



องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

## แผนแม่บท

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม  
(Corporate Social Responsibility : CSR)

พ.ศ.2566 - 2570 สำหรับปี 2566

และแผนปฏิบัติงานด้าน CSR ประจำปี 2566

แผนกกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)

กองบริหารจัดการความยั่งยืน

ฝ่ายอำนวยการ



**CORPORATE**  
SOCIAL RESPONSIBILITY

## คำนำ

แผนยุทธศาสตร์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) เป็นการทบทวนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน การบริหารจัดการองค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกับนโยบายของรัฐบาล ที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมโคนมไทยที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างความมั่นคงในอาชีพการเลี้ยงโคนมอย่างยั่งยืน โดยกำหนดให้มีการจัดทำแผนและทบทวนแผนการปฏิบัติงานประจำปีทุกปี ในการทบทวนแผนวิสาหกิจ ปี พ.ศ. 2565 – 2570 สำหรับปี พ.ศ. 2566 ได้นำนโยบายประเทศไทย 4.0 (THAILAND 4.0) ยุทธศาสตร์พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการขับเคลื่อนเกษตร 4.0 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2565 – 2570) ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ อ.ส.ค. ปี พ.ศ. 2565 – 2570 และแผนยุทธศาสตร์ฯ ของ อ.ส.ค. ในด้านต่างๆ ที่ดำเนินการในปี 2565 นำมาประกอบในการจัดทำแผน ซึ่งประเทศไทยต้องปรับตัวด้านการเร่งรัดพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมให้เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านการเกษตรและทุกๆ ด้าน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศท่ามกลางการแข่งขันโลกที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งในประเด็นนี้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการเกษตรด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีประกอบกับวิกฤติการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทย

แผนยุทธศาสตร์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ให้ความสำคัญการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งในกระบวนการ และกิจกรรมเสริมสร้างสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR in process & CSR after process) ตามหลักมาตรฐานสากล ISO 26000 และปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนตามเป้าหมาย Sustainable Development Goals (SDGs) Global Reporting Initiative : GRI จึงกำหนดให้ผู้บริหาร และพนักงาน อ.ส.ค. ทุกคนยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ และเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินงานตามภารกิจ บนพื้นฐานของเศรษฐกิจพอเพียง โดยสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กรสอดคล้องตามนโยบายนมแห่งชาติภายใต้แนวคิด “รักนม รักฟาร์ม สืบสาน รักษา ต่อยอดโคนมอาชีพพระราชทาน” และรายงานผลการดำเนินงานด้วยมาตรฐาน GRI Standard ส่งเสริมระบบการผลิตและการบริการของ อ.ส.ค. ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนของอุตสาหกรรมน้ำนมมาใช้สร้างกิจกรรม 7 R และน่าน้ำนมที่สูญเสียจากกระบวนการกลับมาใช้ประโยชน์ มีกลไกกำกับ ติดตามตรวจสอบบริหารความเสี่ยงและประเมินผลที่เพียงพอเหมาะสม มีโครงสร้างองค์กรและกระบวนการทำงานสมัยใหม่และพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความพร้อมในการดำเนินงาน

คณะอนุกรรมการ CG/CSR ของ อ.ส.ค. ได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญขององค์กร และผลักดันให้องค์กรก้าวไปสู่ “พัฒนาอุตสาหกรรมโคนมเพื่อชีวิตที่ดีกว่า” เพื่อให้ยุทธศาสตร์ได้พัฒนาเป็นแผนปฏิบัติการให้หน่วยงานต่าง ๆ นำไปปฏิบัติงาน ให้สอดคล้องไปทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ

## สารบัญ

คำนำ	หน้า
สารบัญ	
<b>บทที่ 1 การจัดตั้งองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)</b>	
1.1 ประวัติขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง อ.ส.ค.	3
1.3 บทบาทและหน้าที่	4
1.4 ความเป็นมาด้านงานธรรมาภิบาล และความรับผิดชอบต่อสังคม (CG/CSR) ของ อ.ส.ค.	5
1.5 แนวคิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ CSR	7
<b>บทที่ 2 ข้อมูลสำคัญประกอบการวิเคราะห์และจัดทำแผนแม่บท CSR (ประจำปี 2566-2570) และแผนปฏิบัติการประจำปี 2566</b>	
2.1 แผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ประจำปี 2566-2570 (สำหรับปี พ.ศ. 2566)	10
2.2 ยุทธศาสตร์ อ.ส.ค. ระยะ 20 ปี (2560-2579)	13
2.3 ผลการประเมินสถานภาพการบริหารงานองค์กร อ.ส.ค.	13
2.4 นโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย	13
2.5 เกณฑ์และแนวทางระบบการประเมินผลใหม่ของรัฐวิสาหกิจ ในหัวข้อ 2.1 ด้านการกำกับดูแลที่ดี และการนาองค์กร Corporate Governance & Leadership	15
2.6 Best Practice CG/CSR	16
2.7 แผนงานที่สำคัญของ อ.ส.ค.	16
2.8 ประกาศ อ.ส.ค.เรื่องข้อตกลง (เจตนารมณ์) อ.ส.ค. การเป็นองค์กร	16
2.9 ประกาศ อ.ส.ค.เรื่อง เจตจางนการบริหารงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีคุณธรรม	16
2.10 กฎบัตรปี 2566	16
2.11 คู่มือ CG/CSR ปี	16
2.12 แผนงาน/ผลการดำเนินการด้าน CSR ปี 2565 (เดือนตุลาคม 2564 – กันยายน 2565)	17
<b>บทที่ 3 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ด้าน CG/CSR</b>	
• ตารางประเมินสถานการณ์องค์กรสมรรถนะของทรัพยากรภายใน (S กับ W)	22
• ตารางประเมินสถานการณ์องค์กรสมรรถนะของทรัพยากรภายนอก (O กับ T)	23
• ตารางการวิเคราะห์กลยุทธ์ CSR ด้วย TOWs Matrix ปี 2566	
ST: ด้านจุดแข็ง (Strength) ร่วมกับอุปสรรค (Threat)	25
• ตารางการวิเคราะห์กลยุทธ์ CSR ด้วย TOWs Matrix ปี 2566	
WO: จุดอ่อน (Weakness) ร่วมกับโอกาส (Opportunity)	26
• WT: ด้านจุดอ่อน (Weakness) ร่วมกับอุปสรรค (Threat)	27

