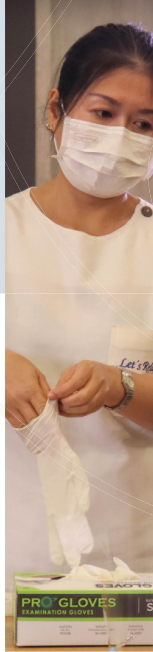
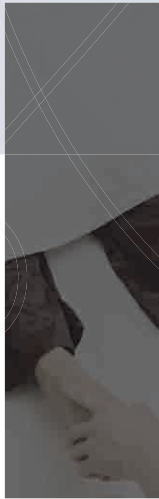
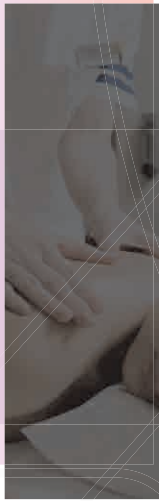


2

การจัดการ และ
บริหารความเสี่ยง



2

นโยบาย

และแผนบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ระดับการวางกลยุทธ์ การปฏิบัติงาน และการตัดสินใจในการลงทุนประกอบธุรกิจใหม่ ๆ และสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงให้แก่ทุกคนในบริษัทฯ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร ผู้ถือหุ้น สังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ช่วยให้บริษัทฯ เติบโตได้อย่างยั่งยืน

นโยบายและคู่มือบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายความเสี่ยง ครอบคลุมทั้งองค์กร โดยเริ่มจากกระบวนการระบุความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การติดตามและควบคุมความเสี่ยง ตลอดจนการสร้างมาตรฐานความเสี่ยงเพื่อป้องกัน ให้เกิดการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ และสม่ำเสมอ รวมถึงได้มีการระบุความเสี่ยงใหม่ ๆ ให้ครอบคลุมทุกความเสี่ยง และการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัทในธุรกิจนวัตกรรมและสปา เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) สืบเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19 (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเศรษฐกิจทั้งในประเทศและทั่วโลก

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (คณะกรรมการฯ) และคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ร่วมกันพิจารณาความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านปฏิบัติตามกฎหมาย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ และความเสี่ยงด้านทรัพย์สิน รวมทั้งโอกาสเกิดความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดขึ้นและได้ศึกษาเพิ่มเติมเรื่อง The Global Risks Report 2018 ของ World Economic Forum เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์หาความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ที่อาจกระทบต่อการดำเนินงาน ให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว พร้อมเฝ้าระวังความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของนโยบายภาครัฐซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร

คณะกรรมการฯ ได้ใช้กรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร (ERM Framework) ประกอบกับนโยบายการบริหารความเสี่ยงขององค์กร (Enterprise Risk Management Policy) ซึ่งจัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อใช้เป็นหลักในการประเมินความเสี่ยงของบริษัทในส่วนของผลกระทบ และโอกาสที่จะเกิด โดยครอบคลุมความเสี่ยงที่สำคัญ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ความเสี่ยงในระดับกลยุทธ์ (Strategic Risk) ความเสี่ยงในระดับธุรกิจ

(Business Risk) และ ความเสี่ยงระดับกระบวนการปฏิบัติงาน (Process Risk) คณะกรรมการและคณะทำงานบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ร่วมกันพิจารณามาตรการ สำหรับรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ โดยเสนอให้มีทั้งแนวทางการป้องกัน (ก่อนที่จะเกิดความเสี่ยง) และกลยุทธ์ลดความเสี่ยง (ภายหลังจากที่เกิดความเสี่ยงแล้ว) โดยได้ติดตามและรายงานคณะกรรมการ เรื่องความเสี่ยงที่เกิดจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งถือว่าเป็น Global Pandemic ที่ส่งผลกระทบอย่างมากกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ของปี 2564 นอกจากนี้ยังจัดให้มีการเตรียมความพร้อมกับการประกาศ พรบ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 2562 ที่จะเริ่มบังคับใช้ในปี 2565 อีกด้วย

ปัจจัยความเสี่ยง

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทต้องเผชิญความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ ผลกำไร สินทรัพย์ สภาพคล่อง และมูลค่าหุ้นของบริษัทฯ นอกจากความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญที่จะกล่าวถึงต่อไปแล้วนั้น อาจมีความไม่แน่นอนอื่น ๆ ซึ่งบริษัทไม่อาจทราบหรือระบุได้ในขณะนี้ ดังนั้นผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ควรพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ นอกเหนือจากปัจจัยความเสี่ยงที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ด้วย

ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19

การปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตมาอยู่ที่บ้านเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 หลายธุรกิจได้รับผลกระทบ อาทิ การหดตัวในการใช้จ่าย การชะลอตัวในภาคการท่องเที่ยวจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัว กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง เป็นต้น มิติความรุนแรงส่งผลกระทบต่อธุรกิจสปา ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความใกล้ชิดระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ และมีบริการจำกัดที่ตั้งอยู่ในสาขาที่ตั้ง และคงยังมีแนวโน้มเผชิญความท้าทายสูงอีกสักระยะ จนกว่าจะมีวัคซีนที่เข้ามาช่วยลดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19



ความเสี่ยงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

โลกกำลังอยู่ในกระแสการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างที่จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงขึ้น โดยการระบาดของโควิด 19 เป็นหนึ่งในปัจจัยที่เร่งเรื่องของ Digital Disruption อาทิเช่น การซื้อของออนไลน์บนแพลตฟอร์ม E-Commerce หรือ E-Marketplace การชำระเงินด้วยระบบดิจิทัล Cashless Society การเติบโตของตลาด Online Delivery เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการกระตุ้นให้แบรนด์ต้องพาตัวเองสู่ระบบออนไลน์เพื่อเพิ่มโอกาสในการตลาดและ การเข้าสู่ระบบออนไลน์ไม่ได้แค่เพียงยอดขาย แต่ยังได้ค่าเบสของผู้บริโภคเพื่อให้แบรนด์รู้จักผู้บริโภคมากขึ้นและนำมาใช้ในการทำการตลาดในการเพิ่มยอดขายผ่านการซื้อซ้ำ ขยายฐานลูกค้าและการนำ Big Data มาใช้ในการจัดการในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การใส่ใจเรื่องสุขอนามัยได้กลายมาเป็นกิจวัตรสำคัญของผู้บริโภค

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การประกอบธุรกิจสปาและโรงแรมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งในบางปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่นั่น บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การก่อการร้าย การแพร่ระบาดของโรคติดต่อ ภัยธรรมชาติ เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความไม่สงบภายในประเทศและภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก เป็นต้น ซึ่งผลกระทบดังกล่าวส่งผลเป็นวงกว้างไม่เพียงเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น แต่รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน

บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวผ่านการกระจายธุรกิจตามแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใดแหล่งหนึ่งประสบปัญหา และมีแผนการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มสัดส่วนลูกค้าในประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งด้วย

ความเสี่ยงจากการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจหลัก

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ นอกจากนั้น บริษัทยังมีบริษัทย่อย คือ บริษัท สยามเวลเนสรีสอร์ท จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจด้านโรงแรมและร้านอาหารที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทมีการวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งในเชิงสถานที่ การบริการ วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี โดยมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ให้กับลูกค้าให้มีความประทับใจในการใช้บริการที่เป็นเอกลักษณ์ในแบบฉบับของแต่ละแบรนด์ของบริษัท

การแข่งขันในธุรกิจสปา

ปัจจุบันธุรกิจสปามีการแข่งขันสูง ทั้งตลาดระดับล่างจนถึงตลาดระดับบน โดยตลาดระดับล่างจะเน้นแข่งขันในเรื่องราคา ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ วางตำแหน่งการบริการของบริษัทเพื่อแข่งขันกับตลาดระดับบนแต่กำหนดราคาที่เหมาะสมกว่าคู่แข่งที่เป็นโรงแรมระดับห้าดาว นอกจากนี้ยังมีผู้เล่นรายใหม่ที่ให้บริการในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น นวดตามบ้าน หรือ นวดตามออฟฟิศ ซึ่งอาจจะกลายเป็นคู่แข่งของธุรกิจในอนาคต การตั้งสถานที่ให้บริการในจุดที่ตรงกับตลาดเป้าหมายและสะดวกในการเดินทางคือใกล้กับระบบขนส่งมวลชนหรือในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้

บริษัท มีระบบในการจองเวลาเข้ารับบริการและชำระเงินโดยตรงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้บริษัท สามารถวางแผนบริหารบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัท เชื่อมั่นว่าด้วยกลยุทธ์ดังกล่าว จะทำให้บริษัท มีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage) กับคู่แข่งในธุรกิจสปา

