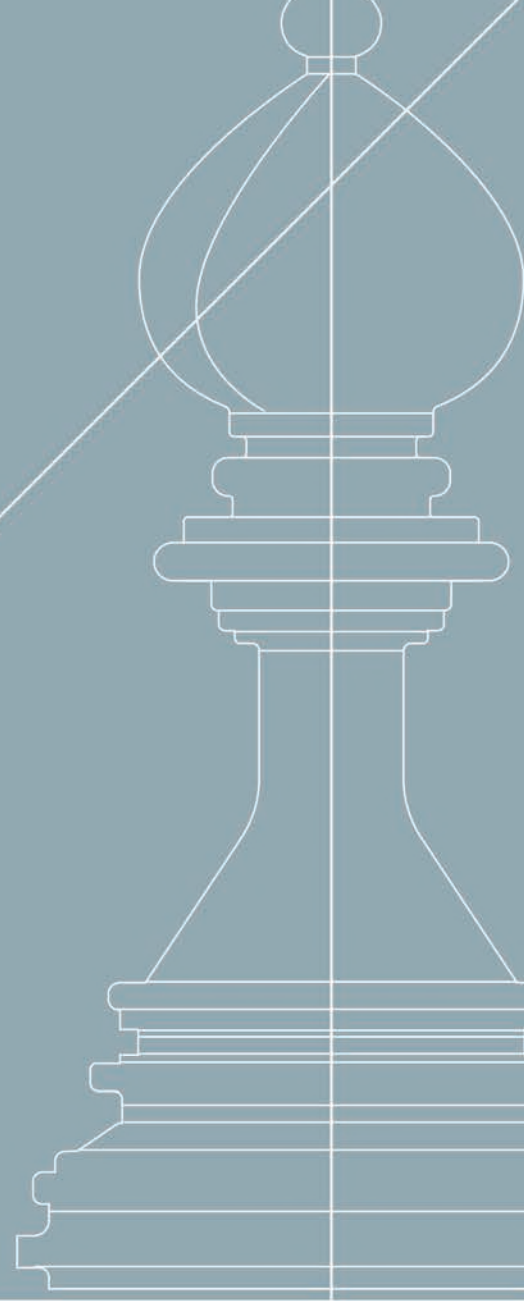




บทที่ 3

การขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อความยั่งยืน

บทที่ 3

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (รายงานความยั่งยืน)

รายงานเนื้อหาส่วนหลัก

ข้อมูลบริษัท

ประวัติและลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) “บริษัท” หรือ “SPA” เดิมชื่อ “บริษัท บลูมมิ่งสปา จำกัด” ก่อตั้งขึ้นในปี 2544 โดยกลุ่มครอบครัว อุตสาหกรรมและกลุ่มครอบครัวจิราวรรณสถิตย์ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 3 ล้านบาท โดยเริ่มต้นประกอบธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ “Let’s Relax” ซึ่งมุ่งเน้นในการให้บริการสปาแบบเดย์สปา เป็นการให้บริการในระดับ 4 ดาว ในรูปแบบที่ผู้ใช้บริการใช้เวลาน้อย ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเข้ารับการบริการ ประมาณ 1-2 ชั่วโมง

ในปี 2549 บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงช่องทางในการให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการการดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงได้ทำการขยายกิจการ โดยการก่อตั้งสถานที่ให้บริการสปาเพิ่มขึ้น ภายใต้แบรนด์ “RarinJinda Wellness Spa” มุ่งเน้นการให้บริการแบบเวลเนสสปา เป็นสปาระดับ 5 ดาว มีมาตรฐานระดับชั้นนำ ผสมผสานเทคโนโลยีใหม่ๆ ในวงการสปาเพิ่มมากขึ้น มีลักษณะการให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการดูแลสุขภาพมากขึ้น และใช้เวลาในการรับบริการ ตั้งแต่ 1 ชั่วโมงครึ่ง ขึ้นไป

ในปี 2550 ได้ทำการก่อตั้ง บริษัท สยามเวลเนสแล็บ จำกัด หรือ “SWL” เดิมชื่อ “บริษัท บลูมมิ่งแล็บ จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปา สุขภาพและขนมขบเคี้ยว ภายใต้แบรนด์ “Blooming” สำหรับจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในปี 2551 บริษัทฯ ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียน เป็น 40 ล้านบาทเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในบริษัทและเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจจากการขยายสาขา

ในปี 2554 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดตั้ง บริษัท สยามเวลเนส เอ็ดดูเคชั่น จำกัด หรือ “SWE” เดิมชื่อ “บริษัท บลูมมิ่งสปา เอ็ดดูเคชั่น จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสถานศึกษาประเภทโรงเรียนเกี่ยวกับการสอนนวดแผนไทยที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฝึกอบรมพนักงานให้เป็นพนักงานบริการของบริษัท เพื่อรองรับการขยายตัวของสาขา ของ SPA

ในปี 2556 กลุ่มบริษัทได้ทำการปรับโครงสร้างการถือหุ้น เพื่อเตรียมเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัท สยามเวลเนส กรุ๊ป จำกัด ได้ออกหุ้นเพิ่มทุนเพื่อเข้าซื้อหุ้นของ บริษัท สยามเวลเนสรีสอร์ท จำกัด เดิมชื่อ “บริษัท ธารจินดา จำกัด” ในสัดส่วน ร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน

ในปี 2558 บริษัทได้ดำเนินการซื้อกิจการ บ้านสวน มาสสาจ สปาระดับ 3 ดาว จำนวน 4 สาขา ในกรุงเทพฯและปริมณฑล เพื่อขยายตลาดสปา 3 ดาว ของบริษัทฯ

ในปี 2560 บริษัทฯ ได้ดำเนินการซื้อกิจการ บริษัท ไทเกอร์ อายส์ เทรตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ไทเกอร์ อายส์ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และยกระดับโรงเรียนสอนนวด

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้แตกไลน์ธุรกิจเพิ่ม คือ Stretch me by Let’s Relax สตูดิโอยืดคลายกล้ามเนื้อเพื่อสุขภาพ และ Face Care by Let’s Relax ศูนย์ปรนนิบัติผิวหน้าอย่างมืออาชีพ เพื่อตอบรับไลฟ์สไตล์ใหม่ๆของกลุ่มผู้บริโภค

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล ที่มีฟังก์ชันในการผ่อนคลาย (Therapeutic Personal Care) ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ ภายใต้แบรนด์ LRL – Let’s Relax Lifestyle