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
วิสัยทัศน์ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	29
พันธกิจความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	29
ยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	29
แผนบท CSR ปี 2565-2570 สำหรับปี 2566	30
ยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ( Corporate Social Responsibility : CSR )	31
แผนปฏิบัติงานด้าน CSR ประจำปีงบประมาณ 2566	33
โครงสร้างหน้าที่ผู้รับผิดชอบต่อแผนแม่บทการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	37
เอกสารอ้างอิง	38

## สารบัญภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1 ภารกิจหลักตามโครงสร้างขององค์กร	4
รูปภาพที่ 2 ความเป็นมาด้านงานธรรมาภิบาล และความรับผิดชอบต่อสังคม (CG/CSR)	7
รูปภาพที่ 3 วิสัยทัศน์แห่งชาติภายในปี 2566	9
รูปภาพที่ 4 แผนภาพประเด็นยุทธศาสตร์	11
รูปภาพที่ 5 แสดงแผนที่กลยุทธ์ (Strategy map) ประจำปี 2566	12
รูปภาพที่ 6 แสดงแผนกลยุทธ์ (KPI Scorecard) ประจำปี 2566	12
รูปภาพที่ 7 โครงสร้างหน้าที่ผู้รับผิดชอบต่อแผนแม่บทการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	37

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แผนงาน/ผลการดำเนินการด้าน CSR ปี 2565	17
ตารางที่ 2 วิเคราะห์ SWOT Analysis ด้าน Internal	22
ตารางที่ 3 วิเคราะห์ SWOT Analysis ด้าน External	23
ตารางที่ 4 วิเคราะห์ TOWS Matrix ด้าน SO	24
ตารางที่ 5 วิเคราะห์ TOWS Matrix ด้าน ST	25
ตารางที่ 6 วิเคราะห์ TOWS Matrix ด้าน WO	26
ตารางที่ 7 วิเคราะห์ TOWS Matrix ด้าน WT	27

# บทที่ 1

## การจัดตั้งองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)

### 1.1 ประวัติขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

#### ความร่วมมือในการก่อตั้งองค์การเพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรกรโคนม ผู้การพัฒนาที่ยั่งยืน เกษตรกรโคนม อาชีพพระราชทานบนรากฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

เดือนกันยายน พ.ศ.2503 พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เสด็จประพาสทวีปยุโรป ในการเสด็จทรงประทับแรมอยู่ ณ ประเทศเดนมาร์ก ทรงให้ความสนพระทัยเกี่ยวกับกิจการการเลี้ยงโคนมของชาวเดนมาร์กเป็นอย่างมาก และกลายเป็นจุดเริ่มต้นความสัมพันธ์ว่าด้วยการร่วมมือด้านวิชาการการเลี้ยงโคนมระหว่างประเทศไทยและประเทศเดนมาร์ก

ก่อนหน้านั้นหนึ่งปี นายนิลส์ กุณนัส ซอนเดอร์กอร์ด ชาวเดนมาร์ก ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการผลิตสุกรของ FAO (Food and Agricultural Organization United Nation) ผู้ซึ่งปฏิบัติงานร่วมกับกรมปศุสัตว์ระหว่างปี พ.ศ. 2498-2502 (ค.ศ.1955-1959)

จากการสังเกตพบว่า คนไทยไม่รู้จักโคนมและตีนมในปริมาณน้อยมาก หลังจากกลับไปประเทศเดนมาร์กในปี พ.ศ.2502 นายซอนเดอร์กอร์ด ได้จัดทำโครงการฟาร์มโคนมและศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนมในประเทศไทย เสนอต่อ Danish Agricultural Marketing board และต่อมาเดือนมกราคม พ.ศ.2504 ได้มีคณะผู้เชี่ยวชาญชาวเดนมาร์กได้มาศึกษาสำรวจพื้นที่ในการจัดตั้งฟาร์มโคนมสาธิตและศูนย์ฝึกอบรม ณ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ซึ่งเป็นสถานที่ที่เป็นหุบเขาสวยงามมีแหล่งน้ำสะอาดและไม่ไกลจากตลาดกรุงเทพฯ

วันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ.2504 ได้ลงนามสัญญาการให้ความร่วมมือช่วยเหลือทางวิชาการการเลี้ยงโคนม ระหว่างรัฐบาลเดนมาร์กกับรัฐบาลไทย โดย Danish Agricultural Marketing board จัดสรรเงินช่วยเหลือจำนวน 4.33 ล้านโครเนอร์ (หรือประมาณ 23.5 ล้านบาท ในสมัยนั้น) สำหรับดำเนินโครงการเป็นระยะเวลา 8 ปี รัฐบาลเดนมาร์กได้ส่งผู้เชี่ยวชาญมาร่วมดำเนินการในปี พ.ศ.2509 (ค.ศ.1966) พร้อมกับสนับสนุนเงินจำนวน 2.87 ล้านโครเนอร์ สำหรับดำเนินงานในช่วง 8 ปี อันเป็นการตอบสนองพระราชปณิธานและความสนพระทัยในอาชีพการเลี้ยงโคนม หลังจากเสด็จนิวัติประเทศไทย



พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรและสมเด็จพระเจ้าเฟรดเดอริกที่ 9 แห่งประเทศเดนมาร์ก ได้ทรงประกอบพิธีเปิดฟาร์มโคนมและศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนมไทย-เดนมาร์ก อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ.2505 จึงนับได้ว่าเป็นวันที่มีความสำคัญยิ่งในประวัติศาสตร์ของการเลี้ยงโคนมในประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ.2514 รัฐบาลไทยได้รับโอนกิจการฟาร์มโคนมและศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนมไทย-เดนมาร์กจัดตั้งเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีชื่อว่า "องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)" หรือ Dairy Farming Promotion Organization of Thailand (D.P.O.) มีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 160 ถนนมิตรภาพ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี เพื่อดำเนินบทบาทในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและพัฒนาอุตสาหกรรมนมต่อไป ซึ่งรัฐบาลไทยได้กำหนดให้วันที่ 17 มกราคมของทุกปีเป็น "วันโคนมแห่งชาติ"

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง อ.ส.ค.

