

Forest Future Together

ร่วมรักษาอนาคตของป่า



ESG



W VANACHAI
GROUP

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด
(มหาชน)

รายงานความยั่งยืน
ปี 2566

ฉบับ

ประเด็น
ที่เป็นสาระสำคัญ
ของธุรกิจ

การประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ ในมุมมองและผลกระทบด้าน ESG (ESG Materiality)

การประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียทั้งด้านบวกและลบ ซึ่งเป็นเรื่องที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจ การดำเนินงาน ผลประกอบการของบริษัท และผลกระทบกับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า ในปีนี้บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ใช้กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญให้สอดคล้องตามมาตรฐานการจัดทำรายงาน GRI ปี 2021 (Global Reporting Initiative, GRI 3: Material Topics 2021) เพื่อที่จะสามารถบริหารจัดการกับประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบด้านความยั่งยืนได้อย่างเหมาะสม

สิ่งแวดล้อม

- การอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ
- การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ
- ภาวะภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต
- การจัดการพลังงาน
- การบริหารจัดการ การปล่อยมลพิษ
- การบริหารจัดการขยะ และของเสีย
- การบริหารจัดการน้ำ

สังคม

- การพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า
- สภาพแวดล้อมการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย
- ความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนากิจกรรมของพนักงาน
- ความเท่าเทียมกันของโอกาสและความหลากหลาย
- พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและผู้บริโภค
- เปลี่ยนแปลง
- ความพึงพอใจของลูกค้า

บรรษัทภิบาล

- จริยธรรมทางธุรกิจ
- ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน
- นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- การเติบโตทางเศรษฐกิจ
- ความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับสินค้าและบริการ
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- ภูมิรัฐศาสตร์ต่อการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ ของธุรกิจ (MATERIALITY) 2566

สารบัญ ฉบับ “ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ”

	หน้า
<u>บทนำการดำเนินการของบริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)</u>	4
<u>กระบวนการระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ</u>	5
<u>การระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ</u>	6
<u>ผลกระทบจากภายนอกและภายใน</u>	11
<u>การลำดับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ</u>	16

การดำเนินการของ กลุ่มบริษัทวนชัย

ในปีนี้บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 เป็นฉบับแรก โดยบริษัทวางแนวทางในการจัดทำรายงานโดยกำหนดการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นเสมือนกับการสร้างแผนการทำงานเพื่อจัดการกับข้อมูลที่ซับซ้อนของประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยทำหน้าที่เป็นเข็มทิศนำทางองค์กรให้มุ่งเน้นไปที่ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียและบริษัทเอง

โดยในปีนี้บริษัทได้ทำการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนแบบ “*Double Materiality*” ซึ่งเป็นการประเมินผลกระทบภายนอกต่อสิ่งแวดล้อมหรือสิ่งแวดล้อม และผลกระทบภายในที่มีต่อด้านการเงินของบริษัท โดยดำเนินการจัดทำข้อมูลผ่านมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียหลักและกลุ่มผู้บริหาร เพื่อสามารถเข้าใจว่าบริษัทได้มองและความคิดเห็นโดยรอบด้าน รับรู้ถึงแนวโน้มผลกระทบทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งทำให้บริษัทเข้าใจและสามารถทบทวนการเกิดผลกระทบและการได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทได้ชัดเจน รวมถึงความรับผิดชอบในการจัดการกับข้อกังวล และความคาดหวังด้านความยั่งยืนได้อย่างรอบคอบ บริษัทได้ระบุข้อกังวลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ที่มีความสำคัญต่อความยั่งยืนและการสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงตัวบริษัทเองในระยะยาว โดยให้มีการตรวจสอบผลกระทบทางตรงและทางอ้อมจากการดำเนินงานของบริษัท ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานและผลิตภัณฑ์/บริการที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียและสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้ทำการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ โดยกำหนดให้ครอบคลุมตามมาตรฐานการรายงาน GRI* และนำประเด็นที่เป็นสาระสำคัญไปกำหนดเป็นเป้าหมายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนระยะกลางของกลุ่มบริษัทสำหรับปี 2573 (ค.ศ. 2030) รวมทั้งใช้เป็นกลยุทธ์ และกรอบในการพัฒนาความยั่งยืนซึ่งจะเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก โดยให้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์หลักของบริษัท และมอบหมายให้ทุกธุรกิจในกลุ่มนำไปจัดทำแผนการปฏิบัติงานมุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน

บริษัทได้กำหนดประเด็นที่เป็นสาระสำคัญที่สุด 7 ประเด็น เป็นตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในปี 2566 โดยใช้ชื่อว่า “*Vanachai Sustainable Move*” เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและมีการติดตามผลในหัวข้อที่มีลำดับความสำคัญสูงสุด **Save the Forest** (การอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ) **Jump-start the Renewable Energy** (การจัดการพลังงาน) **Zero Waste** (การบริหารขยะของเสีย) **Change for The Better** (ภาวะภูมิอากาศแปรปรวนในเชิงบวก) **Fresh Air and Clean Water** (การบริหารจัดการการปล่อยมลพิษ การบริหารน้ำ) **Social Responsibility** (การพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า) และ **Good Corporate Governance** (จริยธรรมทางธุรกิจ)

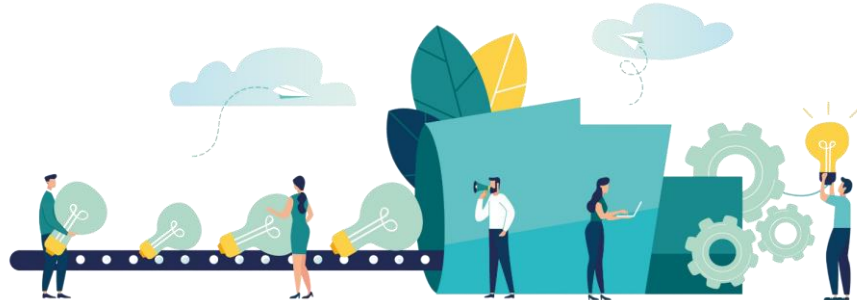
*GRI = the Global Reporting Initiative เป็นองค์กรสากลที่เป็นอิสระซึ่งเป็นผู้เปิดแบบฉบับเคลื่อนในการรายงานเรื่องความยั่งยืน GRI มุ่งเน้นในการสร้างกรอบงานที่ครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการบริหารจัดการ (ESG) เพื่อให้องค์กรสามารถสื่อสารผลกระทบและประสิทธิภาพทางความยั่งยืนผ่านรายงานเรื่องความยั่งยืน GRI มีมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและใช้งานทั่วโลกซึ่งส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการปฏิบัติต่อแนวทางความยั่งยืน ในกลุ่มและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ

การระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ (Materiality) เป็นการประเมินที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของบริษัทจนส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่มูลค่า และผู้มีส่วนได้เสียสำคัญที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท มีขั้นตอนการดำเนินการ 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- ขั้นตอนที่ 1.** การระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้น ตลอดห่วงโซ่มูลค่า โดยการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ ในประเภทธุรกิจ/อุตสาหกรรมเดียวกัน ภายใต้คำแนะนำของที่ปรึกษา
- ขั้นตอนที่ 2.** การจัดกลุ่มประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนในรอบ ESG โดยการนำประเด็นย่อยที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาจัดกลุ่มประเภทประเด็นที่เหมือนกันหรือส่งผลกระทบต่อแบบเดียวกัน โดยแยกตามกรอบ ESG
- ขั้นตอนที่ 3.** การประเมินความสำคัญของภายนอกและภายใน โดยให้มีการระบุผลกระทบที่พิจารณาจากความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ให้ครอบคลุมการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่มูลค่า
- ขั้นตอนที่ 4.** การจัดลำดับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน ใช้การวิเคราะห์และการทำความเข้าใจต่อปัจจัยต่างๆ เพื่อทำการประเมินผลกระทบในมิติทางการการเงิน และที่ไม่ใช่การเงินแต่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าขององค์กร
- ขั้นตอนที่ 5.** การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน โดยผู้บริหารระดับสูงสุดเป็นผู้อนุมัติประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ รวมทั้งกลยุทธ์และเป้าหมายด้านความยั่งยืน มีการสื่อสารให้พนักงานได้ทราบ เพื่อการทำงานไปในทิศทางเดียวกันให้บรรลุเป้าหมาย และสร้างคุณค่าให้กับองค์กร



ขั้นตอนที่ 1

การระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้น

บริษัทวนชัยคันทันร่วมกับที่ปรึกษาด้านความยั่งยืน โดยระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้น จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของกลุ่มบริษัท การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ โดยค้นหาประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจากมาตรฐานต่างๆ กรอบการรายงาน GRI ที่เป็นระดับมาตรฐานสากล องค์กรที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลบริษัทที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันทั้งในและต่างประเทศ

นอกจากนี้ทางบริษัทยังได้ทำการวิเคราะห์ประเด็นที่เกิดขึ้นในสื่อสาธารณะต่างๆ โดยเป็นประเด็นที่สนใจของผู้มีส่วนได้เสีย เช่น รายงาน World Economic Forum(WEF) เผยแพร่รายงานความเสี่ยงของโลก

ประจำปี 2566 (Global Risks Report 2023) มีทั้งหมด 6 มิติ มิติเศรษฐกิจ (economic) มิติสังคม (societal) มิติสิ่งแวดล้อม (environmental) มิติภูมิรัฐศาสตร์ (geopolitical) และมิติเทคโนโลยี (technological) ทำให้บริษัทสามารถคาดการณ์ประเด็นที่มีโอกาสส่งผลกระทบได้

จากข้อมูลที่ได้ศึกษาทั้งหมดที่กล่าวมา ได้ดำเนินการจัดกลุ่มประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG โดยพบว่ามียังสิ้น **93 ประเด็นย่อย** โดยแยกเป็นด้านสิ่งแวดล้อม 31 ประเด็น ด้านสังคม 32 ประเด็น และด้านบรรษัทภิบาล 30 ประเด็น ทุกประเด็นเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทตลอดห่วงโซ่มูลค่า และอยู่ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย

จากการค้นคว้า Researching

- ประเด็นที่เป็นผลกระทบทั่วไปในอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
- ข้อมูลประเด็นผลกระทบในบริษัทที่ใกล้เคียงกัน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ประเด็นตามมาตรฐานหรือกรอบรายงาน GRI

จากการวิเคราะห์ Analysis

- วิเคราะห์จากประเด็นที่เป็นข้อมูลในสื่อสาธารณะที่เชื่อถือได้ เช่น World Economic Forum 2023 เกี่ยวกับผลกระทบในห่วงโซ่มูลค่าของบริษัท

จากการวิเคราะห์ ประเด็นภายใน Gap Analysis

- วิเคราะห์ช่องว่างตลอดห่วงโซ่มูลค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ประเด็นสำคัญด้าน ความยั่งยืนเบื้องต้น ESG Framework

ผลกระทบจากภายนอก ประเด็นย่อยทั้งหมด

ผลกระทบจาก
ภายนอก ESG

ผลกระทบจาก
ภายใน ESG

ผลกระทบจากภายใน ประเด็นย่อยทั้งหมด

ขั้นตอนที่ 2

การจัดกลุ่มประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในกรอบ ESG

ในการระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญที่บริษัทจะนำไปดำเนินการต่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และภายใต้ความสามารถของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง บริษัทจึงได้จัดกลุ่มประเด็นย่อย 93 ประเด็น โดยใช้กรอบ ESG (สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล) โดยได้**ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจำนวน 20 ประเด็นหลัก** แยกเป็นประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม 7 ประเด็น ด้านสังคม 6 ประเด็น และด้านบรรษัทภิบาล 7 ประเด็น เป็นการตรวจสอบประเด็นที่เกิดตลอดห่วงโซ่มูลค่า รวมทั้งส่งผลถึงการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทได้นำประเด็นที่เป็นสาระสำคัญไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยมีการจัดทำแผนงานระยะสั้นและระยะยาว ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการผลกระทบที่มีต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า รวมทั้งทำการเชื่อมโยงการตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) เพื่อให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องได้เข้าใจ และรับทราบเป้าหมายและแนวทางในการก้าวไปสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน “Vanachai Sustainable Move”

สิ่งแวดล้อม Environmental (E)

- การอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ
- การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบต่อ
- ภาวะภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต
- การจัดบริหารจัดการพลังงาน
- การบริหารจัดการ การปล่อยมลพิษ
- การบริหารจัดการขยะ และของเสีย
- การบริหารจัดการน้ำ

สังคม Social (S)

- การพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า
- สภาพแวดล้อมการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย
- ความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาทักษะของพนักงาน
- ความเท่าเทียมกันของโอกาสและความหลากหลาย
- พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง
- ความพึงพอใจของลูกค้า

บรรษัทภิบาล Governance (G)

- จริยธรรมทางธุรกิจ
- ห่วงโซ่มูลค่าที่ยั่งยืน
- นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- การเติบโตทางเศรษฐกิจ
- ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- ภูมิรัฐศาสตร์ต่อการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ขั้นตอนที่ 2

ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญหลัก (M) ด้านความยั่งยืนเบื้องต้น พร้อมประเด็นย่อย (S)

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม (M 7/ S 31)

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย
1) การอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ Conservation of Natural Forests (6)	- การปลูก และรักษาป่า
	- ศึกษาและการตระหนักรู้เรื่องการรักษาป่าไม้
	- การใช้ไม้ทดแทนการใช้ไม้จากป่าธรรมชาติ
	- บรรเทาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
	- การกักเก็บคาร์บอน
	- การใช้ทุกส่วนของต้นไม้อย่างรู้ค่า
2) การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ Responsible Resources (4)	- การสิ้นเปลืองของการใช้ทรัพยากร
	- ป่าไม้อย่างยั่งยืน
	- ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน
	- การบริโภคอย่างยั่งยืน
3) ภาวะภูมิอากาศแปรปรวนใน ชั้นวิกฤต Climate Crisis (4)	- การตัดไม้ทำลายป่า
	- การชดเชยคาร์บอน
	- การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
	- การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย
4) การบริหารจัดการพลังงาน Energy Management (5)	- แหล่งพลังงานหมุนเวียน
	- การตรวจสอบและติดตามการใช้พลังงาน
	- การแปลงจะเป็นพลังงาน
	- วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	- การฝึกอบรมด้านพลังงานและ การมีส่วนร่วมของพนักงาน
5) การบริหารจัดการ การปล่อยมลพิษ Emissions Management (4)	- การควบคุมคุณภาพอากาศ
	- การชดเชยคาร์บอนและการกักเก็บคาร์บอน
	- เทคโนโลยีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
	- มลพิษทางอากาศ
	- การจัดการของเสียอันตราย
6) การบริหารจัดการของเสีย Waste Management (4)	- บูรณาการเศรษฐกิจหมุนเวียน
	- การรีไซเคิลและอัพไซเคิล
	- ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
	- การจัดการของเสียอันตราย
7) การบริหารจัดการน้ำ Water Management (4)	- การปล่อยน้ำ
	- การบำบัดน้ำเสียและการรีไซเคิล
	- การดึงน้ำและการใช้น้ำ
	- การจัดการน้ำท่วม

ประเด็นด้านสังคม (M 6/ S 32)

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย
8) การพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า Local Development and Creation of Value (7)	- การมีส่วนร่วมและการส่งเสริมการทำงานของชุมชน
	- การจัดหาและจัดซื้อจัดจ้างในชุมชนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ
	- ความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน
	- การสร้างงานและพัฒนากิจการ
	- สินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มของชุมชน
	- การพัฒนาชุมชน
9) สภาพแวดล้อมการทำงานที่ ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย Healthy and Safe Work Environment (6)	- กฎระเบียบด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
	- การระบุอันตรายและการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบาดเจ็บจากการทำงาน
	- การฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและให้ความรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงาน
	- การป้องกันการบาดเจ็บและการเจ็บป่วย
	- สภาพการทำงาน
	- การเตรียมความพร้อมและการตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน

*VOCs = Volatile Organic Compounds หมายถึงกลุ่มสารประกอบอินทรีย์ที่ระเหยเป็นไอได้ง่าย

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย
10) ความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนากิจการของพนักงาน Employee Well-Being and Skills Development (5)	- ค่าตอบแทนและผลประโยชน์
	- ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน
	- ความผูกพันต่อองค์กร
	- โครงการฝึกอบรมและพัฒนา
	- การดึงดูดและการรักษาความสามารถพิเศษ
11) ความเท่าเทียมกันของโอกาสและความหลากหลาย Equality of Opportunity and Diversity (5)	- แนวทางปฏิบัติในการจ้างงานแบบครอบคลุม
	- ค่าจ้างและค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน
	- โครงการริเริ่มความหลากหลายของคู่ค้า
	- การเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มคนพิเศษ และเปราะบาง
	- นโยบายสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน
12) พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและผู้บริโภค เปลี่ยนแปลง Customer Behavior Change (5)	- ทางเลือกผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน
	- การทำผิววัสดุและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	- การให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมกับผู้บริโภค
	- ผู้บริโภคศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจผ่านช่องทาง Online และเลือกซื้อในร้านที่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลเองได้ชัดเจน เช่น ศูนย์รวมวัสดุ
	- ความโปร่งใสสามารถตรวจสอบย้อนกลับ
13) ความพึงพอใจของลูกค้า Customer Satisfaction (4)	- วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	- สินค้าที่มีสาร VOCs* ต่ำ
	- การผลิตที่ประหยัดพลังงาน
	- ความทนทานของผลิตภัณฑ์

ประเด็นด้านบรรษัทภิบาล (M 7/ S 30)

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย
14) จริยธรรมทางธุรกิจ Business Ethics (7)	- การปฏิบัติตามกฎระเบียบ / แนวปฏิบัติ
	- การฉ้อโกง
	- พฤติกรรมการแข่งขันทางธุรกิจ
	- การต่อต้านการทุจริต
	- จรรยาบรรณทางธุรกิจ
	- ความโปร่งใสในการดำเนินงาน
	- ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล
15) ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน Sustainable Value Chain (3)	- การมีส่วนร่วมและความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสีย
	- กระบวนการลดปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์
	- การจัดการห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีจริยธรรม
16) นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม Green Innovation (5)	- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ยั่งยืน
	- หุ่นยนต์ในการทำงาน
	- นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
	- นวัตกรรมในกระบวนการ
	- การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย
17) การเติบโตทางเศรษฐกิจ Economic Growth (4)	- นวัตกรรมการตลาด
	- สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ไม้
	- ความหลากหลายทางเศรษฐกิจ
	- การลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบ
18) ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ Responsible Products and Services (4)	- การรับรองและการติดตามผลิตภัณฑ์
	- การจัดการวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
	- ความปลอดภัยของผู้บริโภค
	- คุณภาพของผลิตภัณฑ์
19) การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน Sustainability Supply Chain Management (4)	- แนวทางปฏิบัติในการจัดหาอย่างมีความรับผิดชอบ
	- การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างมีจริยธรรม
	- ความหลากหลายของคู่ค้าและการไม่แบ่งแยก
	- ความร่วมมือและการเป็นพันธมิตรการค้า
20) ภูมิรัฐศาสตร์ต่อการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ Geopolitics (3)	- นโยบายการค้าและภาษีศุลกากร
	- กฎระเบียบสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ
	- เสถียรภาพการเมือง/การแก้ไขข้อขัดแย้ง

ขั้นตอนที่ 3

ประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจากผลกระทบที่เกิดภายนอกและภายใน

ปี 2566 นี้เป็นปีที่แรก ที่บริษัทวนชัยได้จัดทำประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยได้ดำเนินการศึกษา วิเคราะห์ และได้แนะนำแนวทางการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนในรูปแบบใหม่มาใช้ ที่เรียกว่า วิธี “Double Materiality” ซึ่งเป็นการรวมเอามุมมอง “จากภายนอกสู่ภายใน outside-in” และ “จากภายในสู่ภายนอก inside-out” เป็นการเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจากมุมมองของผู้ถือหุ้นไปสู่มุมมองของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ผลกระทบต่างๆ ไม่เพียงแต่ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่สามารถส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและการดำเนินงานของบริษัทในระยะยาว ดังนั้นการจัดการกับผลกระทบภายนอก (ผลกระทบของบริษัทต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกและสังคม) และผลกระทบภายใน (ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและสังคมที่มีต่อบริษัท) จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน

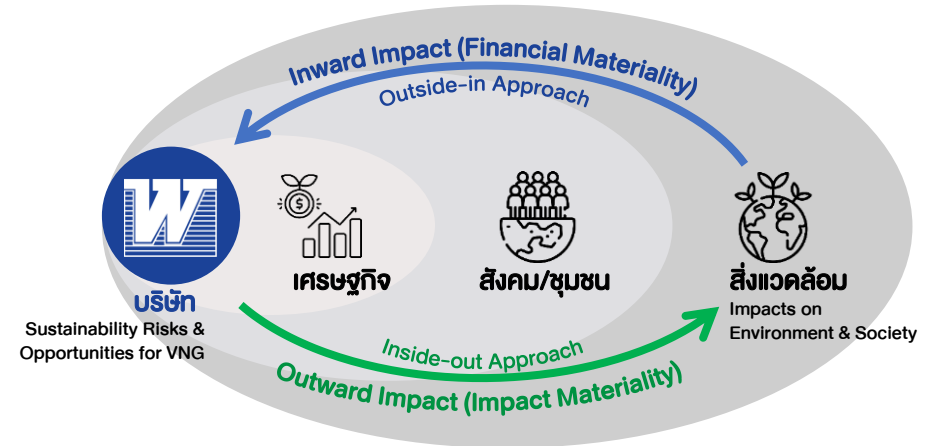
“เสริมแนวทางการวิเคราะห์แบบองค์รวม

ในการรายงานและการตัดสินใจขององค์กร

โดยปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับการพิจารณาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อสร้างมูลค่าองค์กรในระยะยาว”

เพื่อให้การวิเคราะห์ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสเป็นไปอย่างครอบคลุม บริษัทจึงได้ตรวจสอบการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่มูลค่า ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ไปจนถึงผลิตภัณฑ์/บริการ การดำเนินการร่วมกับลูกค้า รวมถึงการใช้งานผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค นอกจากนี้ เพื่อให้เข้าใจอย่างแท้จริงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และดำเนินธุรกิจด้วยบรรษัทภิบาลที่ดี บริษัทยังได้ทำการวิเคราะห์ถึงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม

บริษัทได้ดำเนินการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน ด้วยแนวทางใหม่ที่เรียกว่า Double Materiality มาใช้ในการดำเนินงานครั้งนี้ ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นด้านความยั่งยืนมากขึ้น รวมทั้งสามารถปรับองค์กรให้ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นตามสถานการณ์ ช่วยให้บริษัทสามารถพัฒนาประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจำนวน 20 ประเด็นจนเป็น 9 กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน รวมทั้งเป็นแนวทางและการลำดับการเล่าเรื่องในการรายงานความยั่งยืน โดยประเด็นที่มีผลกระทบมากที่สุดจะเป็นเรื่องที่บริษัทจะมุ่งเน้นและให้ความสำคัญเพื่อให้ผู้สนใจเข้าใจการตอบสนองต่อประเด็นเหล่านั้นของกลุ่มบริษัทได้อย่างชัดเจน โปร่งใส เพื่อร่วมกันพัฒนาไปสู่การเจริญทางเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม และสังคม



การประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญตามแนวทาง Double Materiality

ในรายงานชุดนี้ บริษัทได้ดำเนินการร่วมกับทีมที่ปรึกษาดำเนินการสำรวจและประเมินผลกระทบจากประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจากการขึ้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญในหน้า 12 ซึ่งแสดงกระบวนการในการจัดทำความคิดเห็นในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ

- 1) ทำความเข้าใจความคาดหวังและข้อกังวลเกี่ยวกับประเด็นด้านความยั่งยืน มุมมองจากผู้มีส่วนได้เสียช่วยจัดลำดับความสำคัญของประเด็น ESG ที่เกี่ยวข้องมากที่สุด และช่วยให้มั่นใจว่าการรายงานจะสะท้อนถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย
- 2) เมื่อมีการระบุประเด็นสำคัญแล้ว บริษัทสรุปประเด็นเหล่านั้นเข้ากับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่กำหนดเป้าหมายและแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน โดยรวมกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นกับแต่ละประเด็น เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ที่ส่งผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม
- 3) จัดทำตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพหลัก (KPI) และหน่วยวัด เพื่อติดตามประสิทธิภาพในประเด็น ESG ที่สำคัญ ซึ่งมีทั้งสิ้น 5 ประเด็นหลักที่สำคัญ โดยเกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ภาวะสภาพภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต การจัดการพลังงาน การพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า รวมถึงนวัตกรรมเพื่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

