



นโยบายความยั่งยืนองค์กร (Sustainable Development Policy)



ASIA'S BOUTIQUE AIRLINE
6 Years - Asia's Best Regional Airline



1. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบัน ธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทาย อันเนื่องมาจากประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เช่น การแข่งขัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ความคาดหวังของลูกค้า ที่เพิ่มขึ้น วิกฤตการณ์สิ่งแวดล้อมที่รุนแรง ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ทั้งในเชิงโอกาสและความเสี่ยง ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องปรับตัวและพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ ควบคู่กับการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน และมีภูมิคุ้มกันต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบ ทำให้มั่นใจได้ว่า ธุรกิจจะมีรากฐานที่แข็งแกร่งและสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ความต้องการข้อมูลด้านความยั่งยืนของผู้ใช้ข้อมูลทั่วโลก อาทิ นักลงทุน นักวิเคราะห์ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยเร่งสำหรับธุรกิจ ที่ต้องให้ความสำคัญกับการรายงานผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล หรือ ESG (Environmental-Social-Governance) อย่างเป็นทางการและครบถ้วน สอดคล้องกับข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ในแบบรายงานเดี่ยว (แบบ 56-1 One Report) เริ่มในปี พ.ศ. 2565 เหตุเพราะผู้ใช้ข้อมูลพิจารณาว่า ธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานด้าน ESG ที่ดี จะมีความเสี่ยงต่ำในระยะยาว ทั้งในมิติของศักยภาพการแข่งขัน และการได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเชื่อมโยงโดยตรงกับความอยู่รอดและความสามารถในการเติบโตของธุรกิจ

บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จึงมีความมุ่งมั่นยกระดับการเปิดเผยข้อมูลเรื่องการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ซึ่งเป็นสิ่งสะท้อนการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม ตอบสนองความต้องการและเพิ่มความน่าเชื่อถือกับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ส่งเสริมเรื่องการยอมรับและสนับสนุนแบรนด์ รวมถึงเพิ่มมูลค่ากิจการในระยะยาว โดยผ่านกระบวนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนภายในองค์กร และได้รับความร่วมมือจากพนักงานทุกส่วนงาน

2. แนวคิดการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ใช้แนวคิด Triple Bottom Line เป็นตัวตั้งต้นในการวางกรอบการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาการดำเนินงานของธุรกิจ 3 ด้านให้สมดุลกัน ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 2.1 ด้านเศรษฐกิจ | พิจารณาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ |
| 2.2 ด้านสังคม | พิจารณาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย |
| 2.3 ด้านสิ่งแวดล้อม | พิจารณาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อสิ่งแวดล้อม |

นอกจากนี้ รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการความเสี่ยง การสร้างโอกาสเติบโต การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการดำเนินธุรกิจอย่างธรรมาภิบาล ซึ่งประกอบด้วยหลักการพื้นฐานที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

(1) ความซื่อสัตย์ (Integrity)

การบริหารจัดการด้วยความสุจริต น่าเชื่อถือ และยึดมั่นในความถูกต้อง

(2) ความยุติธรรม (Fairness)

การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรอย่างเป็นธรรม

(3) ความโปร่งใส (Transparency)

การดำเนินงานที่เปิดเผยข้อมูลซึ่งสามารถตรวจสอบได้แก่ผู้เกี่ยวข้อง

(4) ความรับผิดชอบ (Responsibility)

การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนด้วยปัญญาและความสามารถ อย่างเต็มกำลัง มุ่งมั่นให้งานสำเร็จ และพัฒนางานให้ดีขึ้น

(5) ภาระรับผิดชอบ (Accountability)

ความรับผิดชอบและรับชอบในผลของการกระทำที่เกิดขึ้น อันเนื่องจากการกระทำ การสั่งการ การมอบหมาย การตัดสินใจตามบทบาทหน้าที่ของตน โดยสามารถชี้แจงและอธิบายการตัดสินใจนั้นได้

3. กระบวนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน

บริษัทฯ ขับเคลื่อนการบริหารจัดการธุรกิจสู่ความยั่งยืนผ่าน 5 กระบวนการ โดยอ้างอิงข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์บริบท ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร (Materiality)

3.1.1 การศึกษาและทำความเข้าใจบริบทองค์กร (Context Analysis)

3.1.2 การระบุและวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย การวิเคราะห์ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียและองค์กร มีผลกระทบต่อกัน และการกำหนดวิธีการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Sustainability Analysis)

