยะกลางภายในปี 2570

ตารางปริมาณขยะและของเสียของบริษัท

ประเภทของเสีย	2566*	2567**	2568***
ของเสียอันตราย (กิโลกรัม)	2,087.20	2,447.20	3,957.44
ของเสียไม่อันตราย (รีไซเคิลได้) (กิโลกรัม)	32,691.00	47,297.00	43,938.20
ของเสียไม่อันตราย (รีไซเคิลไม่ได้+ขยะทั่วไป) (กิโลกรัม)	88,006.00	102,580.20	90,652.29
ขยะอาหารที่นำไปทำปุ๋ย	4,621.00	5,522.00	2,253.90
อาหารเหลือทิ้งที่นำไปใช้ประโยชน์ ในรูปแบบอื่นก่อนกำจัด (กิโลกรัม)	86,680.00	97,465.50	175,741.41
อาหารเหลือทิ้งที่นำไปเป็นอาหารสัตว์ (กิโลกรัม)	4,621.00	3,926.00	5,407.00
รวมปริมาณขยะ (กิโลกรัม)	218,706.20	259,237.90	343,019.44
จำนวนแขกที่เข้าพัก (จำนวนวันที่เข้าพัก)	245,739	292,378	318,492
อัตราการเกิดขยะต่อผู้เข้าพัก (กิโลกรัม/ผู้เข้าพัก)	0.89	0.89	1.08

*ปี 2566 เป็นการเก็บข้อมูลขยะ จำนวน 5 สาขา (ไม่รวมสาขาสมุย)

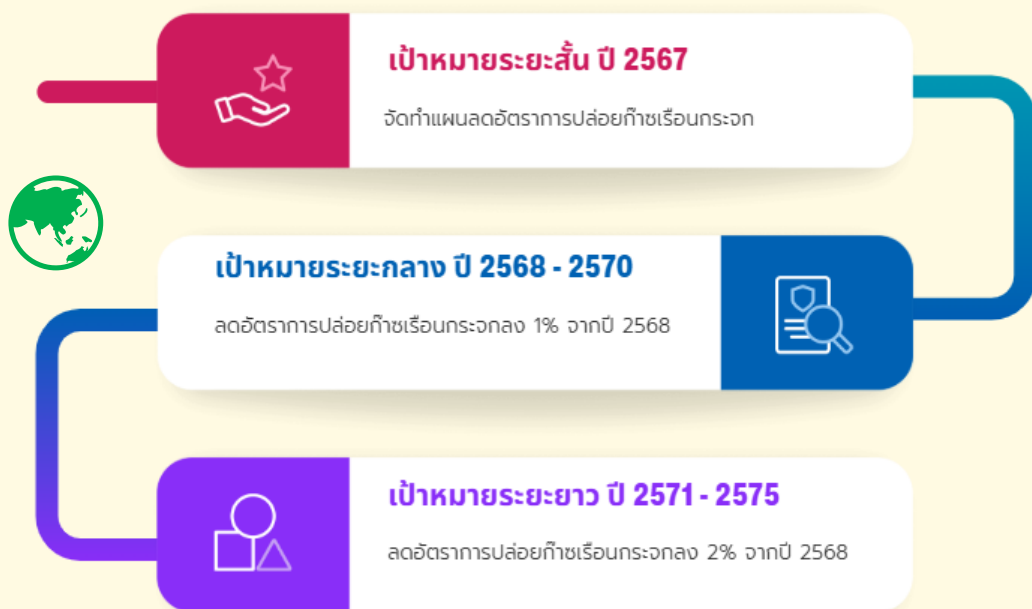
**ปี 2567 เป็นการเก็บข้อมูลขยะ จำนวน 6 แห่ง

***ปี 2568 เป็นการเก็บข้อมูลขยะ จำนวน 7 แห่ง (เพิ่มสาขาภูเก็ต)

ก๊าซเรือนกระจก

เนื่องจากการให้บริการโรงแรมและการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในทางตรง (Scope 1) จากการใช้เชื้อเพลิง LPG ทางอ้อม (Scope 2) จากการใช้ไฟฟ้า สารทำความเย็นใน เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น รวมถึงแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่มีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และเลือกการท่องเที่ยว คาร์บอนต่ำ กล่าวคือการเลือกการเดินทาง การทำกิจกรรม และที่พัก ที่มีความใส่ใจการลดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมจากก๊าซเรือนกระจก ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการจัดการก๊าซเรือนกระจกเพื่อให้บริษัท สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทได้มีการดำเนินการในประเด็นนี้อย่างต่อเนื่องตามเป้าหมายระยะสั้นที่กำหนดไว้ในปี 2567 ปัจจุบันอยู่ระหว่าง ดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายระยะกลาง ซึ่งปริมาณก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 ขอบเขตที่ 2 ปี 2568 กำหนดให้ เป็นปีฐานสำหรับพัฒนาการจัดการก๊าซเรือนกระจกต่อไป และบริษัทจะยังคงมุ่งมั่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายระยะยาว ในปี 2575 โดยมีการกำหนดเป้าหมายทั้งสามระยะดังนี้



การดำเนินงาน

บริษัทดำเนินการงานการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก จากการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การเก็บ ข้อมูล และการวางแผนการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

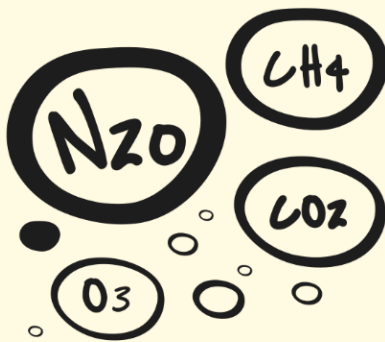
- การลงทุนในโครงการ Solar rooftop ในโรงแรมหลายแห่งของบริษัท ได้แก่ หัวหิน พัทยา เชียงใหม่ และ เขาตะเกียบ และยังคงมีแผนเพิ่มปริมาณการใช้พลังงานทดแทนอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 มีปริมาณ การใช้พลังงานทดแทนที่ 743,925.72 กิโลวัตต์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยลดก๊าซเรือนกระจก
- การปรับกระบวนการจัดซื้อให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมุ่งเน้นใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม
- การเปลี่ยนหลอดไฟ LED เช่น เซอร์ทรวงจับการใช้งานในพื้นที่ส่วนกลางห้องพัก ปรับปรุงฉนวนกันความร้อนของอาคารเพื่อลดการใช้พลังงานเครื่องปรับอากาศ และมีกระบวนการซ่อมบำรุงอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมกิจกรรมให้มีการเดินทางด้วยจักรยานและการจัดพื้นที่สีเขียวให้มีความร่มรื่น เพื่อให้การเดินทางในพื้นที่ที่มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น
- การเพิ่มสัดส่วนการวิจัยสินค้าท้องถิ่นเพื่อลดระยะทางการขนส่ง
- ประชาสัมพันธ์ให้พนักงานที่มาทำงานในเส้นทางเดียวกันเดินทางมาด้วยกันเพื่อลดการใช้น้ำมันในการ เดินทาง

ผลการดำเนินงาน

จากความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกของบริษัท มีการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องในขอบเขตที่ 1 ขอบเขตที่ 2 และจัดทำปีฐานสำหรับปริมาณก๊าซเรือนกระจกถือเป็นจุดเริ่มต้นของการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก ซึ่งจากการกำหนดปีฐานในปี 2568 บริษัทจะดำเนินการลดก๊าซเรือนกระจก 1% ตามเป้าหมายการบริหารจัดการก๊าซเรือนภายในปี 2569 และ ปี 2570 ต่อไป

ตารางแสดง ปริมาณก๊าซเรือนกระจกของเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	2566 (tCO ₂ e)	2567 (tCO ₂ e)	2568 (tCO ₂ e)
ขอบเขตที่ 1	2,043.24	3,253.55	2,739.93
ขอบเขตที่ 2	8,215.47	8,173.72	9,327.80
รวมขอบเขตที่ 1 และ 2	10,258.71	11,427.27	12,067.74



การบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืน และผลการดำเนินงานด้านสังคม

การจัดการด้านความยั่งยืนทางสังคมมุ่งเน้นการสร้างความเป็นธรรม ความเท่าเทียม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ บริษัทจึงกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน ให้เป็นบริษัทที่เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม บนพื้นฐานของจริยธรรมและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยคำนึงถึงผลกระทบในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทในทุกด้าน ซึ่งการบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนทางสังคม ไม่เพียงแต่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานและชุมชน แต่ยังช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

*อ่านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมได้ที่ <https://www.verandaresortir.com/company-policy>

สิทธิมนุษยชน

บริษัทมีแนวทางในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยการปฏิบัติตามหลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของบริษัท ยึดมั่นในหลักนิติธรรม และเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิและเสรีภาพ และปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

ในปี 2568 บริษัทได้จัดทำนโยบายสิทธิมนุษยชน สื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของบริษัทรับทราบ และประกาศนโยบายดังกล่าวไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทแล้ว



แผนการดำเนินงาน

ปี 2568 บริษัทจัดทำนโยบายสิทธิมนุษยชน และดำเนินการสื่อสารชี้แจงแนวทางการดำเนินงานให้กับผู้บริหารและพนักงานรับทราบ เพื่อสร้างความตระหนักและเป็นแนวปฏิบัติในเรื่องสิทธิมนุษยชน ให้เกิดการปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียมต่อผู้มีส่วนได้เสียและกลุ่มเปราะบางทุกกลุ่ม ทั้งภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่ และโดยไม่แบ่งแยกความแตกต่างทางกาย จิตใจ เชื้อชาติ สัญชาติ ถิ่นกำเนิด เผ่าพันธุ์ ศาสนา เพศ ภาษา อายุ สีผิว การศึกษา สถานะทางสังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม หรือเรื่องอื่นใด อีกทั้งภายในปี 2569 บริษัทจะจัดทำแผนงานเพื่อดำเนินการฝึกอบรมแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนด้านแรงงาน ด้านโอกาสที่เท่าเทียมไม่แบ่งแยกหรือเลือกปฏิบัติ ด้านการป้องกันความรุนแรง การข่มขู่คุกคาม และการล่วงละเมิด ให้กับพนักงาน เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจและตระหนักในเรื่องสิทธิมนุษยชนอย่างถูกต้อง