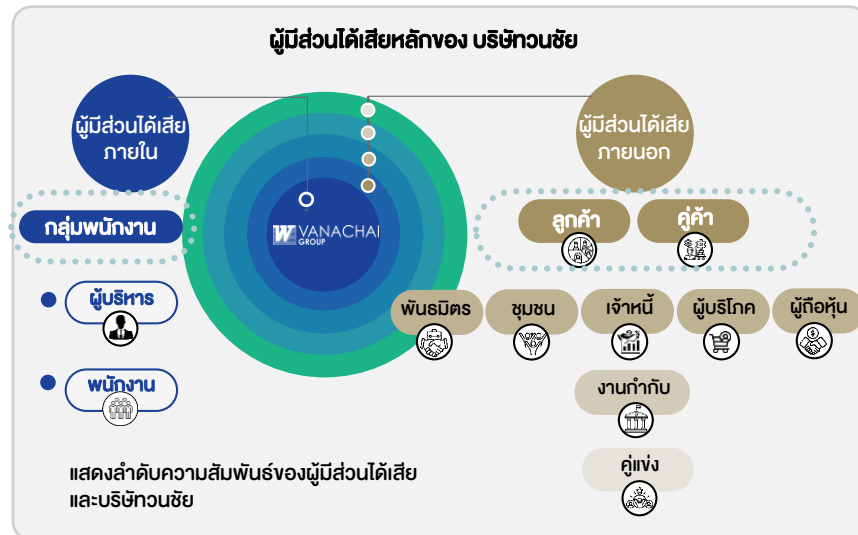
กลุ่มบริษัทใช้เป็นแนวทางในการจัดทำรายงาน เพื่อเพิ่มความโปร่งใส แสดงความรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย ขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการสร้างมูลค่าที่ยั่งยืนในระยะยาว

ขั้นตอนที่ 3

รวบรวมมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ

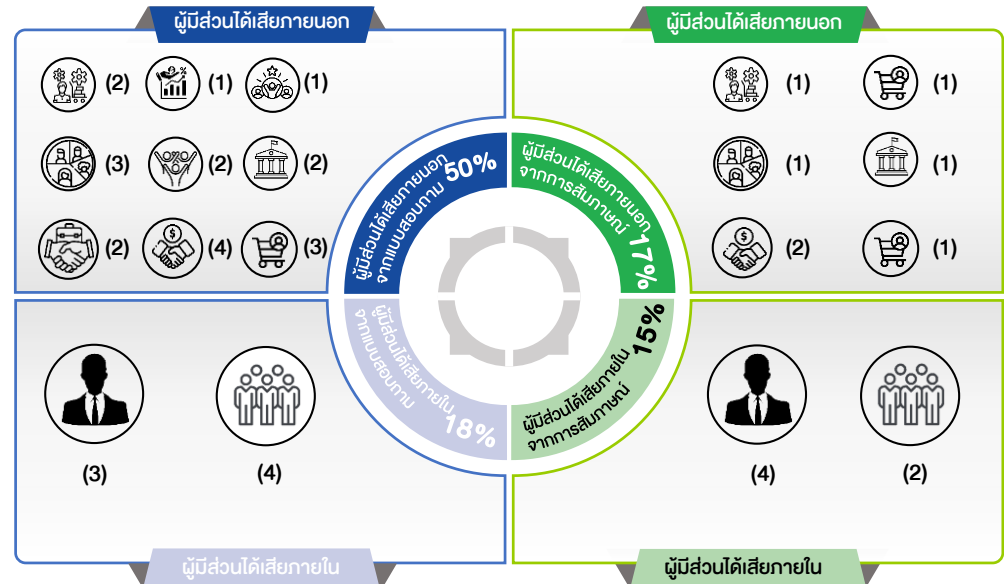
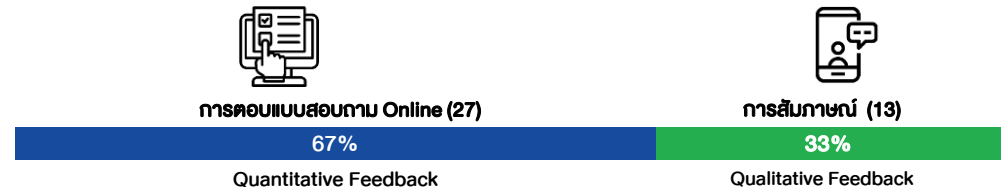
- การจัดระดับ: ความเกี่ยวข้องของประเด็นต่างๆ กับผู้มีส่วนได้เสีย
Gathering Stakeholders' Perspectives

การดำเนินการรายงานมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ เริ่มต้นด้วยการระบุผู้มีส่วนได้เสียหลักตามผังความสัมพันธ์ด้านล่าง และพัฒนาแผนการมีส่วนร่วมโดยสรุปวัตถุประสงค์ วิธีการ และกรอบเวลา ใช้ช่องทางและวิธีการสื่อสารแบบสำรวจความคิดเห็น Online และการสัมภาษณ์ / การสนทนากลุ่ม เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับรวบรวมและลำดับความสำคัญตามที่แสดงในรายงานหน้าที่ 13 ทวนสอบความถูกต้องของข้อมูลกับผู้มีส่วนได้เสีย บุคลากรมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียเข้ากับการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ โดยพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น ความถี่และความรุนแรงของข้อกังวล และผลกระทบทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นตามกระบวนการดำเนินงานที่แสดงในหน้า 14 และสื่อสารผลการประเมินอย่างโปร่งใสผ่านรายงานความยั่งยืนและการสื่อสารองค์กร กิจกรรมนี้จะมีการทบทวนทุกปีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลความคิดเห็นที่ได้จะทันสมัยและนำมาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด



“ความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเป็นข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าซึ่งช่วยให้บริษัทจัดลำดับความสำคัญและมุ่งเน้นไปที่ประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องมากที่สุด”

ผู้มีส่วนได้เสียที่ให้ข้อมูลเป็นมุมมองเกี่ยวกับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในรอบ ESG



ขั้นตอนที่ 3

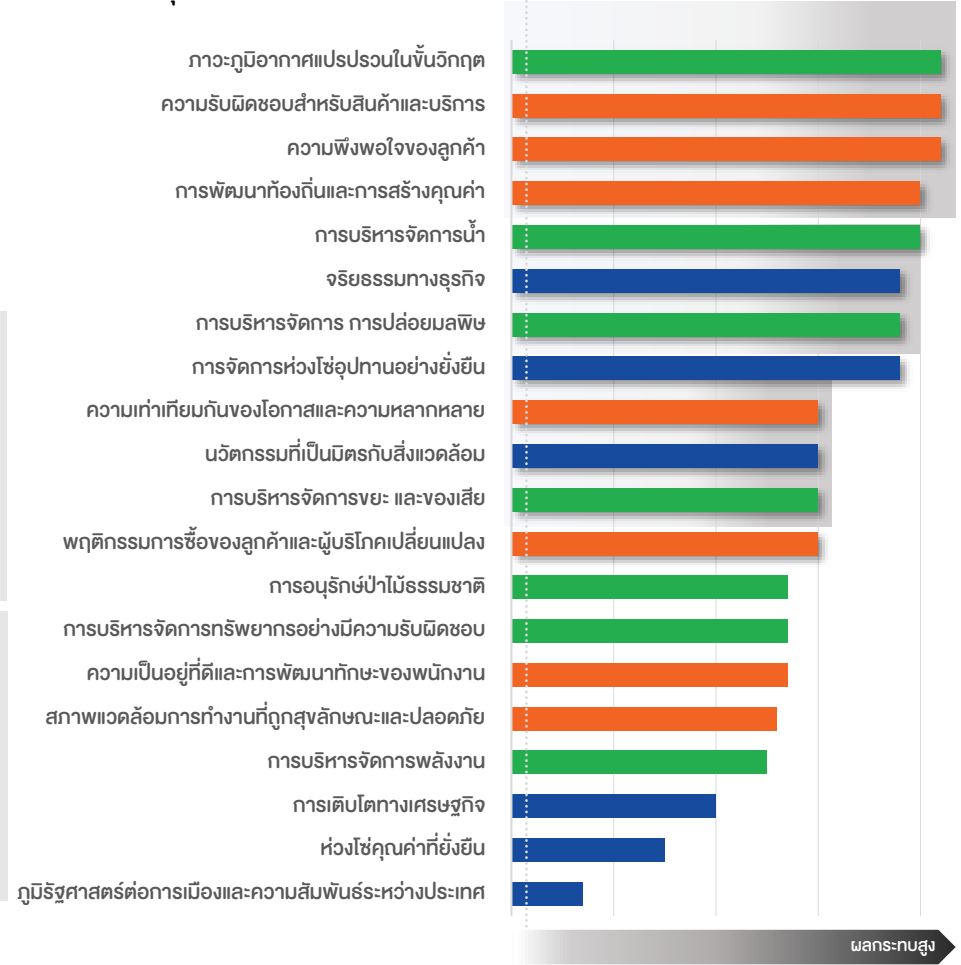
รวบรวมมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ

- การจัดระดับ: ความเกี่ยวข้องของประเด็นต่างๆ กับผู้มีส่วนได้เสีย
Gathering Stakeholders' Perspectives

ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียหลัก ที่เป็นกลุ่มสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นไปตามเป้าหมาย โดยผลการสัมภาษณ์และการตอบแบบสอบถามของ กลุ่มพนักงาน กลุ่มเกษตรกร/ชาวสวน กลุ่มลูกค้า และกลุ่มชุมชนที่อยู่รอบโรงงานที่บริษัทดำเนินการ จะพบว่าประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในด้านภาวะภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต เป็นประเด็นร่วมของผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม จึงเป็นประเด็นหนึ่งที่บริษัทจะต้องนำมาจัดทำแผนดำเนินงาน เพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นจะส่งผลถึงการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทได้ ด้านล่างเป็นสรุปประเด็นที่มีผลกระทบสูงสุด 3 อันดับของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ 4 กลุ่ม ดังต่อไปนี้



ผลการสำรวจการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในปี 2566 พบว่าผู้มีส่วนได้เสียส่วนใหญ่จัดอันดับให้ประเด็นภาวะภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต ประเด็นความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ ประเด็นความพึงพอใจของลูกค้า ประเด็นการพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า และประเด็นการบริหารจัดการน้ำ เป็นประเด็นที่มีความสำคัญที่สุด 5 อันดับแรก ตามลำดับ และมีความสอดคล้องกับการประเมินผลกระทบและนัยสำคัญทางการเงินของบริษัททวนซ้ำ โดยจะมีการกำหนดมาตรการและแผนจัดการประเด็นเหล่านี้อย่างเป็นระบบ มีความเหมาะสมในกรอบเวลาที่จะลดผลกระทบด้านลบ และปรับการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกัน



ขั้นตอนที่ 3

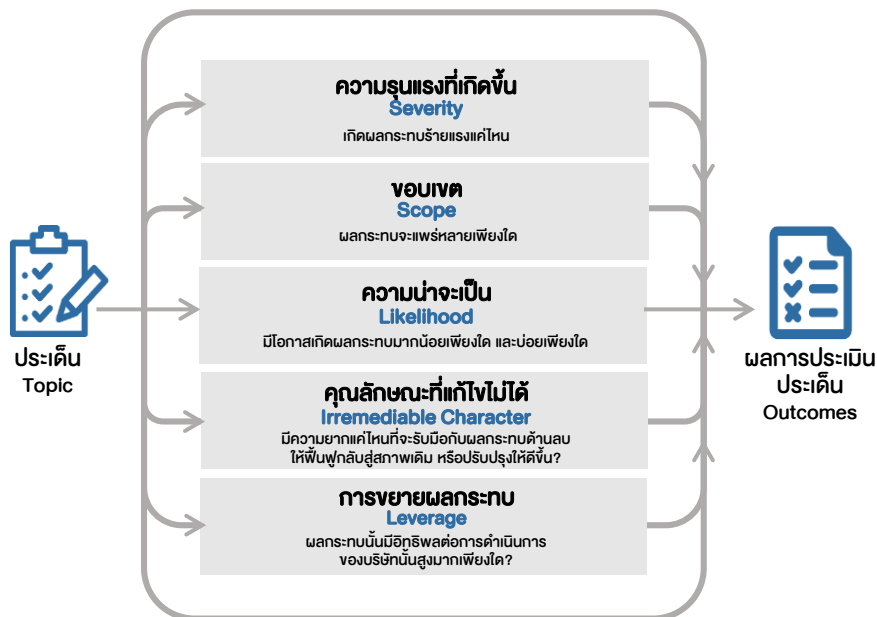
ประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของผลกระทบที่เกิดภายนอก

