



วนชัย กรุ๊ป

รายงานความยั่งยืน
ปี 2566

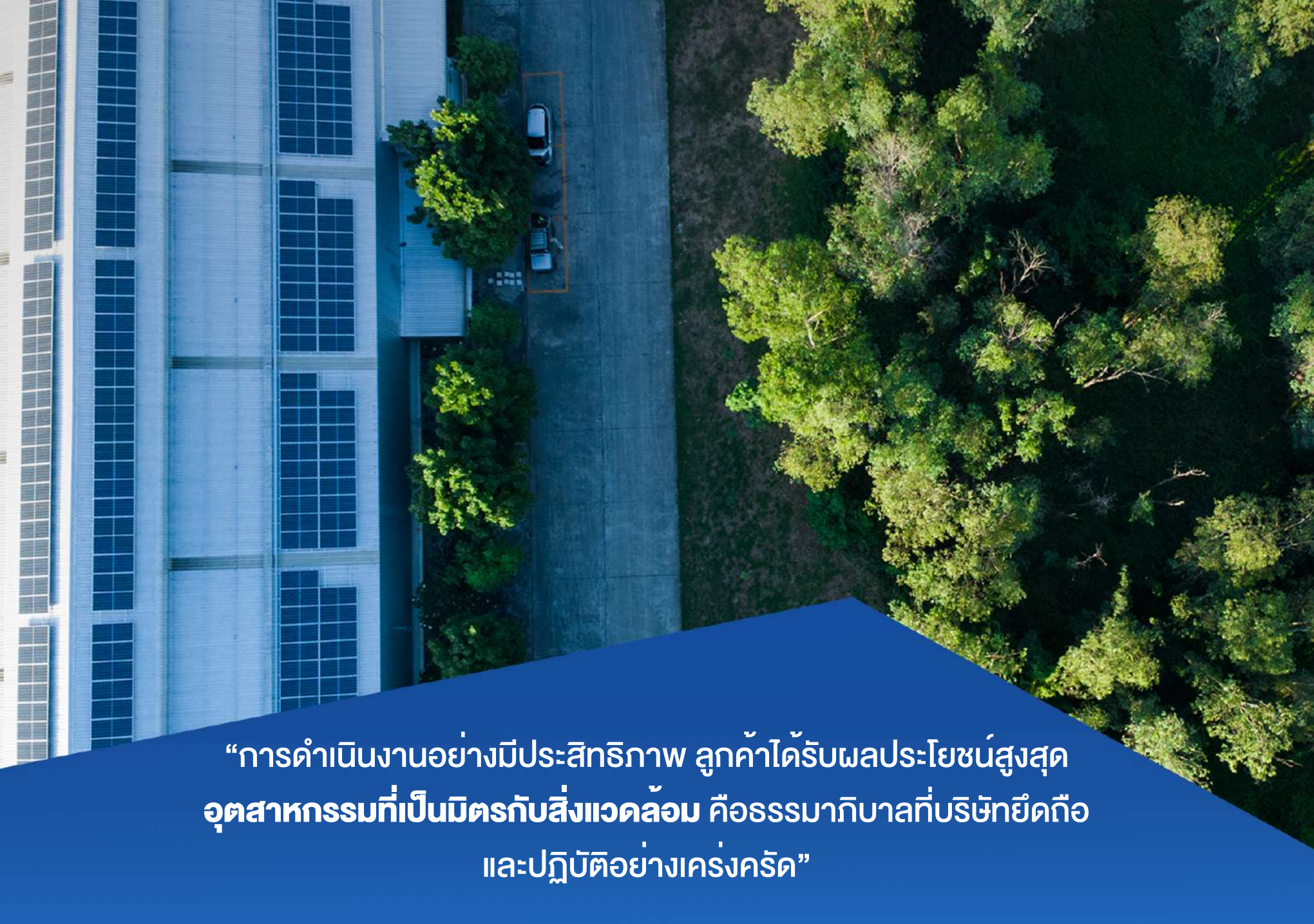
Forest Future Together

ร่วมรักษาอนาคตของป่า



ฉบับ

การกำกับกิจการ
และการดำเนินธุรกิจที่ดี

An aerial photograph of a modern, light-colored building with a grid of solar panels on its facade. To the right of the building is a paved parking area where a white car and a motorcycle are parked, both enclosed in orange rectangular outlines. Further to the right is a dense forest of green trees. A blue triangular graphic element is positioned at the bottom of the image, containing white Thai text.

“การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ลูกค้าได้รับผลประโยชน์สูงสุด
อุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือธรรมชาติที่บริษัทยึดถือ
และปฏิบัติอย่างเคร่งครัด”

สารบัญ

ฉบับ “การกำกับกิจการและการดำเนินธุรกิจที่ดี”

สร้างอนาคตธุรกิจที่มั่นคง ด้วยการเสริมโครงสร้างธุรกิจที่แข็งแกร่ง

- บรรษัทภิบาล
- จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน
- การดำเนินการด้านภาษี

4

สร้างอนาคตตลาดใหม่ ด้วยสินค้านวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

17

สร้างอนาคตร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ เพื่อเสริมความยืดหยุ่นและมั่นคงให้ห่วงโซ่อุปทาน

- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

36

สร้างอนาคตธุรกิจที่มั่นคง ด้วยการเสริมโครงสร้างธุรกิจ ที่แข็งแกร่ง

- บรรษัทภิบาล
- จรรยาบรรณธุรกิจและ
การต่อต้านทุจริต
คอร์รัปชัน
- การดำเนินการด้านภาษี





บริษัทภิบาล

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการดำเนินงานที่โปร่งใส สุจริต สามารถตรวจสอบได้ มีความรับผิดชอบและรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนมีการควบคุมและบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ

บริษัทมีการติดตามและทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการในการประชุมคณะกรรมการเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นกลไกหนึ่งในการดำเนินการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันตามที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง

คณะกรรมการบริษัท



16

สังคมสงบสุข
ยุติธรรม
ไม่แบ่งแยก

0

ในปี 2566 บริษัทไม่มี
ข้อร้องเรียนด้าน
บรรษัทภิบาลอย่างมี
นัยสำคัญ

โดยในปี 2566 คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการจำนวนทั้งสิ้น 15 คน ในจำนวนนี้เป็นกรรมการที่เป็นผู้บริหาร 9 คน กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 6 คน และกรรมการอิสระ จำนวน 5 คน และมีคณะกรรมการชุดย่อย จำนวน 2 ชุด เพื่อสนับสนุนการทำงานของคณะกรรมการบริษัท

ในการสรรหากรรมการ คณะกรรมการบริษัทจะเป็นผู้เสนอแต่งตั้งโดยพิจารณาจากผู้ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่หลากหลาย เพื่อปฏิบัติหน้าที่กำกับดูแลบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งนี้คณะกรรมการทุกคนจะต้องมีคุณสมบัติตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) กำหนด ประธานกรรมการกับกรรมการผู้จัดการไม่เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อเป็นการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบในนโยบายการกำกับดูแล การบริหารงาน

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท



ประธานคณะกรรมการ
ตรวจสอบ เป็นกรรมการ
อิสระ

สัดส่วนกรรมการอิสระต่อกรรมการทั้งหมด 5:15
สัดส่วนกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารต่อกรรมการทั้งหมด 6:15
สัดส่วนกรรมการชายต่อกรรมการหญิง 13:2

การประชุมคณะกรรมการ

ในปี 2566 คณะกรรมการบริษัทได้จัดการประชุมรวม 4 ครั้ง
เพื่อติดตามผลการดำเนินงานและพิจารณาปรับปรุงกลไกการกำกับดูแลกิจการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
โดยมีวาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

1. พิจารณา ทบทวน ติดตามงานด้านกลยุทธ์องค์กร และการบริหารความเสี่ยง
2. พิจารณาการสรรหาและการแต่งตั้งกรรมการ
3. พิจารณาการเปลี่ยนแปลงและการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย
4. ติดตามการดำเนินงานของบริษัทย่อย
5. พิจารณาทบทวนนโยบายการกำกับกิจการที่ดี และการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีการประเมินผลงานตนเองเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยอ้างอิงแบบประเมินผลการปฏิบัติงานตนเองของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งจัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการประเมินผลดังกล่าวเป็นการช่วยให้คณะกรรมการได้พิจารณาทบทวนว่าได้มีการกำกับดูแลในการดำเนินงานต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและนำข้อมูลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาการกำกับดูแลกิจการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการประเมิน

- 1) กรรมการรายบุคคล
 - ด้วยตนเองเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน ได้แก่ ความรับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่ของกรรมการ การฝึกอบรมและพัฒนาตัวเอง การปฏิบัติตามการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 98.6 อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม
 - แบบโหวตกลุ่ม (กรรมการ 4 คนต่อกลุ่มไม่เปิดเผยชื่อ) เกณฑ์การประเมิน ได้แก่ ความรับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่ของกรรมการและความเป็นอิสระของกรรมการ มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 97.4 อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม
- 2) คณะกรรมการบริษัททั้งคณะ:
เกณฑ์การประเมิน ได้แก่ นโยบายของคณะกรรมการ โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ การประชุมคณะกรรมการและการพัฒนาตนเองของกรรมการ มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 97.5 อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม

ความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ของคณะกรรมการบริษัท

ตารางความรู้ความชำนาญ (Board Skills Matrix)

รายชื่อคณะกรรมการ / ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน	ด้านธุรกิจอุตสาหกรรมแบบไม่ทดแทนธรรมชาติ	ส่วนป่าอุตสาหกรรมยูคาลิปตัส	ด้านการบริหารจัดการ	วิศวกรรม/การจัดการโรงงาน	การค้าระหว่างประเทศ	กฎหมาย	บัญชี/การเงิน	การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	การพัฒนาองค์กรและนวัตกรรม	สังคม สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย	เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล	ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง (ปี)
1) นายสมภพ สหวัฒน์	●		●	●			●	●	●	●		28.2
2) พลตำรวจเอกสุนทร ชัยขวัญ			●			●		●	●	●		17.8
3) นายสืบตระกูล สุนทรธรรม			●		●	●	●	●	●	●		28.2
4) นายไกรทิพย์ ไกรฤกษ์			●			●	●	●	●	●	●	14.1
5) พลตำรวจเอกวิสนุ ปราสาททองโอสถ			●		●	●	●	●	●	●	●	0.2
6) นายประพาฬ อนุมาน			●			●	●	●	●	●		0.2
7) นางสาวยุพาพร บุญเกิด		●	●					●	●	●		28
8) นายวรรณะ เจริญนวัฒน์	●		●	●	●		●	●	●	●		28.2
9) นายสุเทพ ชัยพัฒน์วนิช	●		●	●			●	●	●	●	●	28.2
10) นายภักท สหวัฒน์	●		●	●	●			●	●	●	●	21.8
11) นางสาวกัทรา สหวัฒน์	●		●		●	●		●	●	●	●	20.8
12) นายสมประสงค์ สหวัฒน์	●		●	●			●	●	●	●	●	19.7
13) นายสิทธิวัฒน์ สหวัฒน์	●		●	●	●			●	●	●	●	3.7
14) นายสุรพงษ์ คำรหัสศิลป์	●		●	●		●	●	●	●	●		7.9
15) นายวิชัย นิเวศน์ปฐมนวัฒน์	●		●				●	●	●	●		2.1
จำนวนทั้งหมด	9	1	15	7	6	7	10	15	15	15	7	

การพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการ

บริษัทส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของคณะกรรมการบริษัท จึงสนับสนุนให้กรรมการทุกท่านผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เพื่อให้เข้าใจหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการ และมีการแนะนำลักษณะการดำเนินธุรกิจและแนวทางการดำเนินธุรกิจให้แก่กรรมการ ในกรณีที่มีการแต่งตั้งกรรมการใหม่ นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้คณะกรรมการบริษัท เข้าร่วมในการฝึกอบรม, สัมมนา และการอบรมเชิงปฏิบัติการ จากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์แก่บริษัทต่อไป โดยในปี 2566 มีกรรมการคือ คุณสมประสงค์ สหวัฒน์ เข้าร่วมการอบรมหลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านวิทยาการพลังงาน (วพน. 18) ของสถาบันวิทยาการพลังงาน

จรรยาบรรณธุรกิจ
และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

จรรยาบรรณทางธุรกิจเป็นประเด็นที่สำคัญ และได้รับความสนใจจากผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจากการดำเนินธุรกิจที่ขัดต่อหลักบรรษัทภิบาลอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อบริษัท การยึดมั่นในมาตรฐานจรรยาบรรณจึงเป็นรากฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต คุณธรรม มีความโปร่งใส อยู่ภายใต้หลักการของกฎหมายและระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อและรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างความยั่งยืนแก่ธุรกิจ โดยมีแนวทางสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ได้แก่

1. มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน
2. มีความโปร่งใสและเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมา
3. ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน
4. มุ่งสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย



0

ในปี 2566 กลุ่มวนชัย ไม่มีเหตุการณ์หรือกรณีการทุจริตคอร์รัปชัน หรือการไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง

16 สังคมสงบสุข
ยุติธรรม
ไม่แบ่งแยก



ในเบื้องต้นบริษัทได้เริ่มดำเนินการในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์กับแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยหรือ Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) ในการต่อต้านการทุจริตกับสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทเอกชนไทย (IOD) และยังมีแผนสนับสนุนคู่ค้าให้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายเพื่อต่อต้านการทุจริต การตัดสินใจบน และคอร์รัปชัน เพื่อสร้างรากฐานในการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งเป็นการสร้างความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียในภาคเอกชนในการแก้ปัญหาและป้องกันการทุจริตในระดับประเทศอีกด้วย



พร้อมกันนี้ บริษัทได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณธุรกิจ รวมทั้งนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ และให้คณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานยึดถือปฏิบัติร่วมกันใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม โดยผ่านกระบวนการดังนี้

การให้ความรู้ และทดสอบจรรยาบรรณของพนักงานและผู้บริหาร

บริษัทจัดทำคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ และจรรยาบรรณพนักงาน ซึ่งรวมถึงนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน สื่อสาร และให้ความรู้กับพนักงานผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุมพิเศษผู้บริหารและพนักงานใหม่ การเรียนรู้ด้วยตนเองจากเอกสารคู่มือ และการอบรมให้ความรู้พนักงาน นอกจากนี้ ยังกำหนดให้มีการวัดระดับความรู้ความเข้าใจด้านจรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณพนักงานทั้งก่อนและหลังการอบรม เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริหารและพนักงาน มีความตระหนักในเรื่องดังกล่าวอย่างเหมาะสมและเพียงพอ

บริษัทได้จัดทำคู่มือเพื่อให้พนักงานได้รับทราบและเข้าใจถึงแนวปฏิบัติตามนโยบายด้านบรรษัทภิบาล คู่มือจรรยาบรรณพนักงานและจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เช่น

- นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- แนวปฏิบัติเรื่องการไม่รับของขวัญ
- ความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- การรักษาข้อมูลความลับ
- นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



ผลการดำเนินงานในปี 2566

พนักงานใหม่ ได้รับการอบรม
จรรยาบรรณพนักงาน และ
จรรยาบรรณธุรกิจ

100%

เป็นพนักงานระดับบังคับบัญชา

15 คน หรือ 10.80%

มีพนักงานระดับบังคับบัญชา
13 คน หรือ 86.67%
ผ่านการทดสอบด้วยคะแนน
มากกว่า 80%

2) การติดตามตรวจสอบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

บริษัทกำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแส และจัดให้มีช่องทางในการสื่อสารที่ปลอดภัยให้พนักงานของบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายสามารถขอคำแนะนำ แจ้งเบาะแส ข้อเสนอนี้ หรือร้องเรียนกรณีเกี่ยวกับการกระทำผิดใด ๆ ที่ขัดต่อกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ หลักบรรษัทภิบาล จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีมาตรการในการคุ้มครองผู้ให้เบาะแสหรือร้องเรียน

การดำเนินการตรวจสอบจะไม่เปิดเผยตัวผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูล และจะนำคำถาม ข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อการแก้ไขปรับปรุง และสรุปผล เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทต่อไป

ช่องทางในการรับข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแส และแนวทางการดำเนินการ

พนักงานบริษัท

สามารถแจ้งเบาะแสรายในองค์กร โดยส่งข้อมูลความประพฤติมิชอบของบุคคลในบริษัทไปยังหัวหน้างาน กรรมการผู้จัดการ และคณะกรรมการตรวจสอบ ความประพฤติมิชอบนี้ หมายถึง การทุจริต การฉ้อโกง การใช้ทรัพย์สินของบริษัทไปในทางมิชอบ การรับสินบน การตกแต่งบัญชี การทำผิดกฎหมายและผิดจรรยาบรรณ ระบบการควบคุมภายในที่บกพร่อง หรือการกระทำอื่นใดอันจะส่งผลเสียหาย ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถรับรู้การทุจริตหรือการกระทำผิดที่เกิดขึ้นในองค์กรได้เร็วขึ้น และช่วยแก้ไขปัญหาลงได้ทันเวลา

ผู้บริหารที่รับทราบข้อมูล ต้องดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริง และพิจารณาลงโทษ และจัดทำรายงานแจ้งกรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาดำเนินการตามควรแก่กรณี



ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

สามารถติดต่อสื่อสารกับคณะกรรมการ โดยจะคุ้มครองสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียที่แจ้งเบาะแสหรือประเด็นต่างๆ นำเป็นห่วง เช่น ความถูกต้องของรายงานทางการเงิน ระบบควบคุมภายในที่บกพร่อง หรือการฝ่าฝืนกฎหมายและผิดจรรยาบรรณ เป็นต้น โดยมีช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านกรรมการตรวจสอบของบริษัท เพื่อที่จะได้มีการตรวจสอบข้อมูลและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทต่อไป การแจ้งเบาะแสของผู้มีส่วนได้เสียสามารถดำเนินการผ่านช่องทางดังนี้

ทางไปรษณีย์

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 2/1 ถนนวงศ์สว่าง แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กทม 10800

โดยส่งมาถึง ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ
กรรมการผู้จัดการ
เลขาธิการบริษัท

ทางอีเมล โดยส่งมาถึง auditcommittee@vanachai.com



การดำเนินการด้านภาษี

การดำเนินการด้านภาษี

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จัดลำดับเรื่องการจัดการภาษีเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยเกี่ยวข้องกับการวางแผน การวิเคราะห์ และการจัดการภาษี เพื่อให้มั่นใจว่าได้ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับด้านภาษี ในขณะเดียวกันก็เพิ่มประสิทธิภาพการชำระภาษี การจัดการภาษีที่มีประสิทธิภาพสามารถนำไปสู่การประหยัดต้นทุนได้อย่างมาก เป็นการเพิ่มเสถียรภาพทางการเงิน และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมด้วย

การจัดการภาษีที่มุ่งเน้นความยั่งยืน

ภาษีเป็นทรัพยากรสำคัญที่จำเป็นต่อการบริหารและพัฒนาประเทศ ซึ่งเอื้อต่อการเติบโตที่ยั่งยืนและความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการจัดการภาษีเพื่อส่งเสริมการสร้างความมั่งคั่งสูงสุดสำหรับผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยการจ่ายภาษีอย่างถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด บริษัทยึดมั่นการมีส่วนร่วมในการช่วยพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจของชุมชนที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่

ความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามภาษีอย่างมีความรับผิดชอบ

บริษัทได้กำหนดแนวปฏิบัติที่ครอบคลุมสำหรับการวางแผนและดำเนินการรับผิดชอบด้านภาษีอย่างสม่ำเสมอ โดยการติดตามการทบทวนและปรับปรุงนโยบายให้ทันสมัยและสอดคล้องกับกฎหมายที่มีการปรับเปลี่ยน กลยุทธ์ด้านภาษีของบริษัทยึดมั่นในหลักการของความโปร่งใส ยุติธรรม และความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับความมุ่งมั่นในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับภาษีทั้งทางตรงและทางอ้อม และจัดการประเด็นเหล่านี้เชิงรุก เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบายด้านภาษีและการกำกับดูแล

นโยบายภาษีของบริษัทกำหนดแนวทางการดำเนินงาน เพื่อสะท้อนถึงความทุ่มเทของเราต่อความยั่งยืน และได้รับการตรวจสอบและปรับปรุงเป็นประจำทุกปีโดยคณะกรรมการบริหารและฝ่ายบริหารของบริษัท เพื่อให้แน่ใจว่าแนวทางปฏิบัติด้านภาษียังคงเป็นปัจจุบัน ยุติธรรม และมีประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เราสนับสนุน ด้วยการบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ภาษี แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของเราในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและการสร้างมูลค่าระยะยาวสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

ด้วยการบูรณาการแนวทางปฏิบัติด้านการจัดการภาษีที่แข็งแกร่ง ซึ่งเน้นความโปร่งใส ความรับผิดชอบ การต่อต้านการทุจริต ความเป็นธรรม และมาตรฐานทางจริยธรรม บริษัทจึงสามารถมีส่วนร่วมอย่างมีนัยสำคัญต่อเป้าหมายของ SDG 16 แนวทางปฏิบัติเหล่านี้ช่วยสร้างความไว้วางใจกับผู้มีส่วนได้เสีย สนับสนุนการพัฒนาสถาบันที่เข้มแข็ง และ ส่งเสริมสังคมที่ยืดหยุ่น ท้ายที่สุดแล้วส่งเสริมสันติภาพและการไม่แบ่งแยก

16 สังคมสงบสุข
ยุติธรรม
ไม่แบ่งแยก



แนวปฏิบัติงานด้านภาษี

เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานด้านภาษีมีความครอบคลุมและถูกต้อง เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดและปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้ เราได้พัฒนาหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับนโยบายภาษี เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอและเป็นระบบ หลักเกณฑ์เหล่านี้ทำหน้าที่เป็นกรอบการทำงานในการรักษาความสมบูรณ์และความน่าเชื่อถือของแนวทางปฏิบัติด้านภาษี ส่งเสริมความโปร่งใสและความสม่ำเสมอในการดำเนินงานทั้งหมดของบริษัท

01



การปฏิบัติตามข้อกำหนดและความถูกต้อง

ประเมินความเสี่ยงด้านภาษีตลอดห่วงโซ่มูลค่า ที่มีผลกระทบทั้งของ บริษัทและบริษัทย่อย รวมถึงธุรกิจใหม่ โดยติดตามกฎหมายหรือคำสั่งที่เกี่ยวข้องที่ออกใหม่หรือเปลี่ยนแปลง และปฏิบัติตามที่ถูกต้อง

02



การวางแผนใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี

ศึกษากลยุทธ์องค์กรและประเมินโอกาสที่บริษัทจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี เช่น การลงทุนพัฒนาด้านนวัตกรรม และการส่งเสริมการปลูกป่าตามกำหนดของกรมป่าไม้ เป็นต้น

03



การฝึกอบรม ความรู้ด้านภาษี

ให้ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องด้านบัญชี ภาษี และงานที่เกี่ยวข้อง เช่น นวัตกรรม เยาวชนกิจกรรมความรู้ด้านภาษี เพื่อเพิ่มความรู้และศักยภาพในการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับบริษัท

สร้างอนาคตตลาดใหม่ ด้วยสินค้านวัตกรรม ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



- นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

นวัตกรรมทางธุรกิจ เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ที่ บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เรื่องความยั่งยืนและนวัตกรรมเป็นหัวใจสำคัญของทุกสิ่งที่ทำ ในฐานะผู้นำในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้และผลิตภัณฑ์ทดแทน บริษัททุ่มเทให้กับการพัฒนาโซลูชันที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งมีส่วนช่วยให้สภาพแวดล้อมและสังคมมีสุขภาพดีขึ้น ความมุ่งมั่นของบริษัทคือการจัดหาทางเลือกของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและยั่งยืนแทนไม้แบบดั้งเดิม ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ

ความมุ่งมั่นในการพัฒนานวัตกรรมนี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพราะการตัดไม้ทำลายป่าเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและวิกฤตสภาพภูมิอากาศ โดยการให้ความสำคัญกับกระบวนการดำเนินธุรกิจ การผลิตสินค้าและการให้บริการที่ยั่งยืน บริษัทมุ่งหวังที่จะลดผลกระทบเหล่านี้และส่งเสริมอนาคตของโลกที่ยั่งยืนมากขึ้น เพื่อให้คนในรุ่นต่อไปสามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดี

“สร้างสรรค์นวัตกรรมด้วยทางเลือกไม้ที่ยั่งยืนในวันนี้
เพื่อสังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการมีโลกที่สดใสยิ่งขึ้นในวันข้างหน้า”

เป้าหมายของบริษัทในเรื่องนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนให้บริษัทและโลกของเรา

ความยั่งยืนไม่ใช่แค่คำพูดติดปากสำหรับเรา แต่เป็นส่วนสำคัญของปรัชญาองค์กร โดยการให้ความสำคัญกับการปฏิบัติที่ยั่งยืน เรามุ่งหวังที่จะ:

1. **ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม:** ผลิตภัณฑ์ของบริษัทออกแบบมาเพื่อลดการตัดไม้ทำลายป่าและการปล่อยก๊าซคาร์บอน ช่วยในการอนุรักษ์ระบบนิเวศตามธรรมชาติ
 2. **ส่งเสริมการจัดหาที่มีความรับผิดชอบ:** บริษัททำงานอย่างใกล้ชิดกับคู่ค้าหลัก รวมทั้งคู่ค้าในท้องถิ่นและเกษตรกร เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบของบริษัทถูกจัดหามาอย่างมีจริยธรรมและยั่งยืน
 3. **สนับสนุนการพัฒนาชุมชน:** ผ่านทางด้านความคิดริเริ่มที่ยั่งยืน บริษัทมีส่วนในการร่วมพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนที่อยู่โดยรอบบริเวณที่บริษัทดำเนินงาน สร้างงานและส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ
 4. **สร้างนวัตกรรมเพื่ออนาคต:** บริษัทลงทุนอย่างต่อเนื่องในการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่ให้ประสิทธิภาพที่มีคุณภาพสูง เป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล ในขณะที่เดียวกันก็เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- บริษัทให้ความสำคัญกับโลก สังคมและชุมชน โดยการสร้างอนาคตที่ยั่งยืนร่วมกันผ่านทางนวัตกรรมสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท



นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท มีส่วนสนับสนุน SDG 3 (สุขภาพที่ดีและความเป็นอยู่ที่ดี) โดยการลดมลพิษตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงกระบวนการผลิต, SDG 4 (การศึกษาที่มีคุณภาพ) โดยการส่งเสริมงานด้านนวัตกรรมเปิด รวมทั้งเผยแพร่แนวปฏิบัติที่ยั่งยืน, SDG 8 (งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ) โดยการสร้างงานให้กับชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม, SDG 9 (อุตสาหกรรม, นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน) โดยการส่งเสริมแนวทางปฏิบัติของอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน, SDG 12 (การบริโภคและการผลิตอย่างรับผิดชอบ) โดยการลดของเสียในกระบวนการผลิต, SDG 13 (การดำเนินการด้านสภาพอากาศ) โดยการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ SDG 15 (ชีวิตบนบก) โดยการอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ และ SDG 17 (ความร่วมมือ เพื่อเป้าหมาย) โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือผู้มีส่วนได้เสียหลัก และพันธมิตรในการนำสินค้าและบริการด้านนวัตกรรมเพื่อสร้างให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เป้าหมายระยะสั้นปี 2567

- เสริมสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กร ผ่านโครงการประกวดนวัตกรรมภายใน กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาศักยภาพพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน รวมถึงคุณค่าและมูลค่าขององค์กร

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

- ขยายการส่งเสริมงานด้านนวัตกรรม โดยสร้างความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เช่น โครงการประกวดนวัตกรรมกับนักศึกษา อาจารย์มหาวิทยาลัย เพื่อต่อยอดแนวความคิดและสร้างความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไม้ทดแทนแบบยั่งยืน
- เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ และผู้นำด้านการนวัตกรรม ที่มุ่งมั่นในการอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติ

แนวทางการดำเนินงาน

เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจแบบก้าวกระโดดผ่านการบริหารจัดการนวัตกรรมแบบเป็นระบบ บริษัทจึงมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรม 4 ประเภท คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ ต่อไปนี้เป็นกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินการแต่ละประเภท ดังต่อไปนี้:

1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

- **ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน:** พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุไม่ทดแทนไม่ธรรมชาติที่ยั่งยืนหรือรีไซเคิล เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- **ผลิตภัณฑ์อัจฉริยะประสิทธิภาพสูง:** นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานที่เพิ่มขึ้น และผลิตภัณฑ์ที่ทนต่อสภาพอากาศ
- **โซลูชันแบบโมดูลาร์ที่ปรับแต่งได้:** สร้างผลิตภัณฑ์ระบบโมดูลาร์ สามารถปรับแต่งได้อย่างง่าย โดยผู้ใช้งาน และมีการติดตั้งที่สะดวกสำหรับผู้ใช้งาน

2) นวัตกรรมบริการ

- **ปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า:** เพื่อให้ลูกค้าสามารถศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ
- **การสนับสนุนหลังการขายอย่างครบถ้วนและครอบคลุม:** ตั้งแต่การติดตั้ง การแก้ปัญหา การบำรุงรักษา

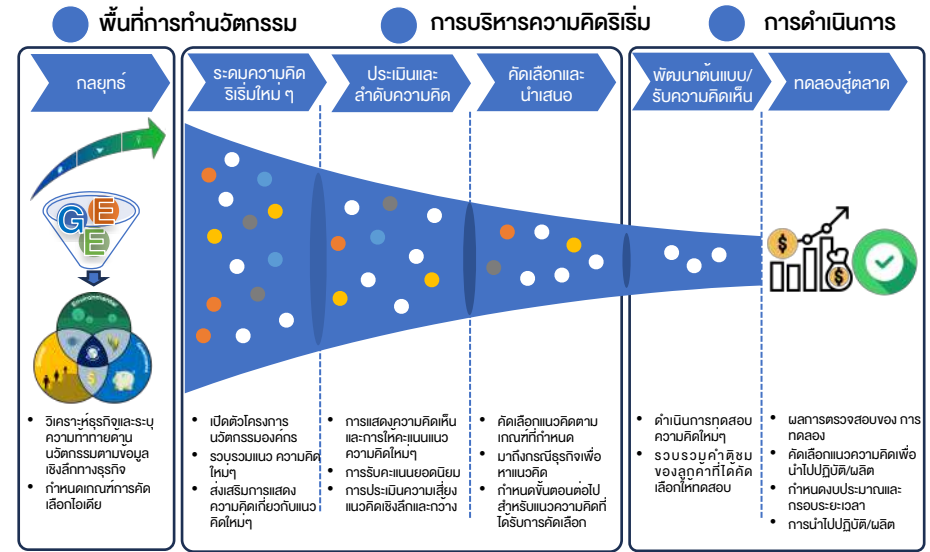
3) นวัตกรรมกระบวนการ

- **การผลิตแบบ Lean:** นำหลักการผลิตแบบ Lean มาใช้เพื่อลดของเสียและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต
- **การเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน:** ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่ามีการส่งมอบตรงเวลาและลดต้นทุน
- **การควบคุมคุณภาพ:** เน้นนำกระบวนการควบคุมคุณภาพขั้นสูง เช่น การตรวจจับข้อบกพร่องที่ขับเคลื่อนด้วย AI เพื่อให้มั่นใจในมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในระดับสูง

4) นวัตกรรมโมเดลธุรกิจ

- **Direct-to-Consumer (DTC):** พัฒนาโมเดล DTC เพื่อเข้าใจความต้องการลูกค้าโดยตรง บริษัทดำเนินการผ่านศูนย์อุตสาหกรรม
- **โมเดลธุรกิจขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืน:** ใช้แบบจำลองเศรษฐกิจหมุนเวียนซึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการออกแบบสำหรับการใช้ซ้ำ การรีไซเคิล และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งอาจจะเป็นโปรแกรมรับคืน ซึ่งลูกค้าสามารถส่งคืนผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วเพื่อการตกแต่งใหม่ การรีไซเคิล หรือการขายต่อ
- **การตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล:** ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการตัดสินใจทางธุรกิจโดยมีข้อมูลครบถ้วน เข้าใจแนวโน้มของตลาด และปรับแต่งกลยุทธ์ทางการตลาดให้เป็นแบบส่วนตัว

กระบวนการด้านนวัตกรรมองค์กร



ขั้นตอนการดำเนินการ

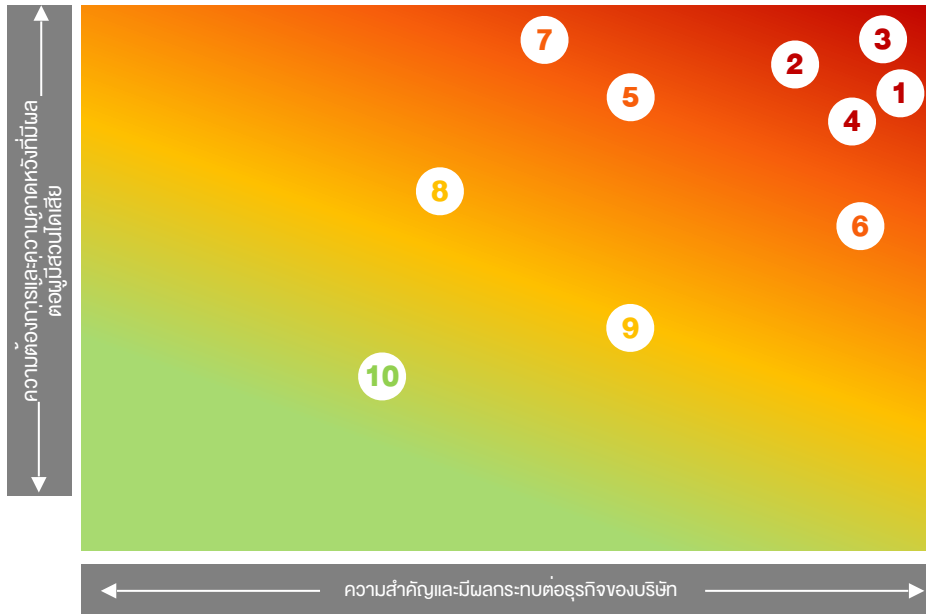
- 1) การวิเคราะห์พื้นที่การกำเนิดนวัตกรรม:** กลยุทธ์นวัตกรรมก้าวกระโดดสู่ความสำเร็จ โดยดำเนินการวิจัยตลาดเพื่อระบุความต้องการของลูกค้า แนวโน้มของอุตสาหกรรม และขอบเขตที่เป็นไปได้สำหรับนวัตกรรม
- 2) การบริหารความคิดริเริ่ม:** การระดมความคิด ทั้งจากภายนอก (Open Innovation) กับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก และ กับพนักงาน (Close Innovation) ประเมินโครงการจัดลำดับ และวิเคราะห์ความเสี่ยง
- 3) การดำเนินการ:**
 - พัฒนาด้านแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่และทดสอบในสภาพแวดล้อมที่มีการควบคุมเพื่อรวบรวมข้อคิดเห็นเพื่อการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการซ้ำๆ
 - การเปิดตัวนวัตกรรมสู่ตลาด ติดตามประสิทธิภาพ และขยายขอบเขตความคิดริเริ่มที่ประสบความสำเร็จ
 - พัฒนอย่างต่อเนื่อง โดย
 - รับคำติชมอย่างต่อเนื่องกับลูกค้าเพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกและปรับแต่งผลิตภัณฑ์และบริการ
 - **การมีส่วนร่วมของพนักงาน: ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในความคิดและมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยมุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรมในปี 2573**
 - Stay Agile: รักษาแนวทางที่คล่องตัวเพื่อปรับตัวอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่

การนำเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียมาพัฒนา

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้รวบรวม และดำเนินการตามข้อเสนอแนะจากทั้งผู้มีส่วนได้เสียภายนอกและพนักงานอย่างเป็นระบบ บริษัทดำเนินการประเมินคำแนะนำ ความคาดหวังของทั้งผู้มีส่วนได้เสียภายนอก และพนักงาน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกลำดับการดำเนินการตามกำลังพลและระยะเวลาความเร่งด่วน โดยแกน X แนวนอน แสดงความสำคัญและมีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท แกน Y แนวตั้งแสดงความสำคัญ ความต้องการและความคาดหวังที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่นำมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาคือระยะเวลาดำเนินการให้เกิดผล งบประมาณการลงทุน ข้อมูลพัฒนาได้แสดงให้เห็นประโยชน์ที่บริษัท หรือผู้มีส่วนได้เสีย ได้รับจากโครงการ



ตามกระบวนการด้านบน บริษัทสามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างต่อเนื่อง บางส่วนเป็นนวัตกรรมที่สามารถเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและประสิทธิภาพการดำเนินงาน



ข้อมูลสำคัญจากผู้มีส่วนได้เสียหลัก

ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก				ผู้มีส่วนได้เสียภายใน			
วิธีการ: แบบสอบถามความพึงพอใจและความคิดเห็น				วิธีการ: ผลจากการประชุมติดตามงานประจำเดือน			
ลูกค้าทั่วไป	ผู้รับเหมา	ร้านค้า	B2B	งานการเงิน	งานขาย	งานบริการเทคนิค	งานจัดส่ง
28%	13%	5%	4%	3%	20%	16%	11%

- 1 การลดการใช้พลังงานจาก Fossil: บริษัทเน้นการใช้พลังงานหมุนเวียน Renewable Energy ทั้งการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์และ Biomass เพื่อลดต้นทุนการผลิต
- 2 การขนส่งสินค้า: เพื่อลดค่าขนส่งและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดค่าพลังงาน และควบคุมให้ส่งของได้ทันเวลา ครบตามจำนวน
- 3 การลดเวลาติดตั้งประตู: โดยช่างติดตั้ง และผู้รับเหมาเสนอแนะให้มีสินค้าที่สามารถติดตั้งประตูและกรอบวงกบโดยใช้เวลาน้อย ไม่ต้องปรับประตูหรือวงกบ จะทำให้ทำงานได้เร็วขึ้น
- 4 ประตูภายนอก ถนน ทำสีได้: ช่างผู้รับเหมาเจ้าของบ้านต้องการสินค้าประตูภายนอกที่สวยงามทนทาน และสามารถทำตามต้องการได้ เนื่องจากสินค้าในตลาดยังไม่ดี และเป็นที่ต้องการ

- 5 ระบบการปิดบัญชี: เปลี่ยนระบบปฏิบัติการเป็น SAP เพื่อการรวมข้อมูลได้รวดเร็วและถูกต้อง
- 6 Bim Object Platform : จัดทำเพื่อตอบสนองให้ผู้ออกแบบมีความสะดวก
- 7 Online Shopping: เพื่อให้สอดคล้อง กับวิถีคนรุ่นใหม่ ได้ร่วมกับพันธมิตร noc noc และบน website ของทางวิศวะมิตร
- 8 การสร้างความรู้ด้านไม้ทดแทน: พิจารณาการทำการ Roadshow ไปทั่วประเทศ สร้างเครือข่ายมืออาชีพไม้ทดแทน
- 9 ระบบติดตามรถขนส่งสินค้า: พิจารณาใช้ระบบรายงานก่อน เพราะการขนส่งรักษาวินัยตามกำหนดได้
- 10 ไม้ฝาตกแต่งภายใน: ได้ออกแบบลวดลายทำได้ทันที มีคุณสมบัติดูดซับเสียง

นวัตกรรมด้านระบบการดำเนินงาน โครงการ “Vanachai Logistic”

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจการค้าในประเทศต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เข้มข้นทุกขณะประกอบกับเศรษฐกิจทั่วโลกอยู่ในสภาพที่ผันผวน และส่งผลถึงประเทศไทย ทำให้ต้นทุนการผลิตและการขนส่งสูงขึ้น บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จึงได้ปรับตัวพร้อมสำหรับการแข่งขันที่รุนแรงโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทต้องการขยายตลาดในประเทศเพื่อตอบรับการเติบโตของธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การขยายตัวของเมืองและการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ ทำให้ตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ไม้ทดแทนไม้ธรรมชาติของบริษัท เป็นวัสดุที่ตอบโจทย์เรื่องสิ่งแวดล้อม โดยเปิดธุรกิจร้านวัสดุมิตรในการขายตรงถึงผู้บริโภค ซึ่งปี 2566 มี 96 สาขา และมีโรงงานผลิตสินค้าใน 4 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง สระบุรี และสุราษฎร์ธานี **ซึ่งมีประเด็นนำเสนอจากกลุ่มลูกค้า B2B และพนักงานที่ดูแลการจัดส่ง** สินค้าในเรื่องต้นทุนการขนส่ง และการติดรถเปล่าจากกลับ บริษัทนำมาพิจารณาเพื่อทำการปรับปรุงระบบการดำเนินงานและคุณภาพการบริการ และเป็นการส่งมอบคุณค่าที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ



ในปี 2565 ไตรมาส 2 บริษัทได้จัดตั้งบริษัท วนชัย โลจิสติกส์ จำกัด เพื่อตอบสนองการขยายตัวธุรกิจ โดยเฉพาะตลาดในประเทศ ให้สามารถบริหารจัดการจัดส่งอย่างมีประสิทธิภาพตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่ต้องการซื้อและได้รับสินค้าทันทีโดยไม่ต้องรอ

เดิมการบริหารจัดการการขนส่งยังเป็นระบบบริหารอิสระแต่ละโรงงาน ซึ่งทำให้เกิดการติดรถเปล่ากลับโรงงานและไม่ได้ประโยชน์ในการบริหารโลจิสติกส์อย่างเต็มประสิทธิภาพ เมื่อบริษัทก่อตั้งบริษัท วนชัย โลจิสติกส์ ที่มีการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์แบบศูนย์รวมขึ้นที่จังหวัดชลบุรีเป็นศูนย์ควบคุมจัดระบบการขนส่งอย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเติบโตด้านการขายสินค้าภายในประเทศ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการขนส่งสินค้าของบริษัทในกลุ่มและเพิ่มการเข้าถึงและให้บริการลูกค้าทั่วประเทศได้ดีสมบูรณ์ ควบคู่กับการลดต้นทุน นอกจากนี้รถทุกคันยังมีการติดตามโดย GPS ทำให้สามารถติดตามและวางแผนการเดินทางได้มีประสิทธิภาพ ซึ่งความสำเร็จจากโครงการนี้ ทำให้ปี 2566 มีการพัฒนาต่อเนื่องที่จะทำให้ระบบโลจิสติกส์ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างเต็มที่

ขั้นตอน	กลยุทธ์	ระดมความคิด/คัดเลือก	พัฒนาด้านแบบ	ดำเนินการ	แผนพัฒนาต่อเนื่อง
กิจกรรม					
การดำเนินการ	กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน: สร้างอนาคตตลาดใหม่ ด้วยนวัตกรรมสินค้า/บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประเด็นผลกระทบ: - ระดับการบริการที่เป็นเลิศ “ชื่อของได้กันที่ วัสดุมิตร” - การลดต้นทุนการขนส่ง - การลดผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม	การเลือกสรรประเด็น: - ประชุมรับฟังข้อคิดเห็นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยรวบรวมประเด็นที่เป็นผลกระทบ - ประเมิน/คัดเลือกประเด็นที่เร่งด่วนและมีความสำคัญ ส่งผลตรงต่อการบริการและรายได้ - นำประเด็นสำคัญสุด: การลดต้นทุนด้านขนส่ง การดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สู่ภาพพนักงาน	การเริ่มต้นโครงการ: - กำหนดโรงงานที่จังหวัดชลบุรีเป็นการเป็นต้นแบบการพัฒนา - ดำเนินการประเมินความเสี่ยงโครงการในทุกด้าน - ประเมินการลงทุนในโครงการ - จัดตั้งคณะทำงานและพัฒนา - จัดทำแผนดำเนินงาน และรับฟังข้อคิดเห็น	การดำเนินการปี 2566: - นำ GPS ใช้ดูแลเส้นทางขนส่ง - ใช้ ALL IN ONE (SQL program) ในการดูแลระบบบัญชีรวมถึงการบันทึกออเดอร์ในระบบขนส่ง - จัดทำแผนปี 2567 การนำระบบ TMS (Transportation Management Sytem) มาใช้ดูแลระบบขนส่ง ความปลอดภัย และการซ่อมบำรุงทั้งหมด	แผนพัฒนาปี 2567 เป็นต้นไป - ต่อยอดด้วยระบบการติดตามแจ้งสถานะรถขนส่งอัตโนมัติผ่านระบบ - ตรวจสอบความพึงพอใจลูกค้าแยกประเด็น เพื่อการให้บริการที่เป็นเลิศ - ค้นหาความต้องการเพิ่มเติมของลูกค้าที่จะเพิ่มมูลค่า - ศึกษาการประหยัดพลังงานเพิ่ม

กระบวนการที่เปลี่ยนแปลง

VANACHAI LOGISTIC

ลดต้นทุนการขนส่ง
เพิ่มประสิทธิภาพการบริการ

รับใบสั่งงาน ขนส่งสินค้า

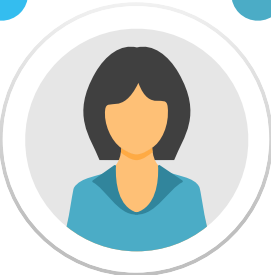
- ลูกค้าทุกประเภท
- บริษัทย่อย

ได้รับสินค้า
ถูกต้อง ครบ
ถ้วน

ความพร้อม
ของผลิตภัณฑ์
มากขึ้น

เวลาจัดส่งที่
รวดเร็วยิ่งขึ้น

สนับสนุนแนวทาง
ปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อม



ได้รับการบริการ
ที่ดีมากขึ้น

ลูกค้าที่ กลุ่มลูกค้า B2B
และบริษัทย่อย ได้รับ

บริษัทได้คุณค่าเพิ่ม

- เพิ่มประสิทธิภาพด้านการขนส่ง
สินค้าของบริษัทในกลุ่ม
- เพิ่มการเข้าถึงและให้บริการลูกค้า
B2Bทั่วประเทศได้ดีสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
- การลดต้นทุนการขนส่ง
- สามารถติดตามและวางแผนการเดินทาง
ได้มีประสิทธิภาพ



คิดระยะทาง/เสนอราคา

- ลูกค้าเก่ามีอัตราขนส่งเดิม
- ลูกค้าใหม่ คิดระยะทาง และเสนอ
ราคา

ระบบการจัดรถ

- จัดคิวรถให้ไม่มีการวิ่งรถขนส่งจากเดียว
คือ จะต้องมีการวิ่งสินค้าทั้งไปและกลับ
- ใช้ระบบ GPS ในการดูแลเส้นทางการขนส่ง ทำให้ส่งของได้
ถูกต้อง แม่นยำ ทราบสถานะ-รถขนส่งแบบปัจจุบัน
- ใช้ ALL IN ONE (SQL program) ในการดูแลระบบบัญชี
รวมทั้งการบันทึกออเดอร์ในระบบขนส่ง
- วางแผนงานการจัดรถให้พนักงานมีวันหยุดอย่างน้อยหนึ่ง
วันต่ออาทิตย์ และพนักงานที่ต้องเดินทาง ในเส้นทางไกล
เกิน 500 กม. ทางบริษัทมีนโยบายมีพนักงานสำรองเพื่อ
ช่วยลดโอกาสเกิดอุบัติเหตุ



จัดรถ

- แจ้งชื่อ/จัดคิวรถ WVS.
และเลขทะเบียน
- แจ้งคลังสินค้าทราบ



การจัดส่งสินค้า

- ส่งสินค้าตาม order



การส่งมอบสินค้าเสร็จสิ้น

- ส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า
- ส่งมอบเอกสารการจัดส่ง
คลัง/บัญชี



นวัตกรรมด้านระบบการดำเนินงาน โครงการ “Vanachai Logistic”

Vanachai Logistic

โครงการบริหารโลจิสติกส์
แบบศูนย์รวม

ประโยชน์ของโครงการในรอบปี 2566



ลดต้นทุนขนส่ง

30.3 ล้านบาท
ต้นทุนลดลง 30.2%



ลดระยะทางเฉลี่ย

4.3 ล้าน ก.ม.
ระยะทางลดลง 31.6%



ลดก๊าซเรือนกระจก

3,948.7
tCO2eq / ปี
ลดก๊าซเรือนกระจกลง 33.5%



ลดเวลาการขนส่ง

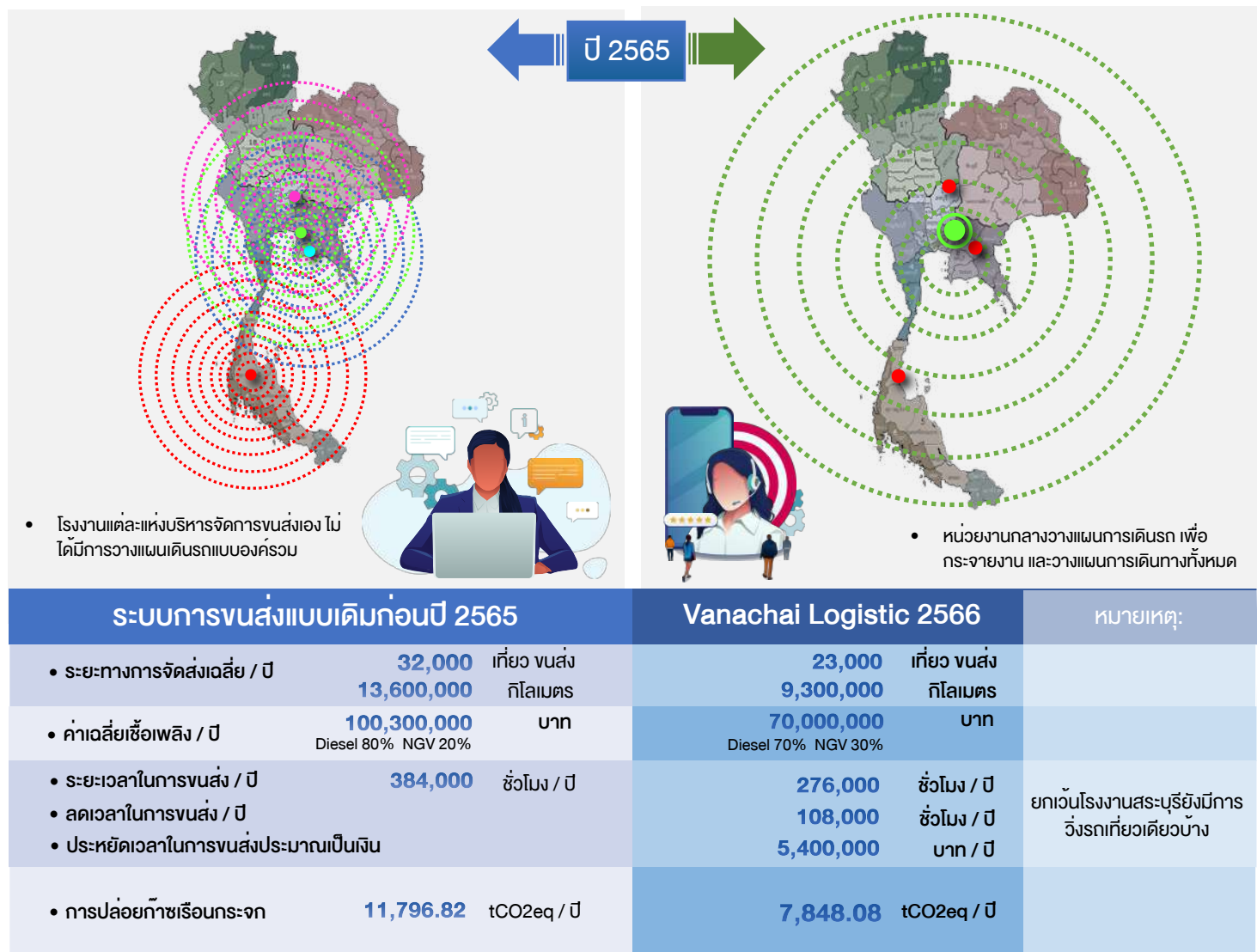
108,000 ชั่วโมง
ลดเวลาในการขนส่ง 28.1%
ประมาณลดเวลาในการขนส่ง 5.4 ล้านบาท