ผลการดำเนินงาน

นโยบายสิทธิมนุษยชนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทแล้ว จากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2568 อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงยึดมั่นในหลักการเคารพต่อสิทธิมนุษยชนสากลอย่างเคร่งครัด ทำให้ผลการดำเนินงานในปี 2568 บริษัทไม่มีเหตุการณ์หรือกรณีของการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่ได้รับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาค และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม

การพัฒนาคุณภาพของพนักงาน

การพัฒนาคุณภาพของพนักงานเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรในระยะยาว บริษัทจึงได้มุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะ ความรู้ และศักยภาพของพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น ลดความผิดพลาดและเพิ่มคุณภาพของผลงาน นอกจากนี้ องค์กรที่พนักงานมีคุณภาพสูงจะสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้อย่างรวดเร็ว และสามารถนำเสนอบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นกว่า พนักงานที่ได้รับการพัฒนาจะมีมุมมองที่กว้างขึ้นและสามารถนำเสนอไอเดียหรือแนวทางใหม่ ๆ ในการปรับปรุงงานหรือสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี

แผนทรัพยากรบุคคลของบริษัททุกสาขาจะรับผิดชอบการออกแบบโครงการพัฒนาพนักงานให้สอดคล้องกับการประเมินช่องว่างทางทักษะและแนวโน้มของทักษะที่จำเป็นในอนาคต นอกจากนี้ โครงการพัฒนาพนักงานได้รับการปรับให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานและแผนการพัฒนาเฉพาะบุคคล (Individual Development Plans) รวมถึงพฤติกรรมสู่ความสำเร็จ (Behaviors for Success) ซึ่งถูกใช้สำหรับการประเมินผลการดำเนินงานประจำปีของพนักงาน

ปี 2568 บริษัทบรรลุเป้าหมายการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพพนักงานทุกระดับ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการของธุรกิจ ได้แก่ ระดับพนักงาน มีอัตราเฉลี่ยการเข้าร่วมฝึกอบรมเฉลี่ย 36 ชั่วโมง/คน/ปี ส่วนระดับผู้จัดการขึ้นไป มีอัตราเฉลี่ยการเข้าร่วมฝึกอบรมเฉลี่ย 12 ชั่วโมง/คน/ปี



แผนการดำเนินงาน

บริษัทได้จัดทำ Training Needs Survey เพื่อวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรมและวางแผนพัฒนาศักยภาพของพนักงาน โดยการวิเคราะห์จากตำแหน่งและการประเมินผลงาน รวมทั้งดำเนินการคัดเลือกหลักสูตรภาคบังคับที่กำหนดให้พนักงานทุกคนจะต้องเข้าฝึกอบรมให้ครบตามที่กำหนด เช่น หลักสูตร Code of Conduct, PDPA, Cyber Security Awareness, สิทธิมนุษยชน และหลักสูตรความรู้พื้นฐานเบื้องต้นด้านความยั่งยืนสำหรับพนักงานทุกคนจะต้องเข้าอบรม 100%

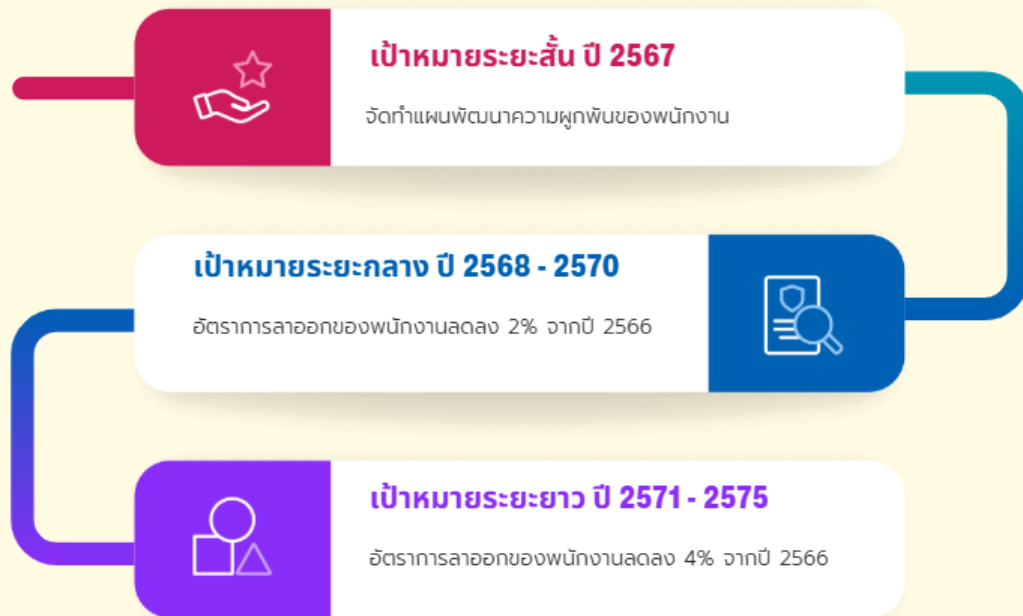
นอกจากนั้น บริษัทยังได้นำจำนวนการฝึกอบรมของพนักงานมาเป็นเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงาน และได้มีการประชาสัมพันธ์ แนะนำหลักสูตรที่สามารถเรียนได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อกระตุ้นให้พนักงานเกิดการขวนขวายเรียนรู้ในการเพิ่มพูนทักษะที่สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานและบรรลุเป้าหมายการฝึกอบรมที่ตั้งไว้

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 บริษัทมีผลการพัฒนาคุณภาพของพนักงาน ในระดับพนักงานมีอัตราเฉลี่ยการเข้าร่วมฝึกอบรมเฉลี่ย 36.49 ชั่วโมง/คน/ปี และระดับผู้จัดการมีอัตราเฉลี่ยการเข้าร่วมฝึกอบรมเฉลี่ย 31.20 ชั่วโมง/คน/ปี และในปี 2568 บริษัทได้จัดสรรค่าใช้จ่ายในการพัฒนาความรู้และทักษะพนักงาน เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 616,751.13 บาท

แผนการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน

การดำเนินธุรกิจบริการนั้นพนักงานที่มีความสุขในการให้บริการถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ด้วยความตระหนักถึงประเด็นดังกล่าว บริษัทจึงให้ความสำคัญต่อความผูกพันของพนักงานและการรักษาพนักงาน โดยตั้งเป้าหมายสำคัญที่การลดอัตราการลาออกของพนักงานในแต่สาขาของบริษัททั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ผ่านการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของพนักงานต่อบริษัท จากนั้นจึงมีการสำรวจผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน โดยในปี 2568 เป็นครั้งแรกของการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน ซึ่งบริษัทจะมีการนำไปพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการลดอัตราการลาออกของพนักงานที่กำหนดไว้ดังนี้



การดำเนินงาน

ในปี 2568 บริษัทได้จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน เพื่อให้นำไปสู่การตั้งเป้าหมายและแผนการพัฒนาในลำดับถัดไป ซึ่งบริษัทฯ มุ่งมั่นให้การดำเนินการนี้สะท้อนในการลดลงของอัตราการลาออกของพนักงานเนื่องจากพนักงานที่มีประสบการณ์ที่ต่อเนื่องนับเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในทุกมิติของบริษัทโดยประเด็นที่สำรวจมีดังนี้

หัวข้อในการสำรวจ	เป้าหมายของการสำรวจ
หน้าที่ที่รับผิดชอบ	วัดระดับความพึงพอใจของพนักงานต่องานที่ทำ ความชัดเจนของบทบาท และความสอดคล้องระหว่างความสามารถกับงานที่ได้รับมอบหมาย
ด้านเพื่อนร่วมงาน	ประเมินคุณภาพความสัมพันธ์ในทีม บรรยากาศการทำงานร่วมกัน และระดับความร่วมมือช่วยเหลือกันระหว่างพนักงาน
ด้านหัวหน้างาน	ประเมินประสิทธิภาพการบริหารของหัวหน้างาน ทั้งด้านการสื่อสาร การให้ข้อเสนอแนะ การสนับสนุน และความยุติธรรมในการปฏิบัติต่อพนักงาน
ด้านผู้บริหาร	วัดความเชื่อมั่นของพนักงานต่อทิศทาง การนำองค์กร ทัศนคติ และการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูง

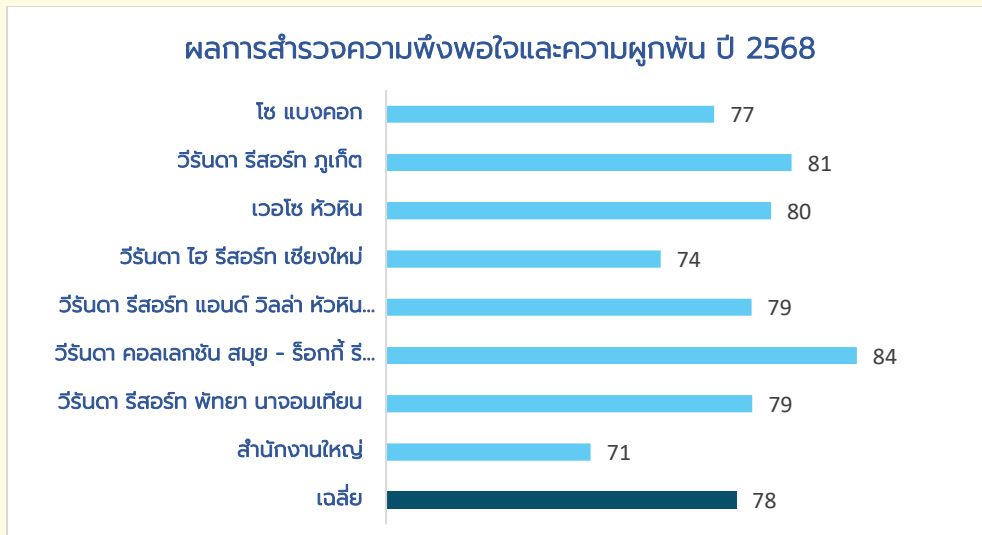
หัวข้อในการสำรวจ	เป้าหมายของการสำรวจ
ด้านหน่วยงาน	ประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินงานภายในหน่วยงาน การประสานงาน และประสิทธิภาพการทำงานของทีมโดยรวม
ด้านองค์กร	วัดระดับความผูกพันและความภาคภูมิใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร รวมถึงความเชื่อมั่นในวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร
โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา	ประเมินความพึงพอใจต่อโอกาสฝึกอบรม พัฒนาทักษะ และความก้าวหน้าในสายอาชีพที่องค์กรจัดให้
การรักษาสุขภาพระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน	วัดระดับความสมดุลระหว่าง การใช้ชีวิตและการทำงาน ของพนักงาน รวมถึงผลกระทบของชั่วโมงงานและความยืดหยุ่นต่อคุณภาพชีวิต
การเสริมสร้างแรงจูงใจ ค่าตอบแทน และสวัสดิการ	ประเมินความพึงพอใจต่อระบบค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ว่าสอดคล้องกับความคาดหวังและความพยายามของพนักงานหรือไม่
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	วัดความพึงพอใจต่อความปลอดภัย ความสะอาด ความพร้อมของอุปกรณ์ และบรรยากาศโดยรวมของสถานที่ทำงาน
ความมั่นคงในอาชีพ	ประเมินระดับความรู้สึกมั่นคงในตำแหน่งงาน ความเชื่อมั่นในความยั่งยืนขององค์กร และความชัดเจนของเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ

โดยในการสำรวจนั้นบริษัทมีความตระหนักว่าบริษัทมีโรงแรมในหลากหลายพื้นที่ รวมถึงสำนักงานใหญ่ของบริษัท ดังนั้นแต่ละแห่งจึงมีความแตกต่างกันในบริบทฯ ของสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานจึงมีการประเมินโรงแรมแต่ละพื้นที่และสำนักงานใหญ่แยกออกจากกัน

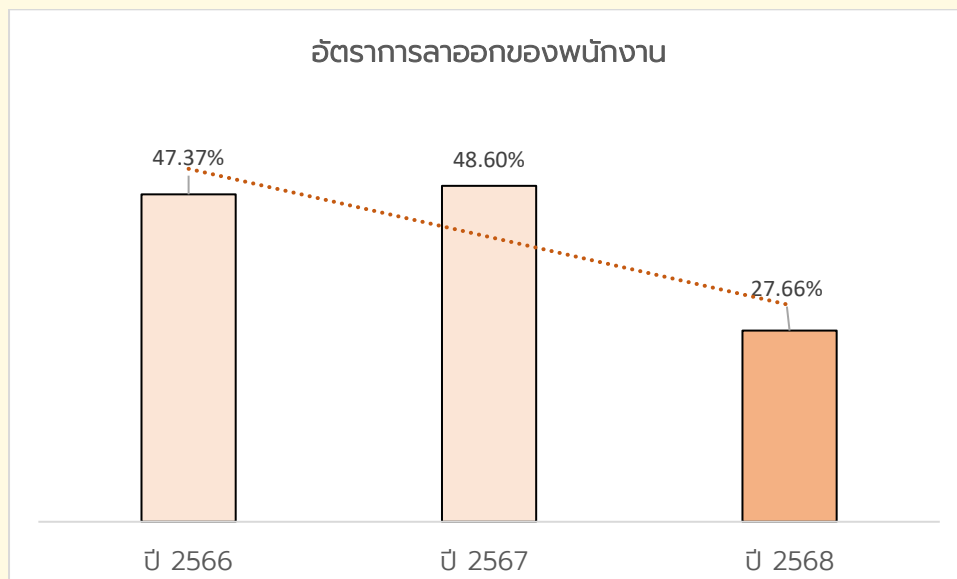
ในปี 2568 บริษัทมีการจัดกิจกรรมร่วมกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความผูกพันร่วมกับพนักงาน เช่น กิจกรรมให้พนักงานจับกลุ่มร่วมรับประทานอาหารกับผู้บริหารเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานมีโอกาสพูดคุยสอบถามปัญหาในการทำงานกับผู้บริหารโดยตรง กิจกรรมปลูกปะการัง หาดเสมสาร อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี การร่วมฉลองวันเกิดให้กับพนักงานที่เกิดในเดือนนั้น การร่วมงานใหม่มัง ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 จากผลการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน รวมถึงกิจกรรมที่บริษัทได้จัดขึ้นร่วมกับพนักงาน พบว่า ผลคะแนนความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานเฉลี่ยจากสำนักงานใหญ่และโรงแรมทั้ง 7 แห่ง เท่ากับ 78.13



จากผลการสำรวจดังกล่าวได้นำไปสู่การวางแผนการพัฒนาความพึงพอใจและพนักงานต่อไป เพื่อเป็นการรักษาพนักงานซึ่งบริษัทได้ตั้งเป้าหมายในระลอกกลาง โดยจากกิจกรรมและการดำเนินงานทั้งหมดนั้นจะช่วยลดอัตราการลาออกของพนักงานลง 2% ปี 2566 ได้ ซึ่งในปี 2566-2568 มีอัตราการลาออกของพนักงาน ดังนี้



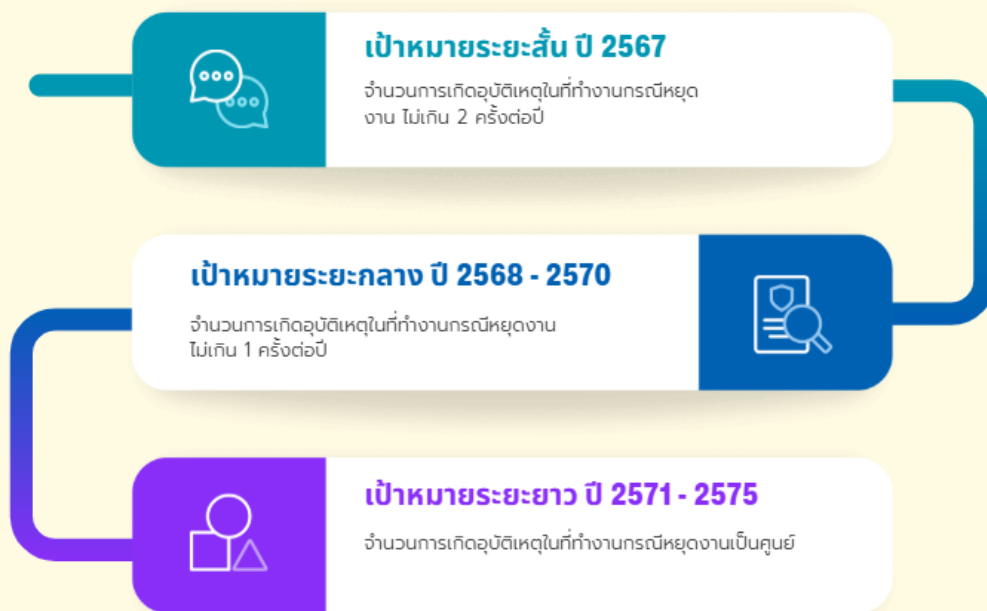
อัตราการลาออกของพนักงานในปี 2568 ลดลงจากปี 2566 คิดเป็น 19.71% ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ในระลอกกลางที่ลดลง 2% ภายในปี 2570 ทั้งนี้อัตราการลาออกของพนักงานประกอบด้วยหลากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย แนวโน้มการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงลักษณะของการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรม ดังนั้นบริษัทมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในทุกสถานการณ์เพื่อเพิ่มความสุขและความผูกพันของพนักงานอันจะนำไปสู่การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้บริษัทจะมีการทบทวนการตั้งเป้าหมายให้สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

บริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่า โดยตระหนักถึงความสำคัญด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง บริษัทจึงกำหนดนโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย และมีสุขอนามัยในสถานที่ทำงานที่ดี โดยมุ่งเน้นการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้ และส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านความปลอดภัย โดยมีการฝึกอบรมและให้ความรู้ รวมถึงการดูแลสถานที่ทำงานให้มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ และมีความปลอดภัยอยู่เสมอ อีกทั้ง ยังมีการจัดตั้งทีมงานทำหน้าที่ในการตรวจสอบและติดตามผลการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ดำเนินงานตามมาตรฐานการจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยตามที่กฎหมายกำหนด เช่น การอบรมการซ้อมดับเพลิงและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ การปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการช่วยชีวิตทางน้ำ จากหน่วยงานที่กำกับดูแล เป็นต้น การฝึกอบรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดอุบัติเหตุและความเสี่ยงที่เกิดจากการทำงาน แต่ยังส่งผลให้บริษัทสามารถลดต้นทุนและยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานได้ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรในระยะยาว

บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและสุขภาพดีให้กับพนักงาน โดยการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัท เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามกฎหมาย โดยมีเป้าหมายดังนี้



แผนการดำเนินงาน

1. การตรวจเช็คอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้

บริษัทได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เพื่อบริหารด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยอย่างเป็นระบบจึงช่วยลดความเสี่ยง สร้างความเชื่อมั่น และสนับสนุนความยั่งยืนของธุรกิจได้อย่างชัดเจน โดยทำการประชุมตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องใช้ต่างๆ ที่เป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงาน เป็นประจำเดือนละ 1 ครั้งเพื่อทำสรุปรายงานการประชุมพร้อมทั้งหาแนวทางการแก้ไข เพื่อให้มั่นใจว่าอุปกรณ์ต่างๆ อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตลอดเวลา จะช่วยลดความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิดจากการใช้เครื่องมือที่เสียหายหรือไม่พร้อมใช้งานได้ และเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดอุบัติเหตุในที่ทำงานเป็นศูนย์ พร้อมทั้งสามารถติดตามและแก้ไขในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน



2. การกำหนดเป้าหมายเชิงรุกและเชิงรับ

การกำหนดเป้าหมายทั้งเชิงรุกและเชิงรับเป็นส่วนสำคัญในการสร้างแผนงานที่มีความชัดเจนและสามารถวัดผลได้ในด้านความปลอดภัย