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

ในปี 2565 บริษัท สยามเวลเนสแอส จำกัด ได้จัดตั้งบริษัทร่วมทุน ชื่อ บริษัท สยามเวลเนส เอมารา จำกัด (SWA) โดย บริษัท สยามเวลเนส แอส จำกัด (SWL) (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท) ถือหุ้นร้อยละ 51.00 ร่วมกับ บริษัท เอมารา เอเชีย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 49.00 เพื่อดำเนินกิจการเกี่ยวกับการบำบัดและรักษาอาการนอนไม่หลับด้วยยา หรือสารสกัดที่ทำมาจากกัญชาและกัญชง รวมถึงการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกัญชาและกัญชง เพื่อช่วยรักษาอาการนอนไม่หลับ หรือทำให้หลับได้ดีขึ้น ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนของ บริษัท สยามเวลเนส เอมารา จำกัด (SWA) เป็น 11 ล้านบาท และเพิ่มการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบำบัดและรักษาในรูปแบบคลินิกโรคที่เกี่ยวกับอาการนอนไม่หลับ ภายใต้ชื่อ ‘Sleep labb Clinic (SLL Clinic)’ โดยเน้นการให้บริการและผลิตภัณฑ์รักษาโรคที่เกี่ยวกับอาการนอนไม่หลับหรือทำให้หลับได้ดีขึ้น

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ยกเลิกบริษัท ไทเกอร์ อายส์ เทรตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจากการปรับโครงสร้างธุรกิจสินค้า และบริษัท สยามเวลเนส เอมารา จำกัด เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของนโยบายรัฐบาล

วิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์การเติบโต

กลุ่มบริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท ได้กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการดำเนินงาน เพื่อการขยายตัวและการเจริญเติบโตในอนาคตไว้ดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์

กลุ่มบริษัทมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจ คือ

“เราให้บริการด้านสุขภาพแบบองค์รวมที่เข้าถึงง่ายและมีความเป็นไทย เพื่อให้คนอยู่ดีมีสุขมากขึ้น” กลุ่มบริษัทได้กำหนดพันธกิจในการดำเนินธุรกิจไว้ 4 ประการ คือ

- เป็นองค์กรที่สร้างมาตรฐานของสปาไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และสร้างชื่อเสียงสปาไทยในระดับนานาชาติจนถึงระดับโลกต่อไป
- เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการประยุกต์ การผสมผสานระหว่างศาสตร์ตะวันตกและไทย เพื่อให้การบริการของบริษัทฯ มีการพัฒนายิ่งขึ้น
- เป็นองค์กรที่ส่งเสริมและสนับสนุน ให้พนักงานทุกส่วนมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ของบริษัทฯและเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้าต่อไป
- เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตพื้นฐาน กฎหมาย โดยยึดการประกอบธุรกิจอย่างสุจริต เที่ยงตรงและมีจริยธรรม ตระหนักถึงผลกระทบต่อพนักงาน สภาพแวดล้อมและชุมชนเป็นสำคัญ

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจสปาและเวลเนส

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) : SPA

พันธกิจ (MISSION) : SPA กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่จะขยายธุรกิจเพิ่มขึ้น โดยตั้งเป้าหมายต้องการเป็นผู้นำในธุรกิจสปาและเวลเนสของเอเชีย ซึ่งมีตราสัญลักษณ์ในใจของลูกค้าและต้องการขยายธุรกิจการให้บริการนวดและสปาเพื่อสุขภาพและคลินิกกายภาพเพื่อให้บริการครบทุกความต้องการของลูกค้าในกลุ่มเป้าหมาย โดยบริษัทได้แบ่งแยกตามแบรนด์ในการให้บริการ ตั้งแต่ลูกค้าระดับบนที่มีเวลาในการเข้ารับบริการ

และกำลังการซื้อที่มากขึ้นจนถึงลูกค้าที่มีเวลาจำกัด กำลังซื้อน้อย เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคครบทุกความต้องการ โดยเน้นให้พนักงานของบริษัทผ่านการฝึกอบรมที่ดีจากบริษัท ในการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและเกิดการใช้บริการซ้ำ รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และทำการสร้างฐานลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อให้รายได้ของสปาทุกสาขาเติบโตอย่างต่อเนื่องและส่งผลให้กำไรสุทธิเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร

บริษัท สยามเวลเนสรีสอร์ท จำกัด : SWR

พันธกิจ (MISSION) : SWR กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารและคาเฟ่ โดยในส่วนโรงแรมมุ่งเน้นการเพิ่มอัตราการเข้าพักและรายได้เฉลี่ยต่อคืนจากลูกค้าให้มากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์การจัดจำหน่ายห้องพัก การจัดประชุมสัมมนาในห้องครีกภาคเอกชนและภาครัฐ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาล สำหรับธุรกิจร้านอาหารและคาเฟ่ SWR มีแผนที่จะเพิ่มอัตราการให้บริการของลูกค้าและรายได้เฉลี่ยต่อบิลให้มากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์และจัดการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อเป็นการช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ SWR ให้มากขึ้น

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์

บริษัท สยามเวลเนสแล็บ จำกัด : SWL

พันธกิจ (MISSION) : SWL กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปาและผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคลที่มีฟังก์ชันในการผ่อนคลายตึงเครียดของกล้ามเนื้อ โดยเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับตลาดในประเทศ มุ่งเน้นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปในสถานประกอบการสปาที่จัดตั้งในโรงแรม จำหน่ายสินค้าในร้านสปาระดับกลาง ในห้างสรรพสินค้า การจัดจำหน่ายสินค้าเป็นสินค้าของขวัญช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลปีใหม่และเทศกาลอื่นๆ เป็นต้น สำหรับตลาดต่างประเทศ SWL มีเป้าหมายในการจัดหาตัวแทนจัดจำหน่ายเพิ่มเติม การจัดส่งสินค้าไปจำหน่ายในสถานประกอบการธุรกิจสปาในโรงแรมชั้นนำของต่างประเทศ เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ SWL มากขึ้น และสร้างโอกาสทางธุรกิจให้มีโอกาสขยายตัวและมีการเจริญเติบโตในอนาคตอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังกำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผิวกาย ผลิตภัณฑ์ลดกระชับสัดส่วน ผลิตภัณฑ์แว็กซ์ ผลิตภัณฑ์ทำเล็บ ผ้าไหมโอโรอัน แผ่นรองเตียงนวด เครื่องมือยกกระชับใบหน้าและอุปกรณ์ลดสัดส่วนกระชับเรือนร่าง โดยจำหน่ายให้ร้านเสริมสวย สถานเสริมความงาม คลินิกความงาม โรงพยาบาลและสปาทั่วประเทศไทย ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของ SWL ในอนาคต