อ.ส.ค. เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จัดตั้งขึ้นตามการจัดตั้งองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2514 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2525, (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2535, (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2537, (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2538, (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2544 และ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2552 มาตรา 7 อ.ส.ค. มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้





## ด้านส่งเสริมกิจการโคนม

ฝึกอบรมบุคคลให้มีความรู้ความชำนาญในการเลี้ยงโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ การผลิตน้ำนมและเนื้อ และการประกอบผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ

พัฒนาและผลิตพันธุ์โคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ

ดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกับการส่งเสริมกิจการโคนม

01

ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ

02

ช่วยเหลือ แนะนำและให้คำปรึกษาแก่เกษตรกรตลอดจนประสานงานและร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการกำจัดโรค การเลี้ยงดูสัตว์การผสมเทียม อาหารและอื่นๆ สำหรับโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ

03

04

ส่งเสริมและสนับสนุนการบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศ

05

06

## ด้านธุรกิจอุตสาหกรรมการเลี้ยงโคนม

ดำเนินธุรกิจบริการเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม และสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ และการผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ

01

ผลิต ชื้อ ขาย แลกเปลี่ยน และให้ซึ่งน้ำนมและเนื้อ ผลิตภัณฑ์จากน้ำนม และเนื้อโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อตลอดจนอาหารสัตว์ น้ำเชื้อเอ็มบริโอและ อุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตและการตลาด

02

03

ดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกับธุรกิจอุตสาหกรรมโคนม และผลิตภัณฑ์นม

เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ให้ อ.ส.ค. มีอำนาจรวมถึง

1. ถือกรรมสิทธิ์ ครอบครองที่ดินและทรัพย์สินอื่น มีทรัพย์สินสิทธิต่างๆ สร้าง ซื้อ ขาย เช่า ให้เช่า เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อ ยืม ให้ยืม ค้ำประกัน จำน่า รับจำนำ จำนอง รับจำนอง จัดหา จำหน่าย แลกเปลี่ยน โอน และรับโอนด้วยประการใดๆ ซึ่งที่ดิน ทรัพย์สินอื่น หรือสิทธิต่างๆ ทั้งในและนอกราชอาณาจักร และรับทรัพย์สินที่มีผู้อุทิศให้ในและนอกราชอาณาจักร
2. จัดตั้งห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือบริษัท หรือร่วมทำงานหรือสมทบกับบุคคลอื่น เพื่อประโยชน์แก่กิจการของ อ.ส.ค. รวมทั้งการเข้าเป็นหุ้นส่วนของห้างหุ้นส่วน หรือถือหุ้นของบริษัทหรือนิติบุคคลใดๆ
3. ให้ความร่วมมือและส่งเสริมกิจการของสหกรณ์ผู้เลี้ยงโคนม เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และ ผู้เลี้ยงโคนม ในทางวิชาการ การตลาด และอื่นๆ
4. สร้างและดำเนินกิจการเกี่ยวกับโรงงานผลิตภัณฑ์นม ผลิตภัณฑ์จากน้ำนมหรือน้ำนมข้น หอมเย็น รถตู้เย็น หรือร้านค้าน้ำนม ผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและน้ำนม
5. รับเป็นสาขา ตัวแทน ตัวแทนค้าต่างหรือนายหน้าในกิจการต่างๆ ของเอกชน หรือนิติบุคคลใด ทั้งในและนอกราชอาณาจักร ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์แก่กิจการของ อ.ส.ค.
6. กู้ยืมเงินหรือให้กู้ยืมเงินโดยมีหลักประกันด้วยบุคคลหรือด้วยทรัพย์สิน

### 1.3 บทบาทและหน้าที่

บทบาทหน้าที่ของ อ.ส.ค.ที่ต้องดำเนินงานในปัจจุบันนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์เพื่อความในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย พ.ศ.2514 ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า บทบาทหน้าที่หลักของ อ.ส.ค.นั้น ประกอบไปด้วย 5 ข้อ ดังนี้

1. ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและน้ำนม
2. ผลิตน้ำนมและน้ำนมข้น ประกอบผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและน้ำนม
3. ทำการฝึกอบรมให้บุคคลมีความรู้ความชำนาญในการเลี้ยงโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและน้ำนมการผลิตน้ำนมและน้ำนม และการประกอบผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและน้ำนม
4. ซื้อ ขาย แลกเปลี่ยนและให้ ซึ่งโคนม สัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและน้ำนม น้ำนมและน้ำนม และผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและน้ำนม
5. ประกอบกิจการที่เกี่ยวกับหรือต่อเนื่องกับกิจการโคนมของ อ.ส.ค. รวมทั้งยังให้อำนาจ อ.ส.ค.ครอบคลุมถึงการถือกรรมสิทธิ์ ครอบครองที่ดิน การร่วมสมทบกับบุคคลอื่นเพื่อประโยชน์แก่กิจการและด้านอื่น ๆ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ที่เอื้อต่อการดำเนินกิจการของ อ.ส.ค. ทั้งในด้านส่งเสริมกิจการโคนม และด้านอุตสาหกรรมที่เป็นการสนับสนุนทั้งการสร้างเสริมอาชีพเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม และการแข่งขันเชิงพาณิชย์ในอุตสาหกรรมนม

## ภารกิจหลักตามโครงสร้างขององค์กร



### 1.4 ความเป็นมาด้านงานธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม (CG/CSR) ของ อ.ส.ค.

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) มีแนวทางการบริหารจัดการองค์กรที่สอดคล้องตามทิศทางนโยบายของรัฐบาล และแนวทางการประเมินผลการดำเนินงานของทริส (TRIS) โดยจัดให้มีการกำหนดกรอบการดำเนินงานการจัดทำแผนวิสาหกิจ ที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมโคนมไทยที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างความมั่นคงในอาชีพการเลี้ยงโคนมอย่างยั่งยืน โดยเน้นกระบวนการทำแผนและทบทวนแผนการปฏิบัติงานประจำปีทุกปี เพื่อให้การนำแผนไปสู่การปฏิบัติใน อ.ส.ค.เกิดเป็นผลผลิตและผลสัมฤทธิ์ที่เพิ่มขึ้น และเอื้อต่อการประเมินผลงานได้อย่างเป็นรูปธรรม มีการพัฒนาระบบงบประมาณและการบริหารกลยุทธ์ ตั้งแต่การวิเคราะห์ออกแบบระบบงบประมาณให้สอดคล้องกับการทำแผนการตลาดอุตสาหกรรมนม แผนส่งเสริมการเลี้ยงโคนม แผนการบริหารจัดการองค์กรแผนการเงิน รวมทั้งการทบทวนกลยุทธ์ และการถ่ายทอดกลยุทธ์ไปยังบุคลากรทุกตำแหน่งงาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการนำ อ.ส.ค.เข้าสู่ระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Performance Appraisal : SEPA) ในอนาคต

อ.ส.ค. ได้ทำการทบทวนแผนวิสาหกิจ 5 ปี (พ.ศ. 2561 – 2565) สำหรับ ปี พ.ศ. 2565 โดยนำกรอบแนวคิดการทบทวนแผนวิสาหกิจ

- ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580)
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ 2560 - 2564)
- เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)
- Thailand 4.0
- แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ ปี พ.ศ.2560 -2564
- นโยบายรัฐมนตรีและรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

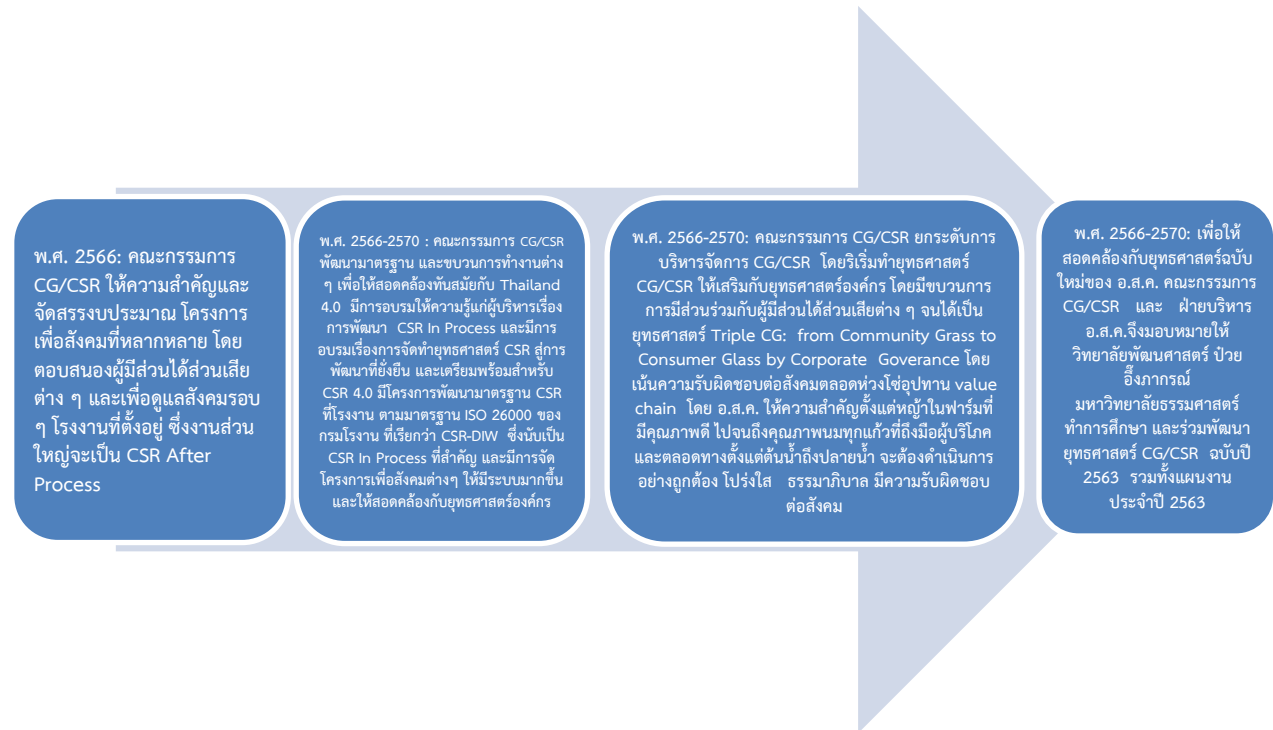
8. แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจสาขาเกษตร
9. สภาพเศรษฐกิจโลก (การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก FTA นมผง)
10. ปัญหา COVID-19 ประเทศไทยต้องปรับตัวด้านการเร่งรัดพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม

จากปัจจัยหลักข้างต้น เราได้นำมาใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านการเกษตรและทุก ๆ ด้าน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศท่ามกลางการแข่งขันโลกที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งในประเด็นนี้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคการเกษตรด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และให้สอดคล้องกับนโยบาย THAILAND 4.0 เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้มีความมั่นคงสามารถพึ่งพาตนเองได้มีการพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกรให้เป็น Smart Farmer ที่มีความพร้อมในองค์ความรู้ด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ สามารถนำเทคโนโลยีนวัตกรรม และนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานกับองค์ความรู้สมัยใหม่ที่เหมาะสมในการพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพมาตรฐาน และปริมาณตรงกับความต้องการของตลาด การคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งส่งเสริมสถาบันเกษตรกรให้เป็น Smart Group และ Smart Enterprise ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด การบริหารจัดการ และมีความเข้มแข็ง มีอำนาจในการต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง และผู้ประกอบการได้

องค์การสหประชาชาติได้ประเมินสถานการณ์โลกในช่วงปี พ.ศ. 2544-2643 (ค.ศ.2001 - 2100) ว่าจะเป็ นศตวรรษแห่งผู้สูงอายุจากการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุโดยสัดส่วนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.3 ในปี พ.ศ. 2558 เป็นร้อยละ 13.8 ในปี พ.ศ. 2563 แต่ภายหลังจากปี พ.ศ. 2563 วัยแรงงานจะมีสัดส่วนลดลงอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของประเทศไทยโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมสูงวัยเช่นเดียวกัน ซึ่งส่งผลให้ขาดแคลนแรงงาน จำนวนประชากร วัยแรงงานลดลง สำนักงานสถิติแห่งชาติคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ในช่วงปี พ.ศ. 2568 ซึ่งการเข้าสู่สังคมสูงวัยส่งผลต่อทั้งเศรษฐกิจและรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นกลุ่มสำคัญที่ทำให้ความต้องการในการบริโภคสินค้า และบริการเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโลกส่งผลต่อประเทศไทยในเรื่องของประชากรวัยแรงงานลดลงอย่างต่อเนื่องรวมถึงภาคการเกษตรด้วย ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมีการเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็วทั้งทางด้าน ต้นทุนในเชิงเศรษฐกิจ และผลกระทบร้ายแรงต่อคุณภาพชีวิตประชาชน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศก่อให้เกิดการขาดแคลน อุทกภัย และภัยธรรมชาติที่มีความรุนแรงสร้างความเสียหายต่อการผลิตในภาคการเกษตร ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นคงด้านอาหารโลก รวมทั้งกระทบต่อการส่งออกสินค้าเกษตร และอาหารของประเทศไทยซึ่งเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ จากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศต่าง ๆ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทยทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวจึงมีการ ทำข้อตกลงในการดำเนินมาตรการลดก๊าซเรือนกระจกในทุกภาคส่วน ทั้งภาคอุตสาหกรรม การบริการ และภาคครัวเรือน รูปแบบการผลิตและการบริโภคต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีการสนับสนุนในใช้พลังงานหมุนเวียน พลังงานทดแทน และพลังงานชีวภาพเพิ่มมากขึ้น สำหรับปี พ.ศ. 2562 มุ่งสู่การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมโคนมไทย ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างความมั่นคงในอาชีพการเลี้ยงโคนมอย่างยั่งยืน ในการจัดทำแผนวิสาหกิจ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) ที่ผ่านมา อ.ส.ค.ได้จัดทำแผนวิสาหกิจ โดยคำนึงถึงการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งปัจจัยภายใน และภายนอกการวิเคราะห์อุตสาหกรรมนม การวิเคราะห์ด้านการส่งเสริมโคนมและการวิเคราะห์ผลกระทบจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในรูปแบบมองเชิงรุกไปข้างหน้า (Forward Looking) อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งความสอดคล้องกับระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise

Performance Appraisal : SEPA) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพการณ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรในปัจจุบัน โดยเริ่มมีการปรับปรุงกระบวนการจัดทำแผนให้เป็นระบบที่เป็นขั้นเป็นตอน และส่งเสริมให้บุคลากรของ อ.ส.ค. เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนางานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ตอบสนอง พันธกิจในเรื่องของส่งเสริมการเลี้ยงโคนมให้เป็นอาชีพแก่เกษตรกรไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน ตลอดจนรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

อ.ส.ค. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่ดี มีธรรมาภิบาล ต่อต้านทุจริต คอร์รัปชัน มีความโปร่งใส และตรวจสอบได้ ทั้งยังมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดย อ.ส.ค. มิได้มีเป้าหมายที่จะสร้างกำไรสูงสุด อ.ส.ค. มีเป้าหมายสำคัญคือ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรโคนมและครอบครัวทำให้อาชีพพระราชทานนี้มีเกียรติและศักดิ์ศรี มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน พร้อมทั้งยังพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆให้กับผู้บริโภค เพื่อมุ่งหวังให้คนไทยทุกคนมีสุขภาพดี ร่างกายแข็งแรง และในการดำเนินธุรกิจต้องระมัดระวังไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ต้องพยายามบริหารจัดการผลกระทบของขยะของเสีย การใช้พลังงาน น้ำ และองค์ประกอบอื่น ๆ ให้เกิดสมดุลในชุมชนอ.ส.ค. กำหนดให้มีคณะอนุกรรมการ CG/CSR เพื่อกำกับการบริหารจัดการงานด้านธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม คณะอนุกรรมการ CG/CSR ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีความเป็นมาดังนี้



รูปภาพที่ 2 : ความเป็นมาด้านงานธรรมาภิบาล และความรับผิดชอบต่อสังคม (CG/CSR)

### 1.5 แนวความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ CSR

แนวทางสำคัญในการดำเนินการคือ สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ CG/CSR ให้กับคณะผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน การให้ความรู้เรื่อง CG/CSR ในครั้งนี้จะอ้างอิงหลักการต่าง ๆ ดังนี้

1. หลักการของ CSR as License to Operate: เมื่อโรงงานหรือหน่วยธุรกิจตั้งอยู่ ณ ที่ใด ต้องไม่สร้างความเดือดร้อนหรือความเสียหายต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมและต้องสร้างสิ่งที่ดีๆ สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับชุมชน รวมถึงต้องคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนอยู่เสมอ

2. หลักการของ CSR : ความสมดุลของธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3. หลักการของ CSR In Process และ CSR After Process ที่เริ่มต้นให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล ต่อต้านคอร์รัปชัน โปร่งใส ตรวจสอบได้ และต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด และต้องเพิ่มขีดความสามารถในการรับผิดชอบต่อสังคม โดยปฏิบัติตามมาตรฐานอุตสาหกรรมใหม่ๆ ที่มีมาตรฐานสูงกว่ากฎหมาย มีการสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมด้วยกิจกรรมจิตอาสา และโครงการ CSR รวมทั้งมีการบริจาคต่างๆ เพื่อประโยชน์ของสังคม

4. หลักการความรับผิดชอบต่อสังคม 360 องศา ด้วยการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสร้างความมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และสร้างความพึงพอใจที่มีความสมดุลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ

5. หลักการปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นรากฐานความรับผิดชอบต่อสังคม ของ อ.ส.ค. ด้วย 3 ห่วง คือ ความมีเหตุผล ความพอดี และการสร้างภูมิคุ้มกัน และ 2 เงื่อนไข คือ ความรู้ คู่ คุณธรรม ทั้งนี้การดำเนินการใดๆ จะต้องใช้ขั้นตอน เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา

6. หลักการการร่วมมือกันสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ข้อ Sustainable Development Goals ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งองค์กรต้องทำความเข้าใจและเลือกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของ อ.ส.ค.มาวางแผนพัฒนาอย่างจริงจัง

7. หลักการ CSR 4.0 ที่มีความก้าวหน้าทันสมัยสอดคล้องกับทิศทางของรัฐบาล Thailand 4.0 การพัฒนาสู่ CSR 4.0 นั้น ต้องมีส่วนผสมที่เหมาะสมของ CSR 1.0 ที่เน้นเรื่องการทำบุญ การให้การบริจาค การให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาตนเองและคนในสังคมที่มักจะเรียกกันว่า Philanthropy CSR 2.0 ที่เน้นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม นอกขบวนการทางธุรกิจ เช่น การทำโครงการเพื่อสังคมต่างๆ ที่เรามักจะเรียกว่า CSR After Process CSR 3.0 ที่เน้นความรับผิดชอบต่อสังคมในขบวนการของธุรกิจ เริ่มจากการวางยุทธศาสตร์ความยั่งยืน และปรับปรุงขบวนการดำเนินธุรกิจ นำมาตรฐาน กฎระเบียบใหม่ ๆ ของภาคอุตสาหกรรมระดับสากล คือ ISO 26000, CSR-DIW และการพัฒนาสู่ CSR 4.0 คือ การเชื่อมประสานงาน CSR ในฝ่ายต่างๆ ในองค์กร และองค์กรภาคีเครือข่ายภายนอก ด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และ การใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และขององค์กรสหประชาชาติ SDGs

ด้วยหลักการของ CG/CSR ดังกล่าวเป็นพื้นฐาน เมื่อนำมาพิจารณากับยุทธศาสตร์ขององค์กร อ.ส.ค. ฉบับใหม่ เพื่อพัฒนาสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ มีความสามารถในการแข่งขัน และก้าวสู่การเป็นองค์กรนมแห่งชาติ ยุทธศาสตร์ ทั้ง 5 ด้าน มีใจความดังต่อไปนี้