เพิ่มความสุขของ
พนักงานขับรถ

ลดอุบัติเหตุลง

อุบัติเหตุเป็น **ZERO**



นวัตกรรมด้านต่างๆ ที่สร้างคุณค่าให้กับบริษัท และสังคม สิ่งแวดล้อม

นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์

ประตูพร้อมวงกบ



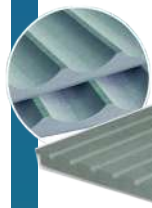
- ✓ ลดเวลาการติดตั้งประตูถึง **70%**
ลดเวลาการติดตั้งจาก 5 วัน เหลือ 1 วัน
- ✓ สัดส่วนการขายประมาณ **20%**
ของหมวดสินค้าสำเร็จรูป

ประตูลูกฟักภายนอก



- ✓ สามารถใช้งานได้ภายนอก
- ✓ รูปลักษณ์สวยงาม
- ✓ สัดส่วนการขายประมาณ **10%**
ของหมวดสินค้าสำเร็จรูป

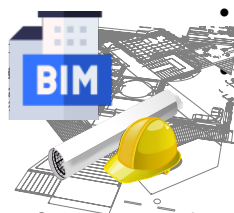
ไม้ฝาตกแต่งภายใน



- ✓ ช่วยลดระยะเวลาการตกแต่งผนัง
- ✓ รูปลักษณ์ที่สวยงามติดตั้งเสร็จพร้อมใช้งานทันที
- ✓ ช่วยลดความร้อนภายในห้อง
- ✓ สัดส่วนการขายประมาณ **10%**
ของหมวดสินค้าสำเร็จรูป

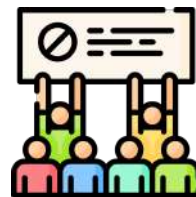
นวัตกรรมด้านการบริการ

ผู้ออกแบบ: Bim Object Platform



- สำหรับการหาไฟล์ 3D สำหรับนักออกแบบ เพื่อนำสินค้าไปใช้กับโปรแกรมการออกแบบบ้าน คอนโดต่างๆ สามารถสอบถามรายละเอียดข้อมูลสินค้า ผ่านในระบบได้ ครอบคลุมถึง **36** ประเทศทั่วโลก
- ความพึงพอใจผู้ออกแบบ **97.4%**

ช่วงรับเหมา: การ Roadshow



“สอนช่างติดตั้งได้ถูกต้อง”

- การจัดทำ Road Show เรื่องการติดตั้งสินค้าและแนะนำการใช้สินค้าแต่ละชนิดให้เหมาะสมกับการใช้งาน ถูกประเภท โดยมีการหมุนเวียนไปตามภาคต่างๆ ทั่วประเทศ
- ความพึงพอใจช่างติดตั้ง ผู้รับเหมา รานเฟอร์นิเจอร์ **97.3%**

ลูกค้า: Online Shopping



- การนำเสนอสินค้า ผ่านแพลตฟอร์ม NocNoc ในสินค้าหมวดต่างๆ

คะแนนร้านค้าผู้จัดสมัคร

5.0



นวัตกรรมด้านกระบวนการ



เปลี่ยนระบบ
ปฏิบัติการเป็น SAP

- ลดเวลาในการจัดทำงบการเงินประจำเดือนลง
- ลดความซับซ้อนของกระบวนการ
- เพิ่มประสิทธิภาพการวางแผน

นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจ



โรงงาน Biomass
จ.สุราษฎร์ธานี

- สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าชีวมวลได้ **9.9** เมกะวัตต์
 - ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ **32,938** tCO2eq / ปี
 - รับซื้อเศษไม้ กิ่งไม้จากชาวบ้าน **1,668** ล้าน กิโลกรัม
- *เป็นวัตถุดิบใช้โรงงาน Biomass

*หมายเหตุ: สินค้าใหม่จำหน่าย ระหว่างปี 2563-2566



การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ปัจจุบันวิกฤตโลกร้อนส่งผลกระทบต่อความรุนแรงไปทั่วโลก ทำให้เกรงภัยโลกและความยั่งยืนได้รับความนิยมนำขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง ปรับตัวและหันมาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทที่ทำธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยตลาดแผ่นไม้ทดแทนธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ไม้สำเร็จรูปทดแทนธรรมชาติมีแนวโน้มการเติบโตที่สูง ทำให้มีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายหลายรายในทั้งในประเทศและจากต่างประเทศเข้ามาทำการตลาดเพิ่มมากขึ้น ด้วยคุณภาพและคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไปตามราคาและประเภทวัสดุ

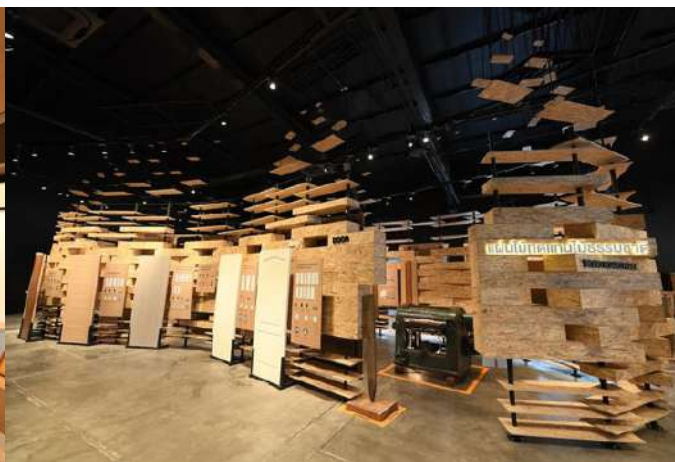


บริษัทจึงปรับแผนโมเดลธุรกิจใหม่ วางกลยุทธ์จัดตั้งบริษัท วนชัย วัสดุมิตร จำกัด เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศ โดยดำเนินธุรกิจการค้าปลีกภายใต้แบรนด์ “วัสดุมิตร” มีเป้าหมายพัฒนาตลาดการค้าปลีกและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยมุ่งให้ “วัสดุมิตร” เป็นช่องทางที่บริษัทสามารถสื่อสารกับลูกค้าผู้บริโภค ช่างติดตั้ง สถาปนิก มัณฑนากรผู้ออกแบบ ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้รับทำเฟอร์นิเจอร์ เป็นเสมือนห้องสมุดความรู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าไม้ และโมเดลแทนธรรมชาติ ที่ผู้สนใจสามารถเข้ามาชม สอบถาม และสัมผัสวัสดุจริงก่อนการตัดสินใจซื้อ

โดยมีการดำเนินงานภายใต้แนวคิด **วัสดุมิตร “มิตรงานไม้”** ที่เป็นมิตรกับลูกค้า และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของการนำผลิตภัณฑ์ไม้ทดแทนธรรมชาติไปประยุกต์ใช้งานจริง พร้อมทั้งตั้งเป้าเพิ่มสาขาให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค และขยายการขยายไปในช่องทางออนไลน์ ให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก อีกทั้งสามารถบริหารจัดการส่งสินค้าได้มีประสิทธิภาพอย่างครบวงจร ทันเวลาตามที่ลูกค้ากำหนด พร้อมบริการให้คำปรึกษาด้านเทคนิคการใช้งาน การติดตั้ง การบำรุงรักษาให้ถูกต้อง เพื่ออายุการใช้งานจะยืนยาว เป็นการให้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพไม่ต้องเปลี่ยนบ่อย ซึ่งทำให้ต้องสิ้นเปลืองทรัพยากรไปโดยใช้สินค้าไม้คุ้มค่า

การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย นอกจากเป็นการขยายฐานลูกค้าแล้ว ยังทำให้บริษัทสามารถรับข้อคิดเห็นจากกลุ่มลูกค้าผู้บริโภค กลุ่มผู้ออกแบบ กลุ่มช่างผู้ติดตั้งโดยตรง เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ได้อย่างเหมาะสม ทั้งยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ถูกใจ มีความภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของการรักษ์โลกร่วมกัน รวมถึงสามารถทดลองสินค้านวัตกรรมใหม่ ให้ความคิดเห็นในการใช้งาน ร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง สวยงาม และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บริษัทได้กำหนดให้เป็นสถานที่สาธิต ทดลองการติดตั้งสินค้า ให้ “วัสดุมิตร เป็นมิตรงานไม้” สำหรับผู้มีส่วนได้ทุกกลุ่ม ตั้งแต่การหาความรู้ ทดลองสัมผัส และตัดสินใจ โดยบริษัทเองสามารถเพิ่มโอกาสและส่วนแบ่งการตลาดในประเทศได้ และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่บริษัท



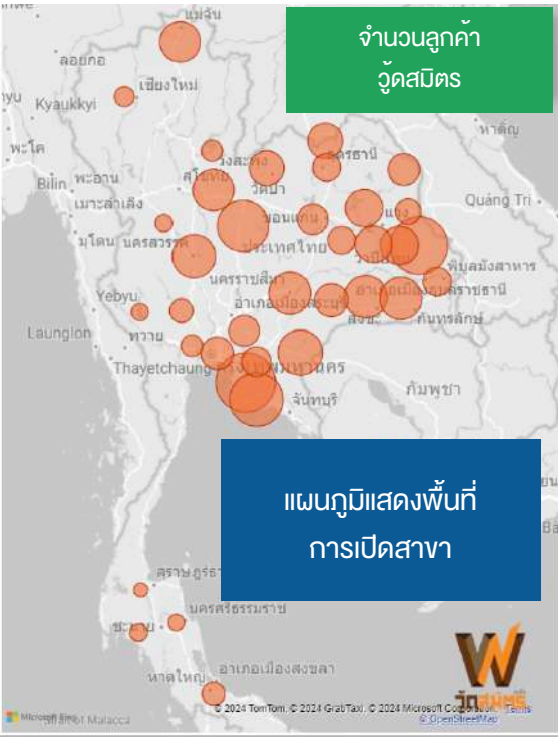
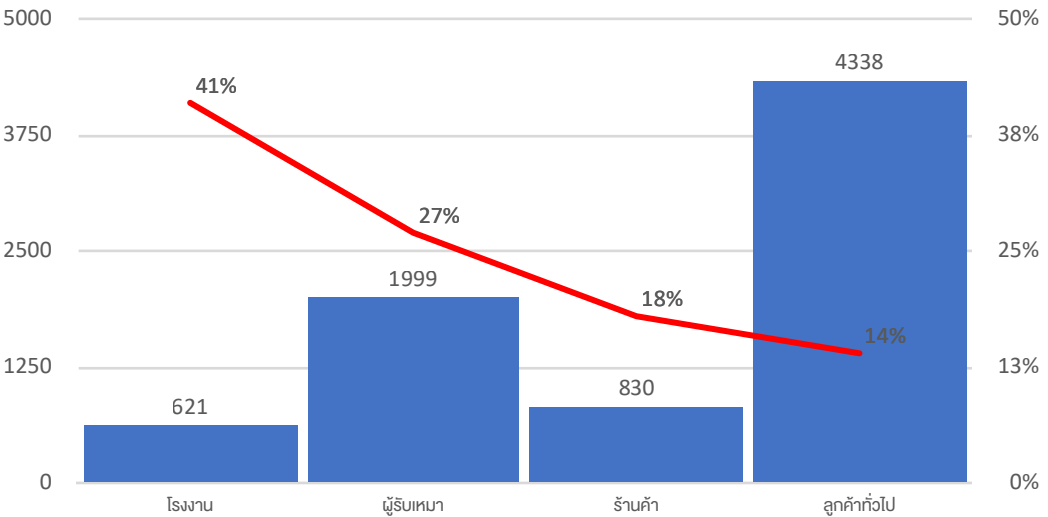
การขยายสาขา วงษ์ชัย วู้ดสมิตร 2562 -2566

แม้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2563 ถึง 2565 ประเทศไทยยังได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของ Covid-19 ตลาดวัสดุก่อสร้างโดยรวมได้รับผลกระทบ แต่บริษัทก็ยังมุ่งมั่นที่จะดำเนินการขยายสาขาของวงษ์ชัย วู้ดสมิตร อย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมพร้อมให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้สะดวกและครอบคลุมทั่วประเทศ แม้จะต้องเผชิญอุปสรรคนานาประการ แต่บริษัทก็สามารถดำเนินการขยายสาขาได้ครอบคลุมทุกภูมิภาคในประเทศตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ให้มีจำนวนสาขาทั่วทุกภูมิภาค รวม 96 สาขา ใน 36 จังหวัด และสามารถสร้างยอดขายให้กับบริษัทได้ 282.07 ล้านบาท ในปี 2566

บริษัทให้ความสำคัญในการทำความเข้าใจความต้องการ และรับทราบความคิดเห็นของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีการบันทึกข้อมูลลูกค้าเป้าหมายเป็น 4 กลุ่ม คือ ลูกค้าโรงงาน ผู้รับเหมา ร้านค้า และลูกค้าทั่วไป ดังจะเห็นได้จากภาพแสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนลูกค้า กับสัดส่วนยอดขาย ในแต่ละกลุ่มดังกล่าว โดยในกลุ่มลูกค้าทั่วไป รวมถึงผู้ออกแบบ ทั้งสถาปนิก และมัณฑนากร ซึ่งในปีต่อไปจะได้แยกประเภทของลูกค้า และกลุ่มที่เป็นผู้ออกแบบ เพื่อสามารถให้บริการได้ตรงความต้องการมากขึ้น

วงษ์ชัย วู้ดสมิตร ต้องการเป็นศูนย์รวมเรื่องของไม้ทดแทน ที่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้ ไม่ได้จำกัดเฉพาะการมาซื้อสินค้า บริษัทต้องการสร้างให้เป็นแหล่งข้อมูลในการร่วมอนุรักษ์ป่าไม้อธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาใหญ่ รวมทั้งมีความสำคัญในระดับโลก ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนจำนวนมากที่สุดในช่วงศตวรรษนี้

สัดส่วนและยอดขายแยกตามกลุ่มลูกค้า ของวงษ์ชัย วู้ดสมิตร 2566



ภาคเหนือ	20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	26
ภาคกลาง	25
ภาคตะวันออก	14
ภาคใต้	11
รวมทั้งหมด	96

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง โดยการสื่อสารความคิดเห็น ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียหลักที่สนใจ ทั้งลูกค้าผู้บริโภค ผู้ออกแบบ และกลุ่มช่างรับเหมาติดตั้ง ไปยังหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องให้ได้รับทราบและพิจารณาดำเนินการปรับปรุง แก้ไขปัญหา เพื่อสร้างแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และพัฒนาการบริการได้อย่างถูกต้อง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ กันทั่วถึง โดยบริษัทดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปี ปีละ 1 ครั้ง ทั้งจากกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคในประเทศและต่างประเทศ ด้วยการส่งแบบสอบถามทางอีเมล

แบบสอบถามดังกล่าว ครอบคลุมทั้งด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการโดยแบ่งหัวข้อการสำรวจออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้า ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ขาย ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่สนับสนุนการขาย ด้านการบริการเทคนิค และด้านการจัดส่งสินค้า

จากผลคะแนนผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า (เฉลี่ยทุกด้าน) ในปี 2564-2565 ที่ 97.3% บริษัทจึงตั้งเป้าหมายที่จะปรับปรุงคะแนนผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า สำหรับปี 2566 ให้มากกว่า 97.5% ซึ่งในปี 2566 ได้คะแนนผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า 97.8% ดีกว่าแผนที่ตั้งไว้

คะแนนความพึงพอใจลูกค้าเฉลี่ยปี 2566	
เป้าหมายปี 2566	> 97.5%
คะแนนเฉลี่ย ปี 2566	97.8%

ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า (หน่วย: % CS Score)	2564	2565	2566
ผลประเมินความพึงพอใจลูกค้าโดยรวม	97.3%	97.3%	97.8%
- ด้านสินค้า	97.3%	97.1%	98.1%
- ด้านเจ้าหน้าที่ขาย	97.4%	97.3%	97.7%
- ด้านเจ้าหน้าที่สนับสนุนการขาย	97.4%	97.3%	97.7%
- ด้านการบริการเทคนิค	97.4%	97.3%	97.7%
- ด้านการจัดส่งสินค้า	97.4%	97.3%	97.7%