ธุรกิจโรงเรียน

บริษัท สยามเวลเนส เอ็ดดูเคชั่น จำกัด : SWE

พันธกิจ (MISSION) : SWE กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนนวดแผนไทยโดยเน้นการฝึกอบรมพนักงานเพื่อรักษามาตรฐานและสอนผู้ที่สมัครเข้าทำงานเป็นพนักงานเทอราพิสต์ของบริษัทและรองรับในการเปิดสาขา ของ SPA ในอนาคต ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของ SPA ในอนาคต

ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ

บริษัทฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การเติบโตของธุรกิจ โดยต้องการยกระดับองค์กรให้เป็นผู้นำด้านธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในภูมิภาคอาเซียน และมุ่งมั่นสู่ผู้นำด้านธุรกิจเวลเนสในอนาคต โดยมีสาขาของแบรนด์ในเครือสยามเวลเนสกรุ๊ป ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ขยายธุรกิจไปยังภูมิภาคอาเซียนและเอเชียในอนาคต โดยมุ่งเน้นสร้างสรรค์แบรนด์ที่เป็นที่ยอมรับ มีมาตรฐานการบริการและคุณภาพการบริการเป็นสำคัญ

ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร

การสร้างความแตกต่างในด้านคุณภาพและผลิตภัณฑ์จากโรงแรม ร้านอาหารและคาเฟ่ ในบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ เมืองพัทยาและจังหวัดสมุทรปราการ เน้นเมนูเครื่องดื่มและขนมที่สร้างสรรค์จากวัตถุดิบคุณภาพ บรรยากาศ งานบริการ ควบคู่กับการเป็นจุดถ่ายภาพที่ดึงดูดผู้ใช้โซเชียลมีเดีย แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย คือยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรมร้านอาหาร และคาเฟ่ของ SWR

ยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์

ผลิตภัณฑ์ LRL และ Dr. Spiller มุ่งสู่การเป็นผู้นำ ด้าน Everyday Lifestyle Therapeutic Products & Natural Beauty Products ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ(Natural Products) ที่คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง ไม่มีสารตกค้างที่เป็นอันตรายใดๆ เพื่อนำไปเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ จนได้ผลิตภัณฑ์สมบูรณ์แบบที่พร้อมจะให้การผ่อนคลายทั้งกายและใจ อุดมด้วยคุณค่าสมุนไพรไทยและกลิ่นที่บำบัดจากน้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์ในรูปแบบที่หลากหลาย เป็นส่วนผสมที่กลมกลืนเข้ากันอย่างลงตัวระหว่างศาสตร์ตะวันออกและตะวันตก ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภครุ่นใหม่

ขอบเขตการรายงาน

รายงานการพัฒนาความยั่งยืน ประจำปี 2567 ของ บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ “SPA” ดำเนินธุรกิจสปา เวลเนส และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 4 หมวดธุรกิจ

1. ธุรกิจสปา เดย์สปาและเวลเนส สปา “ระรินจินดา เวลเนส สปา” สปราระดับ 5 ดาว, “เล็ทส์ รีแล็กซ์” สปราระดับ 4 ดาว และ “บ้านสวน มาสสาจ” สปราระดับ 3 ดาว คลินิกยืดคลายกล้ามเนื้อ “Stretch me Clinic” คลินิกกายภาพบำบัดครบวงจร นวดหน้า “Dr. Spiller Pure Skin Care Solutions” ศูนย์ปรนินิบัติผิวหน้า
2. ธุรกิจรีสอร์ทเพื่อสุขภาพและร้านอาหาร “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 สาขาสปามากกว่า 70 แห่ง

ในสายธุรกิจ (Business Unit)

สายธุรกิจ 1. Spa & Wellness

สายธุรกิจ 2. Hotel & Restaurant

สายธุรกิจ 3. Spa Product

สายธุรกิจ 4. Spa Academy



ห่วงโซ่คุณค่า



- การผลิตวัตถุดิบโดยคู่ค้า
- การขนส่งวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์/เครื่องมือ/เครื่องจักรมายังบริษัท
- การจัดเก็บวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์ ที่มาจากคู่ค้า
- การขออนุญาตสถานที่ประกอบการเพื่อสุขภาพ



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



- การจัดการคลังสินค้า การจัดการพนักงานผู้ให้บริการ
- การจัดการข้อมูล การจัดเก็บและการกระจายสินค้าและบริการ



- การโฆษณา ประชาสัมพันธ์
- โปรแกรมการส่งเสริมการตลาด
- การสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการสู่ลูกค้าหรือผู้บริโภค



- การเปิดช่องทางการให้บริการลูกค้าหลังการขายสินค้า หรือหลังการให้บริการ
- การเปลี่ยนสินค้า การรับประกันสินค้า การเรียกคืนสินค้า การส่งต่อการให้บริการ

กิจกรรมสนับสนุน

การจัดซื้อจัดจ้าง
การจัดหา (sourcing)
จัดซื้อ จัดจ้าง (procurement)

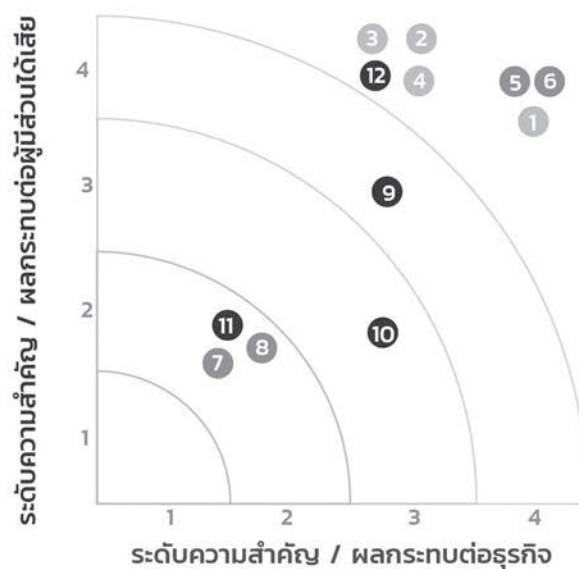
การพัฒนาเทคโนโลยี
การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่
การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม

การพัฒนากฎหมายบุคคล
การพัฒนากฎหมายบุคคล การรักษา
และสรรหาบุคลากร

ชุมชนสัมพันธ์
กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์

นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน

SPA ได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เติบโต มั่นคง ยั่งยืน ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการนำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้ามาเป็นแกนหลักในกระบวนการดำเนินงานทุกขั้นตอน มุ่งเน้นการยกระดับการให้ความสำคัญ ด้านความยั่งยืนในทุกมิติ ของ Value Chain เน้นเพิ่มมูลค่าในกิจกรรมที่อยู่ในกระบวนการให้บริการและขายสินค้า (In-process Activities) โดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในกระบวนการ โดยมีคณะทำงาน ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการธรรมาภิบาล เป็นผู้สร้างแนวปฏิบัติการดำเนินการ โดยวางกรอบและเป้าหมายในการขับเคลื่อนความยั่งยืนใน 3 ด้าน คือ