1. สร้างความมั่นคง ยั่งยืน และความภาคภูมิใจให้อาชีพเกษตรกรโคนม
2. พัฒนาอุตสาหกรรมนมแบบครบวงจร ตามมาตรฐานสากล เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดอย่างเข้าถึงใจผู้บริโภค
4. การวิจัยพัฒนา ถ่ายทอดเทคโนโลยี และนวัตกรรม สำหรับอุตสาหกรรมนมของประเทศ
5. องค์กรแห่งความเป็นเลิศที่ยั่งยืน ด้วยทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และธรรมาภิบาล บนรากฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

## บทที่ 2

### ข้อมูลสำคัญประกอบการวิเคราะห์และจัดทำแผนแม่บท CSR (ประจำปี 2566-2570) และแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2566

ฝ่ายอำนวยการ ได้ดำเนินการทบทวนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ CSR ของ อ.ส.ค. โดยนำข้อมูลที่สำคัญที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนงาน CSR ขององค์กรมาประกอบการวิเคราะห์และปรับปรุงแผนแม่บท CSR ดังนี้

#### 2.1 แผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ประจำปี 2566-2570 (สำหรับปี พ.ศ. 2566)

ในปีงบประมาณ 2566 อ.ส.ค. ได้มีการทบทวนแผนวิสาหกิจ ประจำปี 2566-2570 ในบางส่วน ซึ่งมีประเด็นด้าน CSR ที่จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นปัจจัยในการทบทวนการทำแผนแม่บท CSR

#### วิสัยทัศน์องค์กร

“พัฒนาอุตสาหกรรมโคนมเพื่อชีวิตที่ดีกว่า”

**วิสัยทัศน์ (Vision)**  
แผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ปี 2566-2570

“พัฒนาอุตสาหกรรมโคนม เพื่อชีวิตที่ดีกว่า”  
*Dairy Industrial Development for a Better Life*

▲ **ตัวชี้วัดวิสัยทัศน์**

- จำนวนเกษตรกรโคนมที่ผ่านเกณฑ์ Smart Farmer
- จำนวนโรงงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล
- จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ (ผลิตภัณฑ์นม และธุรกิจต่อเนื่อง)
- EBITDA
- คะแนนตัวชี้วัดด้านกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers)

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) DAIRY FARMING PROMOTION ORGANIZATION OF THAILAND (DPO)

รูปภาพที่ 3 : วิสัยทัศน์นมแห่งชาติภายในปี 2566-2570

## นิยามวิสัยทัศน์

“อ.ส.ค. มุ่งมั่นให้องค์กรมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน ภายใต้หลักการ BCG โดยยกระดับความสามารถเกษตรกรโคนมไทยให้ดำรงอาชีพอย่างมั่นคง ด้วยการสร้างนวัตกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมโคนมให้แบรนด์ไทย-เดนมาร์กเป็นที่หนึ่งในใจคนไทย เพื่อส่งมอบคุณค่าให้คนไทยมีสุขภาพดีด้วยผลิตภัณฑ์จากนมโคสดแท้ 100% ของเกษตรกรไทยตลอดไป”

## ตัวชี้วัดวิสัยทัศน์

1. จำนวนเกษตรกรโคนมที่ผ่านเกณฑ์ Smart Farmer
2. จำนวนโรงงานที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล
3. จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ (ผลิตภัณฑ์นมและธุรกิจที่ต่อเนื่อง)
4. EBITDA
5. คะแนนตัวชี้วัดด้านกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers)

## พันธกิจ

1. ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมให้เป็นอาชีพแก่เกษตรกรไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน มาตรา 7 (1) (ก)
2. เป็นศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาด้านอุตสาหกรรมโคนม มาตรา 7 (1) (ข) (ค) (ง)
3. พัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมโคนมให้ครบวงจร รวมทั้งธุรกิจที่ต่อเนื่อง มาตรา 7 (1) (ฉ) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ อ.ส.ค. มาตรา 7 (1) (จ) (2) (ก) (ข) (ค)

## ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

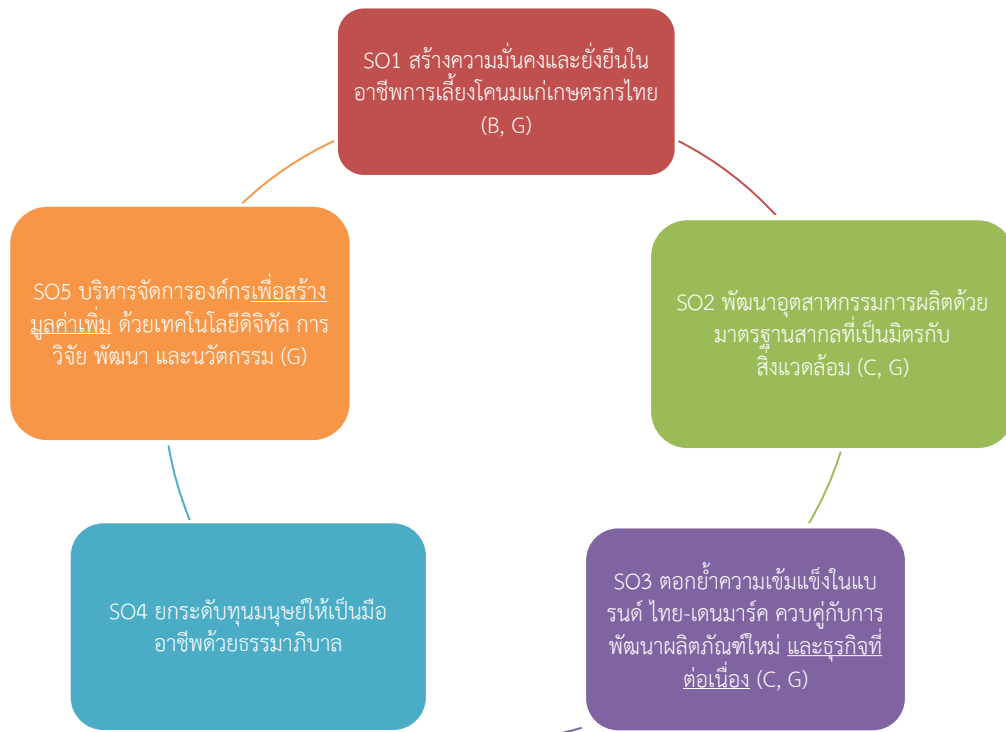
ค่านิยม อ.ส.ค. : *องค์กรแห่งความสุขที่ส่งเสริมและยกระดับความรู้ด้วยคุณภาพระดับมืออาชีพ*  
วัฒนธรรมองค์กร : *เพื่อสนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรม 4 ด้าน ประกอบด้วย*