- ระดับผลกระทบจากการดำเนินการของ วนชัย ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
Outward Impact from VNG's Business on Economy, Environment and Society

Outward impact หรือ Impact Materiality โดยแนวทางนี้เป็นการมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทที่ย้ายออกไปเกินขอบเขตของตนเองสู่ภายนอกที่มีนัยสำคัญ เป็นการพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล เป็นมุมมองที่นอกเหนือจากการดำเนินงานของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย มุมมองที่กว้างขึ้นแบบองค์รวมนี้ช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้นและประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทโดยมีข้อมูลมากขึ้น ทำให้บริษัทเข้าใจขอบเขตการรับผิดชอบไม่เพียงแต่ต่อการกระทำโดยตรงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผลทางอ้อมจากการดำเนินงานด้วย

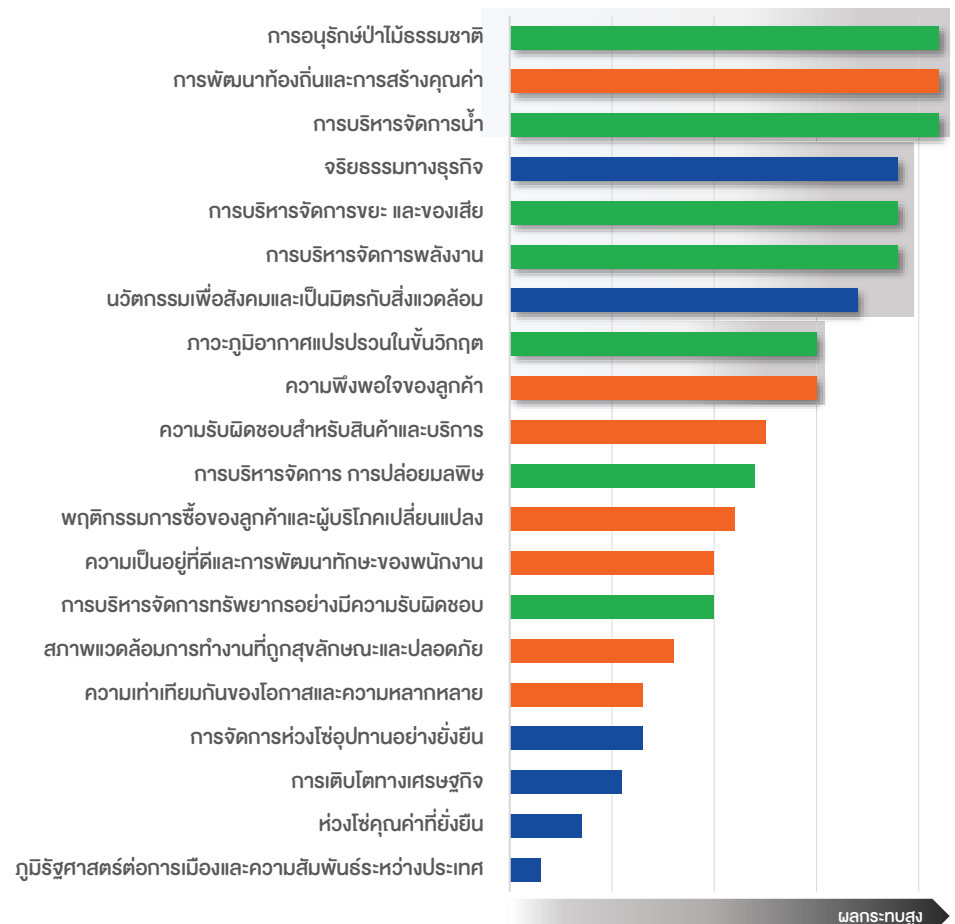
เกณฑ์การประเมินผลกระทบภายนอก

การประเมินผลกระทบได้ดำเนินการตามหลักเกณฑ์วัดความรุนแรงที่เกิดขึ้น ขอบเขตของผลกระทบที่เกิด โอกาสความน่าจะเป็นไปได้อันจะเกิดผลกระทบ รวมทั้งประเมินว่าประเด็นที่เกิดขึ้นจะสามารถแก้ไขปรับปรุงให้คืนกลับสภาพเดิมได้หรือไม่ และสุดท้ายผลกระทบนั้นส่งผลต่อการดำเนินงานบริษัทในระดับใด ทางบริษัทได้ใช้เกณฑ์ให้คะแนนเป็น 5 ระดับ รวมทั้งใช้เกณฑ์การประเมินความเสี่ยงอ้างอิงเพื่อให้เกณฑ์ที่ใช้มีความสอดคล้องกัน



ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบจากการดำเนินการที่มีผลต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาลพบว่า ประเด็นการอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ หรือที่วนชัยเรียกว่าประเด็นการรักษาป่า ประเด็นการพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า ประเด็นการบริหารจัดการน้ำ ประเด็นด้านจริยธรรมทางธุรกิจ และประเด็นการบริหารจัดการขยะ ของเสีย เป็น 5 ประเด็นที่มีผลกระทบรุนแรงที่สุด

การพิจารณาผลกระทบภายนอกที่มีนัยสำคัญช่วยให้บริษัท เข้าใจบทบาทในระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่กว้างขึ้นได้ดียิ่งขึ้น และจัดการความเสี่ยงในเชิงรุก ระบุโอกาส รวมทั้งสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด



ขั้นตอนที่ 3

ประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจากผลกระทบภายใน (การเงิน)

- ระดับผลกระทบจากประเด็น ESG ที่มีต่อบริษัทในด้านการเงินและความสามารถของบริษัทใน

อนาคต Inward Impact: ESG Impact on VNG's finance and economic value creation

ผลกระทบภายในหรือประเด็นที่เป็นสาระสำคัญทางการเงินหมายถึงการพิจารณาประสิทธิภาพและผลกระทบทางการเงินภายในของบริษัท โดยมุ่งเน้นที่แนวโน้มทางเศรษฐกิจจากการดำเนินงานเป็นหลัก และผลกระทบต่อสุขภาพทางการเงินที่ใช้ในการแก้ปัญหา พัฒนา หรือลดผลกระทบทางลบที่เกิดจากประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีผลต่อความยั่งยืนของกลุ่มบริษัทในระยะยาว

บริษัทเลือกปัจจัยทางการเงินที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท และเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งกำหนดให้พิจารณาปัจจัยสำคัญต่างๆ เช่น โอกาสและความเป็นไปได้ของประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ รวมถึงขนาด ความถี่ ความเกี่ยวข้อง และความผันผวน โดยกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่สำคัญ

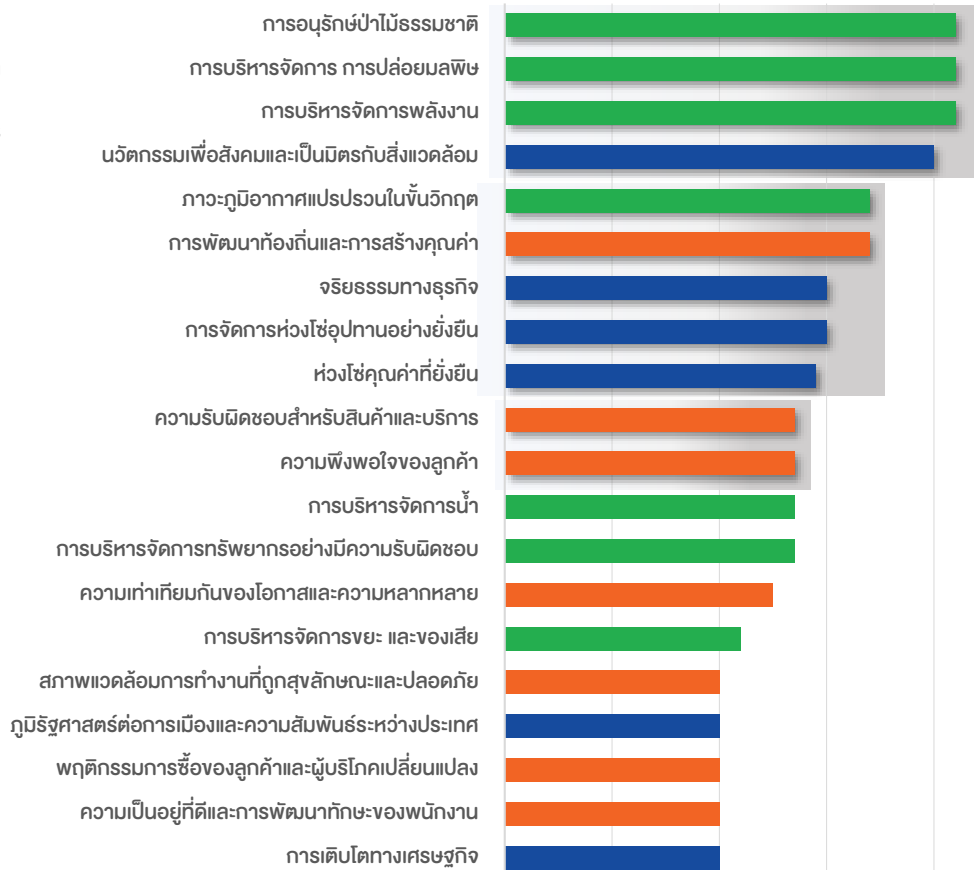
“การวิเคราะห์ผลกระทบภายใน เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจผลการดำเนินงานทางการเงิน การเพิ่มความโปร่งใส สนับสนุนการตัดสินใจ และขับเคลื่อนการสร้างมูลค่าที่ยั่งยืนสำหรับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย”

การประเมินผลกระทบภายในนี้ ทำให้บริษัทได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางการเงิน รวมถึงความสามารถในการสร้างผลกำไร สภาพคล่อง และประสิทธิภาพ สิ่งนี้ช่วยให้ผู้บริหารและนักลงทุนประเมินความสามารถด้านการเงินและการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุน โดยผู้ลงทุนสามารถอาศัยข้อมูลทางการเงินในการตัดสินใจลงทุน การรายงานผลกระทบภายในจะช่วยให้เพิ่มความโปร่งใส และให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่นักลงทุนเพื่อประเมินสถานะทางการเงินและศักยภาพในการลงทุนของบริษัท สิ่งนี้สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนและดึงดูดเงินทุนเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ

สามารถใช้เปรียบเทียบประสิทธิภาพการดำเนินงาน เปรียบเทียบตัวชี้วัดผลกระทบภายในกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งจะได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเกี่ยวกับตำแหน่งการแข่งขัน การเปรียบเทียบนี้ช่วยระบุพื้นที่สำหรับการปรับปรุงและการนำมาตรการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจต่อไป

กลุ่มบริษัทสามารถรายงานข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้องและโปร่งใสต่อหน่วยงานกำกับดูแล ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ การปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีและข้อกำหนดการรายงานทางการเงินช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ



ผลกระทบสูง

ขั้นตอนที่ 4

การจัดลำดับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ

- ผลการประเมินและจัดลำดับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ ปี 2566

1) การอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ

2) การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ

3) ภาวะสภาพภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต

4) การบริหารจัดการพลังงาน

5) การบริหารจัดการ การปล่อยมลพิษ

6) การบริหารจัดการขยะ และของเสีย

7) การบริหารจัดการน้ำ

8) การพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า

9) สภาพแวดล้อมการทำงานที่ถูกต้องลักษณะและปลอดภัย

10) ความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาทักษะพนักงาน

11) ความเท่าเทียมกันของโอกาสและความหลากหลาย

12) พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

13) ความพึงพอใจของลูกค้า

14) จริยธรรมทางธุรกิจ

15) ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน

16) นวัตกรรมเพื่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

17) การเติบโตทางเศรษฐกิจ

18) ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ

19) การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

20) ภูมิรัฐศาสตร์ต่อการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

การจัดลำดับของประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจะช่วยให้บริษัทสามารถมุ่งเน้นความสนใจไปยังประเด็นที่มีผลกระทบสูงสุด รวมทั้งบริษัทสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วย โดยการวิเคราะห์ครั้งนี้ทำให้สามารถระบุประเด็นที่มีผลกระทบสำคัญที่ทั้งผู้มีส่วนได้เสีย สังคม สิ่งแวดล้อม และตัวบริษัทเองมีความเห็นตรงกัน จำนวนทั้งสิ้น 5 ประเด็น คือการอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ ประเด็นภาวะสภาพภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต ประเด็นการจัดการพลังงาน ประเด็นการพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า และประเด็นนวัตกรรมเพื่อสังคม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ในส่วนสีเข้มสุด ตำแหน่งขวบนสุดของกราฟด้านขวามือ)

การดำเนินการที่บริษัทสามารถจัดการความเสี่ยง เพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย ขับเคลื่อนนวัตกรรม และสร้างมูลค่า ด้วยการแก้ปัญหาคอนcernที่ยั่งยืนที่สำคัญที่สุดอย่างเป็นระบบ ทำให้สามารถพัฒนาประสิทธิภาพด้านความยั่งยืน และมีส่วนร่วมในผลลัพธ์เชิงบวกทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

สัญลักษณ์

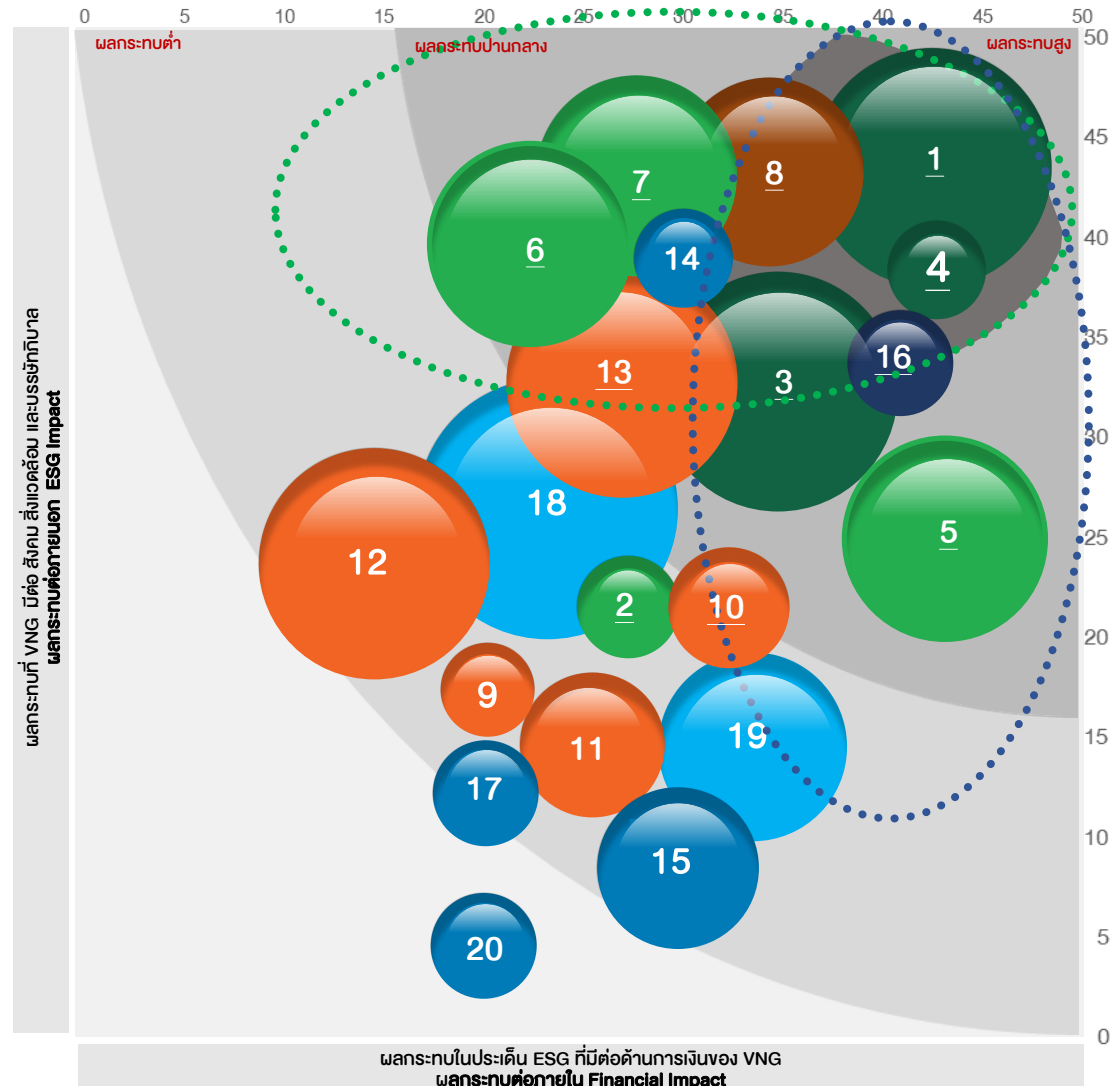
- สิ่งแวดล้อม (Environment)
- สังคม (Social)
- บรรษัทภิบาล (Governance)

ความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสีย

- เกี่ยวข้องมาก
- น้อยที่สุด

ประเด็นที่มีผลกระทบสูงสุดจากการดำเนินธุรกิจ

- ผลกระทบที่มีต่อสังคม สิ่งแวดล้อม
- ผลกระทบที่มีต่อของมูลค่าธุรกิจบริษัท
- ผลกระทบสูงร่วมทุกฝ่าย



การนำประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ มาพัฒนาเป็นกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

บริษัทพัฒนาประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนให้เป็นกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในกรอบ ESG ที่ครอบคลุมและบูรณาการ เพื่อขับเคลื่อนผลกระทบเชิงบวก และสร้างมูลค่าระยะยาวให้กับผู้มีส่วนได้เสียและสังคม โดยการบูรณาการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนเข้ากับกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักและใช้

เป็นกรอบการตัดสินใจ รวมทั้งปลูกฝังความยั่งยืนไว้กับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารความเสี่ยง การวัดผลการปฏิบัติงาน และการผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมของพนักงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น การพัฒนาชุมชน และลูกค้า เป็นต้น



การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน และอนุมิติ

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) ได้ระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญทั้งสิ้น 20 ประเด็นหลัก และได้ระดมความคิดเห็นในการพัฒนาเป็นกลยุทธ์หลัก ซึ่งมีจำนวน 9 กลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญเหล่านั้น และกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนรวมทั้งสามารถวัดผลได้ เป้าหมายเหล่านี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้าน ความยั่งยืนและคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย

ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน	เป้าหมายองค์กร (Vanachai Sustainable MOVE)	กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน
การอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ	1) การรักษาป่า SAVE THE FOREST	ส่งเสริมเศรษฐกิจชีวภาพ ผ่านการใช้ไม้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- การจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ - การบริหารจัดการพลังงาน	2) เร่งการพัฒนาและการใช้พลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม JUMP START THE RENEWABLE ENERGY	ยกระดับเศรษฐกิจหมุนเวียน และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
- การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ - การบริหารจัดการขยะ และของเสีย	3) กำหนดเป้าหมายในการลดการสร้างของเสียในกระบวนการผลิตให้เป็นศูนย์ SET ZERO WASTE GOALS IN MANUFACTURING	เปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสีเขียว โดยบรรลุความเป็นกลางคาร์บอน
- ภาวะสภาพภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต - การบริหารจัดการ การปล่อยมลพิษ - การบริหารจัดการน้ำ	4) การให้ความสำคัญและตั้งใจในการรักษาคุณภาพของอากาศที่สดชื่นและน้ำที่สะอาด FOCUS ON FRESH AIR & CLEAN WATER	
- การพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า - ความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาทักษะพนักงาน - สภาพแวดล้อมการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย - ความเท่าเทียมกันของโอกาสและความหลากหลาย	5) ความรับผิดชอบต่อสังคม * SOCIAL RESPONSIBILITY * สังคม ในความหมายของทางกลุ่มวนชัย ในส่วนเป้าหมายนี้ หมายถึงรวมถึง สังคมในระดับองค์กรที่เป็น "พนักงาน" สังคมระดับ "ชุมชน" ในพื้นที่ ที่บริษัทเข้าดำเนินการทางธุรกิจ และสังคมในระดับ "ประเทศ" รวมถึงระดับ "โลก"	- ร่วมกันรักษาชุมชน: ยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนที่วนชัยเข้าดำเนินธุรกิจ - ร่วมกันรักษาสังคม: เคารพสิทธิมนุษยชนให้ความเท่าเทียมกันในสังคมโดยรวม - ร่วมกันรักษานักงาน: เพิ่มศักยภาพในการทำงานให้มีความสูงและปลอดภัย
- นวัตกรรมเพื่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - ความพึงพอใจของลูกค้า - พฤติกรรม การซื้อของลูกค้าและผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง	6) การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น CHANGE FOR THE BETTER	สร้างอนาคตตลาดใหม่ด้วยสินค้านวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- จริยธรรมทางธุรกิจ - ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน - การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน - ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ - การเติบโตทางเศรษฐกิจ - ภูมิรัฐศาสตร์ต่อการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	7) เป็นบริษัทที่มีธรรมาภิบาลที่ดีในการกำกับดูแลองค์กร GOOD CORPORATE GOVERNANCE	- สร้างอนาคตธุรกิจที่มั่นคง ด้วยการกำกับดูแลกิจการที่ดี - สร้างอนาคตร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ เพื่อเสริมความยืดหยุ่นและมั่นคงให้ห่วงโซ่อุปทาน

VANACHAI SUSTAINABLE MOVE



การเชื่อมโยงประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน เป้าหมายองค์กร และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

บริษัท กำหนดเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืน 7 เป้าหมาย (Vanachai Sustainable MOVE) ซึ่งแต่ละเป้าหมายสนับสนุนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG โดยการพัฒนามาจากประเด็นที่เป็นสาระสำคัญทั้ง 20 ประเด็น โดยกลุ่มบริษัทได้กำหนดเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว รวมทั้งแสดงความเชื่อมโยงที่ตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)



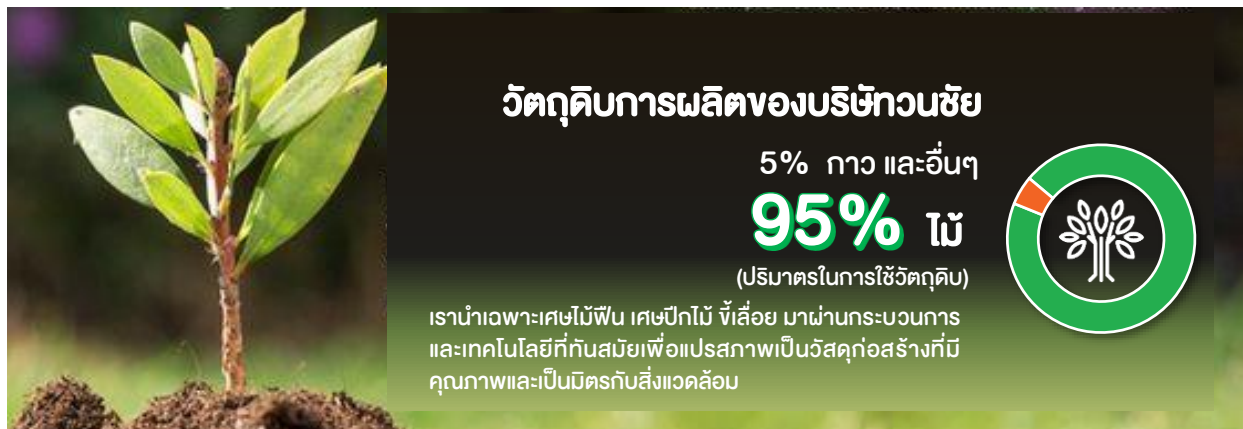
เป้าหมายที่ 1) การรักษาป่า SAVE THE FOREST

สนับสนุนกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม: ส่งเสริมเศรษฐกิจชีวภาพ ผ่านการใช้ไม้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ประเด็นที่เป็น สาระสำคัญ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย (Unit)	ผล (Result)	เป้าหมาย (Target)			เชื่อมโยงกับ SDGs
			2566	2566	2573	2593	
การอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ* (Conservation of Natural Forests)	• การใช้ไม้ทดแทนไม้ธรรมชาติ ในการดำเนินธุรกิจเทียบเท่าการ “รักษาป่าไม้ธรรมชาติได้”	ล้านต้น	26	26	200	1,000	
	• ส่งเสริมและเพิ่มปริมาณการใช้ไม้ยางพาราโดยพัฒนานวัตกรรมเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์	ล้านต้น	2.14	2.00	2.82	6.17	
	• การส่งเสริมการปลูกต้นไม้ เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้ชุมชน ในโครงการพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่าร่วม (CSV Project)	ต้น	1,500	1,200	12,000 ต้นไม้สะสม	50,000 ต้นไม้สะสม	



วนิชย์เลือกไม้จากสวนป่าที่มีการควบคุมและปลูกเพื่อทดแทนในเชิงพาณิชย์ และเลือกคั้นคุณค่า พร้อมเพิ่มมูลค่าให้กับไม้ยางพาราที่หมดน้ำยาง และเศษไม้ในภาคการเกษตรให้กลับมาในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อยุติการตัดไม้ทำลายป่าตามธรรมชาติ และลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดจากการเผาเศษไม้อย่างไม่เหมาะสมของเกษตรกรไปพร้อมกัน



การรักษาป่า SAVE THE FOREST

การอนุรักษ์ป่าไม้ให้ควบคู่กับมนุษยอย่างยั่งยืน

- การปลูกป่า คือ การอนุรักษ์โดยการนำต้นไม้มาปลูกทดแทนป่าไม้ที่ถูกทำลายลงไป ช่วยรักษาจำนวนให้ป่าไม้
- การใช้ไม้ทดแทนป่าไม้ธรรมชาติ
- การใช้ไม้อย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดที่สุด
- การนำเศษไม้ยางพารามาใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้น ที่เมื่อก่อนยังไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์เป็นวัสดุก่อสร้าง/ตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์

ป่า คือ “ชีวิต” ของกลุ่มวนชัย

ป่าให้มนุษย์ได้อากาศ น้ำ และอาหาร ป่าให้มนุษย์ได้มีไม้เพื่อสร้างบ้านและสิ่งอื่น ๆ อีกมากมาย ไม้เป็นวัสดุที่เป็นมิตรกับมนุษย์เสมอมาและจะเป็นเช่นนั้นตลอดไป **รูปแบบธุรกิจอย่างยั่งยืนของวนชัยไม่ใช้ไม้จากป่าเพื่อให้ป่าเติบโตได้มากขึ้นสำหรับคนรุ่นหลัง** นี่คือการหมายของชื่อบริษัทเรา นี่คือการปรัชญาของเราตลอดไปตลอดชั่วอายุที่ผ่านมา

รักษาอนาคตของป่าร่วมกัน

15 การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบก



บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) มุ่งปกป้อง ปั้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ต่อสู้การ ภัยสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและพื้นสภาพดิน และหยุดยั้งการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมีนโยบายด้านระบบนิเวศบนบก (Life on Land) ดังนี้

1. **การรักษาป่า และปลูกป่า:** ร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นในโครง- การปลูกป่า และการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืนรวมกันอย่างยิ่งยืน
2. **การจัดการอย่างยั่งยืนและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน:** กำหนดให้จัดหาวัตถุดิบจากสวนยางที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนที่ได้รับการรับรอง เพื่อป้องกันการตัดไม้อย่างผิดกฎหมาย
3. **เศรษฐกิจหมุนเวียนและการบริหารจัดการของเสีย:** เพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากรสูงสุดและลดของเสียโดยนำผลพลอยได้จากไม้และเศษเหลือทางการเกษตรกลับมาใช้ใหม่ และสร้างโครงการรีไซเคิลเพื่อส่งเสริมการใช้ซ้ำและการนำกลับมาใช้ใหม่

ป่าไม้ตามคำนิยามของประเทศไทย

ป่าไม้ หมายถึง พื้นที่ปกคลุมของพืชพรรณที่สามารถจำแนกได้ว่าเป็นไม้ยืนต้น ปกคลุมเป็นผืนต่อเนื่องขนาดไม่น้อยกว่า 3.125 ไร่ และหมายรวมถึงทุ่งหญ้าและลานหินที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ที่ปรากฏล้อมรอบด้วยพื้นที่ที่จำแนกได้ว่าเป็นพื้นที่ป่าไม้ โดยไม่รวมถึงสวนยูคาลิปตัส หรือพื้นที่ที่มีต้นไม้แต่ประเมินได้ว่าผลผลิตหลักของการดำเนินการไม่ใช่เนื้อไม้ ได้แก่ พื้นที่วนเกษตร สวนผลไม้ สวนยางพารา และ สวนปาล์ม

ใน พ.ศ. 2561-2566 ประเทศไทยมีพื้นที่ป่าไม้จำนวน 101,818,155.76 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 31.47 ของพื้นที่ประเทศ (ประเทศไทยมีพื้นที่ประมาณ 321 ไร่) โดยภาคเหนือพบพื้นที่ป่าไม้มากที่สุด รองลงมา คือ ภาคตะวันตก ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามลำดับ ขณะที่จังหวัดที่มีพื้นที่ป่าไม้มากกว่าร้อยละ 40 ของพื้นที่ มีจำนวน 14 จังหวัด ส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ 8 จังหวัดภาคตะวันตก 3 จังหวัด ภาคใต้ 2 จังหวัด และภาคกลาง 1 จังหวัด จังหวัดที่มีพื้นที่ป่าไม้มากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ แม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 85.51) ตาก (ร้อยละ 71.98) ลำปาง (ร้อยละ 70.04) เชียงใหม่ (ร้อยละ 69.59) และแพร่ (ร้อยละ 64.84) ทั้งนี้ 3 จังหวัด ที่ไม่พบพื้นที่ป่าไม้ ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และอ่างทอง



กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการรักษาป่า

- ส่งเสริมเศรษฐกิจชีวภาพ ผ่านการใช้ไม้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

เป้าหมายที่ 1.1) การใช้ไม้ทดแทนไม้ธรรมชาติ เพื่อ
“รักษาป่าไม้ธรรมชาติ”

เป้าหมายที่ 1.1.1) การใช้ทุกส่วนของต้นไม้อย่างรู้ค่า คือการคืน
ชีวิตให้ผืนป่า และทุกๆ การผลิตสินค้าเป็น
การรักษาป่าธรรมชาติ ลดการตัดไม้เพื่อ
อุตสาหกรรม

การผลิตสินค้าของทางวนชัย จะเป็นการอนุรักษ์ป่าไม้
ธรรมชาติ เนื่องจากทางบริษัทได้ใช้ไม้ยางพาราจากสวนที่
หมดอายุการกรีดอย่างต่ำ 10 ปีขึ้นไป รวมทั้งเศษไม้ กิ่งไม้ที่
ชาวบ้านจะนำไปเผา ทำให้เกิดมลภาวะ ทางบริษัทจึงรับซื้อเศษ
ไม้ทั้งหมด

การผลิตสินค้าที่เทียบเท่าการลดการตัดไม้จากป่าธรรมชาติ (ล้านต้น)

2566	2573	2593
26	200	1,000

*หมายเหตุ 1ไร่ = 60 ล้านต้น

เป้าหมายที่ 1.1.2) ลดการเผาไม้ ลมมลภาวะ โดย วนชัย รับ
ซื้อเศษไม้เหลือทิ้ง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบใน
การผลิตสินค้า ตรงจากชาวบ้านในชุมชน



เป้าหมายที่ 1.2) ส่งเสริมและเพิ่มปริมาณการใช้ไม้ยางพารา พัฒนาวัตถุกรรมเพิ่มมูลค่า
ให้กับผลิตภัณฑ์: ไม้ยางพาราสร้างมูลค่าและเพิ่มโอกาส เพราะประเทศไทยมีต้น
ยางพารามากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก และยังเป็นต้นไม้ทดแทนป่าไม้ธรรมชาติที่มี
จำนวนลดลง รวมทั้งเพิ่มพื้นที่สีเขียวของประเทศให้มากยิ่งขึ้น

ไม้ยางพาราที่ได้จากต้นยางที่หมดน้ำยางแล้ว ทางกลุ่มบริษัทได้รับซื้อต้นยางที่หมดอายุ ใช้
ประโยชน์จากรากถึงยอด และพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไม้ยางส่งออกตลาดต่างประเทศไปยังตลาด
ใหม่ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศยุโรปที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองคุณภาพในระดับ
สากล และยังช่วยให้ผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพาราของไทยมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย



จำนวนการใช้ไม้ยางพาราในกระบวนการผลิต (ล้านต้น)

2566	2573	2593
2.14	2.82	6.17



เป็นการสร้างงาน โดยไม่ต้องตัดไม้อย่างผิดกฎหมาย ปัจจุบัน
เกษตรกรเก็บเกี่ยวไม้เหลือทิ้ง และขายให้กับวนชัย ลดการเผา
กิ่งทำให้เกิดมลภาวะ และ PM 2.5
ปัจจุบันกลายเป็นวัตถุดิบสำหรับวัสดุก่อสร้างที่ทำจากไม้เป็น
วัตถุดิบ ซึ่งมีหลากหลาย คุณภาพสูงและเป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อม

จำนวนการซื้อเศษไม้เหลือทิ้งจากชุมชน (ล้าน กิโลกรัม)

2566	2573	2593
1,668	1,800	2,000



เป้าหมายที่ 2) เร่งการพัฒนาและการใช้พลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (RENEWABLE ENERGY) สนับสนุนกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม: ยกระดับเศรษฐกิจหมุนเวียน และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

ประเด็นที่เป็น สาระสำคัญ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย (Unit)	ผล (Result)	เป้าหมาย (Target)			เชื่อมโยงกับ SDGs
			2566	2566	2573	2593	
การบริหารจัดการพลังงาน (Energy Management) ปีฐานคือ 2565	• การลดการใช้พลังงานทั้งหมด ไฟฟ้า-เชื้อเพลิง (Reduction in Energy Consumption)	จิกะจูล	127,926.96	100,000	ลด 40% ของปีฐาน	Zero การใช้พลังงาน Fossil	
	• การผลิตไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Production)	ล้านกิโลวัตต์	26.769	24.900	>50% ของการใช้พลังงานรวม	>80% ของการใช้พลังงานรวม	
	- พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Power)	ล้านกิโลวัตต์	16.869	15.000 รวม 3 โรงงาน	ครบ 4 โรงงาน	100% ทุกโรงงาน	
	- พลังงานชีวมวล (Biomass Energy)	ล้านกิโลวัตต์	9.900	9.900 สุราษฎร์ธานี			
	• การลดการใช้ไฟฟ้า (Reducing Electricity Use) - ประหยัดไฟฟ้า	ล้านกิโลวัตต์	1.72	1.50			
	- ประหยัดค่าใช้จ่าย	ล้านบาท	5.91	ตามหน่วยการใช้ค่าไฟ และอัตราค่าไฟฟ้า			



เป้าหมายที่ 3) การลดการสร้างของเสียในกระบวนการผลิตให้เป็นศูนย์ (ZERO WASTE) สนับสนุนกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม: เปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสีเขียว โดยบรรลุความเป็นกลางคาร์บอน

ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย (Unit)	ผล (Result)	เป้าหมาย (Target)			เชื่อมโยงกับ SDGs
			2566	2566	2573	2593	
การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Resources Management)	• วัสดุที่ไม่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (non-renewable material)	ล้านตัน	2.24	2.30	N/A	N/A	
	• ผลิตภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Reclaimed Materials Used)	ตัน	38,164.75	35,000	N/A	N/A	
	• อัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ (% of Reclaimed Materials Used)	%	2.95%	3%	20%	50%	
การบริหารจัดการขยะ และของเสีย (Waste Management)	• การลดของเสียจากกระบวนการผลิต (Production Process Waste Reduction)	กิโลกรัม %	Zero	Zero	Zero	Zero	



เป้าหมายที่ 4) การให้ความสำคัญและตั้งใจในการรักษาคุณภาพของอากาศที่สดชื่น และน้ำที่สะอาด FOCUS ON FRESH AIR & CLEAN WATER

สนับสนุนกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม: เปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสีเขียว โดยบรรลุความเป็นกลางคาร์บอน

ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย (Unit)	ผล (Result)	เป้าหมาย (Target)			เชื่อมโยงกับ SDGs
			2566	2566	2573	2593	
การบริหารจัดการการปล่อยมลพิษ (Emissions Management)	• Nitrogen Oxide (NOX)	กิโลกรัม/ตันการผลิต	1.00477E-10				
	• Sulfur Dioxide (SOX)	กิโลกรัม/ตันการผลิต	N/A				
	• Carbon Monoxide (CO)	กิโลกรัม/ตันการผลิต	1.9510E-09				
	• Total Suspended Particulate (TSP)	กิโลกรัม/ตันการผลิต	2.97556E-10				
	• ปริมาณความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ต่อปริมาณการผลิต (GHG Emissions Intensity Scop1 & 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์/ปริมาณผลิต	0.0912	0.100			
การบริหารจัดการน้ำ (Water Management)	• อัตราการใช้น้ำต่อหน่วยปริมาณการผลิต (Water consumption intensity ratio)	ลบ.ม/ หน่วยการผลิต	0.28	0.30			
	• อัตราน้ำทิ้งที่ปล่อยออก (Water discharge intensity Ratio)	ล้านลิตร	54.58	55.00			
	• สัดส่วนของน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัด/นำกลับมาใช้ (Recycled Water Discharge Ratio)	%	100%	100%	100%	100%	
ภาวะสภาพภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต (Climate Crisis)	• สัดส่วนชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Credit: Offset GHG)	carbon credits / year	70,742	Carbon Neutrality			
	• สัดส่วนการดูดกลืนก๊าซเรือนกระจกจากชั้นบรรยากาศ (Carbon Capture & Storage)	tCO2e / year	97,693				



เป้าหมายที่ 5) ความรับผิดชอบต่อสังคม SOCIAL RESPONSIBILITY

สนับสนุนกลยุทธ์ด้านสังคม: ร่วมกันรักษามูลค่าของชุมชนโดยยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนที่วนชัยเข้าดำเนินธุรกิจ

ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย (Unit)	ผล (Result)	เป้าหมาย (Target)			เชื่อมโยงกับ SDGs
			2566	2566	2573	2593	
การพัฒนาท้องถิ่น และการสร้างคุณค่า (Local Development and Creation of Value)	• จำนวนคนในชุมชน พันธมิตรร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม (Number of stakeholders joining CSR activities)	จำนวนคนที่ร่วมทำกิจกรรม	4,230	2,940	4,000	4,800	  
	• สัดส่วนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน (Employee Volunteering Engagement)	%	41.45%	40%	75%	100%	



เป้าหมายที่ 6) การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น CHANGE FOR THE BETTER

สนับสนุนกลยุทธ์ด้านบรรษัทภิบาล/เศรษฐกิจ: สร้างอนาคตตลาดใหม่ด้วยสินค้านวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย (Unit)	ผล (Result)	เป้าหมาย (Target)			เชื่อมโยงกับ SDGs
			2566	2566	2573	2593	
นวัตกรรมเพื่อสังคม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Innovation)	ประโยชน์เชิงปริมาณจากการพัฒนานวัตกรรม (Quantifiable benefits from innovation management) *สินค้านวัตกรรม นับอายุสินค้าใหม่ 1-3 ปี จากการวางตลาด	%	40% ของมูลค่าสินค้าสำเร็จรูป	30%	50% ของมูลค่าสินค้าสำเร็จรูป	60% ของมูลค่าสินค้าสำเร็จรูป	 



เป้าหมายที่ 7) เป็นบริษัทที่มีธรรมาภิบาลที่ดีในการกำกับดูแล GOOD CORPORATE GOVERNANCE

สนับสนุนกลยุทธ์ด้านบรรษัทภิบาล/เศรษฐกิจ: สร้างอนาคตธุรกิจที่มั่นคง ด้วยการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย (Unit)	ผล (Result)	เป้าหมาย (Target)			เชื่อมโยงกับ SDGs
			2566	2566	2573	2593	
จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)	• การให้ความรู้ด้านจรรยาบรรณสำหรับกรรมการและพนักงาน (Ethical Knowledge for Directors and Employees)	% คนที่ได้รับความรู้	100%	100%	100%	100%	
	• จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกิดจากความบกพร่องในเรื่องจริยธรรมและบรรษัทภิบาล (Total number of complaints about CG)	จำนวนข้อร้องเรียน	Zero	Zero	Zero	Zero	

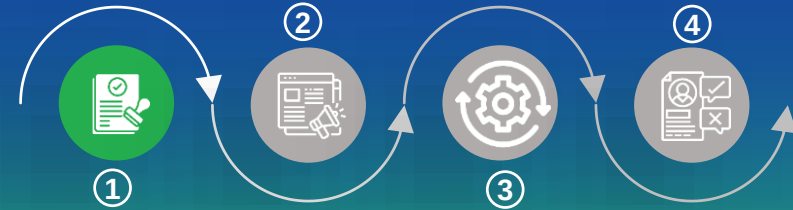
ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นที่เป็น สาระสำคัญด้านความยั่งยืน และอนุมัติ

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) ได้ดำเนินการตามกระบวนการด้านล่างนี้ เพื่อจัดทำ การประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ (Materiality Assessment) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากคนที่ทำงาน และเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ตลอดห่วงโซ่มูลค่า เพื่อให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้อนุมัติ ประเด็น ที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน จำนวนทั้งสิ้น 20 ประเด็น โดยไปสนับสนุนเป้าหมายการดำเนินงาน บริษัทด้านความยั่งยืน (Vanachai Sustainable MOVE) ทั้ง 7 เป้าหมาย ทั้งยังสามารถตอบสนอง เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) ได้ด้วย

โดยที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้อนุมัติ ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญและ KPIs และประกาศให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบจากการสื่อสารที่จะแจ้งในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เพื่อชี้แจงแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของ บริษัทในการมุ่งเน้นการรักษป่า (Save the Forest) เป็นประเด็นที่สำคัญที่สุด โดยใช้ขับเคลื่อน ประเด็นด้านความยั่งยืนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ขั้นตอนที่ 1-4

เป็นกระบวนการระบุ/จัดลำดับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทวนชัย



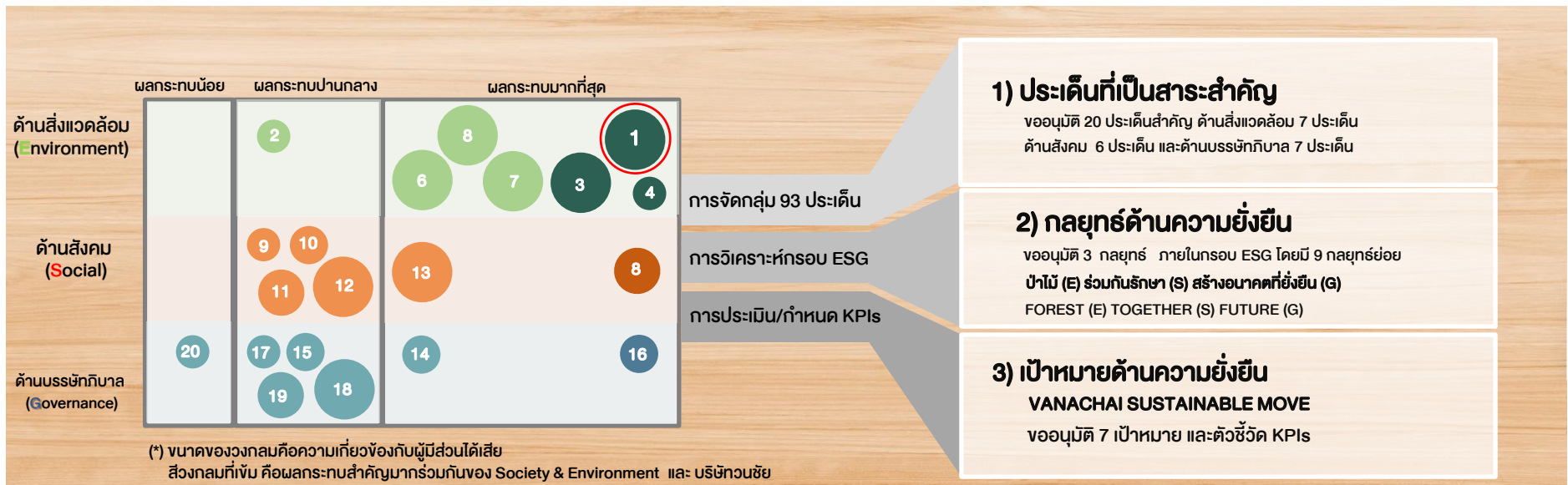
กระบวนการในขั้นตอนที่ 5

- ① อนุมัติ
- ② ประกาศ / เผยแพร่
- ③ ดำเนินงานตามเป้าหมาย
- ④ ทบทวน

* ศึกษารายละเอียดเอกสารอนุมัติ ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในภาคผนวก

ขั้นตอนที่ 5

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารอนุมัติ 3 รายการ



ความท้าทายที่ต้องเผชิญ

แม้ว่าการยอมรับถึงความสำคัญของการประเมิน”ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ (Materiality)” ในการรายงานความยั่งยืนนั้น สามารถนำมาใช้ทำประโยชน์ได้อย่างมากมาย แต่ก็ยังมีความท้าทายและอุปสรรคหลายประการ ที่บริษัทได้เผชิญ และจะนำไปปรับปรุงในรอบการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในปีถัดไป

- 1) **ความซับซ้อนของการวัดผล:** การประเมินผลกระทบทั้งทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงิน มีกระบวนการวัดที่ครอบคลุมโดยมีการพิจารณาตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และระดับของผลกระทบที่อาจมีความยากในการระบุให้ตรงกับสิ่งที่ผู้ตอบสัมภาษณ์หรือตอบแบบประเมินต้องการสื่อสารให้ตรงกับความจริง และอาจเกิดความเอนเอียงในการตอบ (Bias) ความซับซ้อนนี้ทำให้การรวบรวม วิเคราะห์ และรายงานข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอเป็นเรื่องที่ท้าทาย
- 2) **ความพร้อมใช้งานและคุณภาพของข้อมูล:** บริษัทประสบปัญหา ด้านการประเมินเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบที่ไม่ใช่ทางการเงิน เช่น ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตอบแบบสอบถามทาง online ซึ่งผู้ให้ข้อมูลอาจยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความยั่งยืน หรือในบางประเด็นมีความเกรงใจไม่ประเมินในด้านลบตามจริง ส่วนใหญ่จะเป็นการเผชิญกับข้อจำกัดในความพร้อมของข้อมูลจากแหล่งภายนอกองค์กร ซึ่งทางบริษัทและทีมที่ปรึกษาจะต้องพัฒนากระบวนการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ให้เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด เพื่อสามารถอธิบายข้อเท็จจริงประเด็นในการประเมินให้มีความเข้าใจ และตรงตามวัตถุประสงค์ที่สุด
- 3) **ความเข้าใจและการตีความ:** การประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นส่วนตัวได้ เกี่ยวกับความสำคัญและความแตกต่างในการตีความระหว่างผู้มีส่วนได้เสียสามารถนำไปสู่ความขัดแย้งว่าประเด็นใดที่มีสาระสำคัญอย่างแท้จริง และควรจัดลำดับความสำคัญอย่างไร
- 4) **การมีส่วนร่วมและการสื่อสารของผู้มีส่วนได้เสีย:** การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียมีความสำคัญกับการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งเป็นเรื่องท้าทายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีผลกระทบที่แตกต่างกัน มีลำดับความสำคัญที่ขัดแย้งกัน หรือขาดความไว้วางใจ การสื่อสารข้อความด้านความยั่งยืนที่ซับซ้อนในลักษณะที่ชัดเจน โปร่งใส และน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ แต่ต้องใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เชี่ยวชาญ
- 5) **ความเสี่ยงในเรื่อง Greenwashing และชื่อเสียง:** ปัญหาในการจัดการกับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญอย่างมีประสิทธิภาพ หรือการมีส่วนร่วมในการรายงานที่อาจทำให้เข้าใจผิด หรือเป็นข้อมูลที่ผิวเผิน อาจทำให้กลุ่มบริษัทถูกกล่าวหาเรื่องการGreenwashing เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียง และการสูญเสียความไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสีย การรักษาความถูกต้อง ความโปร่งใส และความสมบูรณ์ในการรายงานความยั่งยืนถือเป็นสิ่งสำคัญในการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงเหล่านี้
- 6) **การบูรณาการเรื่องประเด็นที่เป็นสาระสำคัญทางธุรกิจเข้ากับการตัดสินใจ:** การปลูกฝังการพิจารณาประเด็นที่เป็นสาระสำคัญเข้าไปในกระบวนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานทางธุรกิจ จำเป็นต้องมีการปรับแนวความคิด และวัฒนธรรมการทำงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจึงควรวางกรอบการทำงานที่ให้พิจารณาประเด็นสำคัญในการบริหารความเสี่ยง โดยมุ่งเน้นการเพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อเปลี่ยนแปลงอย่างยืดหยุ่นและกันทั่วถึง