เป้าหมายเชิงรุก คือ การดำเนินการล่วงหน้าเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เช่น การฝึกอบรมพนักงาน Occupational Health and Safety Management System, Occupational Health and Safety, Basic food handling และเกี่ยวกับการใช้เครื่องมืออย่างถูกต้อง หรือการประเมินความเสี่ยงในทุกๆ กระบวนการทำงาน เช่น การใช้อุปกรณ์ที่ทำงานในที่สูง การใช้อุปกรณ์ป้องกันสารเคมี รวมถึงให้มีการติดตามประเมินผลกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย

เป้าหมายเชิงรับ คือ การตอบสนองเมื่อเกิดเหตุการณ์หรืออุบัติเหตุขึ้น เช่น การให้การรักษาพยาบาลที่เหมาะสมหรือการแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยเร็ว เพิ่มศักยภาพของปฏิบัติงานทุกคนต่องานความปลอดภัยที่ทราบจุดอันตราย บริหารความเสี่ยง กำหนดแนวทางการป้องกันอันตราย และมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน

3. การกระจายตัวชี้วัด (KPI) ไปยังระดับบุคคล

การใช้ตัวชี้วัดประสิทธิภาพหลัก (KPI) ในการติดตามและวัดผลการดำเนินงานในด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยจะช่วยให้ทุกคนในองค์กรมีความรับผิดชอบและสามารถทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านความปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการกำหนด KPI ที่สอดคล้องกับระดับบุคคลในองค์กร จะช่วยให้แต่ละคนสามารถรับรู้ถึงบทบาทของตนเองและเข้าใจถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการนี้ เช่น KPI ด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเป็นมาตรการวัดผลที่ใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานในด้านการรักษาสถานที่ทำงานที่ปลอดภัยและมีสุขภาพดี ตัวชี้วัดเหล่านี้ช่วยติดตามและประเมินด้านต่าง ๆ ด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยให้สามารถระบุพื้นที่ที่เสี่ยงตั้งเป้าหมาย และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

4. การติดตามและประเมินผล (Performance Evaluation)

การติดตามผลและประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยการจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการประจำทุกเดือน เพื่อรับทราบถึงการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพในการจัดการความปลอดภัย การใช้ตัวชี้วัด KPI ในการประเมิน performance ที่เกี่ยวข้องกับการเก็บข้อมูลการเกิดอุบัติเหตุในการทำงาน ตรวจสอบและปรับปรุงกระบวนการด้านความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ และการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความปลอดภัยในการทำงาน

5. กิจกรรมการฝึกอบรมความปลอดภัย (Safety Week)

การร่วมมือกับองค์กรภายนอกประจำทุกปี ปีละไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง เช่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและอาชีวอนามัย หรือผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง จะช่วยให้การดำเนินงานในด้านความปลอดภัยของบริษัทมีความเข้มข้นและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น การนำเสนอข้อมูลเชิงลึกจากหน่วยงานภายนอกจะช่วยเปิดมุมมองใหม่ๆ ในการพัฒนาและปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยให้ดียิ่งขึ้น ไม่เพียงแต่ช่วยลดอุบัติเหตุและความเสี่ยงที่เกิดจากการทำงาน แต่ยังสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรในระยะยาว โดยกิจกรรมที่ฝึกอบรมกับหน่วยงานภายนอก ได้แก่ หน่วยงานดับเพลิงประจำท้องถิ่น เพื่อฝึกอบรมวิธีป้องกันไฟไหม้ หรือหากพบเหตุเพลิงไหม้ หน่วยงานโรงพยาบาลเกี่ยวกับเรื่องการช่วยชีวิตเบื้องต้น หน่วยงานสาธารณสุขเกี่ยวกับผู้สัมผัสอาหาร และฝ่ายป้องกันภัยพิบัติทางทะเลเรื่องการช่วยชีวิตทางน้ำ เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 มีจำนวนอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานของพนักงานเกิดขึ้น จำนวน 3 ครั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในปีนี้ บริษัทสามารถบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ใน การลดจำนวนอุบัติเหตุจากการทำงาน โดยในระยะยาวบริษัทมุ่งมั่นที่จะป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ รวมถึงสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยของพนักงานต่อไป

จำนวนอุบัติเหตุจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงาน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
Veranda Resort and Villa Hua Hin	0	0	0
Veranda High Resort Chiang Mai	1	0	0
SO/ Bangkok	0	0	3
Veranda Resort Pattaya Na-Jomtien	0	1	0
VERSO Hua Hin	0	0	0
Rocky's Boutique Resort	0	0	0
Veranda Resort Phuket	-	-	0

บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัท โดยการเลือกตั้งและแต่งตั้ง กำหนดการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง ผู้จัดการ/ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล เป็นตัวแทนนายจ้าง และพนักงานในแต่ละแผนกเป็นตัวแทนลูกจ้าง เพื่อเจรจาหารือเกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการ และด้านความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของพนักงาน

ความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ผู้บริโภคร

การให้บริการที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้บริโภครเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างบริษัทและลูกค้า เป็นสะพานที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว งานบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความมั่นคงและการเติบโตขององค์กรรวมถึงส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กรในระยะยาว ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจโรงแรมและการให้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า เพราะลูกค้าคือหัวใจสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถดำเนินการและเติบโตได้ ความพึงพอใจไม่เพียงแต่เป็นผลลัพธ์จากการบริการที่ดี แต่ยังเป็นตัวชี้วัดความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าในหลากหลายมิติ เพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดฐานลูกค้าประจำ เกิดการบอกต่อในเชิงบวก ลดข้อพิพาทและข้อร้องเรียนจากลูกค้า

บริษัทจึงมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าอย่างมืออาชีพ สร้างประสบการณ์ที่ดี และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้เป็นที่น่าประทับใจ รวมถึงมีขั้นตอนและแนวทางในการจัดการข้อร้องเรียน เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

แนวทางการบริหารจัดการความพึงพอใจของลูกค้า

1. การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
2. การจัดการประสบการณ์ของลูกค้า
3. การตอบสนองความคิดเห็นและการร้องเรียน
4. การฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะด้านบริการลูกค้า
5. การติดตามและประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง



บริษัทมีการวิเคราะห์ สํารวจ และรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัย ประสิทธิภาพการใช้สินค้าและบริการ ไปจนถึงการดูแลหลังการขายรวมถึงการบริการเฉพาะบุคคล การแก้ไขปัญหาเพื่อลดข้อร้องเรียน โดยการจัดระบบให้มีช่องทางที่ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็น และจัดการฝึกอบรมให้พนักงานมีทักษะในการดูแลและให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้เครื่องมือในการประเมินผล เพื่อวัดความพึงพอใจและประเมินผลการทํางาน ติดตามผลการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ

ผลการดำเนินงาน

ปี 2568 บริษัทกำหนดเป้าหมายคะแนนความความพึงพอใจของลูกค้า (Reputation Performance Score: RPS) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 หรือติดอันดับ 1 ใน 10 ของพื้นที่ให้บริการ ทั้งนี้ การที่โรงแรมแต่ละแห่งมีตัวชี้วัดที่ต่างกัน เนื่องจากบางโรงแรมไม่ได้อยู่ในเครือของ ACCOR ที่มีการวัดความพึงพอใจด้วย RPS จึงใช้การวัดคะแนนความพึงพอใจจาก Tripadvisor คือ อันดับในพื้นที่ที่ตั้งของโรงแรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้า ปี 2568	RPS ร้อยละ	อันดับในพื้นที่
Veranda Resort and Villa Hua Hin	-	1
Veranda High Resort Chiang Mai	90.5	9
SO/ Bangkok	93.19	71
Veranda Resort Pattaya Na-Jomtien	92.54	1
VERSO Hua Hin	-	3
Rocky's Boutique Resort	-	18
Veranda Resort Phuket	-	3

จากการบริหารจัดการเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ผลคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับมากกว่า 80% เป็นส่วนสำคัญที่ทําให้ในปี 2568 บริษัทไม่มีเหตุการณ์หรือกรณีที่ถูกร้องเรียนจากกรณีการละเมิดสิทธิของลูกค้า/ผู้บริโภคแต่อย่างใด



Client Review

นอกจากนี้ บริษัทยังมีช่องทางในการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า/ผู้บริโภครวมทั้ง การแจ้งเบาะแสการกระทำผิด การละเมิดสิทธิมนุษยชน การทุจริตคอร์รัปชัน จากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

ไปรษณีย์ คณะกรรมการตรวจสอบ / ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท วรรณดา รีสอร์ท จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 555 อาคารรสา วัน ทาวเวอร์บี ยูนิค 2701 – 2704 ชั้น 27
ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

คณะกรรมการตรวจสอบ

E-mail : auditcom@verandaresort.com

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

E-mail : pawatt@verandaresort.com

เว็บไซต์ของบริษัท

<https://www.verandaresortir.com/complaints>

การดำเนินการเมื่อได้รับเรื่องร้องเรียน

คณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร จะเป็นผู้พิจารณาเรื่องร้องเรียนที่ได้รับ และแจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องที่ได้รับร้องเรียน และดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสม โดยกรรมการตรวจสอบจะติดตามผลความคืบหน้า ในระยะเวลาที่เหมาะสม และรายงานการร้องเรียนและผลการตรวจสอบให้คณะกรรมการบริษัททราบต่อไป

การต่อต้านการคอร์รัปชัน

บริษัทได้จัดทำนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อประกาศให้พนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเข้าใจและปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินงานของบริษัท อีกทั้ง บริษัทมีการอบรมให้ความรู้และส่งเสริมให้พนักงานทุกคนปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่ให้รับสินบนใดใดเพื่อกระทำการที่เอื้อประโยชน์ให้กับบุคคลใดโดยมิชอบ

นอกจากนี้ คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ ได้เสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาการเข้าร่วมโครงการ Thailand Private Sector Collective Action Against Corruption ของภาคเอกชน เพื่อแสดงถึงเจตนาธรมย์และความมุ่งมั่นในการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างเป็นรูปธรรม