การแข่งขันในธุรกิจโรงแรม

บริษัท มีบริษัทย่อย คือ บริษัท สยามเวลเนสรีสอร์ท จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจด้านโรงแรมและร้านอาหาร ที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น จากการเปิดโรงแรมของผู้ประกอบการรายต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในเรื่องราคา ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของบริษัทฯ นอกจากนี้ ยังมีผู้เล่นรายใหม่ที่ทำให้บริการในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น Airbnb อย่างไรก็ตามบริษัท เชื่อมั่นว่าด้วยกลยุทธ์ที่เน้นการให้บริการ ในแบบเฉพาะเจาะจง ในแนวทางธุรกิจสปาและเวลเนสโดยมีจำนวนห้องจำกัด และหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางด้านราคา ประกอบกับการวางแผนการตลาดและการบริหารจัดการต้นทุนค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้บริษัท สยามเวลเนสรีสอร์ท จำกัด สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยจุดเด่นของโรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ท อยู่ที่ความมุ่งมั่นที่จะให้ลูกค้าได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมและประเพณีของเชียงใหม่ ผสมผสานกับการบำบัดสปาด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง และคุณภาพการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

ความเสี่ยงจากเรื่องการต่อสัญญาเช่า

สัญญาเช่ากับบุคคลภายนอก

ส่วนใหญ่บริษัท จะใช้วิธีการเช่าพื้นที่เพื่อประกอบกิจการสปาของบริษัท ซึ่งหากบริษัท ไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าดังกล่าว อาจจะทำให้บริษัท สูญเสียรายได้จากสาขาของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะทำข้อตกลงตั้งต่อก่อนเริ่มทำสัญญาเช่า โดยให้สามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้อย่างน้อยประมาณ 9 - 12 ปี (3 ปีต่อ 3 ปี ต่อ 3 ปี และ/หรือ ต่อ 3 ปี) เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนในสาขาที่เช่า นอกจากนี้การเช่าสถานที่ประกอบกิจการแทนที่การลงทุนซื้อสถานประกอบการเป็นของตนเองซึ่งเทียบเท่ากับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ จะทำให้บริษัท มีความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจโดยทำให้สามารถบริหารต้นทุนในการขยายหรือลดสถานที่ให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ได้รับผลตอบแทนสูงสุด ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ให้เช่าทุกรายโดยเป็นผู้เช่าที่ดี ทำนุบำรุงรักษาสถานที่ให้ผู้ให้เช่าเป็นอย่างดี และปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญาเช่าทุกประการ จึงทำให้บริษัท ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าจากผู้ให้เช่าทุกรายตลอดมา ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าสำหรับสาขาใด บริษัทฯ ก็สามารถที่จะจัดหาที่ตั้งสาขาใหม่ทดแทนสาขาที่ไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาเช่าดังกล่าวได้

สัญญาเช่ากับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ

ในการเช่ากับบุคคลที่เกี่ยวข้องในกรณีของการเปิดสาขาสปาและสำนักงานของบริษัท บริษัทฯ มีการทำสัญญาเช่าในลักษณะเดียวกันกับการทำสัญญาเช่ากับบุคคลภายนอก โดยมีเงื่อนไขการต่ออายุสัญญาเช่าประมาณ 6 - 9 ปี (3 ปีต่อ 3 ปี และ/หรือ ต่อ 3 ปี) สำหรับที่ดินที่เชียงใหม่บริษัทมีการเช่ากับบุคคลที่เกี่ยวข้องกันเพื่อใช้ทำ RinJinda Wellness Spa สาขาเชียงใหม่ และให้บริษัท สยามเวลเนสรีสอร์ท จำกัด เช่าช่วงที่ดินเพื่อดำเนินธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยบริษัทฯ ดำเนินการเช่าที่ดินจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกันเป็นระยะเวลา 30 ปี โดยมีเงื่อนไขว่าบริษัทฯ สามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้ โดยแจ้งให้คู่สัญญาทราบและตกลงล่วงหน้าก่อนครบอายุสัญญาอยู่แล้ว

