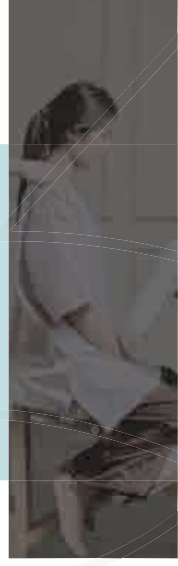


# 3

การขับเคลื่อนธุรกิจ  
เพื่อความยั่งยืน



## 3

# การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

## (รายงานความยั่งยืน)

### รายงานเนื้อหาส่วนหลัก

#### ข้อมูลบริษัท

##### ประวัติและลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) “บริษัท” หรือ “SPA” เดิมชื่อ “บริษัท บลูมิ่งสปา จำกัด” ก่อตั้งขึ้นในปี 2544 โดยกลุ่มครอบครัวอุตสาหกรรมจิต และกลุ่มครอบครัวจิรวรรณสถิตย์ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 3 ล้านบาท โดยเริ่มต้นประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ “Let’s Relax” ซึ่งมุ่งเน้นในการให้บริการสปาแบบเดย์สปา เป็นการให้บริการในระดับ 4 ดาว ในรูปแบบที่ผู้ใช้บริการใช้เวลาสั้นๆ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเข้ารับบริการ ประมาณ 1-2 ชั่วโมง

ในปี 2549 บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงช่องทางในการให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการการดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงได้ทำการขยายกิจการโดยการก่อตั้งสถาน ให้บริการสปาเพิ่มขึ้นภายใต้แบรนด์ “RarinJinda Wellness Spa” มุ่งเน้นการให้บริการแบบเวลเนสสปา เป็นสปาประดับ 5 ดาว มีมาตรฐานระดับชั้นนำ ผสมผสานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในวงการสปาเพิ่มมากขึ้นมีลักษณะ การให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการดูแลสุขภาพมากขึ้น และใช้เวลาในการรับบริการ ตั้งแต่ 1 ชั่วโมงครึ่งขึ้นไป

ในปี 2550 ได้ทำการก่อตั้งบริษัท สยามเวลเนสแล็บ จำกัด หรือ “SWL” เดิมชื่อ “บริษัท บลูมิ่งแล็บ จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อดำเนิน ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปา สุขภาพ และขนมขบเคี้ยว ภายใต้แบรนด์ “Blooming” สำหรับจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในปี 2551 บริษัทฯ ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 40 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในบริษัท และเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจจากการ ขยายสาขา

ในปี 2554 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดตั้งบริษัท สยามเวลเนส เอ็ดดูเคชั่น จำกัด หรือ “SWE” เดิมชื่อ “บริษัท บลูมิ่งสปา เอ็ดดูเคชั่น จำกัด” ด้วยทุน จดทะเบียน 1 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสถานศึกษาประเภทโรงเรียนเกี่ยวกับการ สอนนวดแผนไทยที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการโดยมี วัตถุประสงค์เพื่อฝึกอบรมพนักงานให้เป็นพนักงานบริการของบริษัทเพื่อรองรับ การขยายตัวของสาขาของ SPA

ในปี 2556 กลุ่มบริษัทได้ทำการปรับโครงสร้างการถือหุ้นเพื่อเตรียมเข้า จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด ได้ออกหุ้นเพิ่มทุนเพื่อเข้าซื้อหุ้นของบริษัท สยามเวลเนสรีสอร์ท เดิมชื่อ “บริษัท ระรินจินดา จำกัด” ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน ในปี 2558 บริษัทได้ดำเนินการซื้อกิจการ บ้านสวน มาสสาจ สปาระดับ 3 ดาว จำนวน 4 สาขา ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลเพื่อขยายตลาดสปา 3 ดาว ของบริษัทฯ

ในปี 2560 บริษัทฯ ได้ดำเนินการซื้อกิจการ บริษัท ไทเกอร์ อายส์ เทรดิง (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ไทเกอร์ อายส์ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด เพื่อขยาย ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และยกระดับโรงเรียนสอนนวด

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้แตกไลน์ธุรกิจเพิ่มคือ Stretch me by Let’s Relax สตูดิโอยืดคลายกล้ามเนื้อเพื่อสุขภาพ และ Face Care by Let’s Relax ศูนย์ปรนนิบัติผิวหน้าอย่างมืออาชีพ เพื่อตอบรับไลฟ์สไตล์ใหม่ ๆ ของกลุ่มผู้บริโภค

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคลที่มีฟังก์ชันในการผ่อนคลาย (Therapeutic Personal Care) ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ภายใต้แบรนด์ LRL – Let’s Relax Lifestyle

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 213.75 ล้านบาท แตกไลน์ธุรกิจเพิ่ม คือ Stretch me Clinic คลินิกกายภาพบำบัดและรีแบรนด์ Face Care by Let’s Relax เป็น Dr. Spiller Pure Skin Care Solutions นอกจากนี้ยังมี การขยายตลาด E-Commerce สำหรับสินค้า LRL – Let’s Relax Lifestyle และ Dr. Spiller

ในปี 2565 บริษัท สยามเวลเนสแล็บ จำกัด ได้จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ บริษัท สยามเวลเนส เอมารา จำกัด (SWA) โดยบริษัท สยามเวลเนส แล็บ จำกัด (SWL) (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท) ถือหุ้นร้อยละ 51.00 ร่วมกับ บริษัท เอมารา เอเชีย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 49.00 เพื่อดำเนินกิจการเกี่ยวกับการบำบัด และรักษาอาการนอนไม่หลับด้วยยา หรือสารสกัดที่ทำมาจากกัญชาและกัญชง รวมถึงการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกัญชาและกัญชงเพื่อช่วย รักษาอาการนอนไม่หลับหรือทำให้หลับได้ดีขึ้นด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท



ในปี 2566 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท สยามเวลเนส เอเมารา จำกัด (SWA) เป็น 11 ล้านบาท และเพิ่มการดำเนินงานธุรกิจเกี่ยวกับการบำบัดและรักษาในรูปแบบคลินิกโรคที่เกี่ยวข้องกับอาการนอนไม่หลับ ภายใต้ชื่อ “Sleep Labb Clinic (SLL Clinic)” โดยเน้นการให้บริการและผลิตภัณฑ์รักษาโรคที่เกี่ยวข้องกับอาการนอนไม่หลับหรือทำให้หลับได้ดีขึ้น

#### วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์การเติบโต

กลุ่มบริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท ได้กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อการขยายตัวและการเจริญเติบโตในอนาคตไว้ดังต่อไปนี้

#### วิสัยทัศน์

กลุ่มบริษัทมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจ คือ

“เราให้บริการด้านสุขภาพแบบองค์รวมที่เข้าถึงง่าย และมีความเป็นไทย เพื่อให้คนอยู่ดีมีสุขมากขึ้น”

กลุ่มบริษัทได้กำหนดพันธกิจในการดำเนินธุรกิจไว้ 4 ประการคือ

- เป็นองค์กรที่สร้างมาตรฐานของสปาไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และสร้างชื่อเสียงสปาไทยในระดับนานาชาติจนถึงระดับโลกต่อไป
- เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการประยุกต์การผสมผสานระหว่างศาสตร์ตะวันตกและไทยเพื่อให้การบริการของบริษัทฯ มีการพัฒนายิ่งขึ้น
- เป็นองค์กรที่ส่งเสริม และสนับสนุนให้พนักงานทุกส่วนมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ และเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้าต่อไป
- เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อข้อบังคับพื้นฐาน กฎหมาย โดยยึดการประกอบธุรกิจอย่างสุจริต เที่ยงตรง และมีจริยธรรม ตระหนักถึงผลกระทบต่อพนักงาน สภาพแวดล้อม และชุมชนเป็นสำคัญ

## เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

### ธุรกิจสปา และเวลเนส

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด(มหาชน) : SPA

บริษัท สยามเวลเนส เอมารา จำกัด : SWA

**พันธกิจ (MISSION) :** SPA และ SWA กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่จะขยายธุรกิจเพิ่มขึ้น โดยตั้งเป้าหมายต้องการเป็นผู้นำในธุรกิจสปาและเวลเนสของเอเชีย ซึ่งมีตราสัญลักษณ์ในใจของลูกค้า และต้องการขยายธุรกิจการให้บริการ การนวดและสปาเพื่อสุขภาพ สตูดิโอและคลินิกยืดคลายกล้ามเนื้อ เพื่อสุขภาพ คลินิกรักษาอาการนอนไม่หลับ เพื่อให้บริการครบทุกความต้องการของลูกค้าในกลุ่มเป้าหมาย โดยบริษัทได้แบ่งแยกตามแบรนด์ในการให้บริการ ตั้งแต่ลูกค้าระดับบนที่มีเวลาในการเข้ารับบริการ และกำลังการซื้อสูง จนถึงลูกค้าที่มีเวลาจำกัด กำลังซื้อน้อย เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคครบทุกความต้องการ โดยเน้นให้พนักงานของบริษัทผ่านการฝึกอบรมที่ดีจากบริษัทในการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าประทับใจและเกิดการใช้บริการซ้ำ รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และทำการสร้างฐานลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อให้รายได้ของสปาทุกสาขาเติบโตอย่างต่อเนื่อง และส่งผลให้ผลกำไรสุทธิเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต

### ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร

บริษัท สยามเวลเนสรีสอร์ท จำกัด : SWR

**พันธกิจ (MISSION) :** SWR กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจโรงแรม และร้านอาหาร โดยในส่วนของโรงแรมมุ่งเน้นการเพิ่มอัตราการเข้าพักและรายได้เฉลี่ยต่อคืนจากลูกค้าให้มากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์การจัดจำหน่ายห้องพัก การจัดประชุมสัมมนาในห้องภัตตาคารเอกชนและภาครัฐ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาล สำหรับธุรกิจร้านอาหาร SWR มีแผนที่จะเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้าและรายได้เฉลี่ยต่อปีให้มากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์และจัดการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เพื่อเป็นการช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ SWR ให้มากขึ้น

### ธุรกิจผลิตภัณฑ์และไลฟ์สไตล์

บริษัท สยามเวลเนสแล็บ จำกัด : SWL

**พันธกิจ (MISSION) :** SWL กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปา และผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคลที่มีฟังก์ชันในการผ่อนคลาย ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ โดยมีเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับตลาดในประเทศมุ่งเน้นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปในสถานประกอบการสปาที่จัดตั้งในโรงแรม จำหน่ายสินค้าในร้านสปาระดับกลางในห้างสรรพสินค้า การจัดจำหน่ายสินค้าเป็นสินค้าของขวัญช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ และเทศกาลอื่น ๆ เป็นต้น สำหรับตลาดต่างประเทศ SWL มีเป้าหมายในการจัดหาตัวแทนจัดจำหน่ายเพิ่มเติม การจัดส่งสินค้าไปจำหน่ายในสถานประกอบการธุรกิจสปาในโรงแรมชั้นนำของต่างประเทศเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ SWL มากขึ้น และสร้างโอกาสทางธุรกิจให้มีโอกาสขยายตัว และมีการเจริญเติบโตในอนาคตอย่างต่อเนื่อง

### ธุรกิจโรงเรียน

บริษัท สยามเวลเนส เอ็ดดูเคชั่น จำกัด : SWE

**พันธกิจ (MISSION) :** SWE กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนนวดแผนไทย โดยเน้นการฝึกอบรมพนักงานเพื่อรักษามาตรฐาน และสอนผู้ที่สมัครเข้าทำงานเป็นพนักงานเทอราพิสต์ของบริษัทและรองรับในการเปิดสาขาของ SPA ในอนาคต ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของ SPA ในอนาคต

### ธุรกิจนำเข้าผลิตภัณฑ์

บริษัท ไทเกอร์ อายส์ เทรดิง(ประเทศไทย) จำกัด : TGT

**พันธกิจ (MISSION) :** TGT กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผิวกาย ผลิตภัณฑ์ลดกระชับสัดส่วน ผลิตภัณฑ์แว็กซ์ ผลิตภัณฑ์ทำเล็บ ผ้าห่มไอร้อน แผ่นรองเตียงนวด เครื่องมือยกกระชับใบหน้าและอุปกรณ์ลดสัดส่วนกระชับเรื้อนร่าง โดยจำหน่ายให้ร้านเสริมสวย สถานเสริมความงาม คลินิกความงาม โรงพยาบาล และสปาทั่วประเทศไทย ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของ SWL ในอนาคต

**ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ**

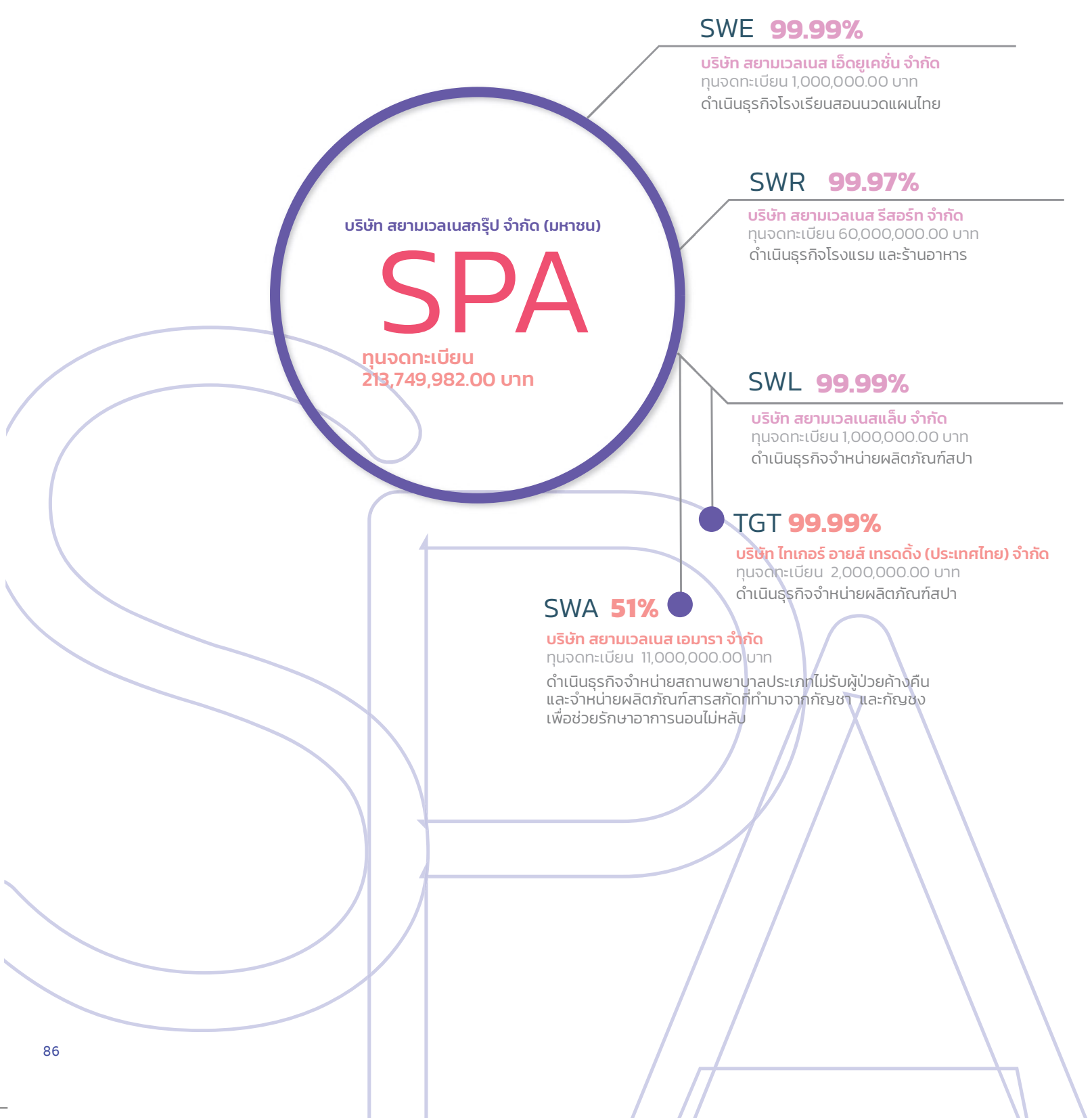
บริษัทฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การเติบโตของธุรกิจ โดยต้องการยกระดับองค์กรให้เป็นผู้นำด้านธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในภูมิภาคอาเซียน และมุ่งมั่นสู่ผู้นำด้านธุรกิจเวลเนสในอนาคต โดยมีสาขาของแบรนด์ในเครือสยามเวลเนสกรุ๊ป ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ขยายธุรกิจไปยังภูมิภาคอาเซียนและเอเชียในอนาคต โดยมุ่งเน้นสร้างสรรค์แบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับ มีมาตรฐานการบริการ และคุณภาพการบริการเป็นสำคัญ

**ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร**

การสร้างความแตกต่างในด้านคุณภาพและผลิตภัณฑ์จากโรงแรมและร้านอาหารในบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ เน้นการให้บริการสำหรับผู้รักและใส่ใจสุขภาพ บริการแบบครบครันแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย คือยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารของ SWR

**ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ**

ผลิตภัณฑ์ LRL และ Dr. Spiller มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้าน Everyday Lifestyle Therapeutic Products & Natural Beauty Products ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ (Natural Products) ที่คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง ไม่มีสารตกค้างที่เป็นอันตรายใด ๆ เพื่อนำไปเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์จนได้ผลิตภัณฑ์สมบูรณ์แบบที่พร้อมจะให้การผ่อนคลายทั้งกายและจิตใจ อุดมด้วยคุณค่าสมุนไพรไทย และกลิ่นที่บำบัดจากน้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์ ในรูปแบบที่หลากหลาย เป็นส่วนผสมที่กลมกลืนเข้ากันอย่างลงตัวระหว่างศาสตร์ตะวันออกและตะวันตก ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภครุ่นใหม่



## ขอบเขตการรายงาน

รายงานการพัฒนาความยั่งยืน ประจำปี 2566 ของ บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ “SPA” ดำเนินธุรกิจสปา เวลเนส และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 4 หมวดธุรกิจ 1. ธุรกิจสปา • เดย์สปาและเวลเนส สปา “ระรินจินดาเวลเนส สปา” สปะระดับ 5 ดาว, “เล็ทส์ รีแล็กซ์” สปะระดับ 4 ดาว และ “บ้านสวนมาสสาจ” สปะระดับ 3 ดาว • สตูดิโอและคลินิกยืดคลายกล้ามเนื้อ “Stretch me by Let’s Relax” สตูดิโอยืดคลายกล้ามเนื้อเพื่อสุขภาพ และ “Stretch me Clinic” คลินิกกายภาพบำบัดครบวงจร • นวดหน้า “Dr. Spiller Pure Skin Care Solutions” ศูนย์ปรนนิบัติผิวหน้า และ “Sleep Labb Clinic (SLL Clinic)” คลินิกรักษาอาการนอนไม่หลับ 2. ธุรกิจรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ และร้านอาหาร “ระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ท”, “ระริน วิลล่าส์”, ร้านอาหาร “Deck One” และ “โอบ คาเฟ่ แอนด์ มील” 3. ธุรกิจผลิตภัณฑ์สปา “LRL (Let’s Relax Lifestyle)” และ “Dr. Spiller” 4. ธุรกิจโรงเรียน โรงเรียนสอนนวดแผนไทยและสปาสยามเวลเนส

สถานประกอบการสปา สำนักงานใหญ่ 1 แห่ง สาขาสปา 70 แห่ง

ในสายธุรกิจ (Business Unit) สายธุรกิจ 1. Spa & Wellness สายธุรกิจ 2. Hotel & Restaurant สายธุรกิจ 3. Spa Product สายธุรกิจ 4. Spa Academy



### สถานประกอบการสปา

สำนักงานใหญ่  
**1**

สาขาสปา  
**70**

### ในสายธุรกิจ (BUSINESS UNIT)

- สายธุรกิจ 1 : SPA & WELLNESS
- สายธุรกิจ 2 : HOTEL & RESTAURANT
- สายธุรกิจ 3 : SPA PRODUCT
- สายธุรกิจ 4 : SPA ACADEMY







การบริหาร  
ปัจจัยการผลิต

- การผลิตวัตถุดิบโดยคู่ค้า
- การขนส่งวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์/เครื่องมือ/เครื่องจักร มายังบริษัท
- การจัดเก็บวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์ ที่มาจากคู่ค้า
- การขออนุญาตสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ



การปฏิบัติการ

- การประกอบกิจการหลัก (ได้แก่ กิจการการโรงแรม นำเที่ยว ขนส่ง)
- การให้บริการ (ได้แก่ พื้นที่จำหน่ายสินค้า จำหน่ายสินค้า บริการทางการแพทย์ บริการเฉพาะด้าน)
- บริการสนับสนุน เช่น ห้องอาหาร ซักรีด ร้านค้า



การกระจายสินค้า  
และบริการ

- การจัดการคลังสินค้า การจัดการพนักงานผู้ให้บริการ
- การจัดการข้อมูล การจัดเก็บและการกระจายสินค้า และบริการ



การตลาด  
และการขาย

- การโฆษณา ประชาสัมพันธ์
- โปรแกรมการส่งเสริมการตลาด
- การสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการสู่ลูกค้าหรือผู้บริโภค



การบริการ  
หลังการขาย

- การเปิดช่องทางการให้บริการลูกค้าหลังการขายสินค้า หรือหลังการให้บริการ
- การเปลี่ยนสินค้า การรับประกันสินค้า การเรียกคืนสินค้า การส่งต่อการให้บริการ

### กิจกรรมสนับสนุน

#### การจัดซื้อจัดจ้าง

การจัดหา (sourcing)  
จัดซื้อ จัดจ้าง (procurement)

#### การพัฒนาเทคโนโลยี

การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่  
การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม

#### การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

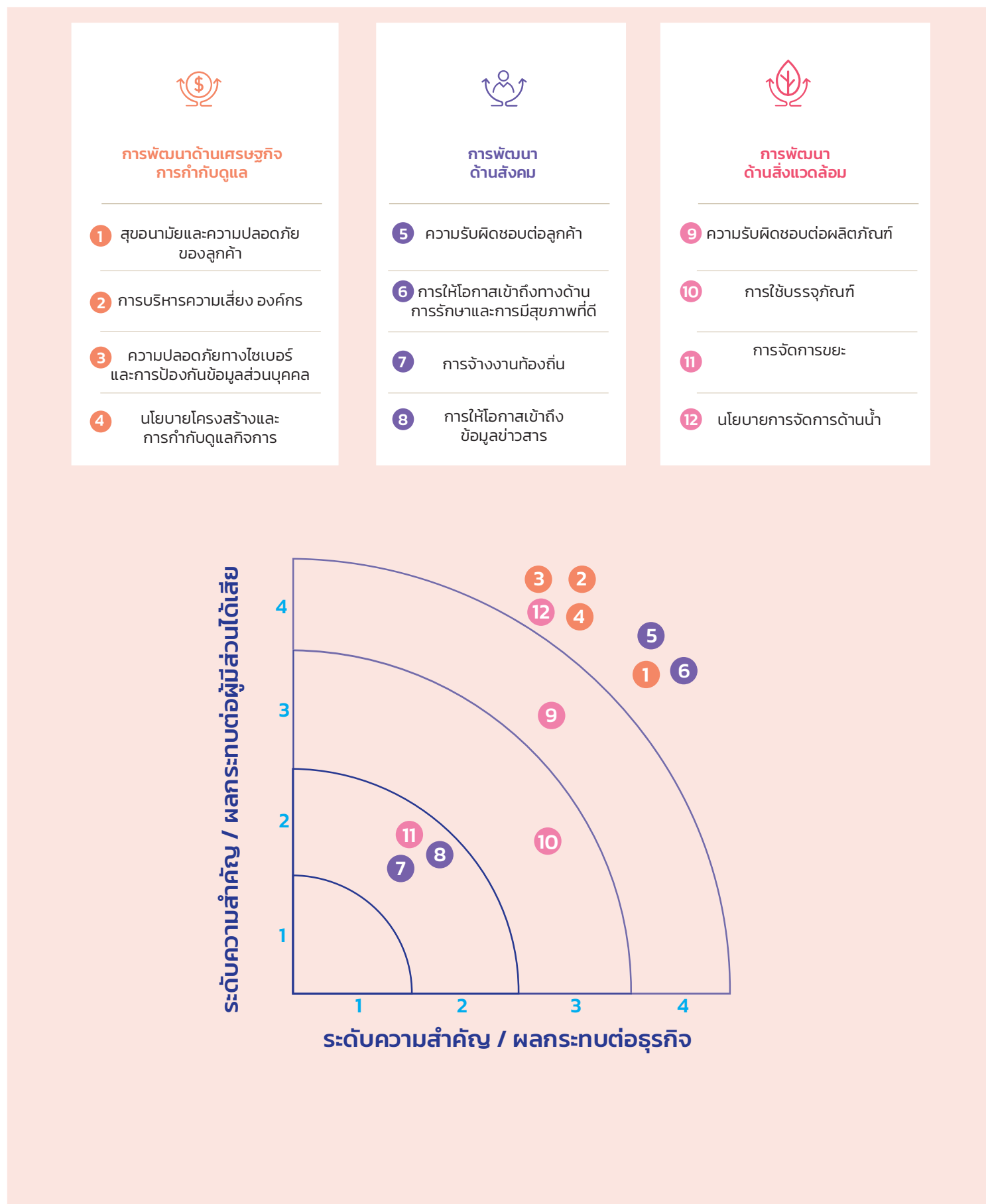
การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การรักษา  
และสรรหาบุคลากร

#### ชุมชนสัมพันธ์

กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์

## นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน

SPA ได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตมั่นคงยั่งยืนครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการนำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้ามาเป็นแกนหลักในกระบวนการดำเนินงานทุกขั้นตอน มุ่งเน้นการยกระดับการให้ความสำคัญด้านความยั่งยืนในทุกมิติของ Value Chain เน้นเพิ่มมูลค่าในกิจกรรมที่อยู่ในกระบวนการให้บริการและขายสินค้า (In-process Activities) โดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในกระบวนการ โดยมีคณะทำงานภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการธรรมาภิบาลเป็นผู้สร้างแนวปฏิบัติกำกับการดำเนินการ โดยวางกรอบและเป้าหมายในการขับเคลื่อนความยั่งยืนใน 3 ด้านคือ





### มิติด้านเศรษฐกิจ การกำกับดูแล

สุขอนามัยและความปลอดภัย ของลูกค้า	มุ่งเน้นสร้างสรรค์สถานประกอบการให้เป็นพื้นที่ที่มีสุขอนามัยที่ดีและปลอดภัยสำหรับลูกค้า โดยเสริม มาตรการสุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันภายใต้มาตรการ <i>A Place you can trust</i>
การบริหารความเสี่ยงองค์กร	มุ่งเน้นการสร้างองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนประเมินความเสี่ยงขององค์กรอย่างสม่ำเสมอด้วยข้อมูล การวิเคราะห์และการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และ การป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล	มุ่งเน้นสร้างสรรค์องค์กรให้มีความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีคณะทำงาน ที่ติดตามและอัปเดตความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามข้อกำหนด และนโยบายการปฏิบัติ
นโยบายโครงสร้างและ การกำกับดูแลกิจการ	มุ่งเน้นการสร้างองค์กรให้สามารถดำเนินกิจการภายใต้โครงสร้างองค์กรที่มีเสถียรภาพ ให้มีความสำคัญ กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด โดยยึดถือนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี



### มิติสังคม

ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	มุ่งเน้นสร้างสรรค์สถานประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าตลอดกระบวนการ โดยเน้นการให้บริการ ที่เป็นมาตรฐาน บริการที่เป็นมิตร สถานที่สะอาด ถูกสุขอนามัย ในราคาที่เหมาะสม ให้ความสำคัญในเรื่อง ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป็นสำคัญ
การให้โอกาสเข้าถึงทางด้าน การรักษาและการมีสุขภาพที่ดี	การให้โอกาสเข้าถึงทางด้านการรักษาและการมีสุขภาพที่ดี มุ่งเน้นการสร้างองค์กรที่ใส่ใจในสุขภาพของพนักงานและลูกค้าโดยมีสวัสดิการด้านสุขภาพครอบคลุม ที่เหมาะสม เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในการทำงาน
การจ้างงานท้องถิ่น	มุ่งเน้นการจ้างงานบุคลากรในท้องถิ่น เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ซึ่งสามารถต่อยอดสู่ การพัฒนาชุมชน
การให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร	มุ่งเน้นการสร้างองค์กรที่ให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียม เพื่อการทำงานและการตัดสินใจได้ครบถ้วน



### มิติสิ่งแวดล้อม

ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์	นำเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ส่งมอบความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้บริการกับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ
การใช้บรรจุภัณฑ์	มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมสร้างสรรค์สินค้าและบริการคุณภาพ โดยใช้บรรจุภัณฑ์ ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้ 3 R (Reduce, Reuse, Recycle)
การจัดการขยะ	มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม ดูแล และบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ
นโยบายการจัดการด้านน้ำ	มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม ดูแล และบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ สร้างองค์กรที่ให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียม เพื่อการทำงานและการตัดสินใจได้ครบถ้วน



## ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย การสานสัมพันธ์และการตอบสนองการระบุประเด็นสำคัญและการจัดลำดับความสำคัญ

SPA ได้กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ โดยมีช่องทางในการสื่อสาร เพื่อรับฟังความคิดเห็น ความคาดหวัง นำไปสู่การพัฒนากระบวนการเพื่อตอบสนองต่อข้อคิดเห็น และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

### กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (เฉพาะ 3 ระดับที่มีความสำคัญ)



#### พนักงาน (employee)

##### ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท กับผู้มีส่วนได้เสีย (สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

- ประชุม Weekly, Monthly ในแต่ละส่วนงาน
- การประเมินผลการดำเนินงาน ประจำปีของพนักงาน
- การตรวจสอบการทำงานภายในองค์กร (Internal Audit)
- จัดทำ Employee Engagement Survey ระหว่างพนักงาน
- ช่องทาง Email/Line ของ HR ในเรื่องของการรับข้อร้องเรียนของพนักงาน

##### ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน / ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

- ประเด็นที่ 1
  - ค่าตอบแทน สวัสดิการ การปรับเงินเดือน ประจำปี
- ประเด็นที่ 2
  - โอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงานการทำงาน
- ประเด็นที่ 3
  - การพัฒนาทักษะต่าง ๆ ในการทำงาน
- ประเด็นที่ 4
  - การสร้างคุณค่าพนักงานให้มีสิทธิเท่าเทียมกัน
- ประเด็นที่ 5
  - ความสุขในการทำงานร่วมกันของพนักงาน

##### การตอบสนองของบริษัท ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

- ประเด็นที่ 6
  - พัฒนาแผนการยกระดับทักษะและความรู้ความสามารถของพนักงาน
- ประเด็นที่ 7
  - นำข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานมาวิเคราะห์และจัดทำแผนงานเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงาน


**คู่ค้าที่ส่งมอบสินค้า/วัตถุดิบ (supplier)**
**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

- การประชุมหรือคุยโทรศัพท์การประเมินผล supplier

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1**
- ประเภทและราคาสินค้าและบริการ
- ประเด็นที่ 2**
- คุณภาพสินค้าและบริการ
- ประเด็นที่ 3**
- การจัดการขนส่งถูกต้องและตรงเวลา
- ประเด็นที่ 4**
- ตรงกับความต้องการหรือไม่
- ประเด็นที่ 5**
- การพัฒนาสินค้าและบริการ

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6**
- กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและยุติธรรม และตรวจสอบได้


**ผู้ให้บริการหรือผู้รับเหมา (service provider)**
**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

- On-site, ผ่านผู้จัดการ, LINE

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1**
- ค่าตอบแทน
- ประเด็นที่ 2**
- Scope of Service
- ประเด็นที่ 3**
- Other Benefits (e.g Insurance, Accommodation etc.)

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6**
- ดูแลใส่ใจพนักงานเหมือนคนในครอบครัว เพื่อสร้างความภักดีต่อองค์กรผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
- ประเด็นที่ 7**
- กำหนดมาตรการช่วยเหลือพนักงานที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19


**ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (specialist)**
**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

- Face to Face, E-mail

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1**
- ค่าปรึกษา / ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6**
- ดูแลใส่ใจพนักงานเหมือนคนในครอบครัว เพื่อสร้างความภักดีต่อองค์กรผ่านกิจกรรมต่างๆ
- ประเด็นที่ 7**
- กำหนดมาตรการช่วยเหลือพนักงานที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19


**ลูกค้า (customer and consumer)**
**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

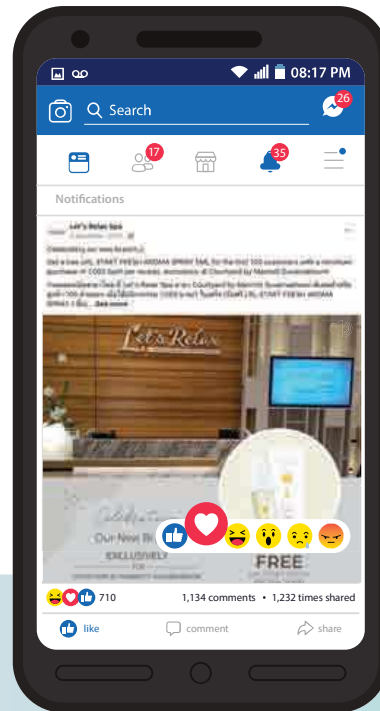
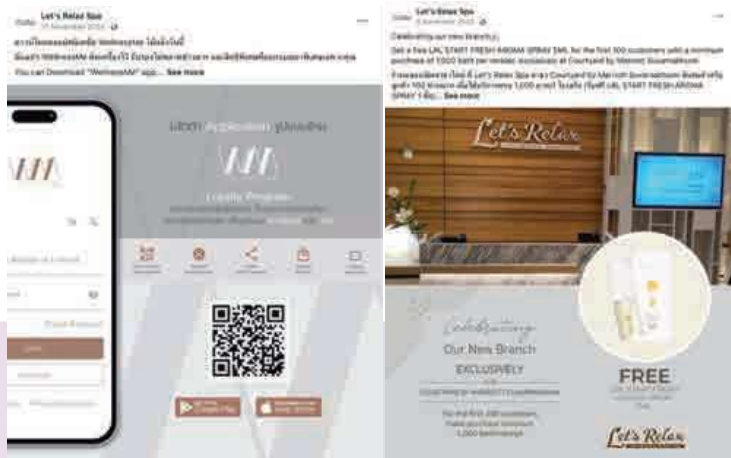
- Offline (POSM โปสเตอร์ในห้าง สื่อทีวี วิทยู ฯลฯ) และ Online (E-mail, Website, Social Media, Line OA,)

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1**
- ข้อมูลสินค้า / บริการ
- ประเด็นที่ 2**
- โปรโมชั่น / รายการส่งเสริมการขาย
- ประเด็นที่ 3**
- รายการสะสมคะแนน / เมมเบอร์

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6**
- นำเสนอการบริการที่ประทับใจด้วยเอกลักษณ์
- ประเด็นที่ 7**
- ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป็นสำคัญ



**ชุมชน (community)**

**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

- On-site, Press Release, Social Media

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1**
- นโยบายเรื่องสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชน  
ของบริษัทฯ
- ประเด็นที่ 2**
- กิจกรรมด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชน  
ของบริษัทฯ

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6**
- ส่งเสริม พัฒนา และสร้างสัมพันธ์อันดีต่อ  
ชุมชนและสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันอย่างมี  
คุณค่าและยั่งยืน
- ประเด็นที่ 7**
- สร้างรายได้สู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม  
เพื่อให้เศรษฐกิจของชุมชนเติบโต



**สังคม (SOCIETY)**

**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

- On-site, Press Release, Social Media

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1**
- นโยบายเรื่องสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชนของ  
บริษัทฯ
- ประเด็นที่ 2**
- กิจกรรมด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชน  
ของบริษัทฯ

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6**
- แบ่งปันความรู้เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง  
และ เติบโตไปพร้อมกับธุรกิจของบริษัทฯ



**คู่แข่ง (competitor)**

**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

- Online channels เช่น Website บริษัทฯ,  
Facebook, Instagram, Line
- Offline channels เช่น Annual report,  
56-1, งบการเงิน

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1**
- ข้อมูลสินค้า / บริการ
- ประเด็นที่ 2**
- การแข่งขันที่เป็นธรรม