มิติด้านเศรษฐกิจ การกำกับดูแล

สุขอนามัยและความปลอดภัย ของลูกค้า	มุ่งเน้นสร้างสรรค์สถานประกอบการให้เป็นพื้นที่ที่มีสุขอนามัยที่ดีและปลอดภัยสำหรับลูกค้า โดย เสริมมาตรการสุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันภายใต้ มาตรการ A Place you can trust
การบริหารความเสี่ยงองค์กร	มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ให้เติบโตอย่างยั่งยืนประเมินความเสี่ยงขององค์กรอย่างสม่ำเสมอด้วย ข้อมูล การวิเคราะห์และการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด
ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล	มุ่งเน้นสร้างสรรค์องค์กรให้มีความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล โดยมี คณะทำงานที่ติดตามและอัปเดตความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลให้ เป็นไปตามข้อกำหนดและนโยบายการปฏิบัติ
นโยบายโครงสร้างและ การกำกับดูแลกิจการ	มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ให้สามารถดำเนินกิจการภายใต้โครงสร้างองค์กรที่มีเสถียรภาพ ให้ความ สำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด โดยยึดถือนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี



มิติสังคม

ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	มุ่งเน้นสร้างสรรค์สถานประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าตลอดกระบวนการ โดยเน้น การให้บริการที่เป็นมาตรฐาน บริการที่เป็นมิตร สถานที่สะอาด ถูกสุขอนามัย ในราคาที่เหมาะสม ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป็นสำคัญ
การให้โอกาสเข้าถึงทางด้านการ รักษาและการมีสุขภาพที่ดี	การให้โอกาสเข้าถึงทางด้านการรักษาและการมีสุขภาพที่ดี มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ที่ใส่ใจในสุขภาพของพนักงานและลูกค้าโดยมีสวัสดิการด้านสุขภาพ ครอบคลุมที่เหมาะสม เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในการทำงาน
การจ้างงานท้องถิ่น รวมถึงผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาส	มุ่งเน้นการจ้างงานบุคลากรในท้องถิ่น เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ซึ่งสามารถต่อยอด สู่การพัฒนาชุมชน
การให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร	มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ที่ให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียม เพื่อการทำงานและ การตัดสินใจได้ครบถ้วน



มิติสิ่งแวดล้อม

ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์	นำเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ส่งมอบความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้บริการกับลูกค้าได้ตรงกับความต้องการ
การใช้บรรจุภัณฑ์	มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมสร้างสรรค์สินค้าและบริการคุณภาพ โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่ติดต่อสู่สิ่งแวดล้อมภายใต้ 3 R (Reduce, Reuse, Recycle)
การจัดการขยะ	มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม ดูแล และบริหารจัดการการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานธุรกิจเพื่อลด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ
นโยบายการจัดการด้านน้ำ	มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม ดูแล และบริหารจัดการการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานธุรกิจเพื่อลด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอสร้างสรรค์องค์กรที่ให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร อย่างเท่าเทียม เพื่อการทำงานและการตัดสินใจได้ครบถ้วน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย การสานสัมพันธ์และการตอบสนอง การระบุประเด็นสำคัญและการจัดลำดับความสำคัญ

SPA ได้กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็นกลุ่มต่างๆ โดยมีช่องทางในการสื่อสาร เพื่อรับฟังความคิดเห็น ความคาดหวัง นำไปสู่การพัฒนากระบวนการ เพื่อตอบสนองต่อข้อคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (เฉพาะ 3 ระดับที่มีความสำคัญ)



พนักงาน (employee)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท
กับผู้มีส่วนได้เสีย
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

- ประชุม Weekly, Monthly ในแต่ละส่วนงาน
- การประเมินผลการดำเนินงาน ประจำปีของพนักงาน
- การตรวจสอบการทำงาน ภายในองค์กร (Internal Audit)
- จัดทำ Employee Engagement Survey ระหว่างพนักงาน
- ช่องทาง Email/Line ของ HR ใน เรื่องของการรับข้อร้องเรียนของพนักงาน

ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

- ประเด็นที่ 1
- ค่าตอบแทน สวัสดิการ การปรับเงินเดือนประจำปี
- ประเด็นที่ 2
- โอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงานการทำงาน
- ประเด็นที่ 3
- การพัฒนาทักษะต่างๆ ในการทำงาน
- ประเด็นที่ 4
- การสร้างคุณค่าพนักงานให้มี สิทธิเท่าเทียมกัน
- ประเด็นที่ 5
- ความสุขในการทำงานร่วมกันของพนักงาน

การตอบสนองของบริษัท
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

- ประเด็นที่ 6
- พัฒนาแผนการยกระดับทักษะ และความรู้ ความสามารถของพนักงาน
- ประเด็นที่ 7
- นำข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของ พนักงานมาวิเคราะห์และจัดทำแผนงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงาน



คู่ค้าที่ส่งมอบสินค้า/วัตถุดิบ (Supplier)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท
กับผู้มีส่วนได้เสีย
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

- การประชุมหรือคุยโทรศัพท์ การประเมินผล supplier

ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

- ประเด็นที่ 1
- ประเภทและราคาสินค้าและบริการ
- ประเด็นที่ 2
- คุณภาพสินค้าและบริการ
- ประเด็นที่ 3
- การจัดขนส่งถูกต้องและตรงเวลา
- ประเด็นที่ 4
- ตรงกับความต้องการหรือไม่
- ประเด็นที่ 5
- การพัฒนาสินค้าและบริการ

การตอบสนองของบริษัท
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

- ประเด็นที่ 6
- กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส และยุติธรรมและตรวจสอบได้



ผู้ให้บริการหรือผู้รับเหมา (service provider)

ช่องทางในการสื่อสาร
ของบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย
(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 4
- ดูแลใส่ใจพนักงานเหมือนคนในครอบครัว เพื่อ สร้างความภักดีต่อองค์กรผ่านกิจกรรมต่างๆ
- ประเด็นที่ 5
- กำหนดมาตรการช่วยเหลือพนักงานที่ได้รับ ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-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 (POS, โปสเตอร์ในห้าง, สื่อทีวี, วิทยุ 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 ชุมชนของบริษัทฯ

ประเด็นที่ 2

- กิจกรรมด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชนของบริษัทฯ

การตอบสนองของบริษัท
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

ประเด็นที่ 6

- ส่งเสริม พัฒนา และสร้างสัมพันธ์อันดีต่อชุมชนและสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน

ประเด็นที่ 7

- สร้างรายได้สู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้เศรษฐกิจของชุมชนเติบโต