ในปี 2568 บริษัทไม่มีเหตุการณ์หรือได้รับการร้องเรียนที่กระทำผิดด้านการทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด

การตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ

การตลาดอย่างมีความรับผิดชอบเป็นแนวทางที่องค์กรหรือธุรกิจดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงปฏิบัติตามจริยธรรมและกฎหมายอย่างเคร่งครัด การตลาดที่มีความรับผิดชอบไม่ได้มุ่งเน้นแค่การเพิ่มยอดขาย แต่ยังคงคำนึงถึงความยั่งยืนและการสร้างคุณค่าในระยะยาว

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจของบริษัทจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งการโฆษณา และการผลิตสื่อทุกรูปแบบผ่านช่องทางต่างๆที่มี เพื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับลูกค้าให้เข้าถึงรูปแบบ เนื้อหา และเป้าหมายการให้บริการของบริษัท โดยอยู่บนพื้นฐานของจรรยาบรรณที่ดี มีความถูกต้อง ซื่อสัตย์ และเป็นธรรม แต่ยังคงสามารถสร้างแรงดึงดูดใจลูกค้าให้อยากเข้ามาใช้บริการให้มากที่สุด



แผนการดำเนินงาน

บริษัทจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด ตรวจสอบข้อมูลการให้บริการให้เป็นปัจจุบัน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และจัดทำสื่อโฆษณาต่างๆ ที่ผ่านกระบวนการตรวจสอบและกลั่นกรองเนื้อหาอย่างถี่ถ้วน โดยการคำนึงถึงความยั่งยืนและผลกระทบต่อลูกค้า และได้รับการอนุมัติโดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัท มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานฝ่ายขายและการตลาดที่ ก่อนนำข้อมูลที่ผ่านการอนุมัติแล้วไปสื่อสารให้ลูกค้าที่มีความสนใจหรือมาใช้บริการรับทราบ ทั้งนี้ กลยุทธ์และแผนการตลาดจะต้องสอดคล้องและเป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2562

ผลการดำเนินงาน

จากการดำเนินการเฝ้าติดตามข้อร้องเรียนของลูกค้า โดยเฉพาะประเด็นการโฆษณาเกินจริง ในปีที่ผ่านมา ไม่พบว่ามีเรื่องร้องเรียนด้านการโฆษณาเกินจริงแต่ประการใด

ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม

เป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทตระหนักถึงบทบาทของตนที่มีต่อสังคม และดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมคุณค่าแก่ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยไม่เน้นเพียงผลกำไรทางธุรกิจ แต่รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

บริษัทเป็นผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีพื้นที่บริการครอบคลุมทั่วประเทศ โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานที่ใส่ใจและให้ความสำคัญต่อชุมชนในท้องถิ่น โดยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมคุณค่าและอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน การมีส่วนร่วมกับชุมชนไม่เพียงแต่สร้างเอกลักษณ์และจุดขายที่โดดเด่น แต่ยังเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน และเสริมสร้างความรักและความห่วงใยต่อท้องถิ่น ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ จึงส่งเสริมให้โรงแรมในเครือทุกแห่งร่วมสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนในท้องถิ่นตามความเหมาะสม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับชุมชน

บริษัทกำหนดเป้าหมายในการจัดกิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมชุมชนอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง และสนับสนุนรายได้ให้เกษตรกรท้องถิ่นผ่านการจัดซื้ออาหารและวัตถุดิบ โดยมีเป้าหมายการเพิ่มสัดส่วนวัตถุดิบท้องถิ่น 2% เมื่อเทียบกับปีก่อน



บริษัทสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนผ่านการประชุมกับตัวแทนและกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ชุมชนแสดงความคิดเห็นและนำเสนอความต้องการเพื่อพัฒนาชุมชนรอบข้าง และให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมที่สะท้อนประเพณี วัฒนธรรม และศิลปะของชุมชน เช่น งานเทศกาลท้องถิ่นและการแสดงศิลปวัฒนธรรม เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง รวมถึงการพัฒนาด้านการศึกษา เช่น การมอบทุนการศึกษา และจัดหาสื่อการเรียนการสอน

บริษัทมีระบบติดตามและประเมินผลการทำงานมีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและให้ข้อเสนอแนะโดยการประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่หน่วยงานหรือหัวหน้าชุมชนในพื้นที่ในการทำกิจกรรมร่วมกันตามแผนงานนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อการเติบโตควบคู่กันระหว่างธุรกิจและชุมชน

ผลการดำเนินงาน

ปี 2568 โรงแรมในเครือของบริษัททุกแห่งได้เข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนในท้องถิ่น และอยู่ระหว่างการวางแผนเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มจำนวนวัตถุประสงค์ และ/หรือ ผลกระทบในท้องถิ่น ให้เพิ่มขึ้น 2% ตามเป้าหมายที่วางไว้

สาขา	จำนวนกิจกรรมที่เข้าร่วมกับชุมชน
Veranda Resort and Villa Hua Hin	3
Veranda High Resort Chiang Mai	20
SO/ Bangkok	4
Veranda Resort Pattaya Na-Jomtien	21
VERSO Hua Hin	6
Rocky's Boutique Resort	15
Veranda Resort Phuket	10

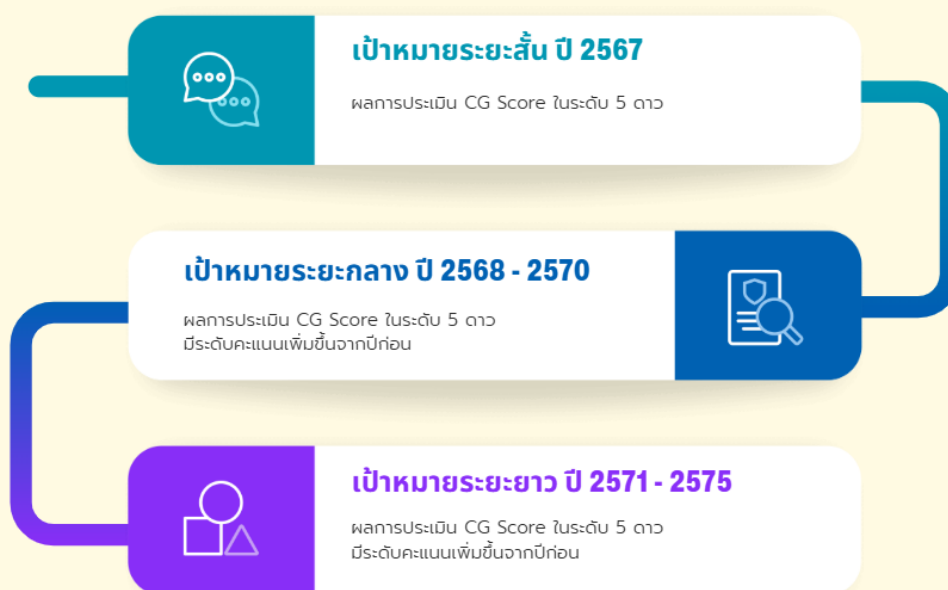
การกำกับดูแลกิจการ

การบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Corporate Governance and Economic Sustainability Management) เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นให้ธุรกิจมีความโปร่งใส ยั่งยืน และสร้างคุณค่าในระยะยาว ทั้งต่อองค์กร ผู้ถือหุ้น และสังคม การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพช่วยส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจและความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท ได้ยึดหลักปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามหลัก CG Code อีกทั้งยังได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางการในการดำเนินธุรกิจให้มีความโปร่งใส

ในปี 2568 บริษัทไม่มีการกระทำใดที่เป็นการฝ่าฝืนกฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล ไม่ว่าจะเป็นสำนักคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

*อ่านนโยบายกำกับดูแลกิจการได้ที่ <https://www.verandaresortir.com/company-policy>



ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทได้เข้าร่วมโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย โดยล่าสุด บริษัทได้รับผลการประเมินที่ระดับ 4 ดาว (ดีมาก) มีคะแนนอยู่ที่ 89 คะแนน เพิ่มขึ้น 7 คะแนน และในปี 2569 บริษัทยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้ดีขึ้นและมากขึ้น เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายให้ได้รับผลการประเมินระดับ 5 ดาวตามที่บริษัทกำหนด

แผนการดำเนินงาน

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายข้างต้น บริษัทได้นำข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมิน มาปรับปรุงและพัฒนาการเปิดเผยข้อมูลให้ครอบคลุมทุกมิติ โดยมีการทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ ให้เชื่อมโยงกับเป้าหมายและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และมีแผนจัดทำนโยบายความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียให้ครบทุกกลุ่ม รวมไปถึงการจัดตั้งหน่วยงาน Compliance และจะรวบรวมผลการดำเนินงานเพื่อเปิดเผยในรายงานประจำปี One Report ในปี 2568 โดยผลการประเมินด้านนี้จะประกาศในเดือนตุลาคม 2569

ผลการดำเนินงาน

บริษัทจัดทำข้อมูลและแผนงานเพื่อยกระดับการประเมินผล ให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ โดยบริษัทจะได้รับการประเมินและประกาศผล ในเดือนตุลาคมปี 2569

โครงสร้างการจัดการของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท จำนวน 10 ท่าน โดยแบ่งเป็น

- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 4 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด
- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร จำนวน 6 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 60 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด
- กรรมการอิสระ จำนวน 4 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด

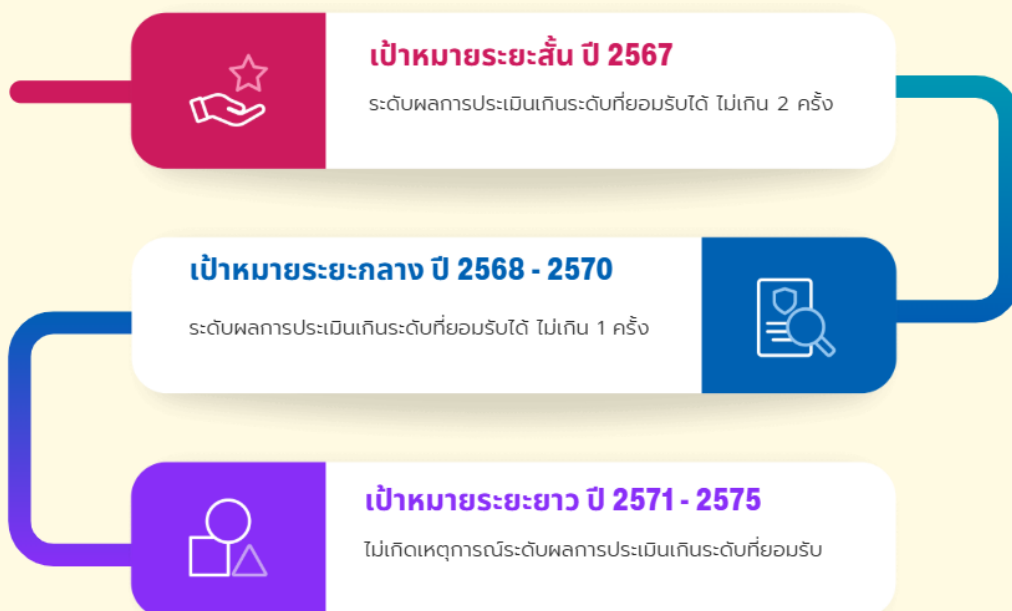
*สามารถอ่านรายละเอียดด้านการกำกับดูแลกิจการและโครงสร้างกรรมการฉบับเต็มได้ที่เล่มรายงานประจำปี 2025 One Report

การบริหารความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยงและการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG (Environmental, Social, and Governance) เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจโรงแรมสามารถป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งสร้างโอกาสในการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในยุคที่ความต้องการของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเพิ่มสูงขึ้น

บริษัทได้คำนึงถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ฝ่ายจัดการจึงได้กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับความเสี่ยงให้กระทบกับการดำเนินกิจการของบริษัทน้อยที่สุด โดยใช้ระบบการควบคุมความเสี่ยงตามหลัก COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) มาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย กระบวนการ และขั้นตอนในการบริหารความเสี่ยง ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนความเสี่ยงใหม่ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (emerging risks)

บริษัทมีประเมิน ติดตาม และบริหารจัดการด้านความเสี่ยง โดยนำเสนอประเด็นด้านความเสี่ยงให้คณะกรรมการความยั่งยืนและบริหารความเสี่ยงพิจารณาเป็นประจำไตรมาส



แผนการดำเนินงาน

บริษัทมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงในแต่ละด้านแล้ว ผลการประเมินความเสี่ยงที่บริษัทสามารถยอมรับได้ต้องไม่เกิน 15 คะแนน เพื่อลดผลกระทบร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัท ผู้มีส่วนได้เสีย และการดำเนินธุรกิจ การสอบทานนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ จะช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นและเพิ่มโอกาสในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ การบริหารความเสี่ยงแบบเป็นระบบช่วยให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมีการประชุมติดตามในเรื่องความเสี่ยงของบริษัททุกไตรมาสเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ ติดตามผลการดำเนินงาน และประเมินความเสี่ยงใหม่ ๆ ที่อาจเกิดขึ้น การติดตามประเด็นความเสี่ยงเหล่านี้ช่วยให้บริษัทสามารถปรับปรุงและแก้ไขแนวทางการจัดการความเสี่ยงได้อย่างทันถ่วงทีต่อเหตุการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือเกิดวิกฤติในช่วงเวลานั้นๆ บริษัทได้จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงในแต่ละประเด็น โดยการประเมินทั้ง ผลกระทบ (Impact) และ โอกาสเกิด (Likelihood) ความเสี่ยงนั้นหากความเสี่ยงใดมีคะแนนผลการประเมินเกิน 15 คะแนน ทางฝ่ายจัดการและคณะทำงานจะหาแนวทางในการแก้ไขเพื่อดำเนินการจัดการกับความเสี่ยงนั้นได้ทันถ่วงที นอกจากนี้ ฝ่ายจัดการได้รายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการความยั่งยืนและบริหารความเสี่ยงพิจารณา และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทรับทราบ เพื่อให้การดำเนินงานด้านความเสี่ยงเป็นไปอย่างราบรื่น สอดคล้องกับแนวทางการกำกับดูแลที่ดี และเป้าหมายความยั่งยืนขององค์กร ทั้งนี้ บริษัทได้เปิดเผยนโยบายบริหารจัดการความเสี่ยงฉบับเต็มไว้บนเว็บไซต์ของบริษัท และมีแผนงานที่จะปรับปรุงนโยบายบริหารความเสี่ยงเพื่อให้ครอบคลุมความเสี่ยงด้าน ESG ภายในปี 2569

ผลการดำเนินงาน

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ได้มีการประชุมเพื่อวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงและติดตามผลทุกไตรมาส ทั้งนี้ในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทไม่พบความเสี่ยงที่สูงเกินกว่า 15 คะแนน ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่บริษัทรับได้

นอกจากนี้ บริษัทมีการจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ Business Continuity Plan (BCP) ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากที่ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องแม้จะเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน เช่น ภัยธรรมชาติ ความล้มเหลวของระบบ หรือเหตุการณ์ฉุกเฉินอื่น ๆ โดยในแผนงานมีการกำหนดวัตถุประสงค์ การประเมินความเสี่ยง และแนวทางในการติดต่อสื่อสาร รวมไปถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานในภาวะวิกฤติ และผู้รับผิดชอบในส่วนงานต่างๆ เพื่อลดความเสียหายทางการเงินและชื่อเสียง ลดความเสี่ยงจากการหยุดชะงักจากการดำเนินธุรกิจ และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย

**สำหรับความเสี่ยงด้านการประกอบธุรกิจ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ และ Emerging Risk สามารถอ่านต่อได้ในเล่ม 2025 One Report

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จึงได้กำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่ออธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผย การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ระยะเวลาการเก็บ รวมถึงสิทธิต่างๆของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล และประกาศนโยบายความเป็นส่วนตัวไว้บนเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อให้เจ้าของข้อมูลและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายรับทราบ รวมทั้งมีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท ในการให้คำแนะนำแก่บุคลากรของบริษัทให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 ได้อย่างถูกต้อง และประสานงานกับหน่วยงานราชการที่กำกับดูแลกรณีที่เกิดปัญหาในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลขึ้น อีกทั้งได้พัฒนาช่องทางการรับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเจ้าของข้อมูลสามารถกรอกข้อร้องเรียนเพื่อให้บริษัทตรวจสอบและแจ้งผลไปยังเจ้าของข้อมูลได้อย่างทันถ่วงที

*อ่านนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ได้ที่ <https://www.verandaresortir.com/company-policy>

บริษัทมีการกำกับดูแล และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยมีเป้าหมาย คือ



แผนการดำเนินงาน

บริษัทได้สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลผ่านกระบวนการฝึกอบรมภายในของบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งบริษัทได้พัฒนาช่องทางการรับข้อร้องเรียนกรณีเกิดการละเมิดหรือข้อมูลรั่วไหลได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุม โดยมีแผนการดำเนินการสำคัญดังนี้

1. การฝึกอบรมด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทได้บรรจุแผนการฝึกอบรมเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงานประจำปีดังนี้

- การฝึกอบรมสำหรับพนักงานที่เข้าใหม่จะได้รับการฝึกอบรม 100%
- อบรมทบทวนประจำปีสำหรับพนักงานทุกคน และต้องผ่านเกณฑ์การเรียนรู้หรือทดสอบตามหลักเกณฑ์การประเมินผลฝึกอบรมภายในของบริษัททั้งหมด (ผ่านเกณฑ์แบบทดสอบ คือ ร้อยละ 90)

2. การรับข้อร้องเรียนด้านการรั่วไหลหรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทมีระบบการรับเรื่องร้องเรียนการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล และกรณีเกิดเหตุการณ์การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน หรือบุคคลอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร

ผลการดำเนินงาน

จากการดำเนินการตามแผนงานในรอบปีที่ผ่านมา การเฝ้าติดตามข้อร้องเรียนด้านการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลทั้งในส่วนของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และบุคคลอื่นใดที่เกี่ยวข้อง ไม่พบว่ามีกรณีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลและไม่มีกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลแต่ประการใด และ พนักงานของบริษัททุกคนได้รับการอบรมเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมด หรือคิดเป็นร้อยละ 100

ความปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทมีกระบวนการตรวจสอบและรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินจากการโดนโจมตี เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงและตอบสนองต่อเหตุการณ์ภัยคุกคามทางด้านไซเบอร์ และส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญด้านความปลอดภัยทางด้านไซเบอร์ และจัดทำนโยบายรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อให้ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศยึดถือและปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรฐานและสอดคล้องกับเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยในปี 2568 บริษัทไม่มีเหตุการณ์หรือกรณีที่ถูกโจมตีทางไซเบอร์

*อ่านนโยบายรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ที่ <https://www.verandaresortir.com/company-policy>

การจัดการคุณภาพการให้บริการ

บริษัทให้ความสำคัญกับมาตรฐานการให้บริการ เพราะการให้บริการที่มีคุณภาพช่วยแสดงให้เห็นว่า บริษัทใส่ใจในความต้องการของลูกค้า และยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท

บริษัทรับผิดชอบต่อระบบการจัดการคุณภาพการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการสร้างมาตรฐานการให้บริการ รวมถึงการเข้าร่วมการตรวจประเมินรางวัลจากหน่วยงาน/องค์กรภายนอก ได้แก่ มาตรฐานสถานที่จัดงาน (TMVS) มาตรฐานโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) ไปจนถึงระดับสากล ได้แก่ Green Asean และ Green Globe เป็นต้น



แผนการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดทำมาตรฐานการให้บริการ (Standard of Service) ให้เป็นปัจจุบัน ทำการฝึกอบรมมาตรฐานการให้บริการ รวมถึงการติดตาม ประเมินผลการทำงาน เพื่อลดจำนวนข้อร้องเรียนจากมาตรฐานการให้บริการ

ผลการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลข้อร้องเรียน เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนามาตรฐานการให้บริการ และนำข้อมูลข้อร้องเรียน มาฝึกอบรมวิธีการรับมือข้อร้องเรียนให้พนักงาน เพื่อลดอัตราข้อร้องเรียนของลูกค้าให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