การบริหารจัดการกับความท้าทายเหล่านี้ต้องอาศัยความพยายามร่วมกันของบริษัทเอง หน่วยงานกำกับดูแล ผู้กำหนดมาตรฐาน นักลงทุน ภาคประชาสังคม และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ เพื่อพัฒนาประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ (Materiality) และส่งเสริมการสร้างมูลค่าที่ยั่งยืน



ภาคผนวก

หนังสืออนุมัติและประกาศใช้ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2566
บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ได้จัดทำข้อมูลประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อดำเนินการเปิดเผยในรายงานความยั่งยืน โดยมีการพิจารณาประเมินผลกระทบและจัดลำดับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2566

บริษัทได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากการเกิดวิกฤติโรคระบาดโควิด-19 และเริ่มรุนแรงมาตั้งแต่ต้นปี 2562 รวมทั้งเกิดปัจจัยจากการควบคุมอัตราเงินเฟ้อของหลายประเทศหลังจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คลี่คลาย ในปี 2565 ประเทศต่าง ๆ มีการปรับขึ้นดอกเบี้ยนโยบายเพื่อควบคุมเงินเฟ้อโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้ค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐเคลื่อนไหวผันผวน และแข็งค่าขึ้นในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2565 ต่อเนื่องถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2566 ประกอบกับผลกระทบจากสงครามระหว่างรัสเซียกับยูเครน ที่ยังคงยืดเยื้อ มีผลให้ปัจจัยการผลิตต่างๆ มีต้นทุนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะราคาค่าพลังงานและความกังวลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวม ทำให้มีการแข่งขันในตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อตลาดต่างประเทศที่มีสัดส่วนการขายสูงกว่าตลาดในประเทศ รวมทั้งวิกฤตโลกร้อนที่เริ่มทวีความรุนแรง จากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนและมีผลต่อการดำเนินการโดยตรง และอาจทวีความรุนแรงต่อกลุ่มบริษัท จึงได้ทำการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนโดยการสัมมนาความคิดเห็นเชิงลึกของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก โดยวิเคราะห์และประเมินเพื่อลำดับความสำคัญของประเด็นผลกระทบต่าง ๆ ในบริบทของความยั่งยืนและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน เพื่อนำประเด็นที่เป็นสาระสำคัญมาใช้ในลำดับการวางแผนและดำเนินการจัดรับ รวมทั้งบริหารจัดการประเด็นที่เป็นสาระสำคัญอย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมไปถึงใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจในโครงการต่างๆ และการทำงานร่วมกันของคู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียหลักอย่างเป็นประโยชน์ทุกฝ่าย กลุ่มบริษัทฯ ได้ทำการประเมินอ้างอิงตามกรอบการรายงานความยั่งยืนสากล Global Reporting Initiatives (GRI) ฉบับ GRI Standards 2021

การประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก และข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (กรอบ ESG) รวมทั้งการตอบแบบสอบถามทาง online จากการกรู๊ปตัวอย่างของผู้มีส่วนได้เสียภายในจำนวน 13 ตัวอย่าง และผู้มีส่วนได้เสียภายนอกจำนวน 27 ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. การประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้น ตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ ในประเภทธุรกิจ/อุตสาหกรรมเดียวกัน ภายใต้คำแนะนำของที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 2. การจัดกลุ่มประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนในกรอบ ESG โดยการนำประเด็นย่อยที่หาได้จากขั้นตอนที่ 1. มาจัดกลุ่มประเภทประเด็นที่เหมือนกันหรือส่งผลกระทบแบบเดียวกัน โดยแยกตามกรอบ ESG

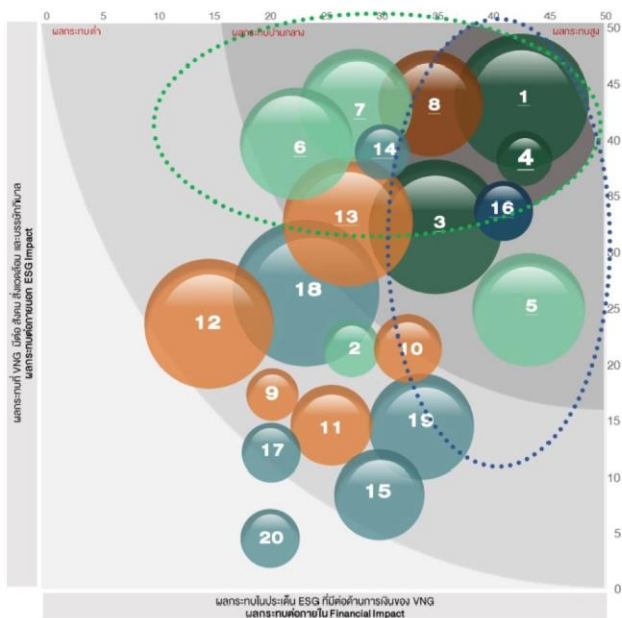
ขั้นตอนที่ 3. การประเมินความสำคัญของภายนอกและภายใน โดยให้มีการระบุผลกระทบที่พิจารณาจากความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท ให้ครอบคลุมการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ขั้นตอนที่ 4. การจัดลำดับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน ใช้การวิเคราะห์และการทำความเข้าใจต่อปัจจัยต่างๆ เพื่อทำการประเมินผลกระทบในมิติทางทางการเงิน และที่ไม่ใช่การเงินแต่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าขององค์กร

ขั้นตอนที่ 5. การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน โดยผู้บริหารระดับสูงสุดเป็นผู้อนุมัติประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ รวมทั้งกลยุทธ์และเป้าหมายด้านความยั่งยืน มีการสื่อสารให้พนักงานได้ทราบ เพื่อการทำงานไปในทิศทางเดียวกันให้บรรลุเป้าหมาย และสร้างคุณค่าให้กับองค์กร

จากผลการวิเคราะห์และจัดลำดับผลกระทบประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนในรูปแบบของ Materiality Matrix มีข้อสรุปหัวข้อประเด็นสำคัญ จำนวน 20 ประเด็นดังนี้

- 1.) การอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ
- 2.) การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ
- 3.) สภาพสภาพภูมิอากาศแปรปรวนในชั้นวิกฤต
- 4.) การบริหารจัดการพลังงาน
- 5.) การบริหารจัดการ การปล่อยมลพิษ
- 6.) การบริหารจัดการขยะ และของเสีย
- 7.) การบริหารจัดการน้ำ
- 8.) การพัฒนาท้องถิ่นและการสร้างคุณค่า
- 9.) สภาพแวดล้อมการทำงานที่ถูกต้องลักษณะและปลอดภัย
- 10.) ความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาทักษะพนักงาน
- 11.) ความเท่าเทียมกันของโอกาสและความหลากหลาย
- 12.) พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง
- 13.) ความพึงพอใจของลูกค้า
- 14.) จริยธรรมทางธุรกิจ
- 15.) ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน
- 16.) นวัตกรรมเพื่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 17.) การเติบโตทางเศรษฐกิจ
- 18.) ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ
- 19.) การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- 20.) ภูมิรัฐศาสตร์ต่อการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ



การนำประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ มาพัฒนาเป็นกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

บริษัทพัฒนาประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนให้เป็นกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในกรอบ ESG ที่ครอบคลุมและบูรณาการ เพื่อขับเคลื่อนผลกระทบเชิงบวก และสร้างมูลค่าระยะยาวให้กับผู้มีส่วนได้เสียและสังคม โดยบริษัทบูรณาการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนเข้ากับกระบวนการดำเนินธุรกิจหลัก และใช้เป็นกรอบการตัดสินใจ รวมทั้งปลูกฝังความยั่งยืนไว้กับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารความเสี่ยง การวัดผลการปฏิบัติงาน และการผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมของพนักงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น การพัฒนาชุมชน และลูกค้า เป็นต้น



และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน 7 ประเด็น

1. การรักษาป่า SAVE THE FOREST
2. เร่งการพัฒนาและการใช้พลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม JUMP START THE RENEWABLE ENERGY
3. กำหนดเป้าหมายในการลดการสร้างของเสียในกระบวนการผลิตให้เป็นศูนย์ SET ZERO WASTE GOALS IN MANUFACTURING
4. การให้ความสำคัญและตั้งใจในการรักษาคุณภาพของอากาศที่สดชื่นและน้ำที่สะอาด FOCUS ON FRESH AIR & CLEAN WATER
5. ความรับผิดชอบต่อสังคม SOCIAL RESPONSIBILITY
6. การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น CHANGE FOR THE BETTER
7. เป็นบริษัทที่มีธรรมาภิบาลที่ดีในการกำกับดูแลองค์กร GOOD CORPORATE GOVERNANCE

จากผลการประเมินพบว่าประเด็นเรื่อง “การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ - การรักษาป่า SAVE THE FOREST” ยังเป็นประเด็นที่ทุกฝ่ายเห็นว่ามีความสำคัญที่สุด โดยเป็นต้นน้ำของธุรกิจ และมีความสำคัญในทุกด้านทั้งสิ่งแวดล้อม และสังคม

ชุดรายงานความยั่งยืน ปี 2566



บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) ขอเชิญให้ท่านผู้สนใจ ติดตามชุดรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566 โดยปีนี้ เป็นปีแรกที่บริษัทจัดทำรายงานความยั่งยืน แม้ว่าทางบริษัทได้เริ่มต้นดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานความยั่งยืนมากกว่า 80 ปีแล้วก็ตาม การเดินทางผ่านชุดรายงานความยั่งยืนของเรา ซึ่งจัดทำขึ้นจากคนทำงาน เพื่อแสดงความมุ่งมั่นอันแน่วแน่ในการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการกำกับดูแลด้านจริยธรรม และการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลกำไรอย่างยั่งยืน เริ่มต้นรู้จักบริษัทผ่าน **"รายงานเส้นทางสู่ความยั่งยืน"** และติดตามการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาธุรกิจจาก **"รายงานการบริหารจัดการความเสี่ยง"** ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับมาตรการเชิงรุก รายงานแต่ละฉบับนำเสนอมุมมองที่คนทำงานนำมาถ่ายทอด รวมทั้งอธิบายวิธีที่เราบูรณาการ

ความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์หลักของเราใน **"รายงานประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ"** และแสดงให้เห็นถึงความทุ่มเทในการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพใน **"รายงานป่าไม้และสิ่งแวดล้อมสำหรับอนาคตที่ยั่งยืน"** และการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน โดยต้องอาศัยความร่วมมือ **"รายงานการร่วมสร้างสังคมที่ยั่งยืน"** และค้นหาความตั้งใจในการบริหารและกำกับกิจการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและความรับผิดชอบใน **"รายงานการกำกับกิจการและการดำเนินธุรกิจที่ดี"** สุดท้าย **"รายงาน GRI Content Index"** แสดงให้เห็นการรายงานตามมาตรฐานสากล รายงานชุดนี้รวบรวมปรัชญาของเราซึ่งมีรากฐานมาจากความยั่งยืน ความซื่อสัตย์ และวิสัยทัศน์สำหรับอนาคตเพื่อโลกใบนี้กลับมาสมดุลและยั่งยืน สำหรับทุกคน

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
2/1 ถนนวงศ์สว่าง แขวงวงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
โทรศัพท์ 0-2913-2180-9
โทรสาร 0-2587-9556, 0-2587-
0516
E-mail : vanachai@vanachai.com

www.vanachai.com