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6**
- ร่วมระดมสมองในรูปแบบสมาคมสมาพันธ์  
เพื่อผลักดันประโยชน์สู่ธุรกิจภาพรวม เช่น  
นโยบายส่งเสริม ฯลฯ



**พันธมิตรทางธุรกิจ (BUSINESS PARTNER)**

**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

- Online channels เช่น Website บริษัท, Facebook, Instagram, Line
- Offline channels เช่น โทรศัพท์

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1
- ข้อมูลสินค้า / บริการ
- ประเด็นที่ 2
- Business Plan
- ประเด็นที่ 3
- Collaboration Plan

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6
- แบ่งปันความรู้เพื่อสร้างวงจรธุรกิจที่แข็งแกร่ง และ เต็มไปด้วยพันธมิตรกับธุรกิจของบริษัท



**เจ้าหนี้ (CREDITOR)**

**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

- Offline channels เช่น โทรศัพท์

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1
- ข้อมูลสินค้า / บริการ
- ประเด็นที่ 2
- ข้อมูลทางการเงิน
- ประเด็นที่ 3
- ระเบียบวิธีปฏิบัติในการเป็นคู่ค้า

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6
- ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนดการชำระ เงินไขการค้า ฯลฯ



**ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน (shareholder and investor)**

**ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)**

- Report, AGM, Opportunity Day, โทรศัพท์, Online (IRSection Website, เว็บไซต์หลักทรัพย์, สื่อด้านหุ้น)

**ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ**

- ประเด็นที่ 1
- ผลประกอบการบริษัทฯ
- ประเด็นที่ 2
- MD&A
- ประเด็นที่ 3
- Business Plan
- ประเด็นที่ 4
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณในการดำเนินกิจการ

**การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม**

- ประเด็นที่ 6
- นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทฯ ที่ถูกต้อง



## สื่อมวลชน (media)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

- Press Release, สัมภาษณ์

ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

- ประเด็นที่ 1
- ประเด็นข่าว  
ผลกระทบต่อประเด็นข่าว

การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

- ประเด็นที่ 6
- นำเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการและ  
ผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง



## หน่วยงานกำกับดูแลท้องถิ่นและภาครัฐ (government authority)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

- ติดต่อสอบถามประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง  
เป็นการติดต่อสองด้าน

ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

- ประเด็นที่ 1
- ดำเนินการให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด  
การกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณ  
ในการดำเนินกิจการ

การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

- ประเด็นที่ 6
- ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ  
ที่ถูกต้อง



## องค์กรอิสระ (NGO)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท  
กับผู้มีส่วนได้เสีย  
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

- Face to Face, E-mail

ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ  
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /  
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

- ประเด็นที่ 1
- คำปรึกษา / ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

การตอบสนองของบริษัท  
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

- ประเด็นที่ 6
- ให้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทฯ ที่ถูกต้อง







## การระบุประเด็นสำคัญ

การทำความเข้าใจประเด็นที่มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นสิ่งสำคัญสำหรับอนาคตที่ยั่งยืนของ SPA

SPA ได้นำประเด็นความเสี่ยงที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจขนาดและสปาเพื่อสุขภาพ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องและประเด็นสำคัญจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย จากกระบวนการมีส่วนร่วมมาศึกษาเปรียบเทียบกับประเด็นความยั่งยืนของธุรกิจท่องเที่ยวและสุขภาพ (Tourism & Wellness) ที่ธุรกิจในอุตสาหกรรมใกล้เคียงในภูมิภาคให้ความสำคัญ โดยมีการดำเนินการวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ และประเด็นที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ รวม 12 ประเด็น โดยแบ่งเป็น 3 ลำดับคือ ความสำคัญสูง ความสำคัญกลาง และความสำคัญต่ำดังนี้

ลำดับ	ตัวชี้วัด	ขอบเขตภายใน	ขอบเขตภายนอก
<b>ความสำคัญสูง</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• % จำนวนร้องเรียน</li> <li>• จำนวนเคลมประกันอุบัติเหตุ</li> </ul>	●	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรับผิดชอบต่อลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• % จำนวนร้องเรียน</li> <li>• ผลวัดคะแนนความพึงพอใจ</li> <li>• อัตราการใช้บริการซ้ำในรอบ 6 เดือน</li> </ul>	●	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>• การให้โอกาสเข้าถึงด้านการรักษาและการมีสุขภาพที่ดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ</li> </ul>		●
<ul style="list-style-type: none"> <li>• การบริหารความเสี่ยงองค์กร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การประเมินความเสี่ยงประจำไตรมาส</li> <li>• ผลกระทบกับผลการดำเนินงานของบริษัท (รายได้, กำไร)</li> </ul>	●	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การประเมินความเสี่ยงประจำไตรมาส</li> <li>• ผลกระทบกับผลการดำเนินงานของบริษัท (รายได้, กำไร)</li> </ul>	●	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>• นโยบายโครงสร้างและการกำกับดูแลกิจการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จำนวนการปฏิบัติตามกฎ เกณฑ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดและจำนวนผู้มีส่วนได้เสียร้องเรียน</li> </ul>	●	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>• นโยบายการจัดการน้ำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จำนวนการวัดคุณภาพน้ำเป็นไปตามที่กำหนด</li> </ul>	●	
<b>ความสำคัญกลาง</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์</li> <li>• การใช้บรรจุภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• % negative complaint ต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท</li> <li>• % การใช้นวัตกรรมการใช้บรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ</li> </ul>	●	●
<b>ความสำคัญต่ำ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การจ้างงานท้องถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีการจ้างงานท้องถิ่นมากกว่า 50% ในสาขาต่างจังหวัด</li> </ul>	●	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>• การให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จำนวนผู้ visit กด like กด share ผ่าน online channels ต่าง ๆ</li> </ul>	●	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• การจัดการขยะ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ปริมาณขยะน้อยลง และมีการแยกประเภทขยะ</li> </ul>	●	

## ผลการดำเนินงานและตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน



### ด้านเศรษฐกิจ

#### ประเด็นที่ 1 ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล การบริหารประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



#### ความสำคัญของประเด็น

- ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล
- พ.ร.บ. คื้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ที่มีผลบังคับใช้ในปี 2565 และบริษัทตระหนักถึงความสำคัญและจำเป็นต่อ พ.ร.บ. ดังกล่าว
  - มีความเสี่ยงหากข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหลออกไปทั้งต่อบริษัทและลูกค้า

#### ความเสี่ยง

หากไม่ปฏิบัติตามอาจเกิดโทษทางแพ่ง โทษทางอาญา และโทษทางปกครองกับทางบริษัทฯ

#### นโยบาย: นโยบายจัดการ

คำประกาศนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มบริษัท การเก็บรักษา ใช้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่บริษัทเก็บไว้ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ท่านสามารถเข้าไปศึกษารายละเอียดของนโยบายได้ที่ [www.siamwellnessgroup.com](http://www.siamwellnessgroup.com)

#### แผนงานหรือวิธีการจัดการประเด็น

- จัดตั้งคณะทำงานเรื่อง PDPA
- วางโครงสร้างของข้อมูลส่วนบุคคล และระบบความปลอดภัยของข้อมูล
- ร่างนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- นำไปปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายที่ได้ประกาศไว้

#### ทรัพยากร

- ผู้รับผิดชอบ :
  - > เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO)
  - > ผู้จัดการฝ่ายไอที
- การลงทุน :
  - > ลงทุนระบบบริหารข้อมูลส่วนบุคคล
  - > ลงทุนห้องจัดเก็บเอกสารที่ได้มาตรฐาน
- อื่น ๆ