1. รู้และรับผิดชอบ
2. ส่งมอบสิ่งที่มีคุณค่า
3. พัฒนาอย่างต่อเนื่อง
4. เน้นเรื่องธรรมาภิบาล

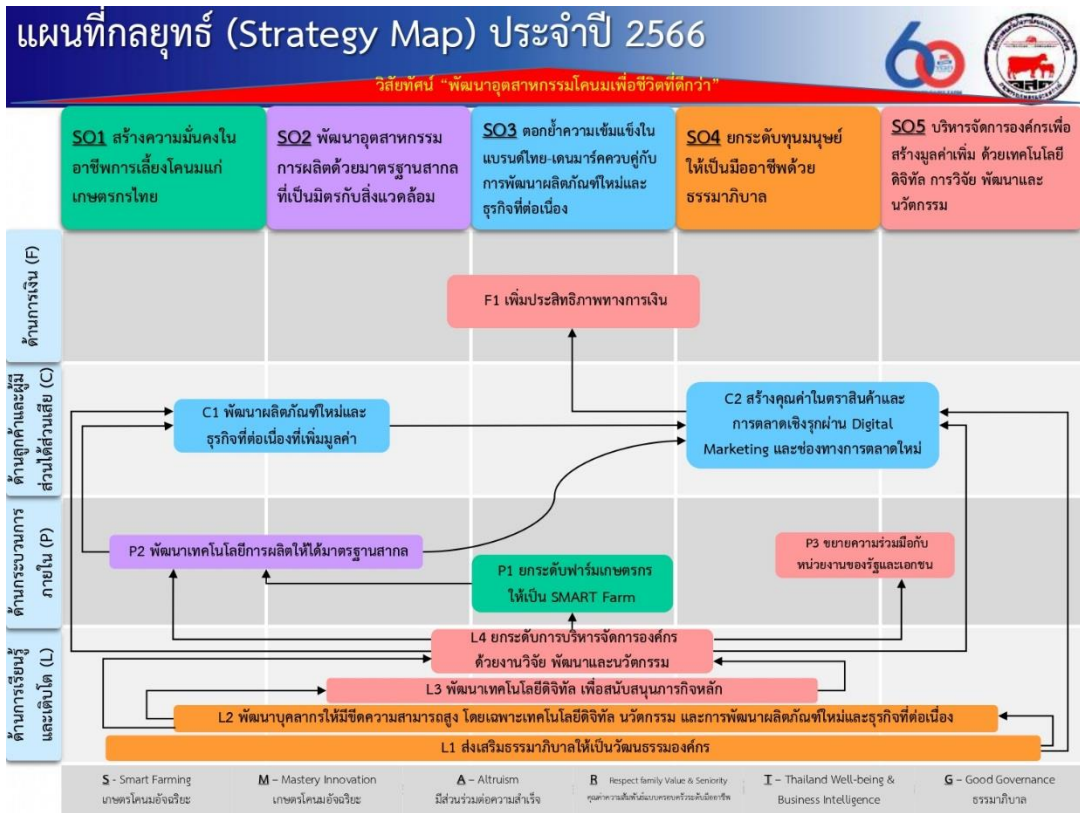


## ประเด็นยุทธศาสตร์

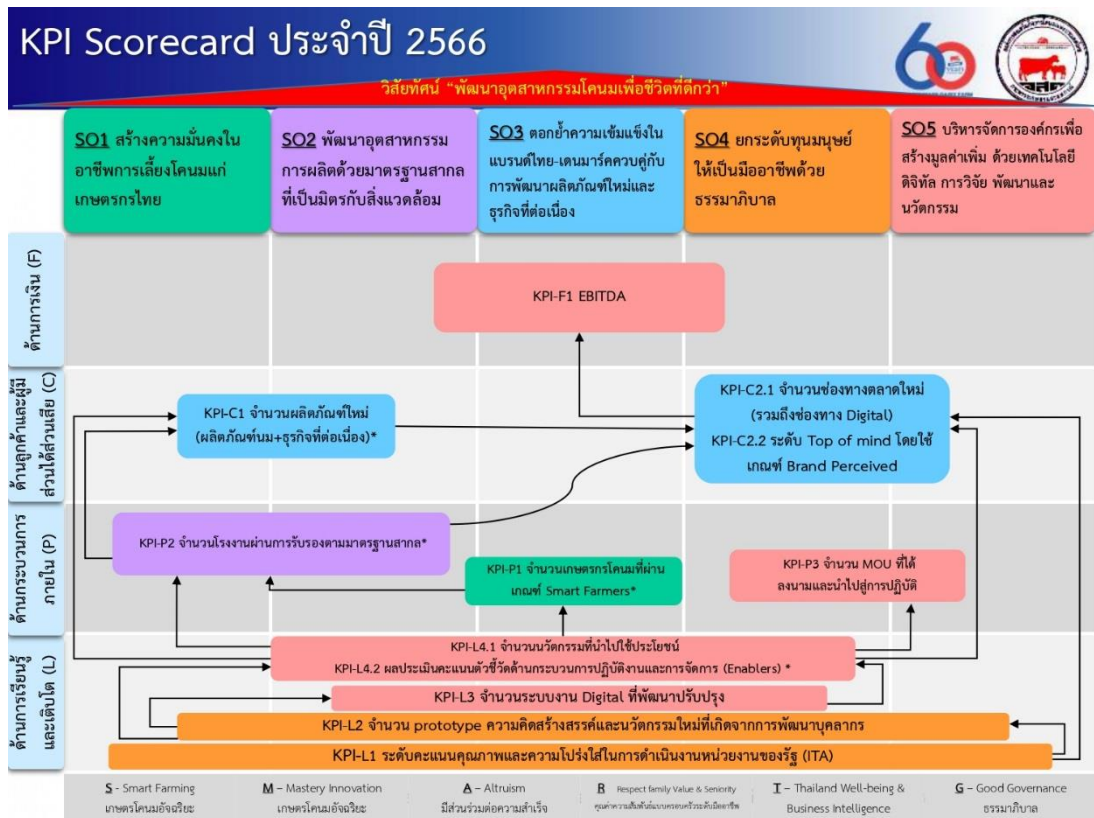
- ยุทธศาสตร์ที่ 1 SO1 สร้างความมั่นคงและยั่งยืนในอาเซียนการเลี้ยงโคนมแก่เกษตรกรไทย (B, G)
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 SO2 พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตด้วยมาตรฐานสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (C, G)
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 SO3 ตอกย้ำความเข้มแข็งในแบรนด์ ไทย-เดนมาร์ค ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และธุรกิจที่ต่อเนื่อง (C, G)
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 SO4 ยกระดับทุนมนุษย์ให้เป็นมืออาชีพด้วยธรรมาภิบาล
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 SO5 บริหารจัดการองค์กรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การวิจัย พัฒนา และนวัตกรรม (G)