สังคม (SOCIETY)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท
กับผู้มีส่วนได้เสีย
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

- On-site, Press Release, Social Media

ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

ประเด็นที่ 1

- นโยบายเรื่องสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชนของบริษัทฯ

ประเด็นที่ 2

- กิจกรรมด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชนของบริษัทฯ

การตอบสนองของบริษัท
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

ประเด็นที่ 6

- แบ่งปันความรู้เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจของบริษัท

คู่แข่ง (competitor)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย (สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง) - Online channels เช่น Website บริษัท , Facebook, Instagram, Line - Offline channels เช่น 56-1 One Report ,งบการเงิน	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน / ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ ประเด็นที่ 1 - ข้อมูลสินค้า / บริการ ประเด็นที่ 2 - การแข่งขันที่เป็นธรรมชาติ	การตอบสนองของบริษัทต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ประเด็นที่ 6 ร่วมระดมสมองในรูปแบบสมาคม สมาพันธ์เพื่อผลักดันประโยชน์สู่ธุรกิจ ในภาพรวม เช่น นโยบายส่งเสริม ฯลฯ
--	--	--

พันธมิตรทางธุรกิจ (BUSINESS PARTNER)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย (สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง) - Online channels เช่น Website บริษัท, Facebook, Instagram, Line - Offline channels เช่น โทรศัพท์	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน / ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ ประเด็นที่ 1 - ข้อมูลสินค้า / บริการ ประเด็นที่ 2 - Business Plan ประเด็นที่ 3 - Collaboration Plan	การตอบสนองของบริษัทต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ประเด็นที่ 6 แบ่งปันความรู้เพื่อสร้างวงจรธุรกิจที่แข็งแกร่งและเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจของบริษัท
---	--	--

เจ้าหนี้ (CREDITOR)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย (สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง) Offline channels เช่น โทรศัพท์	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน / ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ ประเด็นที่ 1 - ข้อมูลสินค้า / บริการ ประเด็นที่ 2 - ข้อมูลทางการเงิน ประเด็นที่ 3 - ระเบียบวิธีปฏิบัติในการเป็นคู่ค้า	การตอบสนองของบริษัทต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ประเด็นที่ 6 ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนดการชำระ เงื่อนไขการค้า ฯลฯ
---	--	---

ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน (shareholder and investor)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย (สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง) Report, AGM, Opportunity Day, โทรศัพท์, Online (IRSection Website, เว็บไซต์หลักทรัพย์, สื่อด้านหุ้น)	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อการประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน / ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ ประเด็นที่ 1 - ผลประกอบการบริษัท ประเด็นที่ 2 - MD&A ประเด็นที่ 3 - Business Plan ประเด็นที่ 4 - การกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณในการดำเนินกิจการ	การตอบสนองของบริษัทต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ประเด็นที่ 6 นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทที่ถูกต้อง
---	--	--

สื่อมวลชน (media)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท
กับผู้มีส่วนได้เสีย
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

- Press Release, สัมภาษณ์

ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

- ประเด็นที่ 1
- ประเด็นข่าว
ผลกระทบของประเด็นข่าว

การตอบสนองของบริษัท
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

- ประเด็นที่ 6
- นำเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการ
และ ผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง

หน่วยงานกำกับดูแลท้องถิ่นและภาครัฐ (government authority)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท
กับผู้มีส่วนได้เสีย
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

- ติดต่อสอบถามประสานงานกับ
ผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นการติดต่อสองด้าน

ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

- ประเด็นที่ 1
- ดำเนินการให้เป็นไปตามที่กฎหมาย
กำหนด การกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยา
บรรณในการดำเนินกิจการ

การตอบสนองของบริษัท
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

- ประเด็นที่ 6
- ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎ
ระเบียบที่ถูกต้อง

องค์กรอิสระ (NGO)

ช่องทางในการสื่อสารของบริษัท
กับผู้มีส่วนได้เสีย
(สามารถมีได้หลากหลายช่องทาง)

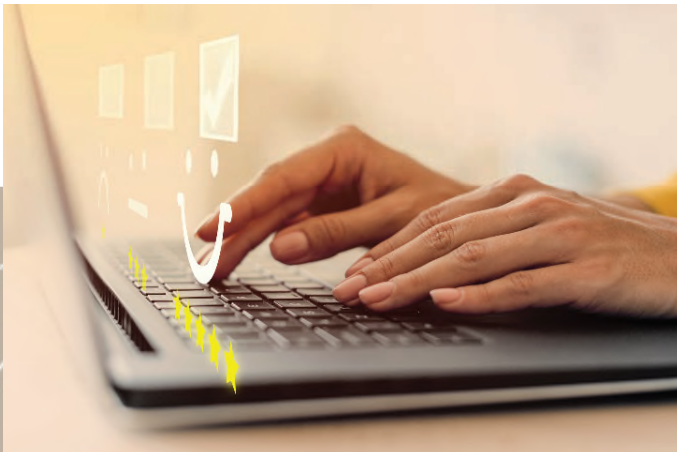
- Face to Face, E-mail

ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังต่อ
การประกอบธุรกิจของบริษัทของท่าน /
ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจ

- ประเด็นที่ 1
- คำปรึกษา / ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

การตอบสนองของบริษัท
ต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

- ประเด็นที่ 6
- ให้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทฯ ที่ถูกต้อง



Employee Engagement

1 บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการจ้างงานที่ให้โอกาสอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ ที่ครอบคลุมผู้พิการและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสอื่น

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ให้โอกาสอย่างเท่าเทียมและปราศจากการเลือกปฏิบัติ บริษัทฯ เชื่อว่าพนักงานทุกคนควรได้รับการปฏิบัติอย่างยุติธรรมและด้วยความเคารพ โดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ อายุ สถานภาพสมรส รสนิยมทางเพศ ภูมิสำเนา ความพิการ หรือสถานะอื่นๆ ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย

นโยบายของบริษัทด้านการให้โอกาสอย่างเท่าเทียมของบริษัทฯ ครอบคลุมในทุกด้านของการจ้างงาน รวมถึงการสรรหา การว่าจ้าง การฝึกอบรม การเลื่อนตำแหน่ง การเลิกจ้าง และการเกษียณอายุ

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะให้โอกาสแก่ผู้พิการและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสอื่นๆ เพื่อให้แน่ใจว่าบุคคลเหล่านี้สามารถเข้าถึงกระบวนการจ้างงานของบริษัทได้เช่นเดียวกับบุคคลอื่นทั่วไป อีกทั้งยังสนับสนุน ฝึกอบรมพนักงานพิการเพื่อความก้าวหน้าและประสบความสำเร็จในตำแหน่งงาน เช่นเดียวกับพนักงานปกติของบริษัท