#### กระบวนการติดตาม

ผลการดำเนินงานและการแก้ไข จะมีการสุ่มตรวจโดยตัวแทนคณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท ซึ่งจะทำการสุ่มตรวจการเก็บรวบรวม ใช้ เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของแต่ละแผนกว่าได้มีการปฏิบัติตามนโยบายที่ได้วางไว้หรือไม่ หากไม่เป็นไปตามที่กำหนดก็จะมีแผนกที่รับผิดชอบกลับไปแก้ไขให้ถูกต้อง

### เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

#### เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามนโยบาย PDPA อย่างเคร่งครัด 100% ภายใน 3 ปี
- ปฏิบัติตามนโยบายครบ 100% ภายในปี 2566
- ป้องกันการรั่วไหลข้อมูลสำคัญของ ผู้มีส่วนได้เสียใน PDPA

#### เป้าหมายรายปี

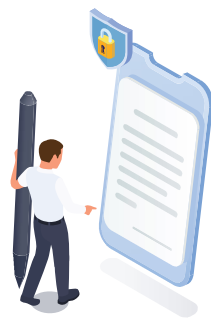
- %การปฏิบัติตามข้อกำหนดนโยบาย ประเมินโดยหน่วยงานตรวจสอบ ภายใน และ/หรือ ผู้ตรวจสอบภายใน

#### ผลการดำเนินงาน 3 ปีย้อนหลัง

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามนโยบาย PDPA อย่างเคร่งครัด 80% ภายใน 2565

โครงการที่น่าสนใจ

# PDPA Knowledge Sharing



### วัตถุประสงค์โครงการ :

จัด Knowledge Sharing ให้ผู้บริหารและพนักงาน ได้ทบทวนระบบคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

### เป้าหมาย รายละเอียดโครงการ :

- ช่วงดำเนินการ : ปี 2566
- ผู้รับผิดชอบ : ทีมตรวจสอบภายใน
- วิธีการดำเนินงาน : จัด Knowledge Sharing ทบทวนความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกับทุกแผนกที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล



### ผลสำเร็จของโครงการ :

> จำนวนผู้เข้าร่วม 300 คน (สำนักงานใหญ่และสาขา)

> ผู้ได้รับการมอบหมายมีความเข้าใจระบบ PDPA และปฏิบัติตามคู่มือได้ครบถ้วนและภายในเวลาที่กำหนดตามพ.ร.บ.

# 300 คน





## ประเด็นที่ 1 การให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และความรับผิดชอบต่อลูกค้า การบริหารประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

### ความสำคัญของประเด็น

การสร้างสรรค์สถานประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าตลอดกระบวนการเป็นอีกแนวทางปฏิบัติที่บริษัทยึดถือปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทเล็งเห็นความสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมและครบถ้วน เพื่อการทำงานและการตัดสินใจได้ครบถ้วนอีกทั้งยังช่วยลด Turn Over ของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### เป้าหมาย

บริษัทมีเป้าหมายในการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและระบบการสื่อสารภายใน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น

### นโยบาย

บริษัทมีการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

### แผนงานหรือวิธีการจัดการประเด็น

- บริษัทมุ่งเน้นในการพัฒนาระบบเพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน เช่น คู่มือปฏิบัติงาน แนวทางการปฏิบัติการ ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลโปรโมชั่น ฯลฯ เพื่อให้เกิดการทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ รวมไปถึงระบบสวัสดิการต่าง ๆ ให้สามารถใช้ได้ง่ายและสะดวก

### ทรัพยากร

- ผู้รับผิดชอบ :
  - > แผนก IT
  - > ผู้จัดการ / ผู้จัดการสาขา
  - > พนักงานระดับปฏิบัติการ
- การลงทุน :
  - > ระบบสารสนเทศ
- อื่น ๆ

### กระบวนการติดตาม

- ผลการดำเนินงานและการแก้ไข
- มีการจัดทำระบบสารสนเทศ
  - มีการอัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ
  - มีการตรวจเช็คอย่างสม่ำเสมอ

## เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

### เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

- มีการสื่อสารที่เข้าถึงพนักงานทุกระดับ
- มีการใช้ระบบสารสนเทศให้เป็นประโยชน์ระดับองค์กรและระดับพนักงาน

### ผลการดำเนินงาน 3 ปีย้อนหลัง

- มุ่งเน้นเพิ่มความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน

## โครงการที่น่าสนใจ ระบบ SWG Prompt

### ● วัตถุประสงค์โครงการ :

เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลจากส่วนต่าง ๆ เพื่อใช้ในการบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมไปถึงการเข้าถึงระบบสวัสดิการต่าง ๆ (การลา และ Incentive) ที่ง่ายและสะดวก

### ● เป้าหมาย

#### รายละเอียดโครงการ :

ช่วงดำเนินการ : ปี 2566

ผู้รับผิดชอบ :

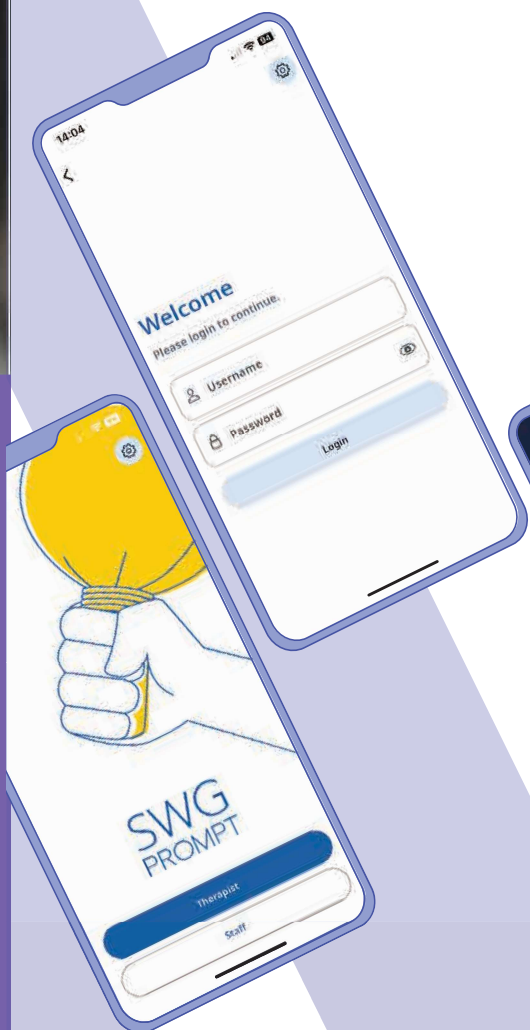
- > IT Team (ผู้พัฒนาระบบ)
- > HR Team
- > ผู้จัดการ / ผู้จัดการสาขา
- > พนักงานระดับปฏิบัติการ

วิธีการดำเนินงาน :

- > มีการจัด Training การใช้ SWG Prompt แก่พนักงานทุกสาขา
- > มีการจัดทำคู่มือการใช้งานให้แก่ผู้บริหาร / ผู้จัดการ / พนักงานเพื่อทบทวนและสามารถใช้ระบบได้ครบถ้วน

### ● ผลสำเร็จของโครงการ :

- > พนักงานทุกคนสามารถใช้งานระบบ SWG Prompt ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- > เมื่อเปลี่ยนมาใช้ระบบ SWG Prompt ช่วยลดโอกาสในการเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ เช่น ข้อมูลโปรโมชัน ขั้นตอนการให้บริการ ขั้นตอนการทำงาน ฯลฯ