ห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งมอบสินค้าและบริการที่ดีของลูกค้า แสดงถึงความโปร่งใสและความเป็นธรรมของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และมีแผนการดำเนินงาน วัตถุประสงค์หรือบริการที่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการ ในราคาที่เหมาะสม ไม่ใช่เพียงเรื่องการเปรียบเทียบราคา เท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการพิจารณาความสามารถ ความน่าเชื่อถือ ความยั่งยืน และความสัมพันธ์ระยะยาว ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยง เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร



แผนการดำเนินงาน

จัดทำเอกสารจรรยาบรรณธุรกิจของลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารความคาดหวังและเป็นแนวทางในการทำธุรกิจร่วมกับบริษัทมากขึ้น จากนั้นกำหนดแผนการดำเนินงานเกณฑ์ในการคัดเลือกลูกค้าในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยจะพิจารณาประเมินลูกค้า 2 ส่วน คือ การประเมินทั่วไป และประเมินด้านมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ ดังนี้

- เกณฑ์ทั่วไปสำหรับการคัดเลือกและประเมินลูกค้าในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง
 - 1.1. เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย ผู้แทนจำหน่าย ผู้ให้บริการ หรือผู้รับจ้าง ที่มีสถานประกอบการเป็นหลักแหล่งชัดเจน สามารถตรวจสอบได้
 - 1.2. มีบุคลากร เครื่องจักร อุปกรณ์ สินค้า สถานภาพทางการเงิน และประวัติการดำเนินงานที่น่าเชื่อถือ
 - 1.3. ยอมรับและปฏิบัติตามจรรยาบรรณลูกค้าของบริษัท (Supplier Code of Conduct)
 - 1.4. เป็นลูกค้าที่มีผลงานเป็นที่น่าพอใจ โดยบริษัทจะประเมินผลงานจากคุณภาพของสินค้า บริการ และการส่งมอบสินค้าและบริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด
 - 1.5. เป็นลูกค้าที่ไม่มีผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัท
 - 1.6. เป็นลูกค้าที่ไม่มีประวัติต้องห้ามทางการค้าอันเนื่องมาจากการกระทำทุจริต
- เกณฑ์ด้านมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ
 - 2.1. มิติสิ่งแวดล้อม
 - 2.1.1. นโยบายสิ่งแวดล้อม

- 2.1.2. การจัดการสิ่งแวดล้อม
- 2.1.3. การติดตามผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 2.2. มิติสังคม
 - 2.2.1. ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
 - 2.2.2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
 - 2.2.3. การจัดการแรงงานและสิทธิมนุษยชน
- 2.3. มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ
 - 2.3.1. การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ
 - 2.3.2. การจัดซื้อจัดจ้างอย่างรับผิดชอบและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 - 2.3.3. จรรยาบรรณธุรกิจ

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 บริษัทได้ทำการรวบรวมข้อมูลในการจัดทำจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า พร้อมกับร่างเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนของคู่ค้า เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่บริษัทกำหนดภายในปี 2569 และจะสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้คู่ค้ารับทราบและลงนามในจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้าของบริษัทในลำดับต่อไป










นอกจากนี้ บริษัทอยู่ระหว่างการศึกษความเป็นไปได้และแนวทางที่จะสามารถส่งเสริมศักยภาพของคู่ค้าในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ เพื่อลดต้นทุนหรือประหยัดพลังงานให้มากขึ้น ได้แก่







- การพัฒนาคู่ค้า โดยการจัด Training / Workshop เพื่อช่วยลดพลังงานในกระบวนการผลิต Lean process / ลดขยะและของเสียในกระบวนการ เช่น
 - ผู้ผลิตผ้าปูที่นอน → ปรับกระบวนการซักให้ใช้น้ำและสารเคมีน้อยลง
 - Supplier อาหาร → ลด Food waste / ใช้วัตถุดิบ local
- การส่งเสริม Local Supplier เพื่อลดต้นทุน ลดการขนส่ง สนับสนุนชุมชน
- การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมร่วมกัน แนวคิดคือ การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่ม Efficiency
 - สนับสนุนให้คู่ค้าใช้ IoT / Smart energy monitoring และระบบจัดการคลังสินค้า (Inventory optimization) ทำให้คู่ค้าสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังลดการใช้แรงงานคน และลดการเกิดของเสียได้มากขึ้น





การส่งเสริมให้คู่ค้านำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน ลดต้นทุนการดำเนินงาน เพิ่มความต่อเนื่องของการจัดส่งสินค้า และยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการอย่างมีนัยสำคัญ พร้อมทั้งสนับสนุนเป้าหมายด้านความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในระยะยาว

เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัท และบริษัทย่อยได้ถือครองเครื่องหมายการค้า 19 รายการ ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง	หมายเหตุ
	181122497	บริษัทฯ	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ขาย และให้เช่าอาคารชุด บริหารจัดการอาคารชุด การก่อสร้างอาคารชุด โรงแรม สถานดูแลรักษาสุขภาพ	04 ตุลาคม 2561 ถึง 07 มิถุนายน 2570	
	181122499	บริษัทฯ	โรงแรม	4 ตุลาคม 2561 ถึง 20 มิถุนายน 2570	
	191113125	บริษัทฯ	โรงแรม	06 สิงหาคม 2562 ถึง 20 มิถุนายน 2570	
	181122498	บริษัทฯ	บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	04 ตุลาคม 2561 20 มิถุนายน 2570	
	181124723	บริษัทฯ	บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	8 พฤศจิกายน 2561 - 27 มิถุนายน 2570	
	191106673	บริษัทฯ	บริการจัดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	30 เมษายน 2562- 14 ธันวาคม 2570	
	u55444	OKT	บริการอาหารและเครื่องดื่ม	28 พฤศจิกายน 2555 - 13 ธันวาคม 2574	
	u55445	OKT	บริการอาหารและเครื่องดื่ม	28 พฤศจิกายน 2555 - 13 ธันวาคม 2574	
	201124346	ISA	ให้บริการที่พักชั่วคราว โรงแรม	10 พฤศจิกายน 2563 - 26 มีนาคม 2573	

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของ กรรมสิทธิ์	สำหรับบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง	หมายเหตุ
	171127172	VCS	บริการจัดจำหน่ายอาหารและ เครื่องดื่ม	29 สิงหาคม 2560 - 11 กุมภาพันธ์ 2569	
	191101773	บริษัทฯ	บริการจัดจำหน่ายอาหารและ เครื่องดื่ม	31 มกราคม 2562 - 14 กันยายน 2570	
	221119623	VCS	บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม/	28 มิถุนายน 2565 - 22 มีนาคม 2574	
	210114227	OKT	บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม	27 มิถุนายน.2565 - 19 เมษายน 2574	
	231124728	บริษัทฯ	บริหารธุรกิจโรงแรม จัดการซื้อขายที่ดินนายหน้า อสังหาริมทรัพย์ตัวแทน จัดการอสังหาริมทรัพย์ จัดการอสังหาริมทรัพย์ ควบคุมดูแลการก่อสร้าง อาคารบริการโรงแรม สถานดูแลรักษาสุขภาพ แบบสปา	30 สิงหาคม 2566 - 18 พฤษภาคม 2575	
	231124727	บริษัทฯ	บริหารธุรกิจโรงแรม จัดการซื้อขายที่ดินนายหน้า อสังหาริมทรัพย์ตัวแทน จัดการอสังหาริมทรัพย์ จัดการอสังหาริมทรัพย์ ควบคุมดูแลการก่อสร้าง อาคารบริการโรงแรม สถานดูแลรักษาสุขภาพ แบบสปา	30 สิงหาคม 2566 - 18 พฤษภาคม 2575	

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง	หมายเหตุ
	231124726	บริษัทฯ	บริหารธุรกิจโรงแรม จัดการซื้อขายที่ดินนายหน้า อสังหาริมทรัพย์ตัวแทน จัดการอสังหาริมทรัพย์ จัดการอสังหาริมทรัพย์ ควบคุมดูแลการก่อสร้าง อาคารบริการโรงแรม สถานดูแลรักษาสุขภาพ แบบสปา	30 สิงหาคม 2566 - 18 พฤษภาคม 2575	
	241129725	บริษัทฯ	โรงแรม พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ขายและให้เช่าอาคารชุด บริหารจัดการอาคารชุด การก่อสร้างอาคารชุด	9 ตุลาคม 2566 – 8 ตุลาคม 2576	
	241129322	บริษัทฯ	โรงแรม พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ขายและให้เช่าอาคารชุด บริหารจัดการอาคารชุด การก่อสร้างอาคารชุด	9 ตุลาคม 2566 – 8 ตุลาคม 2576	
	251115774	บริษัทฯ	โรงแรม	19 สิงหาคม 2567 - 18 สิงหาคม 2577	

หมายเหตุ

- เครื่องหมายการค้านี้มีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่ยื่นจดทะเบียน
- ระยะเวลาคุ้มครอง เริ่มตั้งแต่วันที่จดทะเบียน – วันที่หมดอายุ

ตารางสรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2568									
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน			2566		2567		2568		
มิติสิ่งแวดล้อม									
E1	นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม								
	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมาย หรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมพร้อมอธิบายมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0		0		0		
	มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	บาท	0		0		0		
E2	การจัดการพลังงาน								
	ปริมาณการใช้พลังงาน (ไฟฟ้า/เชื้อเพลิง)	kWh	19,750,897.20		20,149,455.08		22,447,399.43		
	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	kWh	161,880.61		736,578.49		743,925.72		
	ปริมาณการใช้พลังงานต่อหน่วย (energy intensity)	kWh/Guest night	63.02		58.28		56.61		
E3	การจัดการน้ำ								
	ปริมาณการใช้น้ำ	m ³	269,511.00		285,680.00		273,228.00		
	ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย (water intensity)	m ³ / Guest night	0.823		0.80		0.69		
	ร้อยละของน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดก่อนทิ้ง	%	100%		100%		100%		
E4	การจัดการขยะและของเสีย								
	ปริมาณขยะและของเสีย	kg	218,709.20		259,237.90		343,206.44		
	ปริมาณขยะและของเสียที่ผ่านกระบวนการ reuse และ/หรือ recycle	kg	32,691.00		47,297.00		50,138.20		
E5	การจัดการก๊าซเรือนกระจก								
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2	tCO2e	9,248.50		10,535.54		12,081.69		
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วย (carbon intensity)	tCO2e/ ต่อผู้เข้าพัก	0.030		0.031		0.031		
TLE-E1	การจัดการขยะอาหาร								
	ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด โดยจำแนกตามวิธีการจัดการ								
	- ปริมาณขยะอาหารที่นำไปทำปุ๋ย	kg.	4,621.00		5,522.00		2,575.90		
	- ปริมาณอาหารเหลือทิ้งที่นำไปใช้ประโยชน์ ในรูปแบบอื่นก่อนกำจัด เช่น ปริมาณอาหารเหลือทิ้งนำไปบริจาค	kg.	0.00		0.00		19,223.00		
	- ปริมาณอาหารเหลือทิ้งที่นำไปเป็นอาหารสัตว์		86,680.00		97,465.50		175,504.41		
TLE-E3	การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม								
	ปริมาณน้ำหนักรวมของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด โดยจำแนกตามประเภทและคุณสมบัติ เช่น								
	- บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาผลิตใหม่ได้ (recyclable)	kg.	11,016.00		2,271.00		1,973.20		
	- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ได้ครั้งเดียว (single-use)	kg.	8,960.55		13,295.06		14,673.23		
TLE-E4	การรั่วไหลของสารไฮโดรคาร์บอน								
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีการรั่วไหล ของสารไฮโดรคาร์บอน	ครั้ง	0		0		0		
TLE-E5	ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ								
มิติสังคม									
S1	สิทธิมนุษยชน								
	จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนพร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0		0		0		
การจ้างงาน									
S2	การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม								
	จำนวนพนักงานแยกตามเพศ อายุ ระดับตำแหน่ง และพื้นที่ภูมิสำเนา								
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	931		893		1,063		
	สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
	- อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	139	165	122	158	160	181	
	- อายุ 30-50 ปี	คน	266	299	264	289	324	320	
	- อายุมากกว่า 50 ปี	คน	31	31	30	30	39	39	
	สถิติพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
	- ระดับปฏิบัติการ	คน	389	446	372	429	478	472	

ตารางสรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2568

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน			2566		2567		2568	
- ระดับบริหาร	คน		41	46	39	44	41	64
- ผู้บริหารระดับสูง	คน		6	3	5	4	4	4
สถิติพนักงานจำแนกตามภูมิภาค								
จำนวนพนักงานที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่-ภาคกลาง (HQ+SO)	คน		360		327		148	
จำนวนพนักงานที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่-เชียงใหม่	คน		91		92		93	
จำนวนพนักงานที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่-ชลบุรี	คน		57		53		57	
จำนวนพนักงานที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่-ประจวบ	คน		97		89		97	
จำนวนพนักงานที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่-เพชรบุรี	คน		83		93		86	
จำนวนพนักงานที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่-สุราษฎร์	คน		32		34		36	
จำนวนพนักงานที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่-ภูเก็ต	คน		-		-		0	
จำนวนพนักงานผู้พิการและ/หรือผู้สูงอายุ	คน		9		10		11	
การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน								
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	บาท		312,790,032.89		290,687,350.29		370,580,699.06	
ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	%		29.97		34.71		54.19	
ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศ	ณ : ช		1.03:1		0.89:1		1:1	
การพัฒนาพนักงาน								
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน	ชม./คน/ปี		42.22		35.73		36.49	
จำนวนค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาพนักงาน	บาท		944,356.85		469,935.75		616,751.13	
ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน								
จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง		1		1		3	
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate : LTIFR)	ครั้ง/200,000 hr.		0.11		0.11		0.27	
การส่งเสริมความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน								
ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	%		47.37%		48.60%		27.66%	
จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี		0		0		0	
S3 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ผู้บริโภค								
สิทธิผู้บริโภค								
จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี		0		0		0	
จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียน ที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี		0		0		0	
การตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ								
S4 ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม								
จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคม พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี		0		0		0	
จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	บาท		247,537.90		317,340.48		94,132.37	
TLE-S1 การจ้างงานท้องถิ่น								
ร้อยละของพนักงานที่มาจากชุมชนท้องถิ่น	%		77.34%		79.40%		48.64%	
TLE-S2 การเคารพความแตกต่างและความเสมอภาค								
ข้อมูลของพนักงานจำแนกตามเพศและ สัญชาติ	คน		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
- สัญชาติไทย			370	421	447	436	484	476
- สัญชาติ South Korea			0	1	0	1	0	1
- สัญชาติ Singaporean			0	0	0	1	0	0
- สัญชาติ German			1	0	1	0	0	0
- สัญชาติ Malaysian			1	0	1	0	1	0
- สัญชาติ Indian			1	0	1	0	2	0
- สัญชาติ Burmese			1	0	3	0	1	0
- สัญชาติ Filipino			0	2	0	2	0	2
- สัญชาติ UK			1	1	0	1	0	1
- สัญชาติ Morocco			0	0	1	0	1	0
- สัญชาติ Italian			0	0	0	0	0	0
- สัญชาติ French			1	0	0	0	2	0
จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับ การละเมิดสิทธิ ความเสมอภาค และการ ปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี		0		0		0	

ตารางสรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2568					
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน		2566	2567	2568	
TLE-S3	การส่งเสริมแรงงานสตรี				
	จำนวนพนักงานผู้หญิง จำแนกตาม ระดับตำแหน่ง	คน			
	- พนักงาน	446	429	472	
	- ผู้บริหาร	46	44	64	
	- ผู้บริหารระดับสูง	3	4	4	
TLE-S4	การติดตามและประเมินผลกระทบต่อชุมชน				
	จำนวนกรณีพิพาทหรือเหตุการณ์ร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิชุมชน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0	0	0
มิติบรรษัทภิบาล และเศรษฐกิจ					
G1	นโยบาย โครงสร้าง และระบบกำกับดูแลกิจการ				
องค์ประกอบของคณะกรรมการ					
	จำนวนกรรมการทั้งหมด	คน	10	10	10
	จำนวนกรรมการอิสระ	คน	4	4	4
	จำนวนกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร	คน	5	5	6
	จำนวนกรรมการหญิง	คน	3	3	2
	จำนวนกรรมการอิสระในคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	คน			
	1. คณะกรรมการตรวจสอบ		3	3	3
	2. คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน		3	3	3
	3. คณะกรรมการความยั่งยืนและบริหารความเสี่ยง		4	4	4
	4. คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ		-	-	4
	จำนวนปีการดำรงตำแหน่งของกรรมการรายบุคคล	ปี			
	1. ชัย จรุงธนาภิบาล		6	7	8
	2. ไพบูลย์ คุจารีวณิช		2	3	4
	3. ศิริพร มณีพันธ์		2	3	4
	4. ตรีรักษ์ เต็งไทรรัตน์		6	7	8
	5. ศิริวัฒน์ วงศ์จารุกร		6	7	8
	6. กิตติศักดิ์ สฟโซคชัย		6	7	8
	7. ภวัชร อังควาสิฏฐ์		19	20	21
	8. ศพพร อังสุวรังษี		19	20	21
	9. สุรศักดิ์ ว่องเกียรติถาวร		19	20	21
	10. วรุต ต้นติพิภพ				4 เดือน
บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ					
	จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการ	ครั้ง	6	4	4
	จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการ ตรวจสอบ	ครั้ง	4	4	4
	จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	ครั้ง			
	- คกก.สรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน		1	1	3
	- คกก.ความยั่งยืนและบริหารความเสี่ยง		4	4	4
การสรรหากรรมการ					
ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง					
	จำนวนค่าตอบแทนของกรรมการรายบุคคล				
	1. ชัย จรุงธนาภิบาล	บาท	480,000	480,000	510,000
	2. ไพบูลย์ คุจารีวณิช	บาท	460,000	460,000	490,000
	3. ศิริพร มณีพันธ์	บาท	340,000	340,000	370,000
	4. ตรีรักษ์ เต็งไทรรัตน์	บาท	340,000	340,000	370,000
	5. ศิริวัฒน์ วงศ์จารุกร	บาท	230,000	230,000	260,000
	6. กิตติศักดิ์ สฟโซคชัย	บาท	270,000	270,000	300,000
	7. ภวัชร อังควาสิฏฐ์	บาท	230,000	230,000	260,000
	8. ศพพร อังสุวรังษี	บาท	270,000	270,000	300,000
	9. นภัสสร สุนทรมนโกล*	บาท	230,000	230,000	163,548
	10. สุรศักดิ์ ว่องเกียรติถาวร	บาท	270,000	270,000	300,000
	11. นายวรุต ต้นติพิภพ**	บาท	-	-	87,796
	จำนวนค่าตอบแทนรวมของผู้บริหารระดับสูง	บาท	15,901,568	16,998,678	18,474,693

ตารางสรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2568					
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน		2566	2567	2568	
การพัฒนาระบบการ					
จรรยาบรรณธุรกิจ					
	จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
TLE-G1	สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า				
	จำนวนกรณีพิพาทและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความบกพร่องด้านความปลอดภัย และสุขอนามัยจากการเข้ารับบริการ พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0	0	0
TLE-G2	ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล				
	ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการอบรม ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และ การใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	%	100	100	100
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตี ทางไซเบอร์ พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคล รั่วไหล พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0

* นางนภัสสร สุนทรโมกุล ได้ลาออกจากความเป็นกรรมการบริษัท โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม 2568

** นายวรุฒ ตันติพิภพ ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัท แทน นางนภัสสร สุนทรโมกุล โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 14 สิงหาคม 2568



veranda
resort

PUBLIC COMPANY LIMITED

บริษัท วิลล์ตา รีสอร์ท จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 555 อาคารสาทาวเวอร์ ยูนิต 2701 - 2704 ชั้นที่ 27
ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ : (66) 2513 3003

โทรสาร : (66) 2513 6844