พ.ร.บ. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยการจ้างงานคนพิการตามมาตรา 33 และส่งเสริมอาชีพตามมาตรา 35 ได้มีการกำหนดให้รับผู้พิการเข้าทำงานในอัตราส่วน 1 ต่อ 100 คน

ในปี 2567 บริษัทมีการจ้างพนักงานพิการเข้าทำงานในแผนกต่างๆ ทั้งส่วนสำนักงานและสาขาสปา จำนวน 5 คน จากนโยบายของบริษัทฯ ที่ให้โอกาสอย่างเท่าเทียม รวมถึงสวัสดิการต่างๆ กับพนักงานพิการเช่นเดียวกับพนักงานปกติ ทำให้พนักงานพิการรู้สึกปลอดภัยและมีความมั่นใจในงาน มีรายได้ที่มั่นคง สามารถแบ่งเบาภาระครอบครัวได้ โดยในปี 2567 อัตราการลาออกของพนักงานพิการ เป็นศูนย์

พนักงานพิการ		
	2566	2567
จำนวน	4	5
ลาออก	0	0

2 บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและผลการส่งเสริมความผูกพันและการรักษาพนักงาน

การสร้างความผูกพันในบริษัทไม่ใช่แค่การให้สวัสดิการหรือผลตอบแทนที่ดี แต่ยังรวมถึงการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีและการให้โอกาสพนักงานในการเติบโต ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการรักษาพนักงานให้มีความพึงพอใจและอยู่กับองค์กรในระยะยาว

จากผลสำรวจความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey) พบว่า ความผูกพันของพนักงานมีอัตราที่เพิ่มขึ้น อาทิเช่น

- พนักงานรู้สึกถึงการพัฒนาและได้รับการเรียนรู้จากงาน เพิ่มขึ้นจากปี 2566 เป็นร้อยละ 92
- พนักงานเห็นคุณค่าของตนเอง เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ร้อยละ 84
- พนักงานสนุกกับการทำงาน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 83
- การ work-life balance ไกล่เคียงกับปี 2566 อยู่ที่ร้อยละ 78
- พนักงานคิดว่าในปียังต้องการทำงานต่อ (ยังไม่คิดจะลาออก) ลดลง เหลือ ร้อยละ 78

3 บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินธุรกิจ

ในยุคปัจจุบันที่โลกเราเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนในองค์กรถือเป็นเรื่องที่ไม่สามารถมองข้ามได้ ไม่ว่าจะเป็นการเคารพสิทธิขั้นพื้นฐานของพนักงาน การส่งเสริมความเท่าเทียมกัน หรือการป้องกันการเลือกปฏิบัติในที่ทำงาน การสร้างองค์กรที่ยึดมั่นในหลักการสิทธิมนุษยชนจึงมีความสำคัญทั้งในด้านการบริหารจัดการและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท หน่วยงานต่างๆ เช่น สหประชาชาติ (United Nations, UN) และ องค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization, ILO) ได้ให้ความสำคัญกับการปกป้องและส่งเสริมสิทธิมนุษยชนในที่ทำงาน เช่นเดียวกับบริษัทฯ โดยมีนโยบายและหลักการต่างๆ ดังนี้

- การเคารพสิทธิและความเท่าเทียมในบริษัท และไม่สนับสนุนการละเมิดสิทธิ
 - ไม่กระทำการเลือกปฏิบัติ
 - การป้องกันการเลือกปฏิบัติและคุกคามในที่ทำงาน
 - จัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและสวัสดิการที่ดีและเป็นธรรม
 - การให้โอกาสในการฝึกอบรมและพัฒนา
- Survey
- Do you feel like coworkers give each other respect
 - Do you feel valued at work

4 บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผลการส่งเสริมความรู้แก่พนักงานในเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

การสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ยึดมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใสเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ รวมถึงการส่งเสริมความรู้และการให้การศึกษากับพนักงานเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

- 4.1 นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในบริษัท อาทิเช่น ห้ามรับของขวัญหรือผลประโยชน์ที่ไม่สมควร, การเปิดเผยข้อมูล, การตรวจสอบและรายงานการกระทำใดๆ ที่ผิดปกติเพื่อป้องกันการทุจริต รวมถึงการมีบทลงโทษที่ชัดเจน เป็นธรรมและเสมอภาค
- 4.2 การจัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน
- 4.3 การส่งเสริมการรายงานการทุจริต โดยบริษัทมีช่องทางรายงานที่เป็นความลับ พนักงานสามารถรายงานข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตได้โดยไม่ต้องกังวลการถูกตอบโต้ บริษัทมีทีมงานรับร้องเรียนเฉพาะทาง เป็นต้น
- 4.4 ให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบและประโยชน์ของการส่งเสริมความรู้ในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกิดความโปร่งใส ลดความเสี่ยงทางกฎหมาย และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี

5 บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผลการส่งเสริมความรู้แก่พนักงานที่สอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท

การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีหลายด้านที่สำคัญ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการส่งเสริมความรู้และการดำเนินงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นการสร้างสมดุลระหว่างการบริการลูกค้าและการรักษาสิ่งแวดล้อม การฝึกอบรมพนักงานและการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน Environmental Sustainability

- 5.1 การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco Friendly) เลือกผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและไม่ทำลายธรรมชาติ เช่น LRL Tote Bag
- 5.2 จัดการขยะและการรีไซเคิล โดยการแยกขยะทั่วไปและขยะรีไซเคิล ลดการใช้พลาสติกโดยใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่แทนได้
- 5.3 ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ปิดไฟเมื่อไม่ใช้งาน ปรับอุณหภูมิของเครื่องปรับอากาศให้เหมาะสม
- 5.4 ให้ความรู้ ฝึกอบรม สร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน เช่น จัดกิจกรรมภายในบริษัทพร้อมส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ในการหาวิธีการใหม่ๆ ที่ช่วยลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม

การประเมินประเด็นสำคัญ

การทำความเข้าใจประเด็นที่มีความสำคัญต่อองค์กร เป็นสิ่งสำคัญสำหรับอนาคตที่ยั่งยืนของ SPA

SPA ได้นำประเด็นความเสี่ยงที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจและสปาเพื่อสุขภาพ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และประเด็นสำคัญจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจากกระบวนการมีส่วนร่วม มาศึกษาเปรียบเทียบกับประเด็นความยั่งยืนของธุรกิจท่องเที่ยวและสุขภาพ (Tourism & Wellness) ที่ธุรกิจอุตสาหกรรมใกล้เคียงในภูมิภาคให้ความสำคัญ โดยมีการดำเนินการวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ และประเด็นที่มีผลกระทบกับธุรกิจ รวม 12 ประเด็น โดยแบ่งเป็น 3 ลำดับ คือ ความสำคัญสูง ความสำคัญกลาง และความสำคัญต่ำ ดังนี้

