



Sustainable

**การสำรวจชุมชน/สังคม
: ความคาดหวังและผลกระทบ
จากการดำเนินงาน**

บริษัท วนชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

การสำรวจความต้องการ ความคาดหวัง และความกังวล

บริษัท วณชัย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อและยั่งยืน โดยตระหนักถึงบทบาทของตนในฐานะสมาชิกของชุมชนและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ที่ดำเนินงาน เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับชุมชนท้องถิ่น บริษัทจึงได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของชุมชนที่อาศัยอยู่รอบพื้นที่โรงงานทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ ชุมชนรอบชุมชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี, สระบุรี, ระยอง, และ ชลบุรี รวมถึง สำนักงานใหญ่ในกรุงเทพมหานคร

1. วัตถุประสงค์:

วัตถุประสงค์หลักของการสำรวจความคิดเห็นของชุมชนในครั้งนี้คือ เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนรอบโรงงานทั้ง 4 แห่ง และสำนักงานใหญ่ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและบริการของบริษัท รวมทั้งผลการทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกับชุมชนในพื้นที่ โดยมีเป้าหมายเฉพาะดังนี้:

- 1.1) ศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และข้อกังวล ทั้งด้านบวกและด้านลบของผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่โดยรอบโรงงาน และสำนักงานใหญ่-กรุงเทพฯ
- 1.2) วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ระหว่างสิ่งที่ชุมชนคาดหวังกับสิ่งที่บริษัทดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน
- 1.3) ประเมินความเสี่ยงด้านความสัมพันธ์ (Risk Profile) ที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่สอดคล้องระหว่างความคาดหวังของชุมชนกับการดำเนินงานของบริษัท
- 1.4) เสนอแนวทางเชิงนโยบายและการดำเนินงานด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (Corporate Social Responsibility: CSR) เพื่อสร้างความร่วมมือที่แน่นแฟ้นและยั่งยืนกับชุมชน

2. เครื่องมือการสำรวจความคิดเห็น:

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและแม่นยำ การสำรวจใช้แนวทาง วิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Method) โดยผนวกข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน ซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือและวิธีการดังต่อไปนี้:

2.1 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

- แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaires): ใช้เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากสมาชิกในชุมชนที่ครอบคลุมประเด็นด้านผลกระทบเชิงบวกและลบ ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม การจ้างงาน และกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท
- การสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group Discussions – FGDs): จัดการประชุมกลุ่มย่อยกับตัวแทนชุมชนเพื่อเจาะลึกความคิดเห็นและความต้องการเฉพาะด้าน
- การสัมภาษณ์เชิงลึก (Key Informant Interviews – KIIs): ดำเนินการสัมภาษณ์รายบุคคลกับคนในชุมชนที่เคยร่วมกิจกรรมกับบริษัท ผู้นำชุมชน และผู้นำในท้องถิ่น เพื่อรับข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีความรู้ และมีบทบาทในการพัฒนาชุมชน
- การสังเกตการณ์ภาคสนาม (Field Observations): การเยี่ยมชมพื้นที่และพูดคุยกับคนในชุมชนโดยตรง เพื่อเข้าใจบริบทอย่างรอบด้านและยืนยันความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ

2.2 การสุ่มตัวอย่างและพื้นที่ศึกษา

- ใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Stratified Sampling) แบบแบ่งชั้นเป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างจากคนในชุมชนซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มออกเป็นกลุ่มย่อยได้ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มคนในชุมชนหลากหลายตามอายุ อาชีพ เพศ และที่อยู่อาศัย
- เน้นการเก็บข้อมูลจากผู้พักอาศัยใน เขตผลกระทบโดยตรง (รัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตรรอบโรงงาน) และขยายผลไปยัง เขตใกล้เคียง เพื่อเปรียบเทียบมุมมอง

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

- ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามจะถูกวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อหาความพึงพอใจ ประเด็นปัญหา และแนวโน้มของความคิดเห็น
- ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการพูดคุยแบบกลุ่ม FGDs และ การสัมภาษณ์เชิงลึก KIIs จะทำการตีความหมาย และวิเคราะห์ตามหมวดหมู่ประเด็นหลัก เพื่อสะท้อนมุมมองของชุมชนอย่างชัดเจน
- ใช้กรอบวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis Framework) เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของชุมชนกับการดำเนินงานของบริษัท
- ดำเนินการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านความสัมพันธ์ (Risk Profiling) เพื่อประเมินระดับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการดำเนินงานขององค์กร