ผลประเมินความพึงพอใจลูกค้า ปี 2564 - 2566

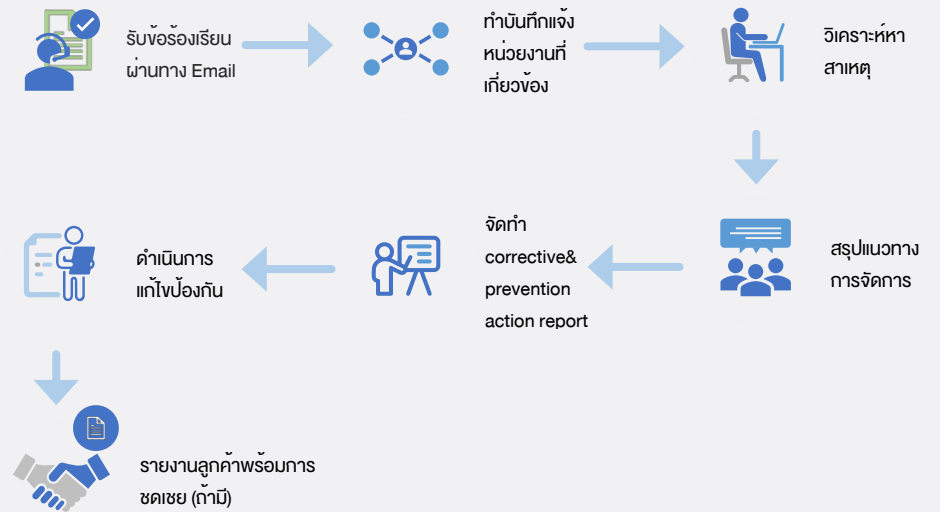


กระบวนการรับข้อร้องเรียน

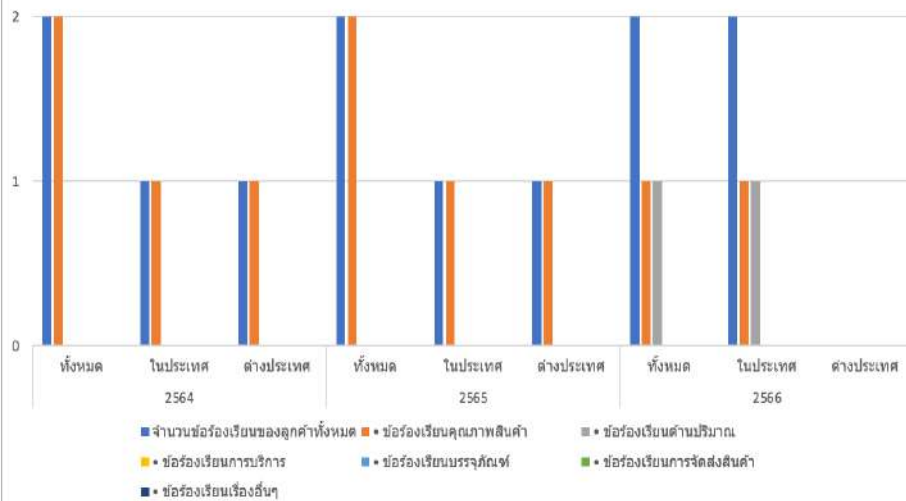
บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการแก้ไขปัญหาลูกค้าอย่างเป็นระบบ โดยยึดหลักความโปร่งใส ยุติธรรม และคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้ บริษัทจะชี้แจงแนวทางการแก้ไขปัญหาลูกค้าทราบในทุกกรณี โดยมุ่งหวังให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

บริษัทมีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าผ่านทาง Email: Planning@vanachaipanel.com รับผิดชอบโดยเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญในหน่วยงานวางแผนการผลิต ซึ่งมีการตั้งระบบจัดการกับเรื่องร้องเรียนของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ทุกข้อร้องเรียนที่ได้รับจะถูกส่งต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ สรุปแนวทางการจัดการ และดำเนินการแก้ไขป้องกัน ตามกระบวนการที่ระบุไว้ในคู่มือคุณภาพ โดยมีเป้าหมายที่จะไม่ให้เกิดข้อร้องเรียนขึ้นอีก หากข้อร้องเรียนจำเป็นต้องมีการชดเชยใดๆ ก็จะดำเนินการชดเชยเพื่อสามารถแจ้งกลับลูกค้าภายในเวลาที่กำหนด

บริษัทได้แบ่งหัวข้อเรื่องร้องเรียนเป็น 5 ด้าน คือ ด้านคุณภาพ ด้านปริมาณ ด้านการบริการ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านการจัดส่งสินค้า และเรื่องอื่นๆ โดยในปี 2566 บริษัทได้รับข้อร้องเรียนจากลูกค้าในประเทศ ในด้านคุณภาพ และ ด้านปริมาณ อย่างละ 1 กรณี และไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าต่างประเทศ โดยข้อร้องเรียนดังกล่าว ได้รับการแก้ไข และตอบกลับไปยังลูกค้าภายในเวลาที่กำหนด



ข้อร้องเรียนในการบริการลูกค้า 2564 - 2566 (หน่วย : กรณี)



การบริหารจัดการข้อร้องเรียนในการบริการลูกค้า (หน่วย:กรณี)	2564		2565		2566	
	ในประเทศ	ต่างประเทศ	ในประเทศ	ต่างประเทศ	ในประเทศ	ต่างประเทศ
จำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้าทั้งหมด	1	1	1	1	2	0
- ข้อร้องเรียนด้านคุณภาพสินค้า	1	1	1	1	1	0
- ข้อร้องเรียนด้านปริมาณ	0	0	0	0	1	0
- ข้อร้องเรียนด้านการบริการ	0	0	0	0	0	0
- ข้อร้องเรียนด้านบรรจุภัณฑ์	0	0	0	0	0	0
- ข้อร้องเรียนด้านการจัดส่งสินค้า	0	0	0	0	0	0
- ข้อร้องเรียนเรื่องอื่นๆ	0	0	0	0	0	0

กิจกรรมที่ทำร่วมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในปี 2566

ในสาขาหลักของ วนชัย วัสดุมิตร จะเป็นทั้งร้านจัดจำหน่าย และศูนย์เรียนรู้ด้านไม้และไม้ทดแทนไม้ธรรมชาติ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเรียนรู้และ สัมผัสสินค้าอย่างใกล้ชิด ก่อนตัดสินใจซื้อ ภายใต้แนวคิด วัสดุมิตร “มิตรงานไม้” ที่เป็นมิตรกับลูกค้า

โดยในปี 2566 บริษัทได้จัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้ากลุ่มผู้รับเหมาและร้านค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านสินค้า โดยเฉพาะสินค้าและบริการที่เป็นนวัตกรรมของบริษัท รวมไปถึงความรู้ด้านเทคนิคการติดตั้ง ตั้งเป้าให้สามารถทำกิจกรรมครอบคลุมกลุ่มลูกค้าสำคัญทั่วทุกภูมิภาค



กิจกรรมเวิร์กช็อป ในหัวข้อ ‘พื้นสวย ถนนทน งบไม่บาน บ้านไม่รั้งซึม’ จัดการบรรยาย สาธิตวิธีการใช้สินค้า พร้อมลงมือปฏิบัติ มีลูกค้ากลุ่มผู้รับเหมาเข้าร่วม 79 คน

เป้าหมายคะแนนความพึงพอใจลูกค้า
ในการร่วมกิจกรรม

>90%

ผลการดำเนินงาน

93.1%



โซนการจัด
แสดงสินค้า

94%



กิจกรรมเวิร์กช็อป

94%



สนใจเข้าร่วมกิจกรรมใน
ครั้งต่อไป



กิจกรรมเวิร์กช็อป ในหัวข้อ ‘รอยร้าว สร้างลายสวย ด้วยไรนอซ’ จัดการบรรยาย สาธิต พร้อมลงมือปฏิบัติ มีลูกค้ากลุ่มผู้รับเหมาเข้าร่วม 85 คน

เป้าหมายคะแนนความพึงพอใจลูกค้าใน
การร่วมกิจกรรม

ผลการดำเนินงาน

90.3%



โซนการจัดแสดงสินค้า

91%



กิจกรรมเวิร์กช็อป

90.4%



สนใจเข้าร่วมกิจกรรมใน
ครั้งต่อไป

นอกจากนี้ สำหรับกลุ่มสถาปนิกและผู้ออกแบบ บริษัทยังมีการพัฒนาโปรแกรมร่วมกับทางBimobject เพื่อให้เป็นอีกหนึ่งช่องทางเพิ่มความสะดวกในกระบวนการออกแบบและนำเสนอสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากฐานผู้ใช้งานที่มีทั้งนักออกแบบคนไทยและคนต่างประเทศ ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและสามารถนำเสนอในรูปแบบ 3D ได้โดยตรงในการออกแบบชัดเจนและเห็นภาพ แบบจำลองข้อมูลอาคารที่ไม่ใช่แค่ภาพสวย แต่ครบทุกมิติ ประกอบด้วย ข้อมูลเชิงลึกต่างๆของอาคารและสินค้า ที่ช่วยให้ผู้ใช้งานทั้งนักออกแบบ วิศวกร ผู้รับเหมา และเจ้าของโครงการ สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดข้อผิดพลาด ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการนำเสนองานแก่ลูกค้าได้

บริษัท ยังสามารถเก็บฐานข้อมูลของผู้ออกแบบ ที่เข้าใช้งาน Vanachai Woodsmith's bimobject เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาสินค้าและบริการในอนาคต อีกทั้งมี 2-way communication แบบ real-time online อีกด้วย

bimobject

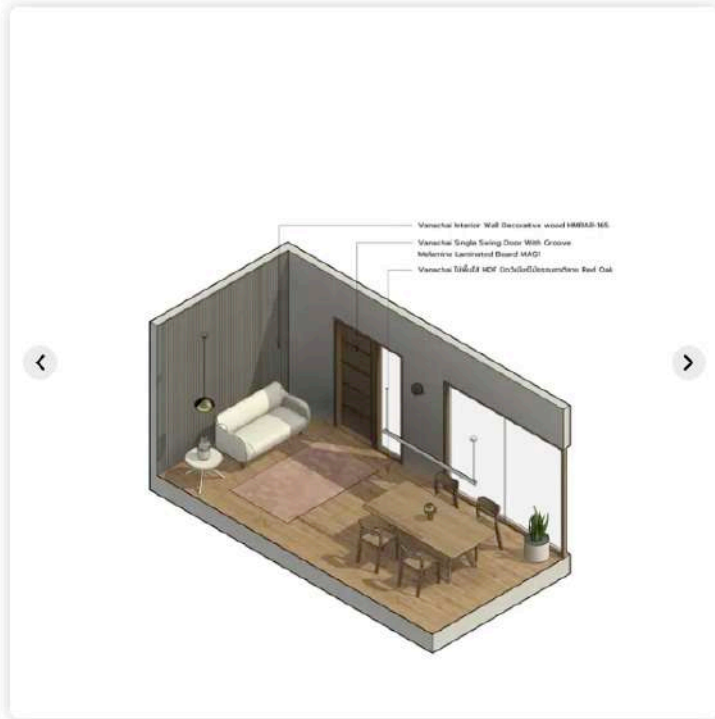
Rhino

ค้นหาวัด BIM ประเภทหรือแบรนด์

ค้นหา

เข้าสู่ระบบ

สมัครสมาชิกฟรี



Vanachai Woodsmith วนชัย วัสดุสมิธร + ติดตาม

Vanachai Woodsmith living room

“มุมพักผ่อนห้องนั่งเล่น ที่มีพื้นที่กว้างขวาง มีมุมนั่งเล่น และรับประทานอาหาร ออกแบบในลักษณะ Open Plan เพื่อสร้างพื้นที่สำหรับผู้ใช้งาน เป็นการใช้อย่างชาญฉลาด เพิ่มลูกเล่นพิเศษที่น่าสนใจ ด้วยผนังตกแต่งจาก Vanachai Interior Wall Decorative Wood และสร้างบรรยากาศอันอบอุ่นด้วยวัสดุไม้ ทั้งพื้น เพอร์นิเจอร์และประตูจาก Vanachai ที่สามารถใช้งานภายนอกได้”

Product List :

-Vanachai Interior Wall Decorative wood HMRAR-165

Vanachai Interior Wall Decorative wood HMRAR-165, Vanachai Single Swing Door With Groove, Vanachai Laminated Board (MDF), Vanachai Solid 80% MDF (Solid Wood/Veneer) Red Oak

แสดงเพิ่มเติม

ดาวน์โหลด

สเปคสินค้าด้านเทคนิค

สิ่งที่เกี่ยวข้อง

การจำแนกประเภท



เชื่อมต่อกับ

Vanachai Woodsmith...



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
สร้างอนาคตร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ
เพื่อเสริมความยืดหยุ่นและมั่นคงให้ห่วงโซ่อุปทาน

การสร้างที่ยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะลูกค้า หากลูกค้าไม่ให้ความสำคัญหรือไม่ปฏิบัติตามนโยบายและจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้า อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ บริษัทจึงให้ความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนด้วยการเติบโตไปพร้อมกับลูกค้า ผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีความยุติธรรม และโปร่งใส คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามแนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างที่ยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม การกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการส่งมอบสินค้าจากกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เริ่มตั้งแต่กระบวนการสรรหาวัตถุดิบอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน จนถึงการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้า ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาส และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เช่น ความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจ ความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน อีกทั้งยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้อีกด้วย

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัท มีนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน และจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้า ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ หลักสิทธิมนุษยชน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสื่อสาร และตรวจสอบให้ลูกค้าปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมและการทุจริตคอร์รัปชัน ดำเนินการคัดเลือกลูกค้าอย่างมีระบบ เป็นธรรม โปร่งใส โดยมีการควบคุมอย่างรัดกุม และสนับสนุนลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน มีการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ร่วมกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม พัฒนาชุมชนและสังคม โดยมีการตรวจสอบประเมินลูกค้าในระบบบริหารงานคุณภาพ ISO9001:2015 เป็นประจำ

บริษัทเล็งเห็นและให้ความสำคัญกับลูกค้าเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบคุณภาพ และตรงตามเกณฑ์กำหนด พร้อมทั้งการส่งมอบที่ตรงเวลา นอกจากนี้ยังคำนึงถึงจริยธรรมการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า บริษัทจึงกำหนดแนวปฏิบัติผ่านนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง โดยมีขั้นตอนและเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าและขึ้นทะเบียนคู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือก (Approved Supplier List: ASL) เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกมีคุณสมบัติตามข้อกำหนดของบริษัท

ในขณะเดียวกัน บริษัทก็มีการบริหารจัดการคู่ค้าใหม่ โดยการขึ้นทะเบียนคู่ค้าใหม่ ต้องผ่านการตรวจสอบและคัดเลือกทั้งในด้านความสามารถในการประกอบธุรกิจ ความสามารถในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม มีมาตรฐานด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย อาชีวอนามัยในการทำงาน (Occupational Health and Safety) หากเป็นสารเคมี ต้องมีข้อมูลด้านความปลอดภัย (MSDS) เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงผลกระทบต่อพนักงาน ผู้คนรอบข้าง และสิ่งแวดล้อม

ในปี 2566 คู่ค้าใหม่ของบริษัททั้งหมดจำนวน 33 ราย ที่ผ่านการตรวจสอบและคัดเลือกตามกระบวนการที่กำหนดไว้

นโยบายจัดซื้อจัดจ้าง สามารถอ่านเพิ่มเติมได้ที่ภาคผนวก

การจำแนกประเภทคู่ค้า

บริษัทได้มีการประเมินความสำคัญของคู่ค้า และผลกระทบด้านความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถบริหารจัดการคู่ค้าได้อย่างเหมาะสม โดยแบ่งประเภทคู่ค้าดังนี้

1. คู่ค้าทั่วไป (Corporate Supplier)

ได้แก่ คู่ค้าที่เป็นผู้จัดหาและส่งมอบสินค้าและบริการ หรือผู้รับจ้างเหมา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำแนกเป็น

- คู่ค้าที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Tier-1 Supplier) หมายถึงคู่ค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือให้บริการโดยตรงกับบริษัท
- คู่ค้าสำคัญของบริษัทโดยตรง (Critical Tier-1 Supplier) หมายถึง คู่ค้ารายสำคัญที่เป็นผู้ผลิตหรือให้บริการโดยตรงกับบริษัท
- คู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Non-Tier 1 Supplier) หมายถึงคู่ค้ารายสำคัญที่เป็นผู้ผลิตหรือให้บริการแก่คู่ค้าโดยตรงของบริษัท

สำหรับคู่ค้าสำคัญของบริษัทโดยตรง (Critical Tier-1 Supplier) มีเกณฑ์พิจารณาจากการที่เป็นผู้ส่งมอบสินค้าและบริการในส่วนที่มีความสำคัญต่อกระบวนการผลิตและต่อระบบคุณภาพ ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดผลกระทบอย่างมาก ต่อการดำเนินงาน คู่ค้าในกลุ่มนี้บริษัทกำหนดให้ต้องได้รับการติดตามประเมินผลเป็นประจำจากการวิเคราะห์ข้อมูลคู่ค้าปัจจุบัน พบว่า บริษัทไม่มีคู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Non-Tier 1 Supplier) ใดๆ

ผลการดำเนินงานปี 2566

บริษัทมีคู่ค้าที่อยู่ใน Approved Supplier List ซึ่งเป็น คู่ค้าที่มีการซื้อขายโดยตรง (Tier -1 Supplier) ที่มีการทำธุรกิจต่อเนื่องจำนวน	1,400 ราย
Critical Tier-1 Supplier	339 ราย = 24%
มีการขึ้นทะเบียนคู่ค้าใหม่ จำนวน	33 ราย
การประเมินผลคู่ค้าที่เป็น Critical Tier-1 Supplier ทุกราย	100%
Critical Non-Tier 1 Supplier	0 ราย

2. คู่ค้าวัตถุดิบที่เป็นเกษตรกรรายย่อย (Micro Supplier)

ประกอบไปด้วยชาวบ้านและเกษตรกรที่อยู่ในพื้นที่ใกล้โรงงาน เป็นผู้จำหน่ายไม้ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าของบริษัท โดยจะเป็นไม้ยางพาราที่หั่นคอดอายุ ไม่คุ้มค่าการรีดน้ำยาง รวมทั้งกิ่งไม้ ก่อนไม้จากต้นไม้ที่ชาวบ้านปลูกทั่วไป