ลำดับ	ตัวชี้วัด	ขอบเขตภายใน	ขอบเขตภายนอก
ความสำคัญสูง			
• สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า	• % จำนวนร้องเรียน • จำนวนเคลมประกันอุบัติเหตุ	●	●
• ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	• % จำนวนร้องเรียน • ผลวัดคะแนนความพึงพอใจ • อัตราการใช้บริการซ้ำในรอบ 6 เดือน	●	●
• การให้โอกาสเข้าถึงด้านการรักษาและการมีสุขภาพที่ดี	• จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ		●
• การบริหารความเสี่ยงองค์กร	• การประเมินความเสี่ยงประจำไตรมาส • ผลกระทบกับผลการดำเนินงานของบริษัท(รายได้, กำไร)	●	
• ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล	• การประเมินความเสี่ยงประจำไตรมาส • ผลกระทบกับผลการดำเนินงานของบริษัท(รายได้, กำไร)	●	●
• นโยบายโครงสร้างและการทำงาน	• จำนวนการปฏิบัติตามกฎ เกณฑ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • กำหนดและจำนวนผู้มีส่วนได้เสียร้องเรียน	●	●
• นโยบายการจัดการน้ำ	• จำนวนการวัดคุณภาพน้ำเป็นไปตามที่กำหนด	●	
ความสำคัญกลาง			
• ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ • การใช้บรรจุภัณฑ์	• % negative complaint ต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท • % การใช้นวัตกรรมการใช้บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ	●	●
ความสำคัญต่ำ			
• การจ้างงานท้องถิ่น	• มีการจ้างงานท้องถิ่นมากกว่า50% ในสาขาต่างจังหวัด	●	●
• การให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร	• จำนวนผู้ visit กด like กด share ผ่าน online channels ต่างๆ	●	
• การจัดการขยะ	• ปริมาณขยะน้อยลง และมีการแยกประเภทขยะ	●	

ผลการดำเนินงานและตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน

ด้านเศรษฐกิจ

ประเด็นที่ 1 E-CRM

การบริหารประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ความสำคัญของประเด็น

- รักษาฐานลูกค้าเดิม โดยเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลการใช้บริการ การสะสมคะแนน รับข่าวสารและรับสิทธิประโยชน์จากโปรแกรม WellnessMe
- เพิ่มความสะดวกสบายสำหรับลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าใหม่
- สร้างความสัมพันธ์ของแบรนด์

ความเสี่ยง

- หากไม่พัฒนา อาจจะทำให้แบรนด์ดูไม่ทันสมัยและไม่เป็น Top of Mind Brands
- ลดปัญหา E-voucher สูญหาย

● นโยบาย : นโยบายจัดการ

แผนงานหรือวิธีการจัดการประเด็น	ทรัพยากร	กระบวนการติดตาม
• จัดตั้งโปรเจก WellnessMe App • ดีไซน์ UX/UI รวมถึงทดลองระบบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย • สื่อสารกับทีมหน้าร้าน • สื่อสารกับลูกค้า	ผู้รับผิดชอบ • ผู้จัดการฝ่ายไอที • Mobile App Developer • ผู้จัดการฝ่ายการตลาด การลงทุน • ลงทุนระบบ CRM • ลงทุนระบบ Mobile Application Development	• ผลการตอบรับของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง • จำนวนสมาชิกดาวน์โหลดความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

● เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)	เป้าหมายรายปี	ผลการดำเนินงาน 3 ปี ย้อนหลัง
• เป็น Top of Mind Mobile App สำหรับ Spa & Wellness Seekers	• เพิ่มสัดส่วนการดาวน์โหลด • เพิ่มจำนวนสมาชิก • เพิ่มความถี่การใช้บริการของสมาชิก	• การพัฒนาระบบ CRM ในรูปแบบต่างๆ

โครงการที่น่าสนใจ WellnessMe Mobile App

เพิ่มความเป็น 3.0 ให้กับระบบ CRM

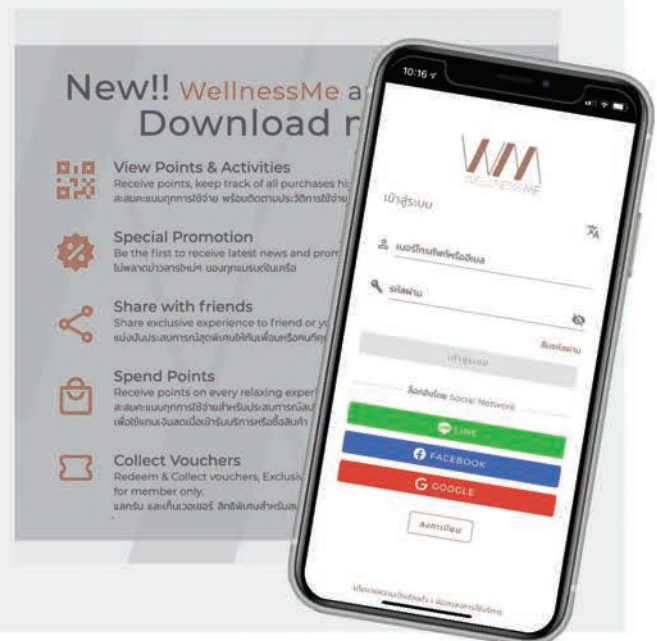
เป้าหมาย

รายละเอียดโครงการ :

- ช่วงดำเนินการ : ปี 2567
- ผู้รับผิดชอบ : ทีมไอที
- วิธีการดำเนินงาน : จัดทำ WellnessMe Mobile Application สำหรับ IOS และ Android

ผลสำเร็จของโครงการ :

จำนวนผู้ดาวน์โหลด 10,000 คนในปีแรก



ผลการดำเนินงานและตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน

ด้านสังคม

ประเด็นที่ 1 การให้โอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรับผิดชอบต่อลูกค้า

ความสำคัญของประเด็น

การสร้างสรรคสถานประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าตลอดกระบวนการ เป็นอีกแนวทางปฏิบัติที่บริษัทยึดถือปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทเล็งเห็นความสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมและครบถ้วน เพื่อการทำงานและการตัดสินใจได้ครบถ้วน อีกทั้งยังช่วยลด Turn Over ของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

บริษัทมีเป้าหมายในการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและระบบการสื่อสารภายใน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น