3.1.3 การกำหนดและจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Analysis)

3.2 การกำหนดนโยบายด้านความยั่งยืนขององค์กร (Policy)

- 3.2.1 การกำหนดนโยบายและเป้าหมายในการบริหารจัดการความยั่งยืน (Commitment)
- 3.2.2 การกำหนดผู้รับผิดชอบและบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
- 3.2.3 แต่ละประเด็น เพื่อให้เกิดการทำงานที่เชื่อมโยงกัน (Team Set Up)

3.3 การกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร (Strategy)

- 3.3.1 การกำหนดกรอบหรือกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainability Framework)
- 3.3.2 การกำหนดแผนงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Initiative)

3.4 การขับเคลื่อนความยั่งยืนสู่การปฏิบัติ (Implementation)

3.5 การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน (Disclosure)

- 3.5.1 การรวบรวม การวางระบบจัดเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืน และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Data Collection and Verification)
- 3.5.2 การวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Evaluation)
- 3.5.3 การเปิดเผยและสื่อสารผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Communication)
- 3.5.4 การทบทวนเพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง (Review)

4. พันธสัญญาสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืน กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย คุณค่าที่องค์กรส่งมอบ และห่วงโซ่คุณค่า

จากกระบวนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน บริษัทฯ พิจารณากำหนดชุดข้อมูลสำคัญ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับพนักงาน ดังนี้

4.1 พันธสัญญาสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืน (Sustainability Commitment to High Purpose)

“Connect Your Happiness” ส่งมอบความสุขผ่านประสบการณ์การเดินทางที่ประทับใจ

- 4.1.1 ส่งมอบผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวและการบิน ซึ่งยกระดับประสบการณ์ในการให้บริการให้กับทุกคน เชื่อมต่อความสุขของทุกคนผ่านการบริการที่ไร้รอยต่อน่าเชื่อถือ และมีเอกลักษณ์
- 4.1.2 ส่งเสริมความยั่งยืนในทุกสิ่งที่เราทำ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

โดยคำว่า “Your” หมายถึงทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

4.2 กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders)

บริษัทฯ พิจารณากำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเป็น 6 กลุ่ม ที่บริษัทฯ ต้องแสดงออกถึงความรับผิดชอบอย่างเหมาะสมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดังนี้

- 4.2.1 พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partners)
- 4.2.2 ชุมชนและสังคม (Community and Society)
- 4.2.3 ลูกค้า (Customers)
- 4.2.4 พนักงาน (Employee)
- 4.2.5 นักลงทุนและผู้ถือหุ้น (Investors and Shareholders)
- 4.2.6 องค์กรกำกับดูแล (Regulators)

4.3 คุณค่าที่องค์กรส่งมอบ (Value Proposition)

คุณค่าด้านความยั่งยืนที่นำเสนอแก่ผู้มีส่วนได้เสีย โดยผสมผสานกับความบุคลิก ที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องและสนับสนุนให้พันธสัญญาสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนประสบความสำเร็จ

4.3.1 ความเชื่อมั่นในองค์กร (Trust)

- (1) บริษัทฯ ดำเนินงานด้วยหลักธรรมาภิบาล ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียไว้วางใจที่จะใช้บริการหรือดำเนินธุรกิจร่วม
- (2) บริษัทฯ มีกระบวนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ที่ให้ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อชีวิตทรัพย์สินและข้อมูล
- (3) บริษัทฯ ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ ได้รับการรับรองมาตรฐานและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย
- (4) บริษัทฯ ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเต็มความสามารถ และทันท่วงที

4.3.2 การบริการจากใจ (Service)

- (1) บริษัทฯ มีกระบวนการส่งมอบบริการอย่างมืออาชีพ ใส่ใจทุกรายละเอียด เพื่อสร้างความประทับใจตลอดการเดินทาง
- (2) บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องสิทธิมนุษยชน ด้วยการให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติต่อเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา ฯลฯ

4.3.3 ประสบการณ์การเดินทางที่สมบูรณ์แบบ (Smooth travel)

- (1) บริษัทฯ พิจารณาการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า และลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง
- (2) บริษัทฯ บริการช่องทางการขายที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการทำธุรกรรมต่าง ๆ
- (3) บริษัทฯ บริหารจัดการฝูงบินและปฏิบัติการบินอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการเที่ยวบินที่ตรงเวลา
- (4) บริษัทฯ ดูแลลูกค้าที่ได้รับความไม่สะดวกจากเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่ลูกค้าได้รับเป็นสำคัญ