ไม้จากชาวบ้านและเกษตรกรนี้ มีสัดส่วนถึง 75% ของปริมาณไม้ทั้งหมดที่บริษัทรับซื้อ ซึ่งนับได้ว่าเป็นการช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่น ให้ชาวบ้านและเกษตรกรในชุมชนใกล้เคียงมีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นการกระจายรายได้ ช่วยให้มีความเป็นอยู่ที่ดี และยังเป็นการใช้ไม้ซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าทุกส่วนอีกด้วย

จากการประเมินความเสี่ยงที่จะเกิดการขาดแคลนไม้ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับการผลิต พบว่ายังมีปริมาณไม้ที่ชาวบ้านและเกษตรกรต้องการนำมาจำหน่ายเป็นจำนวนมาก ยังไม่มีแนวโน้มที่จะเกิดการขาดแคลน อีกทั้งยังมีป่าไม้จากโรงเลื่อย ซึ่งบริษัทสามารถรับซื้อได้ในสัดส่วน 25% ของปริมาณไม้ทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ป้องกันความเสี่ยงในประเด็นนี้ด้วยการมีป่าไม้มูลค่าสูง เป็นป่าปลูกเพื่อสำรองใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอีกทางหนึ่ง



การประเมินคุณค่า

บริษัทกำหนดให้มีการติดตาม ประเมินผลคู่ค้าสำคัญ Critical Tier-1 Supplier โดยประเมินคู่ค้าในประเทศทุก 4 เดือน และคู่ค้าต่างประเทศปีละ 1 ครั้ง ในปี 2566 บริษัท มีคู่ค้า Critical Tier- Supplier เป็นคู่ค้าในประเทศ จำนวน 297 ราย และคู่ค้าต่างประเทศ จำนวน 42 ราย โดยคู่ค้าทั้งหมดจำนวน 339 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ได้รับการประเมินผลตามกำหนด และรับทราบผลการประเมิน รวมทั้งได้นำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการและการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการพัฒนาร่วมกันระหว่างบริษัทกับคู่ค้า

เกณฑ์การประเมิน Critical Tier-1 Supplier จะประเมินในแง่ คุณภาพของสินค้า คุณภาพและระยะเวลาการส่งมอบ การให้บริการและปฏิบัติตามระเบียบการจัดซื้อของบริษัซึ่งมีความสำคัญกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย และสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานแรงงานไทย มีการให้คะแนนแต่ละเกณฑ์แล้วแบ่ง ผลประเมินเป็นเกรด ตามคะแนนที่ได้ คือ A (91-100) B (81-90.99) C (71-80.99) และ D (60-70.99) โดยคู่ค้าที่ได้คะแนนต่ำกว่า 60 ถือว่าไม่ผ่านการประเมิน และต้องนำออกจากการเป็นผู้นายในทะเบียน ASL (Approved Supplier List)

Critical Tier-1 Supplier ที่เป็นคู่ค้าต่างประเทศ จำนวน 42 ราย มีผลการประเมินที่ได้ เกรด A จำนวน 38 ราย และ เกรด B จำนวน 4 ราย ซึ่งมาตรฐานการจัดซื้อกำหนดให้คัดเลือกจากผู้ขายที่ได้รับการประเมิน เกรด A ก่อนเสมอ หากจำเป็นต้องเลือกผู้ขายเกรดต่ำกว่า จะต้องทำข้อมติเรื่องคุณภาพ และระยะเวลาการจัดส่ง โดยมีการติดตามเพื่อให้ได้รับสินค้าตามกำหนดที่ต้องการใช้งาน

ส่วนคู่ค้าในประเทศ ที่เป็น Critical Tier-1 Supplier ได้รับการประเมินทั้งหมด 297 ราย มีการแบ่งเกรดการให้คะแนนเช่นเดียวกับคู่ค้าต่างประเทศ แต่มีเพิ่มการประเมินเรื่องบริการ โดยมีการบริการหลังการขายที่ดี มีการติดตามงาน และหากเป็นผู้รับเหมาจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานไทย ผลการประเมิน มีคู่ค้าที่ได้ เกรด A จำนวน 295 ราย และ เกรด B จำนวน 2 ราย

ผลการประเมินคู่ค้า ที่เป็น Critical Tier-1 Supplier ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้ระดับคะแนนอยู่ในเกณฑ์ที่ดี คือ A และ B ไม่มีคู่ค้าที่คะแนนไม่ผ่านเกณฑ์ซึ่งต้องถูกถอดออกจาก Approved Supplier List (ASL) แต่อย่างไร

การประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน และการตรวจประเมินคู่ค้าด้าน ESG

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน แม้ว่าบริษัทได้มีการประเมินความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากคู่ค้า ในด้านที่มีผลกระทบต่อระบบคุณภาพ ตามระบบ ISO9001:2015 ทั้งในแง่ของความเสี่ยงและโอกาสที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งมีคู่มือเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและการป้องกันอยู่เป็นประจำแล้วก็ตาม บริษัทยังได้จัดทำแผนงานที่จะดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มคู่ค้าสำคัญเป็นลำดับแรก โดยกำหนดเป้าหมายในปี 2567 ให้คู่ค้าสำคัญของบริษัทโดยตรงทุกราย ได้รับการประเมินความเสี่ยงทั้งด้านเศรษฐกิจ และด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานซึ่งประกอบด้วยประเด็นความเสี่ยงด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล โดยการใช้แบบประเมินตนเอง (Self-Assessment Questionnaire: SAQ) ที่ครอบคลุมประเด็นดังนี้

คุณภาพสินค้าและ
การบริการ

การกำกับดูแล
กิจการที่ดี
มีระบบป้องกันการ
รั่วไหลของข้อมูล
การปฏิบัติตาม
กฎหมาย

ระบบการจัดการ
สิ่งแวดล้อม
และป้องกันการ
ละเมิดข้อกำหนด
ด้านสิ่งแวดล้อม

การปฏิบัติตาม
กฎหมายแรงงานและ
หลักสิทธิมนุษยชน

ระบบการจัดการ
ด้านอาชีวอนามัย
และความปลอดภัย
การเตรียมความ
พร้อมสำหรับเหตุ
ฉุกเฉิน

และกำหนดแนวทางที่จะมีการตรวจเยี่ยม (Site visit) และตรวจประเมินที่สถานประกอบการ (ESG audit) เพิ่มเติม ในกรณีที่ ผลคะแนนประเมินตนเองจัดอยู่ในกลุ่มความเสี่ยงระดับปานกลางถึงระดับสูง นอกจากนี้ ยังมีแนวทางที่จะให้คู่ค้าที่มีความเสี่ยงระดับสูงจัดทำแผนมาตรการป้องกันแก้ไข เพื่อเป็นการปรับปรุงข้อบกพร่องและพัฒนาความสามารถในการดำเนินธุรกิจ อย่างยั่งยืนร่วมกัน

นอกจากนี้ บริษัทยังกำหนดเป้าหมายที่จะดำเนินการต่อเนื่องคือ เมื่อคู่ค้าสำคัญของบริษัทโดยตรงผ่านการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและด้านความยั่งยืนด้วยวิธีประเมินตนเอง (Self-Assessment Questionnaire: SAQ) แล้ว จะได้รับการตรวจประเมินในสถานประกอบการครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล (On-site ESG Audit) ต่อไป โดยรายละเอียดและความถี่ของการตรวจประเมินจะเป็นไปตามระดับความเสี่ยงของคู่ค้า กล่าวคือ ตรวจประเมิน ทุก 2 ปี สำหรับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG ปานกลางถึงต่ำ และทุก 1 ปี สำหรับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง



การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณค่า

บริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณค่าและผู้รับเหมาในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะผู้รับเหมาซึ่งมีความเสี่ยงที่จะเกิดผลกระทบด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยจากการดำเนินงาน ตลอดจนความเสี่ยงในการละเมิดกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนให้คู่ค้าและผู้รับเหมาที่ส่งมอบบริการหลักให้แก่บริษัทได้พัฒนาประสิทธิภาพการทำงานให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น

0 ราย

จำนวนอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานของผู้รับเหมา
ที่ทำงานในพื้นที่บริษัท
ในปี 2566

บริษัทกำหนดให้ผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานภายในพื้นที่ของบริษัททุกราย ต้องได้รับการฝึกอบรมและชี้แจง เรื่องกฎระเบียบการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดย จป.วิชาชีพ และต้องรับทราบขั้นตอนการขออนุญาตทำงานและวิธีการปฏิบัติงานในพื้นที่เสี่ยง เช่น การทำงานในที่อับอากาศ (Confined space) การทำงานในพื้นที่เสี่ยงอันตรายสูง เป็นต้น ซึ่งผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในปี 2566 จำนวนอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานของผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานในพื้นที่บริษัท = 0 ราย

วันที่ 25 พฤศจิกายน 2566



อบรมด้านความปลอดภัยในการทำงาน
ให้กับผู้รับเหมาคลื่นโฮเทค



วันที่ 9 ธันวาคม 2566



อบรมด้านความปลอดภัยในการทำงาน
ให้กับผู้รับเหมาเดชเดชา เซอร์วิส



การชำระเงินให้ลูกค้า

บริษัทได้กำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้าโดยยึดหลักความเป็นธรรมและความเหมาะสม เพื่อสร้างโอกาสและความร่วมมือทางธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยบริษัทกำหนดนโยบายระยะเวลาสินเชื่อทางการค้า (Credit Term Policy) โดยแยกตามประเภทของคู่ค้า ดังนี้

- Micro Supplier (เกษตรกร / คู่ค้ารายย่อย) บริษัทมีนโยบายจ่ายชำระเงินภายในวันเดียวกับที่มีการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการ (same-day payment)
- Corporate Supplier (คู่ค้าทั่วไป) มีนโยบายจ่ายชำระเงินในเวลา 45 วัน นับจากวันส่งสินค้า / แจ้งหนี้

โดยบริษัท ใช้วิธีการจ่ายเงินแบบ e-payment ผ่านระบบธนาคาร ซึ่งจะช่วยให้คู่ค้ามีความเชื่อมั่นและสามารถรับเงินได้ตรงตามเวลาของนโยบายที่บริษัทกำหนด อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาการจ่ายเงินอาจไม่เป็นไปตามนโยบาย เนื่องจากข้อจำกัดของแต่ละธุรกิจและปัจจัยต่าง ๆ ที่ต้องพิจารณาเพิ่มเติม เช่น ประเภทธุรกิจของสินค้าและการให้บริการ ระยะเวลาที่ทำสัญญากับคู่ค้า คุณภาพของสินค้า และมาตรฐานการให้บริการ เป็นต้น

ในปี 2566 มีระยะเวลาการจ่ายเงินให้เจ้าหนี้การค้าเฉลี่ย (Average Account Payable Days) เท่ากับ 10 วัน

จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)

บริษัทได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้า และสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งนี้ หลักการที่นำมาจัดทำ นอกจากข้อกำหนด ข้อบังคับ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทแล้ว ยังได้อ้างอิงถึงกฎบัตรและมาตรฐานต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) และ องค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) เป็นต้น

คู่ค้าที่อยู่ในกลุ่มคู่ค้าสำคัญ (Critical Tier-1 Supplier) จะได้รับการสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการบริหารจัดการความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าตระหนักถึงความสำคัญและเป็นแนวปฏิบัติให้แก่คู่ค้าในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติของบริษัท ที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์ ยุติธรรม และโปร่งใส โดยครอบคลุมประเด็นดังนี้

จริยธรรมทางธุรกิจ	หลักสิทธิมนุษยชน	ความรับผิดชอบต่อสังคม	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานความถูกต้องและความซื่อสัตย์ ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสตรวจสอบได้	การจ้างงานที่ถูกต้องและปฏิบัติตามกฎหมาย การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและไม่มีการใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับทุกรูปแบบ	คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการทำงาน มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนและสังคม	ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย จัดหาอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เตรียมความพร้อมในสถานการณ์ฉุกเฉิน มีการสื่อสารให้เข้าใจและปฏิบัติตาม	ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างมีประสิทธิภาพ และการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากการดำเนินงาน

*สามารถดูจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ของกลุ่มวนชัยได้ที่ภาคผนวก

ความท้าทายที่ต้องเผชิญ

การกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืน และความสำเร็จในระยะยาวให้กับองค์กร จากการรวบรวมข้อมูลทำให้มองเห็นโอกาสที่ปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ตามสรุปดังนี้

1. การดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ประเด็นความท้าทายคือเป็นเรื่องที่ต้องผลักดันมาจากระดับคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งผู้บริหารที่มีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่เริ่มจากการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเป็นผู้นำบทบาทสำคัญในการปฏิบัติเป็นแบบอย่าง (Tone at the top) โดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Code for listed companies: CG Code) หลักปฏิบัติ 3 Strengthen Board Effectiveness เพราะเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับโครงสร้างของคณะกรรมการ ความเป็นอิสระ และความหลากหลาย

2. จรรยาบรรณและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Business Ethics and Anti-corruption) ซึ่งทางบริษัทได้มีการจัดทำจรรยาบรรณพนักงาน จรรยาบรรณธุรกิจ และมีนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอยู่แล้ว ประเด็นความท้าทายอยู่ที่การปลูกฝังให้เกิดเป็นค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กร ซึ่งต้องทำผ่านการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

3. การสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน (Sustainable Supply Chain) มีความท้าทายที่จะต้องเกี่ยวข้องกับคู่ค้าเป็นจำนวนมาก เนื่องจากบริษัทรับซื้อวัตถุดิบจากชาวบ้านในชุมชน ต้องใช้ทรัพยากรและพลังงานในการผลิต ดังนั้นคู่ค้ามีความเข้าใจ และร่วมขับเคลื่อนประเด็นด้านความยั่งยืนไปพร้อมกับบริษัท แต่สิ่งที่สำคัญคือบริษัทเองต้องมีศูนย์กลางในการกำหนดนโยบาย หลักเกณฑ์และมาตรฐานต่าง ๆ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งมีการสื่อสารให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ และมีการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

4. การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กร (Innovation Culture): การส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมถือเป็นสิ่งสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพและบรรลุการเติบโตแบบก้าวกระโดดในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ สร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ จัดสรรทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนาเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรม สร้างทีมข้ามสายงานเพื่อทำงานร่วมกันในแนวคิดและโครงการใหม่ๆ การยกย่องชมเชยและการให้รางวัลสำหรับความคิดสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วม รวมทั้งส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องผ่านการฝึกอบรม และการสัมมนาเกี่ยวกับนวัตกรรม

5. การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management): การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มยอดขายในประเทศจาก 20% เป็น 50% โดยการสร้างการมีส่วนร่วมและความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ด้วยการมุ่งเน้นไปที่ประเด็นสำคัญเหล่านี้ บริษัทสามารถขับเคลื่อนการปรับปรุงที่สำคัญในการกำกับดูแลกิจการ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมของตลาด บทเรียนที่ได้รับเหล่านี้จะรวมอยู่ในรายงานความยั่งยืนของเรา โดยเน้นย้ำถึงความมุ่งมั่นของเราในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและการเติบโตที่ยั่งยืน





ကုမ္ပဏီ

นโยบายด้านภาษี

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ("บริษัท") ให้ความสำคัญที่จะดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม ความโปร่งใส และปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยตระหนักในหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวกับการดำเนินการด้านภาษี เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย และชุมชนที่เราเข้าไปดำเนินธุรกิจ เพราะตระหนักดีว่าการดำเนินการด้านภาษีที่ถูกต้องเป็นส่วนหนึ่งของการรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ดังนั้นเราพร้อมที่จะปฏิบัติตามกฎหมายด้านภาษี และกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ในทุกประเทศที่เราเข้าไปดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้บริษัทยังมีช่องทางในการรับข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภาษี โดยสามารถดำเนินการ ผ่านช่องทางที่บริษัทได้กำหนดไว้

ธุรกิจของบริษัทมีรายได้ที่ต้องเสียภาษีให้กับรัฐบาล ไม่ใช่แค่ภาษีเงินได้นิติบุคคล ยังรวมถึงภาษีอื่นๆ เช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของพนักงาน ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต ภาษีศุลกากร เป็นต้น

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว บริษัทจึงกำหนดนโยบายด้านภาษีที่ประกอบด้วย

1. การวางแผนและแนวทางปฏิบัติทางด้านภาษี

การจัดโครงสร้างภาษีของบริษัทต้องขึ้นอยู่กับเหตุผลทางการค้า บริษัท ปฏิบัติตามประมวลรัษฎากรและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแห่งราชอาณาจักรไทย และหลีกเลี่ยงการใช้โครงสร้างภาษีแบบซับซ้อน โครงสร้างภาษีที่ผิดปกติ หรือสร้างความซับซ้อนซึ่งจะส่งผลให้ผลกำไรย้ายไปยังแหล่งหลบภาษีอากร เพื่อประโยชน์ทางภาษี หรือเพื่อหลีกเลี่ยงภาษี และ บริษัทไม่ทำการลงทุนที่มีความเสี่ยงด้านภาษีซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท บริษัทใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีตามโครงสร้างภาษีที่ถูกต้อง ซึ่งครอบคลุมถึงมาตรการยกเว้นภาษีในบางช่วงเวลาตามนโยบายภาษีที่สอดคล้องกับธุรกิจและวัตถุประสงค์การดำเนินงาน