นโยบาย : บริษัทมีการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

แผนงานหรือวิธีการจัดการประเด็น	ทรัพยากร	กระบวนการติดตาม
บริษัทมุ่งเน้นในการพัฒนาระบบเพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน เช่น คู่มือปฏิบัติงาน แนวทางการปฏิบัติงาน ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลโปรโมชั่น ฯลฯ เพื่อให้เกิดการทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ รวมไปถึงระบบสวัสดิการต่างๆ ให้สามารถใช้ได้ง่ายและสะดวก	ผู้รับผิดชอบ - แผนกไอที - ผู้จัดการ / ผู้จัดการสาขา - พนักงานระดับปฏิบัติการ การลงทุน - ระบบสารสนเทศ - อื่นๆ	ผลการดำเนินงานและการแก้ไข - มีการจัดทำระบบสารสนเทศ - มีการอัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ - มีการตรวจเช็คอย่างสม่ำเสมอ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)	ผลการดำเนินงาน 3 ปี ย้อนหลัง
- มีการสื่อสารที่เข้าถึงพนักงานทุกระดับ - มีการใช้ระบบสารสนเทศให้เป็นประโยชน์ระดับองค์กรและระดับพนักงาน	มุ่งเน้นเพิ่มความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน

โครงการที่น่าสนใจ

ระบบ SWG Prompt

วัตถุประสงค์โครงการ :

เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลจากส่วนต่างๆ เพื่อใช้ในการบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการเข้าถึงระบบสวัสดิการต่างๆ (การลาและ Incentive) ที่ง่ายและสะดวก และเพิ่ม Employee Engagement

เป้าหมาย

รายละเอียดโครงการ :

ช่วงดำเนินการ : ปี 2566-67

ผู้รับผิดชอบ :

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

วิธีการดำเนินงาน :

- มีการจัด Training การใช้ SWG Prompt แก่พนักงานทุกสาขา
- มีการจัดทำคู่มือการใช้งานให้แก่ผู้บริหาร / ผู้จัดการ / พนักงาน เพื่อทบทวนและสามารถใช้ระบบได้ครบถ้วน

ผลสำเร็จของโครงการ :

- พนักงานทุกคนสามารถใช้งานระบบ SWG Prompt ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพิ่ม function ใน SWG Prompt เพื่อเพิ่ม Employee Engagement เช่น Quiz



ผลการดำเนินงานและตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

ประเด็นที่ 1

ความสำคัญของประเด็น

ในทุกๆ ปี บริษัทฯ ได้มีการใช้ทรัพยากรที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสังคม ปัจจุบัน ผู้บริโภคมีความใส่ใจในธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและด้านความยั่งยืน

● นโยบาย Let's Relax Spa Goes Green

แผนงานหรือวิธีการจัดการประเด็น	ทรัพยากร	กระบวนการติดตาม
• คณะทำงาน CSR ได้ประชุมร่วมกับผู้เกี่ยวข้อง อาทิ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายการตลาด • ลิสต์วัสดุต่างๆ ที่ไม่ Eco-Friendly • จัดหา Alternative Packaging พร้อม Spec และราคา • จัดซื้อและเริ่มเปลี่ยนในทุกสาขา • สื่อสารให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทราบ	ผู้รับผิดชอบ • ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ • ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ • ผู้จัดการแผนกการตลาด การลงทุน • Purchase / Production Alternative Packaging • อื่นๆ	ผลการดำเนินงานและการแก้ไข • ติดตามการทำงานของสาขา ว่ามีผลกระทบกับการปฏิบัติการหรือไม่ • สอนถามความพึงพอใจลูกค้า • ดู Social Listening • ดูยอดสั่งซื้อพลาสติกที่ลดลง

● เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)	ผลการดำเนินงาน 3 ปี ย้อนหลัง
• ลดการใช้วัสดุที่ใช้ในกระบวนการให้บริการลูกค้าที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดลง 50% ภายใน 5 ปี	• ลดการใช้วัสดุที่ใช้ในกระบวนการให้บริการลูกค้าที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดลง 15% ภายใน 1 ปี

โครงการที่น่าสนใจ ถุง Tote Bag

วัตถุประสงค์โครงการ :
ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ครั้งเดียวและส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ซ้ำ

เป้าหมาย

รายละเอียดโครงการ :
ช่วงดำเนินการ : ปี 2567
ผู้รับผิดชอบ :

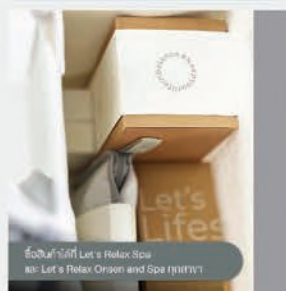
- ฝ่ายออกแบบ
- ฝ่ายจัดซื้อ
- ฝ่ายการตลาด
- ฝ่ายผลิตภัณฑ์

วิธีการดำเนินงาน :

- จัดซื้อและดีไซน์บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ซ้ำ
- ประชุมความเป็นไปได้ ทั้งในเชิงการใช้งาน ความทนทาน ต้นทุน ฯลฯ
- สื่อสารให้ลูกค้า

ผลสำเร็จของโครงการ :

- ถุง Tote Bag ที่เราได้นี้ออกมาพิเศษเพื่อคุณลูกค้า วัสดุทนทาน น้ำหนักเบา ใช้งานสะดวก สามารถใช้ซ้ำได้ และสามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาล รวมไปถึงสามารถใช้สร้างแบรนด์ให้กับกลุ่มผู้บริโภค เพราะสามารถเอามาใช้ในชีวิตประจำวันได้



ตารางสรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ด้านเศรษฐกิจ

ประเด็นที่ 1 E-CRM

2564 เปิดตัว WellnessMe Web Application

2566 เริ่มพัฒนา WellnessMe Mobile Application

2567 เปิดตัว WellnessMe Mobile Application สำหรับ IOS และ Android

ด้านสังคม

ประเด็นที่ 1 Employee Engagement

2565 รับฟังข้อเสนอแนะจากพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

2566 พัฒนาระบบ SWG Prompt

2567 เริ่มทดลองใช้ระบบ SWG Prompt

ด้านสิ่งแวดล้อม

ประเด็นที่ 1 การลดใช้พลาสติก

2565 ลดลงประมาณ 1.5 ตัน

2566 ลดลงประมาณ 2 ตัน

2567 ลดลงประมาณ 2.5 ตัน

กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีการนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่า โดยร่วมกับมูลนิธิชัยพัฒนาในการพัฒนาน้ำมันขามาใช้เป็น Base Oil ของน้ำมันนวดเพื่อให้บริการลูกค้าและตะกร้าสานจากกลุ่มชุมชน OTOP จังหวัดต่างๆ มาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับกระเช้าผลิตภัณฑ์สปา รวมไปถึงเฟอร์นิเจอร์ไม้จากวัดสวนแก้ว มาใช้ในสถานบริการ