## ด้านสิ่งแวดล้อม

### ประเด็นที่ 1

#### ความสำคัญของประเด็น

ในทุก ๆ ปีบริษัทฯ ได้มีการใช้ทรัพยากรที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสังคม ปัจจุบันผู้บริโภคมีความใส่ใจในธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและด้านความยั่งยืน

#### นโยบาย

Let's Relax Spa Goes Green

#### แผนงานหรือวิธีการจัดการประเด็น

- คณะทำงาน CSR ได้ประชุมร่วมกับผู้เกี่ยวข้อง อาทิ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายการตลาด
- ลิสต์วัสดุต่าง ๆ ที่ไม่ Eco-Friendly
- จัดทำ Alternative Packaging พร้อม Spec และราคา
- จัดซื้อและเริ่มเปลี่ยนในทุกสาขา
- สื่อสารให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทราบ

#### ทรัพยากร

- ผู้รับผิดชอบ :
  - > ผจก ฝ่ายปฏิบัติการ
  - > ผจก ฝ่ายจัดซื้อ
  - > ผจก แผนกการตลาด
- การลงทุน :
  - > Purchase / Production Alternative Packaging
- อื่น ๆ

#### กระบวนการติดตาม

- ผลการดำเนินงานและการแก้ไข**
- ติดตามการทำงานของสาขาว่ามีผลกระทบต่อปฏิบัติการหรือไม่
  - สอบถามความพึงพอใจลูกค้า
  - ดู Social Listening
  - ดูยอดสั่งซื้อพลาสติกที่ลดลง

#### เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

##### เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

- ลดการใช้วัสดุที่ใช้ในกระบวนการให้บริการลูกค้าที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมลดลง 50% ภายใน 5 ปี

##### ผลการดำเนินงาน 3 ปีซ้อนหลัง

- ลดการใช้วัสดุที่ใช้ในกระบวนการให้บริการลูกค้าที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมลดลง 15% ภายใน 1 ปี



## โครงการที่น่าสนใจ

### Let's Relax Silom Edge, First Upcycling Spa



#### ● ผลสำเร็จของโครงการ :

##### Let's Relax Silom Edge, First Upcycling Spa

สปาตั้งใจออกแบบดีไซน์ และเลือกวัสดุตกแต่งใส่ใจสิ่งแวดล้อม แต่มีความโมเดิร์น ทันสมัย อิมการตกแต่งและวัสดุก่อสร้างแนว "Circular Design" เน้นใช้วัสดุ "Up-Cycling" ที่มุ่งเน้นการนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว มาผ่านกระบวนการต่าง ๆ เพื่อกลับเข้าสู่วงจรการใช้ซ้ำได้อีกครั้ง โดยไม่ทำให้คุณภาพหรือส่วนประกอบของวัสดุนั้นลดลง ไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปทางอุตสาหกรรมและไม่ผ่านกระบวนการทางเคมีที่มีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม หรือใช้เคมีน้อยที่สุด โดยมีฐานแนวคิดมาจาก Economic & Ecological Design หรือแนวคิดการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ เพื่อมุ่งเน้นการลดขยะของเสีย ยืดอายุการใช้งาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการนำกลับมาใช้ใหม่นั้นเอง ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในภายหลังตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบการผลิต การนำไปใช้ จนถึงการทำลายหลังเสร็จสิ้นการใช้งานหรือหมดอายุ ซึ่งทางสปา ก็ได้เลือกใช้ผนังอิฐที่ถูกสร้างขึ้นจากวัสดุที่ถูกรีไซเคิลด้วยเศษเหลือของวัสดุก่อสร้าง ออกแบบมูต้อนรับเป็น 3D Cement Printing Solution-Extrusion ด้วยรูปลักษณะที่แปลกตา ใหญ่โอโถง จัดเรียงผนังสีแดงฉลุลาย Fores ให้สวยงาม จัดวางผ้าและหมอนที่ผลิตด้วยรุ่นพิเศษ Upcycling เช่นกัน ทำให้ทุกองค์ประกอบของสาขานี้มีเสน่ห์ของการผสมผสานความล้ำสมัยยุคอนาคตเข้ากับความเป็นธรรมชาติได้อย่างลงตัว

#### ● วัตถุประสงค์โครงการ :

ทำสาขาค้นแบบที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สอดรับเทรนด์ผู้บริโภคใหม่

#### ● เป้าหมาย รายละเอียดโครงการ :

· ช่วงดำเนินการ : ปี 2566

· ผู้รับผิดชอบ :

- > ฝ่ายอาคารสถานที่
- > ฝ่ายออกแบบ
- > ฝ่ายปฏิบัติการ
- > ฝ่ายจัดซื้อ
- > ฝ่ายสื่อสารการตลาด

· วิธีการดำเนินงาน :

- > จัดซื้อและดีไซน์สรรหาวัสดุ Upcycling
- > ประชุมความเป็นไปได้ทั้งในเชิงการใช้งาน ความทนทาน ต้นทุน ฯลฯ
- > ดำเนินการตกแต่ง
- > สื่อสารให้ลูกค้า



# ตาราง สรุป ผลการ ดำเนินงาน ด้าน ความ ยั่งยืน



## ด้านเศรษฐกิจ

### ประเด็นที่ 1 ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล

- 2564 แต่งตั้งคณะทำงาน PDPA ตามมติ BOD ครั้งที่ 1/2564
- 2565 ขึ้นโครงการและบังคับใช้ PDPA และประกาศนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- 2566 Knowledge Sharing และ Quarterly Workshop

#### หมายเหตุ

การละเว้นไม่รายงาน



## ด้านสังคม

### ประเด็นที่ 1 การจ้างงานท้องถิ่น

- 2564 มีการจ้างงานท้องถิ่นไม่ต่ำกว่า 50% ในสาขาต่างจังหวัดทั้งอัตราใหม่และอัตราทดแทน
- 2565 มีการจ้างงานท้องถิ่นไม่ต่ำกว่า 50% ในสาขาต่างจังหวัดทั้งอัตราใหม่และอัตราทดแทน
- 2566 อยู่ระหว่างดำเนินการรวบรวมข้อมูล

#### หมายเหตุ

การละเว้นไม่รายงาน

เนื่องจากปี 2563-2565 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้สถานประกอบการปิดให้บริการเป็นระยะเวลา รวมประมาณ 10 เดือน แบ่งเป็น 3 เดือนในปี 2563 (มีนาคม - มิถุนายน) และ 6 ½ เดือน ในปี 2564 (มกราคม, เมษายน - กันยายน) อาจจะทำให้ข้อมูลในการเก็บไม่ครบถ้วน



## ด้านสิ่งแวดล้อม

### ประเด็นที่ 1 การลดใช้พลาสติก

- 2564 ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- 2565 ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- 2566 อยู่ระหว่างดำเนินการรวบรวมข้อมูล

#### หมายเหตุ

การละเว้นไม่รายงาน

เนื่องจากปี 2563-2565 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้สถานประกอบการปิดให้บริการเป็นระยะเวลา รวมประมาณ 10 เดือน แบ่งเป็น 3 เดือนในปี 2563 (มีนาคม - มิถุนายน) และ 6 ½ เดือน ในปี 2564 (มกราคม, เมษายน - กันยายน) อาจจะทำให้ข้อมูลในการเก็บไม่ครบถ้วน