ซึ่งถือเป็นการผูกพันระยะยาว และลดความเสี่ยงต่อความไม่แน่นอน แต่อย่างไรก็ตามหากครบกำหนด สัญญาเช่าแล้วไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าดังกล่าวได้ บริษัทฯ อาจมีความจำเป็นต้องดำเนินการจัดหาที่ดินแปลงใหม่ เพื่อดำเนินธุรกิจต่อไป ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาเช่ากับบุคคลที่เกี่ยวข้องตามเงื่อนไขและระยะเวลาดังกล่าวในอัตราธุรกิจปกติ (Fair market rate) โดยมีบริษัทผู้ประเมินราคาอิสระเป็นผู้ประเมินราคาเช่าที่เหมาะสม และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อให้ความเห็นชอบก่อนแล้วทุกรายการ อนึ่งบริษัทฯ ได้ก่อตั้งโรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ท เป็นต้นแบบในการดำเนินธุรกิจโรงแรมแบบรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ ซึ่งหากประสบความสำเร็จตามที่คาด และมีตลาดรองรับเพียงพอ บริษัทฯ อาจจะพิจารณาขยายธุรกิจต่อไปในตลาดและในช่วงเวลาที่เหมาะสม การเช่าสถานที่ดังกล่าวทำให้บริษัทลดความเสี่ยงจากการลงทุนในทรัพย์สินประเภทอสังหาริมทรัพย์และสามารถบริหาร เงินลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุด อย่างไรก็ตาม เมื่อใกล้ครบกำหนดอายุสัญญาเช่าบริษัทฯ จะทำการประเมินความเหมาะสมในการต่อสัญญาต่อไปโดยจะคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ทุกฝ่าย

ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องจากลูกค้าผู้ใช้บริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งในการให้บริการของพนักงานเทอราพิสต์แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ หากพนักงานเทอราพิสต์ขาดความระมัดระวังในการให้บริการจนเกิดอุบัติเหตุ อาจก่อให้เกิดการบาดเจ็บต่อร่างกายของลูกค้าได้ ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงได้จัดทำประกันความเสี่ยงในกรณีบาดเจ็บของลูกค้าไว้เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องจากลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยบริษัทฯ ได้จัดทำประกันภัย Professional Liability ซึ่งจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายจากการถูกฟ้องร้องไว้ในวงเงินไม่เกิน 5,000,000 บาท ในระหว่างช่วงอายุกรมธรรม์ ทั้งนี้โดยบริษัทฯ ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายส่วนแรกไม่เกิน 200,000 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการอบรมพนักงานให้ระมัดระวังในการให้บริการแก่ลูกค้าด้วย ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทได้ดำเนินการจัดการบริหารความเสี่ยงไม่เคยถูกลูกค้าฟ้องร้องในกรณีดังกล่าวเลย

ความเสี่ยงจากการขาดแคลนผู้ให้บริการเทอราพิสต์

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใช้ผู้ให้บริการเทอราพิสต์จำนวนมาก ซึ่งหากขาดแคลนแรงงานดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้ ดังนั้น บริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบการบริหารจัดการผู้ให้บริการ ดังกล่าวอย่างเหมาะสม โดยจัดสรรผู้ให้บริการให้เหมาะสมกับการให้บริการในสาขาต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งหากสาขาใดมีลูกค้าเข้าใช้บริการมาก หรือน้อย บริษัทฯ จะทำการบริหารจัดการผู้ให้บริการให้เหมาะสมกับจำนวนลูกค้า และมีสวัสดิการให้แก่ผู้ให้บริการประเภทดังกล่าว โดยมีการประกันค่าแรงขั้นต่ำให้แก่ผู้ให้บริการที่ทำงานในสาขาที่เปิดใหม่ของบริษัท มีบ้านพักผู้ให้บริการ และการทำประกันชีวิตให้กับผู้ให้บริการเทอราพิสต์ เป็นต้น ส่งผลให้ผู้ให้บริการมีความมั่นใจในบริษัทฯ และอยู่ทำงานกับบริษัทฯ เป็นระยะเวลานาน นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้เปิดโรงเรียนสอนนวดภายใต้บริษัทฯ เพื่อพัฒนาผู้ให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทฯ และเพื่อรองรับการขยายธุรกิจและทดแทนผู้ให้บริการเทอราพิสต์ที่ลาออกไป ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทฯ จะไม่มีปัญหาเรื่องการขาดแคลนผู้ให้บริการเทอราพิสต์ในอนาคตด้วย ในปี 2566 อัตราการลาออกของผู้ให้บริการเทอราพิสต์ของบริษัทฯ อยู่ที่ประมาณ 8-10 % ซึ่งต่ำกว่าอัตราการ

ลาออกของผู้ให้บริการเทราพิสต์ของอุตสาหกรรมซึ่งอยู่ที่ 15-20% สาเหตุการลาออกส่วนใหญ่ คือ ป่วย ขราภาพ และกลับไปดูแลบิดา มารดา บุตรที่ต่างจังหวัด