4.3.4 ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย (Value for money)

- (1) บริษัทฯ นำเสนอคุณค่าของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้รู้สึกถึงความคุ้มค่าสูงสุด เช่น ความครบวงจร ความสะดวกสบาย การบริการ
- (2) บริษัทฯ ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยปรับให้เหมาะสมกับบริบทที่เกี่ยวข้อง

4.3.5 การสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว (Inspire)

- (1) บริษัทฯ ให้บริการเส้นทางบินที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- (2) บริษัทฯ มีสนามบินซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีศักยภาพ (สมุย สุโขทัย ตราด)
- (3) บริษัทฯ ส่งต่อเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจผ่านการทำประชาสัมพันธ์ การตลาด และการโฆษณา

4.3.6 ความรู้สึกพิเศษเมื่อได้เดินทางกับ BA (Privilege)

- (1) บริษัทฯ แสวงหาความร่วมมือที่หลากหลาย เพื่อคัดสรรสิทธิประโยชน์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า
- (2) บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อประโยชน์สูงสุดทั้งต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย

4.4 ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain)

บริษัทฯ พิจารณาทบทวนห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความต่อเนื่องและสัมพันธ์กันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อการพัฒนาและยกระดับความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม สรุปเป็น 5 กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

- 4.4.1 **Eco-Business Intelligence** การกำหนดนโยบายและวางแผนผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) โดยใช้ข้อมูลภาพรวมของธุรกิจ (Business Ecosystem) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และส่งมอบคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย
- 4.4.2 **Marketing & Sales** การทำการตลาดและการขายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าถึงผลิตภัณฑ์ และคุณค่าที่องค์กรส่งมอบ
- 4.4.3 **Operational Efficiency** การปฏิบัติการของทุกหน่วยธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้า (Customer-related Operations) อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- 4.4.4 **Smart Collaboration** การสร้างเครือข่ายและแสวงหาความร่วมมือ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย
- 4.4.5 **Engaged Excellence** การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์

5. กลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร

บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร พ.ศ. 2565 โดยพิจารณาจากประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร 3 ด้าน ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ด้านเศรษฐกิจ | 1) ความปลอดภัยทางไซเบอร์ 2) ความปลอดภัย 3) ธรรมาภิบาล |
| ด้านสังคม | 1) ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล 2) แรงจูงใจและการรักษาพนักงาน |
| ด้านสิ่งแวดล้อม | 1) การจัดการก๊าซเรือนกระจก 2) การจัดการน้ำเสียและของเสีย
3) การจัดการพลังงาน 4) การจัดการมลพิษ |

สรุปเป็น 3 กลยุทธ์ ดังนี้

5.1 มุ่งมั่นสร้างวัฒนธรรมการขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านผลลัพธ์ทางธุรกิจ

สูงสุด

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างวัฒนธรรมในการบันทึก วัด วิเคราะห์ และจัดเก็บข้อมูลอย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นประโยชน์ในการประมวลผล และนำไปสู่การตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม

5.2 สร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน ในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่สามารถเพิ่มศักยภาพด้านทุนมนุษย์

วัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับการเรียนรู้ทั่วทั้งองค์กร ด้วยการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ และจัดการความรู้อย่างเป็นรูปธรรม พัฒนาศักยภาพในการทำงานของพนักงานภายใต้บริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

5.3 มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศด้านประสิทธิภาพของการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ ไปพร้อมกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ)

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

6 การขับเคลื่อนความยั่งยืนสู่การปฏิบัติ

6.1 คณะกรรมการบริหารและคณะทำงานความยั่งยืนองค์กร พร้อมด้วยพนักงานทุกส่วนงาน ร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนผ่านการดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ (Initiatives) ในกระบวนการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร โดยพิจารณากำหนดเป้าหมายเป็นระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

6.2 บริษัทฯ เข้าร่วมการประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment – THSI) จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) เริ่มในปี พ.ศ. 2565 เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน และพัฒนาศักยภาพองค์กรให้เติบโตในระยะยาว

7. การทบทวนนโยบาย

คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนองค์กร จะทบทวนนโยบายฉบับนี้ปีละ 1 ครั้ง

นโยบายความยั่งยืนองค์กรฉบับนี้ อนุมัติโดยมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 4/ 2565 เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2565 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นต้นไป