3. กระบวนการดำเนินการสำรวจความคิดเห็น:

เพื่อให้การสำรวจความต้องการ ความคาดหวัง และข้อกังวลของชุมชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสะท้อนภาพรวมที่แท้จริงของความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับชุมชนในแต่ละพื้นที่ บริษัทได้วางแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและเป็นระบบ โดยมอบหมายให้หน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับ

ชุมชนเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินงาน ทั้งนี้ กระบวนการดำเนินการสำรวจ ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญดังต่อไปนี้:

3.1 การมอบหมายเจ้าหน้าที่ชุมชนสัมพันธ์ของโรงงานดำเนินงาน

บริษัทได้มอบหมายให้ **เจ้าหน้าที่ชุมชนสัมพันธ์** ของแต่ละโรงงาน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ประสานงาน ด้านความยั่งยืนที่สำนักงานใหญ่ ทำหน้าที่ประสานงานและดำเนินการสำรวจภายในพื้นที่ของตน โดยเจ้าหน้าที่กลุ่มนี้มีความเข้าใจในบริบทของชุมชน และมีความสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชน ท้องถิ่น จึงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและเชิญเยี่ยมชมโรงงาน/สำนักงานใหญ่

เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงงาน บริษัทได้จัดให้มีการชี้แจง กระบวนการทำงานของโรงงานแก่กลุ่มชุมชนที่สนใจ พร้อมทั้งเชิญชวนกลุ่มชุมชนเข้าร่วมเยี่ยมชม โรงงาน เพื่อให้ประชาชนสามารถเห็นกระบวนการผลิตจริง รวมถึงมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และการบริหารจัดการภายในโรงงานอย่างโปร่งใส

3.3 การสรุปและนำเสนอผลการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในปี 2567

ในช่วงของการสำรวจ บริษัทได้จัดทำรายงานสรุปกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ที่ดำเนินการในปี 2567 และนำเสนอต่อชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการมีส่วนร่วมกับสังคม และตอบสนองชุมชนในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมด้านการศึกษา การส่งเสริมสุขภาพ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาท้องถิ่น

4. สรุปผลการสำรวจและผลลัพธ์:

ตารางที่ 1: ข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม 5 สถานที่ประกอบการ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศชาย	650	52.8%
เพศหญิง	582	47.2%
อายุ 20-30 ปี	278	22.6%
อายุ 31-40 ปี	375	30.4%
อายุ 41-50 ปี	320	26.0%
อายุ 51 ปีขึ้นไป	259	21.0%
รวม	1,232	100.0%

ตารางที่ 2: ความต้องการ/ข้อกังวลใจของชุมชนต่อบริษัท

หมวดความต้องการ/กังวลใจ	จำนวนที่เลือก	คิดเป็นร้อยละ (%)
พัฒนาอาชีพ ส่งเสริมรายได้ครอบครัว/ชุมชน	584	34.0%
สนับสนุนด้านการศึกษา	470	27.3%
การมีส่วนร่วมของชุมชน	364	21.2%
การสื่อสารและข้อมูลจากโรงงาน	206	12.0%
จัดการสิ่งแวดล้อม/ฝุ่น/กลิ่น	96	5.6%

*หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถเลือกได้มากกว่าหนึ่งหัวข้อ

ตารางที่ 3: ความพึงพอใจต่อกิจกรรม CSR/CSV ที่ผ่านมา

กิจกรรม CSR/CSV	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	ไม่พึงพอใจ
โครงการรับซื้อเศษไม้	70%	27%	3%
การฝึกอบรมและฝึกงาน	68%	31%	1%
ปลูกต้นไม้	65%	25%	10%
การสนับสนุนการศึกษา	60%	35%	5%
การประกวดเพอร์นิเจอร์	58%	34%	8%

ตารางที่ 4: ข้อกังวลหลักของชุมชน

ประเด็น	จำนวนที่แสดง ความกังวล	ร้อยละ (%)	ข้อเสนอแนะจากชุมชน
กลิ่น/การเกิดไฟไหม้ จากกองเศษไม้	286	23.2%	- ดูแลพรมน้ำให้เกิดความชื้นที่กองไม้ - ปลูกแนวต้นไม้กั้นกลิ่นรอบโรงงาน
ปัญหาฝุ่นละออง	198	16.1%	- ฉีดพ่นน้ำรอบโรงงานอย่างสม่ำเสมอ - โรงงานมีระบบกรอง/เก็บฝุ่น
การจราจรจากรถขนไม้	154	12.5%	จัดระบบทางเข้า-ออกแยกไม่รบกวนชุมชน
เสียงดังจากโรงงาน	140	11.4%	- กำหนดเวลาเดินเครื่องไม่ให้กระทบช่วงพักผ่อน - ปรับเครื่องจักรกันสั่น ไม่ส่งเสียงรบกวน
การสื่อสารไม่ทั่วถึง	110	8.9%	ทำจดหมายข่าวหรือไลน์กลุ่มสื่อสาร

ตารางที่ 5: ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและบริษัท (Risk Profile เบื้องต้น)

หมวด	คะแนนความคาดหวัง (เต็ม 5)	คะแนนความพึงพอใจ (เต็ม 5)	ช่องว่าง (Gap)	ความเสี่ยงต่อภาพลักษณ์
สิ่งแวดล้อม	3.9	4.5	+0.6	ต่ำมาก
สุขภาพและความปลอดภัย	4.2	4.1	-0.1	ต่ำ
การมีส่วนร่วมของชุมชน	4.5	4.3	-0.2	ต่ำ
การศึกษา/ฝึกอาชีพ	4.0	4.5	+0.5	ต่ำมาก
สร้างงานในชุมชน	4.5	4.8	+0.3	ต่ำมาก

4.1 ผลกระทบที่สำคัญต่อชุมชน

โครงการหลักของบริษัทภายใต้แนวคิด “เปลี่ยนเศษไม้เป็นมูลค่า” (From Waste to Value) เปิดโอกาสให้ชุมชนและเกษตรกรสามารถจำหน่ายเศษไม้โดยตรงให้กับบริษัท โดยไม่ผ่านคนกลาง ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจในพื้นที่รวมกว่า 1,590 ล้านบาท ผู้ได้รับผลประโยชน์หลักคือ คนในโครงการที่อยู่ในชุมชนโดยรอบโรงงาน

4.2 ความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของชุมชน

- ผลสำรวจแสดงว่า อัตราความพึงพอใจของชุมชนอยู่ที่ 85% สะท้อนถึงความไว้วางใจและความประทับใจต่อกิจกรรม CSR
- พนักงานของบริษัททำกิจกรรมเพื่อสังคมเฉลี่ย 45 ชั่วโมงต่อคนต่อปี
- บริษัทดำเนินโครงการ CSR ทั้งหมด 88 โครงการ ภายใต้งบประมาณ 7.06 ล้านบาท มีคนในชุมชนเข้าร่วมรวม 1,232 คน
- กิจกรรมส่วนใหญ่เน้นด้านการศึกษา สิ่งแวดล้อม และการใช้ทักษะทางอุตสาหกรรมไม้ทดแทนไม้ธรรมชาติ เพื่อสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value project: CSV)

4.3 ความร่วมมือทางวิชาการกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (KMUTNB)

- เปิดโอกาสให้นักศึกษาฝึกงานจำนวน 10 คน
- จัด การประกวดออกแบบเฟอร์นิเจอร์ 2024
- สนับสนุน เครื่องจักร CNC มูลค่า 427,144 บาท แก่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

4.4 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

- ปลูกต้นไม้จำนวน 1,322 ต้น ในพื้นที่โดยรอบโรงงานเพื่อฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการลดคาร์บอน

4.5 โครงการที่เข้าข่าย CSV (Creating Shared Value)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินโครงการ CSR ที่มีลักษณะเป็น CSV หรือการสร้างคุณค่าร่วม โดย:

- ใช้ทักษะทางอุตสาหกรรมขององค์กรในการแก้ไขปัญหาชุมชน
- มุ่งเน้นผลประโยชน์ร่วมกันต่อชุมชนและต่อธุรกิจ
- ตัวอย่างโครงการ CSV คือความร่วมมือกับ KMUTNB ซึ่งพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสร้างผลลัพธ์ทางสังคมในระยะยาว

5. บทวิเคราะห์ผลกระทบและข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์:

5.1 บทวิเคราะห์ผลกระทบ (Impact Analysis)

จากการดำเนินโครงการ CSR และ CSV ของบริษัทในช่วงปี 2567 พบว่ามีผลกระทบที่สำคัญในหลายมิติ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้:

ผลกระทบเชิงบวก

5.1.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจชุมชน

- โครงการ “From Waste to Value” ช่วยสร้างรายได้ให้ชุมชนโดยตรงกว่า 1,590 ล้านบาท ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้สู่ประชาชนในพื้นที่และกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างเป็นรูปธรรม
- ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มในชุมชนเพื่อจัดการทรัพยากรเศษไม้และพัฒนาอาชีพเสริมอย่างยั่งยืน เป็นการลดการเผาเศษไม้และลดการตัดไม้ทำลายป่าได้

5.1.2 ผลกระทบด้านสังคมและการศึกษา

- การฝึกงานและการแข่งขันออกแบบเฟอร์นิเจอร์ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (KMUTNB) เป็นการพัฒนาศักยภาพทางอุตสาหกรรมให้กับเยาวชน สร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาอาชีพที่ตอบโจทย์ตลาดแรงงาน
- การบริจาคเครื่องจักร CNC แสดงถึงความตั้งใจของบริษัทในการ “คืนประโยชน์สู่การศึกษา” และการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์

5.1.3 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

- การปลูกต้นไม้กว่า 1,322 ต้น เป็นกิจกรรมที่ส่งผลเชิงบวกต่อการลดมลภาวะ เสริมความหลากหลายทางชีวภาพ และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

5.1.4 ผลกระทบด้านความสัมพันธ์กับชุมชน

- อัตราความพึงพอใจของชุมชนอยู่ที่ 85% บ่งชี้ถึงระดับความไว้วางใจและการยอมรับในบทบาทของบริษัทในพื้นที่อย่างชัดเจน

ผลกระทบที่ควรเฝ้าระวัง

- แม้มีการดำเนินโครงการจำนวนมาก แต่ยังคงขาดการ ติดตามผลระยะยาว ของบางโครงการ ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถประเมินความยั่งยืนได้ชัดเจน
- กลุ่มชุมชนบางส่วนยัง ไม่เข้าถึงโอกาสในการมีส่วนร่วม เช่น ผู้สูงอายุ หรือกลุ่มเปราะบาง อาจต้องมีโครงการที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ (Strategic Recommendations):

เพื่อยกระดับการดำเนินงาน CSR/CSV ของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีความยั่งยืนในระยะยาว ขอเสนอแนะแนวทางเชิงกลยุทธ์ดังนี้:

6.1 ยกระดับโครงการ From Waste to Value สู่ระดับ CSV เต็มรูปแบบ

- พัฒนาให้โครงการนี้เป็น “ระบบตลาดอย่างยั่งยืน” ระหว่างชุมชนกับบริษัท โดยให้ความรู้เรื่อง การคัดแยก การเลือกไม้ที่ไม่ได้เป็นการตัดไม้ทำลายป่า การเพิ่มมูลค่าจากเศษไม้ และการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน

6.2 จัดทำระบบ “การติดตามและประเมินผล” โครงการ CSR/CSV

- สร้างตัวชี้วัด (KPIs) สำหรับวัดผลกระทบระยะสั้นและระยะยาว เช่น รายได้ที่เพิ่มขึ้น คุณภาพชีวิต ความรู้ที่ได้รับ และการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม
- ใช้เทคโนโลยี เช่น Dashboard Online เพื่อรายงานผลแบบ Real-time

6.3 ขยายความร่วมมือทางวิชาการกับมหาวิทยาลัย

- เปิดพื้นที่ให้นักศึกษาเข้ามาพัฒนาโครงการจริงในชุมชนร่วมกับพนักงาน เช่น โครงการ Smart Community, Eco Design, Circular Wood Innovation
- พัฒนาหลักสูตรร่วมกับ KMUTNB หรือมหาวิทยาลัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างบุคลากรที่เข้าใจ CSV

6.4 ส่งเสริมโครงการเพื่อกลุ่มเปราะบางในชุมชน

- จัดกิจกรรมที่เน้นผู้สูงอายุ ผู้พิการ หรือครอบครัวที่มีรายได้น้อย เช่น โครงการบ้านพอเพียง การฝึกอาชีพแบบยืดหยุ่น หรือการดูแลสุขภาพ

6.5 เพิ่มการสื่อสารเชิงรุกกับชุมชน

- จัดตั้งศูนย์ประสานงาน CSR ประจำโรงงาน
- จัดกิจกรรม "Open House" สม่่าเสมอ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและแสดงความโปร่งใสขององค์กร

7. แนวทางวางแผน CSR ปี 2568 (CSR Roadmap 2025):