2. โครงสร้างและพนักงาน

บริษัท มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านภาษีประจำอยู่ในแผนกบัญชีการเงินของทุกบริษัทเพื่อให้คำแนะนำประเด็นภาษีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน การปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีอากรเป็นไปได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายภาษีและกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และจัดให้มีการอบรมด้านกฎหมายภาษีอากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้ผู้ปฏิบัติงาน และนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง นอกเหนือจากนี้ ยังมีหน่วยงานบัญชีภาษีอากร มีหน้าที่ในการติดตามนโยบายหรือกฎหมายภาษีอากรที่จะออกใหม่ พิจารณาลักษณะที่อาจเกิดขึ้น และแจ้งให้ผู้มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบ เตรียมความพร้อมที่จะสามารถปฏิบัติตามกฎหมายใหม่ได้ถูกต้อง

3. ความสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐ

บริษัท เคารพสิทธิของรัฐบาลในการกำหนดโครงสร้างภาษี อัตราภาษี และกลไกการจัดเก็บภาษี โดยมีการติดต่อกับหน่วยงานกำกับดูแลภาษีอย่างเปิดเผยและสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับความสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกันให้มีความเป็นมืออาชีพและมีประสิทธิภาพ

4. การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านภาษี

ความเสี่ยงด้านภาษี เป็นหนึ่งในกระบวนการบริหารจัดการและการตรวจสอบภายในของบริษัท โดยมีการติดตามประเมินผลผ่านตัวชี้วัด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้จะมีการพิจารณาและระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และรายงานต่อผู้บริหาร เพื่อให้ความเสี่ยงสามารถควบคุมได้ ทั้งนี้ การปฏิบัติตามกฎหมายด้านภาษีจะเป็นไปตามกฎหมาย และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังมีการทบทวนกฎหมายที่เกี่ยวข้องเป็นประจำเพื่อให้มั่นใจว่า ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจะได้รับการแก้ไข และพิจารณาถึงผลกระทบทางภาษีเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาษีหรือแนวทางปฏิบัติของรัฐบาล

5. การกำหนดคราเคาโอน

บริษัท มีการกำหนดคราเคาโอนในการทำธุรกรรมซื้อขาย หรือบริการระหว่างกันกับบริษัทในกลุ่มอย่างเหมาะสมเป็นไปตามราคาตลาดปกติโดยทั่วไป โดยกำลังพัฒนา และดำเนินการตามนโยบายการกำหนดคราเคาโอนในกลุ่ม เพื่อให้สอดคล้องกับกฎข้อบังคับ

6. การกำกับดูแล

นโยบายด้านภาษีของบริษัท ได้รับการพิจารณาอนุมัติโดยมี ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน เป็นผู้รับผิดชอบในการพัฒนาและดำเนินการเกี่ยวกับนโยบายด้านภาษีของบริษัท โดยร่วมกับที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญจากภายนอก เพื่อให้มั่นใจว่าเราปฏิบัติงานและดำเนินการด้านภาษีสอดคล้องกับกฎหมายอย่างถูกต้อง

7. ความโปร่งใสด้านภาษี

การสื่อสารด้านภาษีระหว่างบริษัทกับรัฐบาลอยู่บนพื้นฐานของความโปร่งใส ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดด้านการเปิดเผยข้อมูลตามกฎหมายเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีทั้งหมด และเพื่อให้เกิดความชัดเจน โปร่งใส นโยบายภาษีจะได้รับการเปิดเผยต่อสาธารณะ พร้อมด้วยรายงานภาษีภูมิภาคของบริษัท เพื่อความเป็นเลิศในการกำกับดูแลด้านภาษี ความรับผิดชอบต่อภาษี และความโปร่งใสในการสร้างความเชื่อถือกับสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบายด้านบริหารจัดการนวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนักในวิสัยทัศน์การประกอบธุรกิจการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและใช้วัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรด้วยการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นรากฐานขับเคลื่อนการทำงานในมิติต่างๆ เพื่อส่งเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ รวมถึงการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมไปสู่การสร้างธุรกิจใหม่เพื่อความยั่งยืน

1) หลักการ

บริษัทให้ความสำคัญและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับธุรกิจตามสภาพปัจจัยแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาซึ่งครอบคลุมทั้งนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (product) นวัตกรรมของกระบวนการผลิต และกระบวนการทำงาน (production and process) นวัตกรรมบริการ (service) และนวัตกรรมแนวคิดธุรกิจใหม่ (new business model) รวมทั้งนวัตกรรมภายใน คือการพัฒนา คิดค้น สร้างสรรค์นวัตกรรมที่มาจากพนักงานภายในบริษัท เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การบริการ รวมถึงกระบวนการทำงาน และนวัตกรรมภายนอก คือการทำงานร่วมมือกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานหน่วยงาน และสถาบันต่าง ๆ ภายนอกบริษัทเพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจยังคงสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าต่อลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอตลอดจนให้ใช้นโยบายฉบับนี้เป็นแนวปฏิบัติในการสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2) ขอบเขต

นโยบายและแนวปฏิบัติฉบับนี้ใช้กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท รวมถึงเผยแพร่ให้กับคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับการระบุว่ามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนานวัตกรรม

3) นิยาม

บริษัท หมายถึง บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ที่อยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัทโดยมีลักษณะเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์

พนักงาน หมายถึงผู้บริหารบุคลากรทุกระดับของบริษัท

คู่ค้า/พันธมิตรธุรกิจ (supplier / business partner) หมายถึงองค์กรหรือกลุ่มบุคคลที่สำคัญที่ตกลงทำงานร่วมกับบริษัท เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ร่วมกัน หรือเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินการ และเป็นความร่วมมือในลักษณะที่เป็นทางการเพื่อจุดมุ่งหมายหรือจุดประสงค์เฉพาะเจาะจง เช่น เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ หรือเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะอย่าง ที่ได้รับการระบุจากบริษัทว่ามีมีความสำคัญในลำดับต้น ๆ

นวัตกรรม หมายถึง กระบวนการแปลงความคิดจาก สิ่งประดิษฐ์รวมถึง ลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรให้เป็นสินค้าหรือบริการที่สร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ ตลอดจนเกิดการปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการทำงานที่ดีขึ้น สร้างคุณค่าให้แก่กิจการ/ ธุรกิจ

ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) หมายถึง ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น หรือการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งเน้นที่ผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญ โดยไม่จำกัดชนิดของการสร้างสรรค์ หรือวิธีการแสดงออกในรูปแบบของสิ่งที่จับต้องได้ อาทิ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และอนุสิทธิบัตร เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ (copyright) หมายถึง สิทธิทางวรรณกรรม ศิลปกรรม และประติมากรรม ซึ่งบริษัทเป็นต้นคิดและได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย

สิทธิบัตร (patent) หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ หรือการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด เป็นสิทธิพิเศษ ที่ให้ผู้ประดิษฐ์คิดค้นหรือผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ มีสิทธิที่จะผลิตสินค้าจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียว ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

อนุสิทธิบัตร (petty patent) คือ หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์จะมีลักษณะคล้ายกันกับการประดิษฐ์ แต่เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีระดับการพัฒนาเทคโนโลยีไม่สูงมาก หรือเป็นการประดิษฐ์คิดค้นเพียงเล็กน้อย และมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น

การประดิษฐ์ (invention) หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับ ลักษณะองค์ประกอบ โครงสร้างหรือกลไกของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิตการรักษาหรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นหรือทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ที่แตกต่างจากเดิม

นวัตกรรมแบบปิด (close innovation) หมายถึง กระบวนการวิจัยและพัฒนาภายในบริษัทสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการผลิต กระบวนการการทำงาน ตลอดจนการคิดค้นรูปแบบธุรกิจใหม่ (new business model)

นวัตกรรมแบบเปิด (open innovation) หมายถึง กระบวนการวิจัยและพัฒนาโดยอาศัยแนวคิดองค์ความรู้ทั้งภายในและภายนอกบริษัท ตลอดจนความร่วมมือกันทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกบริษัทช่วยกันผลักดันจนเกิดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือผู้ผลิตใหม่ เกิดการปรับปรุงกระบวนการผลิต กระบวนการการทำงานตลอดจนการคิดค้นรูปแบบธุรกิจใหม่ (new business mode)

4) แนวทางปฏิบัติ

การกำหนดและทบทวนนโยบายการจัดการนวัตกรรม

- กำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และนโยบายด้านนวัตกรรม ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจของบริษัท
- กำหนดโครงสร้างทั้งในระดับการกำกับดูแลและระดับจัดการ (เช่น คณะทำงาน หน่วยงาน หรือสำนักงาน เป็นต้น) เพื่อรับผิดชอบและทำให้มั่นใจได้ว่า วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และนโยบายด้านนวัตกรรมของบริษัทจะบรรลุความสำเร็จตามที่กำหนดไว้
- จัดให้มีการสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อการจัดการนวัตกรรมทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างเหมาะสม

- จัดให้มีกระบวนการอย่างเป็นระบบในการรวบรวมและประเมินแนวคิดใหม่ๆ รวมถึงการจัดการแนวความคิดอย่างเป็นระบบ รวมทั้งการส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดแนวความคิดใหม่อย่างต่อเนื่อง
- จัดให้มีกระบวนการที่เป็นระบบในการพิจารณาโอกาสและความเสี่ยงในการสร้างนวัตกรรมจากแนวคิดต่างๆ ที่มีการนำเสนอ
- จัดให้มีกระบวนการอย่างเป็นระบบในการกำหนดและรวบรวมองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการสร้างนวัตกรรมเพื่อความสำเร็จในอนาคตและแสวงหาความรู้ที่มาจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น ความร่วมมือระหว่างสถาบันต่างๆ การซื้อเทคโนโลยี การร่วมทุน รวมถึงการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น
- จัดให้มีกระบวนการสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ ได้แก่ 1) การค้นหาแนวคิดใหม่ๆ 2) การประเมินความเป็นไปได้ทางธุรกิจ 3) การพัฒนาแนวคิดเป็นโครงการ 4) การทดสอบผลิตภัณฑ์ / บริการ/กระบวนการ 5) เตรียมดำเนินการเชิงพาณิชย์ / การเตรียมกระบวนการผลิต/ กระบวนการทำงานใหม่ เพื่อใช้งานจริง 6) นำผลิตภัณฑ์ / บริการ /กระบวนการผลิต/ กระบวนการทำงานใหม่สู่ตลาด ใช้งานจริง
- จัดให้มีกระบวนการกำกับดูแลที่สามารถติดตาม ทบทวนและให้ความเห็น รวมถึงพิจารณาแต่ละขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ / บริการ/กระบวนการผลิต /กระบวนการทำงานใหม่ที่สร้างมูลค่าต่อธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าต่อลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง

การจัดการและการใช้ประโยชน์ จากทรัพย์สินทางปัญญา ให้บริษัทและบริษัทย่อย

- มีการจัดการอย่างเป็นระบบในเรื่องการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
- มีการกำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่ชัดเจน โดยมีบทบาทหน้าที่ในการตรวจสอบลิขสิทธิ์ (copyright) สิทธิบัตร (patent) อนุสิทธิบัตร (petty patent) รวมถึงสิ่งประดิษฐ์ (invention) เพื่อป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และสนับสนุนการจัดการนวัตกรรมของบริษัทให้มีความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญากับหน่วยงานที่มีโอกาสเสี่ยงต่อประเด็นด้านทรัพย์สินทางปัญญา เช่น การตลาด จัดซื้อสินค้า หน่วยงานวิจัย เป็นต้น ตลอดจนให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อดำเนินการแก้ไขเมื่อเกิดการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
- การจัดการอย่างเป็นระบบในเรื่องการปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท

การติดตามผลการดำเนินการด้านนวัตกรรมและการสร้างคุณค่า ให้บริษัท

- จัดให้มีผู้รับผิดชอบและระบบ/กระบวนการติดตามผลการดำเนินการด้านนวัตกรรมและการสร้างคุณค่าที่เกิดขึ้นของกิจการ และมีการรายงานให้คณะทำงาน ที่ได้รับ มอบหมายให้ทำหน้าที่กำกับดูแลความสำเร็จของผลการดำเนินการดังกล่าว ตัวอย่าง ผลลัพธ์ที่ควรมีการติดตามและมีการรายงานอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำปี (อย่างน้อย) ได้แก่ จำนวนสินค้าด้านนวัตกรรมยอดขายจากสินค้าบริการที่เป็นนวัตกรรม จำนวนสิทธิบัตร อนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน เป็นต้น

การเสริมสร้างบรรยากาศสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม ให้บริษัทและบริษัทย่อยส่งเสริม

- การสร้างบรรยากาศ การมีส่วนร่วม ส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเสนอความคิดสร้างสรรค์

- การยอมรับความเสี่ยงอย่างมีเหตุผล กล้าเผชิญต่อความล้มเหลว
- ส่งเสริมการทำงานอย่างเป็นทีมข้ามสายงาน (cross functional project) รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับภายนอก (open innovation)
- ให้ความรู้และส่งเสริมการเรียนรู้ เปิดโอกาสให้ทดลองประดิษฐ์ คิดค้น การศึกษาดูงาน การเข้าชมนิทรรศการ การเผยแพร่ผลงานด้านนวัตกรรมและการปรับปรุง
- เชิดชวนนวัตกรรมหรือทีมงานที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ และนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับกิจการและผู้เกี่ยวข้องในรูปแบบที่เหมาะสม
- ส่งเสริมการขยายผลงานนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ เพื่อต่อยอดให้เกิดการเรียนรู้สร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากร
- พัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพให้สามารถสร้างนวัตกรรมที่ดีได้อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่สนับสนุนผลักดันและปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายการบริหารจัดการนวัตกรรมรวมถึงต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในการส่งเสริมการบริหารจัดการนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ("บริษัท") มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน การทำการค้าที่เป็นธรรม และมีความซื่อสัตย์ทางธุรกิจ ซึ่งรวมถึงการดำเนินงานตามหลักสิทธิมนุษยชน การดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ความใส่ใจเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาชุมชนและสังคม

บริษัท มีเจตนาแน่วแน่ที่จะส่งเสริมแนวคิดนี้ออกไปยังคู่ค้าและคู่ธุรกิจ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ให้ร่วมกันนำหลักการและแนวคิดดังกล่าวไปใช้เป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ จึงได้จัดทำ "จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า" ฉบับนี้ขึ้น เพื่อเป็นมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าของบริษัท ซึ่งหลักการที่นำมาจัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้านี้ นอกจากข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง และจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัทแล้ว ยังอ้างอิงถึงกฎบัตรและมาตรฐานต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UNGC) หลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) ปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (The ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) เป็นต้น

1. จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics)

1.1 ความซื่อสัตย์สุจริตทางธุรกิจ

ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความถูกต้อง ซื่อสัตย์สุจริต มีจริยธรรม ไม่โกงและตรวจสอบได้ รวมถึงปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด

1.2 ความเป็นธรรม

ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติตามกฎกติกาและจริยธรรม ไม่ดำเนินการใด ๆ ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม

1.3 การเปิดเผยข้อมูล

เปิดเผยข้อมูลของตนอย่างถูกต้องครบถ้วน ตามที่กฎหมายกำหนด

1.4 การรักษาความลับ

มีการเก็บรักษาและใช้งานข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม ไม่เผยแพร่ หรือไม่นำข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจไปใช้โดยไม่ได้รับความยินยอม

1.5 สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

เคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น และระมัดระวังไม่ให้เกิดละเมิดสิทธิดังกล่าว

1.6 การต่อต้านคอร์รัปชัน

ไม่กระทำการหรือสนับสนุนการทุจริตหรือคอร์รัปชันทุกรูปแบบ โดยจัดให้มีมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน การควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน ตลอดจนควรเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์และขอรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

2. แรงงานและสิทธิมนุษยชน (Labour & Human Rights)

2.1 การไม่เลือกปฏิบัติ

คำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเท่าเทียมกัน และความเป็นธรรม ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ไม่กดขี่บังคับใช้แรงงานและไม่เลือกปฏิบัติ แม้ว่าจะมีความแตกต่างของเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ อายุ การศึกษา ความเชื่อ ความพิการ หรือเรื่องอื่นใดก็ตาม

2.2 การคุ้มครองแรงงาน

- ต้องไม่มีการจ้างแรงงานเด็กที่อายุไม่ถึงเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด โดยแรงงานต้องมียายุไม่น้อยกว่า 15 ปี ในกรณีที่มีการจ้างแรงงานเด็กที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปแต่ไม่เกิน 18 ปี ต้องจัดให้แรงงานนั้นได้รับความคุ้มครองตามที่กฎหมายกำหนดทุกประการ รวมทั้งการพัฒนาและส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการทำงานอย่างเหมาะสม
- ไม่ให้ลูกจ้างทำงานในลักษณะที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัย ในกรณีลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงมีครรภ์ ต้องจัดให้ได้รับความคุ้มครองและสิทธิประโยชน์ตามที่กฎหมายกำหนด
- การจ้างแรงงานต่างด้าว ต้องดำเนินการให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดอย่างถูกต้องครบถ้วน

2.3 การไม่บังคับใช้แรงงาน

ไม่ใช้หรือได้รับประโยชน์จากการบังคับใช้แรงงาน ไม่ว่าจะในลักษณะที่เป็นการลงโทษทางกาย การขู่ การกักขัง การคุกคามข่มขู่ การล่วงละเมิด การค้ามนุษย์ หรือการใช้ความรุนแรงไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด ๆ

2.4 ค่าจ้างและสิทธิประโยชน์

บริหารค่าจ้าง ค่าตอบแทน ค่าส่งเวลา สิทธิประโยชน์และสวัสดิการ ที่ลูกจ้างพึงได้รับอย่างถูกต้องเป็นธรรม ไม่ต่ำกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนด และตรงตามกำหนดเวลา โดยปราศจากการเลือกปฏิบัติ