ความเสี่ยงจากการถูกลอกเลียน เครื่องหมายการค้า

ด้วยบริษัทฯ ได้ประกอบกิจการนวดเพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ Let's Relax ซึ่งเป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางและเป็นแบรนด์ที่นิยมที่สุดหากเทียบกับอีก 4 แบรนด์ของบริษัทฯ โดยเฉพาะชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่ในทางกลับกันชื่อ Let's Relax นั้นเป็นชื่อที่ยังไม่สามารถนำไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ประเทศจีนได้ จึงมีผู้ประกอบการที่เมืองจีนนำแบรนด์ Let's Relax ไปใช้ในการประกอบกิจการ ซึ่งเมื่อบริษัทฯ ทราบเรื่องก็ได้ดำเนินการทางคดีไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงมีแนวโน้มที่จะมีผู้ประกอบการรายอื่นในประเทศจีนนำแบรนด์ Let's Relax ไปใช้ในการประกอบกิจการ

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของระบบบริหารจัดการความเสี่ยงทั้งองค์กรเพื่อสนับสนุนประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพให้ดียิ่งขึ้นตามกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM Framework) ประกอบกับ นโยบายการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management Policy) ซึ่งจัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง 3 ท่าน (คณะกรรมการฯ) ดังนี้

1. นางกอบบุญ ศรีชัย ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
2. นายภูมิพันธ์ บุญญาปมัย กรรมการบริหารความเสี่ยง
3. นายณรต วิวรรณกร กรรมการบริหารความเสี่ยงและหัวหน้าคณะทำงาน

ในปี 2566 ที่ผ่านมานั้น ได้มีการประชุมของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทั้งสิ้น 4 ครั้ง โดยการประชุมแต่ละครั้งนั้น คณะกรรมการฯ และหัวหน้าคณะทำงานบริหารความเสี่ยง (ฝ่ายจัดการ) ร่วมกันพิจารณาความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านปฏิบัติตามกฎหมาย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ และความเสี่ยงด้านทรัพยากร รวมทั้งโอกาสเกิดความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดขึ้นในแต่ละไตรมาส เพื่อประเมินความเสี่ยง และวางแผนรองรับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการประกอบธุรกิจ รวมทั้งได้มีการทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแลหลักการกำกับดูแลกิจการที่มีการปรับปรุง (หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (Corporate Governance Code 2017))

1. การประชุมของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ครั้งที่ 1

ในวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566

คณะกรรมการฯ ได้พิจารณารายงานสรุปความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของบริษัทฯ ในปี 2565 และร่วมกันพิจารณาผลการประเมินความเสี่ยงในไตรมาสที่ 1 ปี 2566 และมาตรการรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ เทียบเคียงผลดำเนินการจริง (Actual) จาก Business Plan (Budget) รวมถึงรับทราบสถานการณ์และพิจารณาแผนรองรับของบริษัทฯ ในการเปิดต้อนรับนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ก่อนโควิด-19 และโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 5

2. การประชุมของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ครั้งที่ 2

ในวันที่ 12 พฤษภาคม 2566

คณะกรรมการฯ ได้พิจารณารายงานสรุปความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2566 และร่วมกันพิจารณาผลการประเมินความเสี่ยงในไตรมาสที่ 2 และ 3 ปี 2566 รับทราบสถานการณ์และพิจารณาแผนบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ รวมถึงรับทราบความคืบหน้าของตลาดนักท่องเที่ยวจีนและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาเครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและนโยบาย

3. การประชุมของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ครั้งที่ 3

ในวันที่ 10 สิงหาคม 2566

คณะกรรมการฯ ได้พิจารณารายงานสรุปความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2566 และร่วมกันพิจารณาผลการประเมินความเสี่ยงในไตรมาสที่ 3 และ 4 ปี 2566 รับทราบตัวเลขนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคประเมินสถานการณ์จากเหตุการณ์บางตลาดไม่เป็นไปตามเป้า และรับทราบแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) ประจำปี 2567

4. การประชุมของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ครั้งที่ 4

ในวันที่ 10 พฤศจิกายน 2566

คณะกรรมการฯ ได้พิจารณารายงานสรุปความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 และร่วมกันพิจารณาผลการประเมินความเสี่ยงในไตรมาสที่ 4 ปี 2566 รับทราบสถานการณ์นโยบายฟรีซ่าของรัฐบาลในหลายดินแดน อินเดี รัสเซีย และคาซัคสถาน นโยบายดอกเบี้ย ผลกระทบจากการยกระดับสงครามในอิสราเอลและรับทราบสถานการณ์ของนักท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์กราดยิงที่สยามพารากอน โดยเฉพาะความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัย

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ทบทวนพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี เพื่อให้สามารถตอบรับกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต และจัดทำมาตรการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและแผนบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งหวังลดระดับความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ขององค์กรให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินธุรกิจจะเกิดผลสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน