

แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ปี 2563 – 2565

และ



แผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ประจำปี 2565

ระบบงานโดยรวมของ อ.ส.ค.



วิสัยทัศน์ : “นมแห่งชาติภายในปี ๒๕๖๕” (Being National Milk by ๒๐๒๒)

คำนิยาม องค์การแห่งความสุขที่ส่งเสริมและยกระดับความรู้ด้วยคุณภาพระดับมืออาชีพ

พันธกิจ

1. ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมให้เป็นอาชีพแก่เกษตรกรไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน
2. พัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมนมให้ครบวงจรและมีมูลค่าเพิ่ม
3. สร้างแหล่งความรู้ด้านการจัดการโคนมและอุตสาหกรรมนม
4. มุ่งบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง (HPO) ด้วยหลักธรรมาภิบาล

ระบบงานสนับสนุน

- S1 กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง
- S2 กระบวนการบัญชีและการเงิน
- S3 กระบวนการบริหารและพัฒนาทุนมนุษย์
- S4 กระบวนการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และสารสนเทศ (Big Data)
- S5 กระบวนการจัดการความรู้และนวัตกรรม

ระบบนำองค์กร

- M1 กระบวนการกำกับดูแลองค์กร
- M2 กระบวนการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน
- M3 กระบวนการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์
- M4 กระบวนการตรวจสอบภายใน

ระบบงานหลัก

- C1 ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม
- C2 ผลิตผลิตภัณฑ์นมจากน้ำนมดิบของเกษตรกรโคนมในประเทศ
- C3 จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ
- C4 ส่งเสริมการบริโภคนมแก่ประชาชน

Supplier

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- กระทรวงการคลัง
- เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ผู้ผลิตน้ำนมดิบ
- สหกรณ์โคนม
- บริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์/เจ้าของเทคโนโลยีการผลิต และเครื่องจักร
- บริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบในการปรุงแต่ง
- บริษัท Suppliers

Input

- นโยบายรัฐบาล
- พระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ส.ค.
- ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- แนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐที่มีต่อรัฐวิสาหกิจ
- นโยบายคณะกรรมการอ.ส.ค.
- ความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ข้อกฎหมาย FTA
- วิสัยทัศน์/พันธกิจ
- แผนวิสาหกิจ อ.ส.ค.
- กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
- สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมนม
- ความต้องการของลูกค้า
- New Normal

Output

- การสร้างความมั่นคงและยั่งยืนในอาชีพการเลี้ยงโคนม
- คอข่ายความเข้มแข็งให้แบรนด์ไทย-เคนมาร์ค
- สร้างความสามารถในการแข่งขันกับภาคเอกชน
- ปริมาณการบริโภคนมต่อคนของประชากรไทยเพิ่มขึ้น

Goal

เป็นนมแห่งชาติภายในปี 2565

กลุ่มลูกค้า

- ตัวแทนจำหน่ายนมพาณิชย์
- ผู้บริโภค

ส่วนตลาด

- กลุ่มนมยูเอชที.
- กลุ่มนมแช่เย็น
- High Value Product

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อ.ส.ค.ปี 2565 8 กลุ่ม



1.ลูกค้า



2.หน่วยงานกำกับ



3.คณะกรรมการ อ.ส.ค.



4.ผู้ส่งมอบ/คู่ค้า/คู่ความร่วมมือ



5.บุคลากร



6.ชุมชน/สื่อมวลชน



7.คู่แข่ง



8.เจ้าหนี้

แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อ.ส.ค.ปี 2563-2565

วิสัยทัศน์

“เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาระบบบริหารจัดการ
และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (TRUST)”

SO 1

เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ
เพื่อสร้างความเชื่อมั่น
และความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป้าประสงค์

- 1) เพื่อสร้างฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 2) เพื่อให้การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย



สอดคล้องกับมาตรฐาน AA1000 เกณฑ์ประเมินผล Enablers
ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์

พัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



1. ระดับคะแนน Enablers : SM ของ อ.ส.ค.
2. ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนาฐานข้อมูล
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

SO 2

สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตาม
เป้าหมาย

เป้าประสงค์

เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ และ
ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



กลยุทธ์

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ
2. ยกระดับศักยภาพ กลุ่มเป้าหมาย



1. ผลคะแนนการรับรู้แบรนด์ Brand Perceive
2. จำนวน Agent ที่ทำได้ตามเป้าหมาย

ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

ของแผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ปี 2561-2565

และวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2563-2565

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ของแผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ปี 2561-2565 (สำหรับปี2565)	กลยุทธ์ของแผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ปี 2561-2565 (สำหรับปี2565)	แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2563-2565 (สำหรับปี2565)	
		ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความ ผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบโครงสร้าง พื้นฐานรองรับการบริหารจัดการผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management)
SO1 สร้างความมั่นคงและยั่งยืนในอาชีพการเลี้ยงโคนมแก่ เกษตรกรไทย	1.1 ยกระดับฟาร์มเกษตรกรให้เป็น Smart Farm	✓	✓
SO2 พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตที่ได้รับรองด้วยมาตรฐาน ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2.1 พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล	✓	✓
	2.2 ส่งเสริมการผลิตและกระบวนการทำงานที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม	✓	✓
SO3 ตอกย้ำความเข้มแข็งในแบรนด์ไทย-เดนมาร์ค ควบคู่ ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3.1 เพิ่มประสิทธิภาพ Logistic และ Dealer Management	✓	✓
	3.2 การตลาดเชิงรุกผ่าน Digital Marketing และ ช่องทางการตลาดใหม่	✓	✓
	3.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เพิ่มมูลค่า	✓	✓
	3.4 ขยายผลการรับรู้และสร้างคุณค่าในตราสินค้า	✓	✓
	3.5 ยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	✓	✓

ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

ของแผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ปี 2561-2565

และวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2563-2565

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ของแผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ปี 2561-2565 (สำหรับปี2565)	กลยุทธ์ของแผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ปี 2561-2565 (สำหรับปี2565)	แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2563-2565 (สำหรับปี2565)	
		ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความ ผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบโครงสร้าง พื้นฐานรองรับการบริหารจัดการผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management)
SO3 ตอกย้ำความเข้มแข็งในแบรนด์ไทย-เดนมาร์ค ควบคู่ ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3.6 ศึกษาแนวทางการจัดหารูปแบบธุรกิจใหม่	✓	✓
SO4 ยกกระดับทุนมนุษย์ให้เป็นมืออาชีพ ด้วยหลักธรรมาภิ- บาล และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	4.1 ขับเคลื่อนองค์กรด้วยหลักธรรมาภิบาล	✓	✓
	4.2 พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถเฉพาะด้าน โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการ พัฒนาธุรกิจใหม่	✓	✓
SO5 บริหารจัดการองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การวิจัย พัฒนา และนวัตกรรม	5.1 พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และ Big Data	✓	✓
	5.2 ยกกระดับการบริหารจัดการองค์กรด้วยงานวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม	✓	✓
	5.3 ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและ เอกชน	✓	✓
	5.4 เพิ่มประสิทธิภาพทางการเงิน	✓	✓
SO6 การพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Model)	6.1 สื่อสารประชาสัมพันธ์ด้าน BCG เชิงรุก	✓	✓

รายละเอียดแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

และแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อ.ส.ค.

ระดับองค์กร/ระดับฝ่าย/สำนักงานภาค/ระดับกอง

แผนงาน/โครงการ	มีส่วนได้ส่วนเสีย						แผนงาน			ผู้รับผิดชอบ	
	1.ลูกค้า/ตัวแทน จำหน่าย/ผู้ให้บริการ ด้านส่งเสริมการขาย โคนม/ผู้ให้บริการ ด้านท่องเที่ยว	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3.คณะ กรรมการ อ.ส.ค.	4.ผู้ส่งมอบ/ คู่ค้า/ คู่ความ ร่วมมือ	5. บุคลากร	6.ชุมชน สังคม/ สื่อมวลชน	ระดับ องค์กร	ระดับ ฝ่าย/สำนัก งานภาค	ระดับกอง	ฝ่าย/ สำนักงาน	กอง
1. โครงการสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (รองรับเกณฑ์ Enablers)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			ผนย.	กอง บริหารฯ
2. โครงการเพิ่มศักยภาพ ข้าราชการ	✓							✓	✓	ผกค.	กอง การตลาด
3. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพตัวแทนจำหน่าย (Dealer Management)	✓						✓			ผกค.	กอง การตลาด
4. โครงการสำรวจความต้องการ ความคาดหวัง และความกังวล ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ ทบทวน Stakeholder Profile	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			ผนย.	กอง บริหารฯ
5. แผนงานพัฒนาฐานข้อมูล stakeholder	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			ผนย.	กอง บริหารฯ
6. แผนสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุก กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			ผกค.	กองประชาสัมพันธ์
7. โครงการสร้างความภักดีของลูกค้า	✓						✓			ผกค.	กอง การตลาด

รายละเอียดแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

และแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อ.ส.ค.

ระดับองค์กร/ระดับฝ่าย/สำนักงานภาค/ระดับกอง

แผนงาน/โครงการ	มีส่วนได้ส่วนเสีย						แผนงาน			ผู้รับผิดชอบ	
	1.ลูกค้า/ตัวแทน จำหน่าย/ผู้รับบริการ ด้านส่งเสริมการขาย คอนม/ผู้รับบริการ ด้านท่องเที่ยว	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3.คณะ กรรมการ อ.ส.ค.	4.ผู้ส่งมอบ/ คู่ค้า/ คู่ความ ร่วมมือ	5. บุค- ลากร	6.ชุมชน สังคม/ สื่อมวลชน	ระดับ องค์กร	ระดับ ฝ่าย/สำนัก งานภาค	ระดับกอง	ฝ่าย/ สำนักงาน	กอง
8. โครงการขยายความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน				✓				✓		ฝวพ.	กองงาน ฟาร์ม
9. เพิ่มประสิทธิภาพการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. ห้าง MT	✓							✓		ฝกต.	กองขาย
10. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีเกษตรกรรมธรรมชาติ ตามศาสตร์พระราชา(smartaprotoou /9ฐาน/ เกษตรกรผู้อบรมการเลี้ยงโคนม)	✓	✓				✓		✓		ฝพท.	กองบริการ และ พัฒนาการ ท่องเที่ยว
11. ยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ คณะกรรมการ			✓				✓			ฝอก.	กองเลขา
12. บริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเชิงรุก					✓	✓		✓	✓	ฝอก.	กองประจำ สัมพันธ์
13. โครงการพัฒนาขีดความสามารถด้านการ บริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระดับมือ อาชีพ					✓		✓			ฝทบ.	กอง บริหารฯ
14. โครงการเสริมสร้างและพัฒนาวัฒนธรรม องค์กร (Culture)					✓		✓			ฝทบ.	กอง บริหารฯ
15. โครงการเสริมสร้างความผูกพันองค์กร (Engagement)					✓			✓		ฝทบ.	กอง บริหารฯ
16. การจัดซื้อจัดจ้างอัจฉริยะ (Smart Procurement)				✓			✓			ฝทบ.	กองพัสดุ

รายละเอียดแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

และแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อ.ส.ค.

ระดับองค์กร/ระดับฝ่าย/สำนักงานภาค/ระดับกอง

แผนงาน/โครงการ	มีส่วนได้ส่วนเสีย						แผนงาน			ผู้รับผิดชอบ	
	1.ลูกค้า/ตัวแทน จำหน่าย/ผู้รับบริการ ด้านส่งเสริมการขาย โคนม/ผู้รับบริการ ด้านท่องเที่ยว	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3.คณะ กรรมการ <u>อ.ส.ค.</u>	4.ผู้ส่งมอบ/ คู่ค้า/ คู่ความ ร่วมมือ	5. บุคคล- ลากร	6.ชุมชน สังคม/ สื่อมวลชน	ระดับ องค์กร	ระดับ ฝ่าย/สำนัก งานภาค	ระดับกอง	ฝ่าย/ สำนักงาน	กอง
17. การบริหารจัดการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน		✓		✓					✓		กคน.
18. การบริการวิชาการ	✓			✓					✓	<u>ฝวพ.</u>	กอง พัฒนาการ เลี้ยงโคนม
19. ฟาร์มโคนมประสิทธิภาพสูง	✓	✓		✓					✓	<u>ฝวพ.</u>	กองงาน ฟาร์ม
20. การวางแผนการผลิต การรับน้ำนมดิบตาม MOU การปรุงแต่ง	✓			✓				✓		สำนักงาน ทุกภาค	กองโรงงาน
21. แผนงานตามภารกิจด้านการตลาดและการขาย (สำนักงานทุกภาค)	✓						✓			สำนักงาน ทุกภาค	กอง การขาย
22. การส่งเสริมการขายโคนม รวบรวมน้ำนมดิบ ให้บริการสัตว์แพทย์ผสมเทียม จำหน่ายปัจจัยการเลี้ยงโคนม และงานในขอบเขตงานอื่นๆ	✓							✓		<u>ฝสส.</u>	กองปัจจัย
23. ยกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มที่เลี้ยงสร้างเครือข่าย เพื่อแบ่งปัน	✓								✓	<u>ฝวพ.</u>	กอง พัฒนาฯ
24. พัฒนาสหกรณ์โคนมเป็นสหกรณ์ต้นแบบ ด้านพัฒนาคุณภาพน้ำนมดิบ	✓						✓			<u>ฝสส.</u>	กองส่งเสริม

รายละเอียดแผนยุทธศาสตร์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

และแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อ.ส.ค.

ระดับองค์กร/ระดับฝ่าย/สำนักงานภาค/ระดับกอง

แผนงาน/โครงการ	มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย						แผนงาน			ผู้รับผิดชอบ	
	1.ลูกค้า/ตัวแทน จำหน่าย/ผู้ให้บริการ ด้านส่งเสริมการเลี้ยง โคนม/ผู้ให้บริการ ด้านท่องเที่ยว	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3.คณะ กรรมการ อ.ส.ค.	4.ผู้ส่งมอบ/ คู่ค้า/ คู่ความ ร่วมมือ	5. บุคลากร	6.ชุมชน สังคม/ สื่อมวลชน	ระดับ องค์กร	ระดับ ฝ่าย/สำนัก งานภาค	ระดับกอง	ฝ่าย/ สำนักงาน	กอง
25. ยกกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) (โครงการพัฒนากับชุมชนรัศมี 5 กม.รอบๆ โรงงานจากการสานเสวนาปีละครั้ง)						✓		✓		ฟลค.	กอง ความยั่งยืน
26. โครงการส่งเสริมการขายไทย-เดนมาร์ค อคาเดมี ผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็นไทย-เดนมาร์ค	✓								✓	ฟลค.	กอง การขาย
27. Eco efficiency		✓				✓	✓			สภก.	กองโรงงาน
28. ศึกษารูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อการจัดการของเสียในฟาร์มโคนมและการพัฒนาที่ยั่งยืน						✓			✓	ฟวพ.	กอง งานฟาร์ม

หมายเหตุ: ปัจจัยที่ใช้แบ่งแผนงานโครงการเป็น 3 ระดับ คือ

- (1) แผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับองค์กร พิจารณาจากแผนงานโครงการตามนโยบาย แผนงานที่ตอบสนองยุทธศาสตร์และแผนงานที่ตอบตัวชี้วัด PA
- (2) แผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับสายงาน/ฝ่าย พิจารณาจากแผนงานโครงการที่นอกเหนือจากข้อ(1) ซึ่งเป็นแผนงานโครงการที่ รอง หรือ ผอ. หรือหัวหน้าฝ่ายได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ หรือ ผอ. หรือเป็นแผนงานโครงการที่รอง หรือ ผอ. หรือหัวหน้าฝ่ายให้ความสำคัญ
- (3) แผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับกอง พิจารณาจากแผนงานโครงการที่นอกเหนือจากข้อ(1) และข้อ(2) ซึ่งเป็นแผนงานโครงการที่เป็นงานตาม JD ในระดับกองที่กำหนดไว้ หรือ เป็นงานประจำ