2.5 ระยะเวลาการทำงาน

ไม่ให้ลูกจ้างทำงานเป็นเวลานานเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ในการทำงานล่วงเวลา หรือการทำงานในวันหยุดต้องเป็นความสมัครใจของลูกจ้าง รวมทั้งจัดให้มีวันหยุด วันลา ไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนด

2.6 การเลิกจ้าง

ต้องมีการขบวนการเลิกจ้างตามกฎหมายแรงงาน ไม่มีการยกเลิกสัญญาจ้างอย่างไม่เป็นธรรม

3. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health & Safety)

3.1 ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

จัดให้มีการดำเนินการด้านความปลอดภัยของลูกจ้างและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยอย่างเคร่งครัด จัดเตรียมสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ปลอดภัย ถูกสุขอนามัย ลดและควบคุมความเสี่ยงของการเกิดอุบัติเหตุและผลกระทบต่อสุขภาพที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน

3.2 อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล

จัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่มีความเหมาะสมตามความเสี่ยงของงาน อย่างเพียงพอ พร้อมใช้งาน และมีการควบคุมให้มีการใช้อุปกรณ์เหล่านั้นในการปฏิบัติงาน

3.3 การเตรียมความพร้อมในสถานการณ์ฉุกเฉิน

ต้องมีการประเมินสถานการณ์และเหตุฉุกเฉิน มีการวางแผนและระเบียบวิธีปฏิบัติ เพื่อรองรับและตอบสนองต่อสภาวะฉุกเฉิน และจัดให้มีการอบรมสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

4. สิ่งแวดล้อม (Environment)

- (1) ส่งเสริมการปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายสิ่งแวดล้อม รวมถึงพันธสัญญาต่าง ๆ ที่มี ทั้งในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น รวมถึงสนับสนุนการดำเนินงานที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม
- (2) ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คำนึงถึงปัจจัยด้านผลกระทบและความหลากหลายของระบบนิเวศ
- (3) ส่งเสริมการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมที่ดำเนินการ ตามแนวทาง 3R คือ
 - การลดปริมาณการใช้ (Reduce)
 - การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) / การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)
 - การสร้างทดแทน (Replenish)

5. การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคม (Community and Social Development)

ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน/สังคมรอบข้าง มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้กับชุมชนและสังคม

นโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ("บริษัท") ตระหนักถึงปัญหาในโลกปัจจุบันที่ประสบวิกฤตด้านสิ่งแวดล้อมมากมาย อาทิเช่น การลดลงของทรัพยากรธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มลพิษ ตลอดจนการสูญเสียของระบบนิเวศ ปัญหาดังกล่าวนี้เป็นผลเกี่ยวเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากร และการบริโภคทรัพยากรที่ขาดจิตสำนึกของควมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต รวมถึงการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันของมวลมนุษยชาติ

บริษัทจึงมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้มีความยั่งยืน จำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกระบวนการดำเนินธุรกิจ จึงได้กำหนดนโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าแนวทางในการดำเนินธุรกิจมีความสอดคล้องกับนโยบายเพื่อความยั่งยืนของบริษัท ตลอดจนกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนโยบายดังกล่าวจะช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และการเติบโตที่ยั่งยืนไปด้วยกันทั้งบริษัทและคู่ค้า

นโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืนครอบคลุมแนวทางการดำเนินงาน สำหรับผู้บริหาร พนักงาน และ คู่ค้า ดังนี้

1. ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดตลอดวงจรชีวิต โดยพิจารณาครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยอยู่ภายใต้ปรัชญาองค์กรและธรรมาภิบาล
2. ดำเนินการคัดเลือกคู่ค้าอย่างมีระบบ เป็นธรรม โปร่งใส โดยมีการควบคุมอย่างรัดกุม และสนับสนุนคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พึงระมัดระวังการติดต่อกับผู้กระทำความผิดหรือมีคุณสมบัติที่ขัดแย้งกับกฎหมาย ทูจจริต หรือมีพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต
3. เคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักสากล ดูแลพนักงานอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมกัน
4. ต้องปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
5. ดำเนินธุรกิจโดยใส่ใจถึงผลกระทบต่อชุมชนและสังคม และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชนและสังคมตามโอกาสและความเหมาะสม
6. ส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อประหยัดพลังงาน ลดการปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม หรือระบบจัดการของเสียที่มีประสิทธิภาพมากกว่ากฎหมายกำหนด มาใช้ร่วมกับการบริหารจัดการอย่างบูรณาการ เพื่อให้มั่นใจถึงความสามารถในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
7. ส่งเสริมการจ้างแรงงานท้องถิ่น และสร้างโอกาสในการพัฒนาอาชีพ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชุมชนท้องถิ่น
8. ส่งเสริมการยกระดับความรู้และความสามารถของพนักงานและคู่ค้า รักษาสมรรถภาพที่ดีต่อกัน เพื่อเสริมสร้างการเติบโตไปด้วยกันในระยะยาว

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ความโปร่งใส								
มาตรฐาน		หัวข้อการเปิดเผยข้อมูล	Topics of data disclosure	Performance	ผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท			
SDGs	Disclosure			Unit	หน่วยวัด	2564	2565	2566
การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)								
ผลดำเนินงานของคณะกรรมการ (Board Performance)								
Goal 16	Disclosure 2-12	ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย (ทุกชุด) ที่เป็นไปเพื่อความยั่งยืนของกิจการ ในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล	Performance of the Board of Directors and all other Board sub-committees that relate to the Group's sustainability on environmental, social, and corporate governance aspects	Yes/No	รายงาน	มี	มี	มี
องค์ประกอบคณะกรรมการ (Board Composition and Diversity)								
Goal 16	Disclosure 2-9	สัดส่วนกรรมการอิสระต่อกรรมการทั้งหมด	Board composition: Proportion of independent directors on Board	Proportion of independent directors on Board	สัดส่วนคณะกรรมการอิสระต่อกรรมการทั้งหมด	5:15	5:15	5:15
		สัดส่วนกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารต่อกรรมการทั้งหมด	Board composition: Proportion of non-executive directors on Board	Proportion of non-executive directors on Board	สัดส่วนกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารต่อกรรมการทั้งหมด	6:15	6:15	6:15
		สัดส่วนกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในธุรกิจหลักของบริษัทดำเนินการอยู่	Proportion of non-executive directors with expertise in the company's core business	Proportion of non-executive directors with expertise in the company's core business	สัดส่วนกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในธุรกิจหลักที่บริษัทดำเนินการอยู่	1:15	1:15	1:15
		สัดส่วนกรรมการชายต่อกรรมการหญิง	Ratio of Male: Female directors	Ratio of Male: Female directors	สัดส่วนกรรมการชายต่อกรรมการหญิง	13:2	13:2	13:2
		องค์ประกอบความรู้ความชำนาญของกรรมการ (board skill) ที่จำเป็นสำหรับกิจการ ซึ่งกำหนดไว้ล่วงหน้า และการวิเคราะห์ทักษะให้เป็นไปตามที่กำหนด	Board skills that are pre-specified and required for the business, including assessment of their skills according to guidelines	Proportion of directors with required Board skills	สัดส่วนกรรมการที่มีความชำนาญที่จำเป็นสำหรับกิจการต่อกรรมการทั้งหมด	100%	100%	100%
การประเมินผลงานของคณะกรรมการ (Board Assessment)								
Goal 16	Disclosure 2-18	หลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการ	Guidelines for director's performance evaluation	Yes/No	มีหลักเกณฑ์การประเมิน	มี	มี	มี

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ความโปร่งใส								
มาตรฐาน		หัวข้อการเปิดเผยข้อมูล	Topics of data disclosure	Performance	ผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท			
SDGs	Disclosure			Unit	หน่วยวัด	2564	2565	2566
การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)								
		ผลประเมินการปฏิบัติงานที่ของคณะกรรมการรายบุคคล เช่น ระดับคะแนน คะแนนเฉลี่ย	Performance evaluation results pertaining to each individual directors such as score level, or average score	Score level, or average score of director's performance evaluation	ระดับคะแนน คะแนนเฉลี่ยผลประเมินการปฏิบัติงานที่ของคณะกรรมการ	-	-	98.6
		แนวทางการพัฒนากรรมการและการปฏิบัติงานที่ของคณะกรรมการ	Guidelines for director developments and their performance	Yes/No	แผนพัฒนากรรมการ	มี	มี	มี
การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct and Compliance)								
Goal 16	Disclosure 2-16 Disclosure 205-2		Code of conduct training and education	%	ร้อยละ	100%	100%	100%
		การให้ความรู้ด้านจรรยาบรรณสำหรับกรรมการพนักงาน		Ratio of trainee on Code of Conduct	สัดส่วนของผู้ได้รับความรู้ด้านจรรยาบรรณ	100%	100%	100%
		กระบวนการจัดการและติดตามให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ	Code of conduct: Due diligence	Number of complaints	จำนวนข้อร้องเรียน	0	0	0
การบริหารความเสี่ยงด้าน ESG (ESG Risk Management)								
การบริหารความเสี่ยงด้าน ESG (ESG Risk Management)								
Goal 1 – Goal 17	Disclosure 3-3	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม หรือบรรษัทภิบาล	Policy and guidelines on risk management pertaining to environmental, social or governance aspects	Policy and guidelines on risk management (Y/N)	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการบริหารความเสี่ยง	ไม่มี	ไม่มี	มี
		หลักการ มาตรฐาน หรือแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทอ้างอิง เช่น COSO ERM ISO31000	Framework, standard or guidelines on risk management such as COSO-ERM or ISO31000	Framework, standard or guidelines on risk management (Y/N)	หลักการ มาตรฐาน หรือแนวปฏิบัติด้านการบริหารความเสี่ยง	มี	มี	มี
		จำนวนข้อร้องเรียนด้านคอร์รัปชัน	• Corruption risks	Number of corruption risks	ครั้ง/ปี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
		ความถี่ในการซ้อมแผนรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น แผนฉุกเฉิน (Emergency Plan) แผนการจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management Plan) แผนบริหารความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (Business Continuity Plan)	Frequency of drill exercises for unexpected incidents such as emergency plan, crisis management plan, and business continuity plan	Number of times and frequency of drill exercises for unexpected incidents	จำนวนครั้งความถี่ในการซ้อมแผนรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด	1 ครั้ง/ปี	1 ครั้ง/ปี	1 ครั้ง/ปี

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ความโปร่งใส								
มาตรฐาน		หัวข้อการเปิดเผยข้อมูล	Topics of data disclosure	Performance	ผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท			
SDGs	Disclosure			Unit	หน่วยวัด	2564	2565	2566
การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)								
		ความถี่ในการซ้อมแผนรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น แผนฉุกเฉิน (Emergency Plan) แผนการจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management Plan) แผนบริหารความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (Business Continuity Plan)	Frequency of drill exercises for unexpected incidents such as emergency plan, crisis management plan, and business continuity plan	Number of times and frequency of drill exercises for unexpected incidents	จำนวนครั้งความถี่ในการซ้อมแผนรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด	1 ครั้ง/ปี	1 ครั้ง/ปี	1 ครั้ง/ปี
ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)								
การบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)								
Goal 12, Goal 16		นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการผู้ค้าที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม หรือบรรษัทภิบาล	Policy and guidelines on supply chain management pertaining to environmental, social, or governance aspects	Yes/No	มีนโยบาย/ไม่มี	มีนโยบาย	มีนโยบาย	มีนโยบาย
		แผนการบริหารห่วงโซ่อุปทาน	Supply chain management plan	Yes/No	มีแผน/ไม่มี	มี	มี	มี
		เป้าหมายการบริหารห่วงโซ่อุปทาน	Goals on supply chain management	Yes/No	มีเป้าหมาย/ไม่มี	มีเป้าหมาย	มีเป้าหมาย	มีเป้าหมาย
	Disclosure 308-1 Disclosure 414-1	สัดส่วนของผู้ค้ารายใหม่ที่ผ่านมาการคัดกรองเพื่อนำด้านสิ่งแวดล้อม หรือสังคม หรือ บรรษัทภิบาล	Proportion of new partners that pass criteria on environmental, social, or governance aspects	Number of partners	จำนวนผู้ค้า	0	0	0
				% of 'new' partners during the year	คิดเป็นร้อยละ ของผู้ค้าใหม่ในปี	0%	0%	0%

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ความโปร่งใส								
มาตรฐาน		หัวข้อการเปิดเผยข้อมูล	Topics of data disclosure	Performance	ผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท			
SDGs	Disclosure			Unit	หน่วยวัด	2564	2565	2566
การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)								
Goal 8	Disclosure 2-29	แผนการพัฒนากความพึงพอใจของลูกค้า	Customer satisfaction improvement: Initiatives	Yes/No	มีแผน / ไม่มี	มีแผน	มีแผน	มีแผน
		ช่องทางที่บริษัทรับข้อร้องเรียนที่เกิดจากความบกพร่องในการบริการลูกค้า	Channel to manage customer service complaints	Yes/No	มีช่องทาง / ไม่มี	มีช่องทาง	มีช่องทาง	มีช่องทาง
		เป้าหมายการพัฒนากความพึงพอใจของลูกค้า	Customer satisfaction improvement: Targets	Yes/No	มีเป้าหมาย/ไม่มี	มีเป้าหมาย	มีเป้าหมาย	มีเป้าหมาย
Goal 8	Disclosure 2-29	ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวม	Overall customer satisfaction results	%	%			
		• ด้านสินค้า	• On products	%	%	97.30%	97.10%	98.10%
		• ด้านเจ้าหน้าที่ขาย	• On sales employees	%	%	97.35%	97.32%	97.68%
		• ด้านเจ้าหน้าที่สนับสนุนการขาย	• On sales support	%	%	97.35%	97.32%	97.68%
		• ด้านการบริการเทคนิค	• On technical services	%	%	97.35%	97.32%	97.68%
		• ด้านการจัดส่งสินค้า	• On product delivery	%	%	97.35%	97.32%	97.68%
		ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในประเทศ	Customer satisfaction results - Domestic	%	%			
		• ด้านสินค้า	• On products	%	%	97.80%	97.45%	97.90%
		• ด้านเจ้าหน้าที่ขาย	• On sales employees	%	%	97.20%	97.05%	97.30%
		• ด้านเจ้าหน้าที่สนับสนุนการขาย	• On sales support	%	%	97.20%	97.05%	97.30%
		• ด้านการบริการเทคนิค	• On technical services	%	%	97.20%	97.05%	97.30%
		• ด้านการจัดส่งสินค้า	• On product delivery	%	%	97.20%	97.05%	97.30%
		ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่างประเทศ	Customer satisfaction results - International	%	%			
		• ด้านสินค้า	• On products	%	%	97.80%	97.75%	98.30%
		• ด้านเจ้าหน้าที่ขาย	• On sales employees	%	%	97.50%	97.60%	98.05%
		• ด้านเจ้าหน้าที่สนับสนุนการขาย	• On sales support	%	%	97.50%	97.60%	98.05%
		• ด้านการบริการเทคนิค	• On technical services	%	%	97.50%	97.60%	98.05%
		• ด้านการจัดส่งสินค้า	• On product delivery	%	%	97.50%	97.60%	98.05%

ชุดรายงานความยั่งยืน ปี 2566



บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ขอเชิญให้ท่านผู้สนใจติดตามชุดรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566 โดยปีนี้ยังเป็นปีแรกที่บริษัท จัดทำรายงานความยั่งยืน แม้ว่าทางบริษัทได้เริ่มต้นดำเนินการธุรกิจบนพื้นฐานความยั่งยืนมากว่า 80 ปีแล้วก็ตาม การเดินทางผ่านชุดรายงานความยั่งยืนของเรา ซึ่งจัดทำขึ้นจากคนทำงาน เพื่อแสดงความมุ่งมั่นอันแน่วแน่ในการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการกำกับดูแลด้านจริยธรรม และการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลกำไรอย่างยั่งยืน เริ่มต้นรู้จักบริษัท ผ่าน **"รายงานเส้นทางสู่ความยั่งยืน"** และติดตามการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาธุรกิจจาก **"รายงานการบริหารจัดการความเสี่ยง"** ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับมาตรการเชิงรุก รายงานแต่ละฉบับนำเสนอมุมมองที่คนทำงานนำมาถ่ายทอด รวมทั้งอธิบายวิธีที่เราบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์

หลักของเราใน **"รายงานประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ"** และแสดงให้เห็นถึงความทุ่มเทในการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพใน **"รายงานป่าไม้และสิ่งแวดล้อมสำหรับอนาคตที่ยั่งยืน"** และการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนโดยต้องอาศัยความร่วมมือ **"รายงานการร่วมสร้างสังคมที่ยั่งยืน"** และค้นหาความตั้งใจในการบริหารและกำกับการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและความรับผิดชอบใน **"รายงานการกำกับกิจการและการดำเนินธุรกิจที่ดี"** สุดท้าย **"รายงาน GRI Content Index"** แสดงให้เห็นการรายงานตามมาตรฐานสากล รายงานชุดนี้รวบรวมปรัชญาของเราซึ่งมีรากฐานมาจากความยั่งยืน ความซื่อสัตย์ และวิสัยทัศน์สำหรับอนาคตเพื่อโลกใบนี้กลับมาสวมคลุมและยั่งยืน 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