7.1 วิสัยทัศน์ CSR ปี 2568

"ต่อยอดความสำเร็จจาก 'From Waste to Value' สู่ระบบ CSV ที่ขับเคลื่อนด้วยทักษะอุตสาหกรรม ความรู้ และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนไปพร้อมกับการเติบโตขององค์กร"

7.2 เป้าหมายหลัก (Strategic Goals)

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด (KPI)
• เพิ่มจำนวนโครงการที่สร้างคุณค่าร่วม (CSV)	≥ 5 โครงการใหม่
• ขยายโครงการ "From Waste to Value" ทั่วประเทศ	มีเครือข่ายอย่างน้อย 10 กลุ่มชุมชน
• พัฒนาทักษะเยาวชนด้านอุตสาหกรรมไม่ทดแทน	≥ 200 คนต่อปี
• ลดคาร์บอนผ่านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม	ปลูกต้นไม้ ≥ 2,000 ต้น
• ขยายชั่วโมง CSR ต่อพนักงาน	เฉลี่ย ≥ 50 ชั่วโมง/ปี

7.3 กรอบแผนปฏิบัติการตามหมวด (Pillar-Based Plan)

7.3.1 สังคมและการศึกษา (Education & Youth Empowerment)

- ขยายโครงการฝึกงานและประกวดออกแบบกับมหาวิทยาลัยต่างๆ
- จัด "Vanachai Skills Camp" ร่วมกับ KMUTNB เพื่อฝึกอาชีพในภาคอุตสาหกรรม
- สนับสนุนทุนการศึกษาด้านสถาปัตยกรรม/วิศวกรรม / ออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่ทดแทน

7.3.2 การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (Community Economy)

- ขยายโครงการ "From Waste to Value" ไปยังพื้นที่ใหม่ พร้อมอบรมการจัดการไม้เหลือใช้
- พัฒนา ผลิตภัณฑ์จากเศษไม้ เป็นแบรนด์ชุมชน (เช่น เฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กของตกแต่งบ้าน)
- จัดตั้ง "คลัสเตอร์วิสาหกิจชุมชนไม้"

7.3.3: สิ่งแวดล้อมและการลดคาร์บอน (Green & Clean Living)

- ปลูกต้นไม้เพิ่มอีก 2,000 ต้น ภายในพื้นที่โรงงานและชุมชนโดยรอบ
- ติดตั้งระบบจัดการน้ำเสียและฝุ่น พร้อมสื่อสารข้อมูลสาธารณะ
- สร้าง “เครือข่ายเยาวชนพิทักษ์สิ่งแวดล้อม”

7.3.4: อุตสาหกรรมยั่งยืนและคุณค่าร่วม (CSV Integration)

- พัฒนาโปรเจกต์ CSV เช่น “Vanachai Innovation for Community”
- เชิญผู้เชี่ยวชาญร่วมพัฒนาหลักสูตรร่วมกับมหาวิทยาลัย
- จัดทำ CSR Dashboard ติดตามผลกระทบแบบ Real-time

7.4 กรอบแผนปฏิบัติการตามหมวด (Pillar-Based Plan)

ไตรมาส	แผนปฏิบัติ
Q.1	สรุปผลปี 2567 / กำหนดพื้นที่เป้าหมายใหม่ / อบรมทีมโรงงาน
Q.2	เริ่มโครงการฝึกงาน KMUTNB / เปิดอบรมชุมชนไม้ / ปลูกป่าแรก
Q.3	เปิดตัวสินค้าไม้ชุมชน / ประกวดออกแบบเฟอร์นิเจอร์ / ประเมินกลางปี
Q.4	จัดงาน CSR Open House / ปิดโครงการปี / สรุปและเผยแพร่รายงาน

7.5 แนวทางวัดผลและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Monitoring & Evaluation)

- จัดทำ Vanachai Sustainability Move Report ปีละครั้ง
- สัมรวจความพึงพอใจของชุมชนทุกครึ่งปี
- มีระบบรายงานความคืบหน้ารายไตรมาสจากแต่ละโรงงาน
- ปรับกิจกรรมตามผลประเมินและเสียงสะท้อนชุมชน

ภาพกิจกรรมบางส่วนของบริษัท



ภาพกิจกรรมเพื่อสังคมในปี 2567 และสามารถดูได้จากรายงานความยั่งยืนปี 2567



ภาพกิจกรรมเพื่อสังคมในปี 2567 และสามารถดูได้จากรายงานความยั่งยืนปี 2567