รูปภาพที่ 4 แผนภาพประเด็นยุทธศาสตร์



รูปภาพที่ 5 แสดงแผนที่กลยุทธ์ (Strategy map) ประจำปี 2566



รูปภาพที่ 6 แสดงแผนกลยุทธ์ (KPI Scorecard) ประจำปี 2566

## 2.2 ยุทธศาสตร์ อ.ส.ค. ระยะ 20 ปี (2560 - 2579)

ในปีงบประมาณ 2566 อ.ส.ค. ได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์ 20 ปี เพื่อเป็นกรอบทิศทางในการขับเคลื่อนองค์กรในระยะยาวเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ซึ่งการทบทวนแผนแม่บท CG จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นปัจจัยในการทบทวนแผน

## 2.3 ผลการประเมินสถานภาพการบริหารงานองค์กร อ.ส.ค.

การประเมินโดยบริษัท TRIS (ประจำปี 2564) ที่มีผลการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำองค์กรได้มีการแจ้งผลการประเมินงาน อ.ส.ค. ซึ่งมีการประเมินลดลง แต่อย่างไรก็ตามประเด็นด้านการบริหารจัดการองค์กรในส่วนของด้านการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร ผลการประเมินได้รับคะแนน 2.1652 และ TRIS ได้ตั้งข้อสังเกตของคณะกรรมการกำกับดูแลการบริหารจัดการองค์กรไว้ดังนี้

1. รัฐวิสาหกิจที่มีการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนแล้ว ต้องมุ่งเน้นการนำนโยบายและแนวปฏิบัติไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม (Deploy) เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด
2. รัฐวิสาหกิจควรกำหนดแนวทางในการส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณจรรยาบรรณ (Code of Conduct) อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เช่น การอบรม การจัดกิจกรรม CG DAY เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างให้บุคลากรมีพฤติกรรมจรรยาบรรณที่สอดคล้องกับ Code of Conduct รวมทั้งควรมีการสำรวจการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายหลังจากเผยแพร่คู่มือจรรยาบรรณ และจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านจรรยาบรรณ เพื่อให้รัฐวิสาหกิจนำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้ปรับปรุงกิจกรรมให้บุคลากรมีพฤติกรรมด้านจรรยาบรรณที่ดี
3. การประชุมคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจต้องมีวาระติดตามการดำเนินงานตามข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ/มติคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ เพื่อให้ทราบถึงความคืบหน้าในการดำเนินงานที่คณะกรรมการรัฐวิสาหกิจได้มอบหมายให้ฝ่ายบริหารไปดำเนินการ
4. รัฐวิสาหกิจต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน โดยการทำความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการการดำเนินงานและขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม

## 2.4 นโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมโคนมเพื่อชีวิตที่ดีกว่า

คณะกรรมการองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ยึดมั่นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งในกระบวนการ และกิจกรรมเสริมสร้างสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR in process & CSR after process) เทียบเท่ากับหลักการสากลตามแนวทาง ISO 26000 และปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals (SDGs) จึงกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงาน อ.ส.ค. ทุกคนยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติการดำเนินงานตามภารกิจบนพื้นฐานของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและภายใต้หลักการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Model) โดยสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กรสอดคล้องตามนโยบายนมแห่งชาติและคำขวัญ “รักนม รักฟาร์ม สืบสาน รักษา ต่อยอดโคนมอาชีพพระราชทาน สู่ความยั่งยืน” และรายงานผลการดำเนินงาน ด้วยมาตรฐาน GRI Standard ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Organizational governance) โดยดำเนินกิจการและพัฒนาธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ประกอบกิจการด้วยความซื่อสัตย์สุจริตต่อต้านการทุจริต คอรัปชั่น และการให้สินบนทุกรูปแบบ อ.ส.ค. ดำเนินงานอย่างโปร่งใส เปิดเผย ตรวจสอบได้และปฏิบัติตามมาตรฐานการกำกับดูแลที่ดี และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ประเทศชาติชุมชนและสังคม พนักงานลูกค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้ หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงการผูกขาดและการดำเนินกิจการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน

2. การเคารพสิทธิมนุษยชน (Human rights) โดยตระหนักถึงความสำคัญต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนของบุคคลทุกคน โดยปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ปราศจากการเลือกปฏิบัติ สนับสนุน ส่งเสริมสิทธิมนุษยชน หลีกเลี่ยงการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน

3. การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor practices) โดยปฏิบัติต่อพนักงานภายในองค์กรอย่างเป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตามสิทธิที่พนักงานพึงได้รับตามกฎหมายและหลักจริยธรรม โดยการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

4. การดูแลสิ่งแวดล้อม (The environment) โดย อ.ส.ค. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักและให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมโคนม และบริการ มีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนากระบวนการผลิต สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น มีการกำหนดเป้าหมายการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า และลดการใช้พลังงานธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา การส่งเสริมการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

5. การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม (Fair Operating practices) โดย อ.ส.ค. ได้ให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้เสียภายใน ได้แก่ พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ ชุมชน สังคม ภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจได้ว่า สิ่งจำเป็นพื้นฐานของผู้มีส่วนได้เสียเหล่านี้ได้รับการคุ้มครอง และดูแลเป็นอย่างดีตามข้อกำหนดกฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียได้รับความเสียหายจากการละเมิดสิทธิ

6. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Consumer issues) โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และให้บริการที่รับผิดชอบต่อผู้บริโภค

7. การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community involvement and development) โดยการพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนที่สำคัญของ อ.ส.ค. เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมโดยยึดแนวทางให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานกับ อ.ส.ค.

เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจองค์กรจึงจะต้องดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมโคนมอย่างยั่งยืน โดยก่อให้เกิดผลต่อ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และสุขภาพ กล่าวคือ

#### 1. พัฒนาการผลิต และงานบริการ

การผลิต : อ.ส.ค. จะส่งเสริมและยกระดับน้ำนมคุณภาพสูง (Premium) เป็นคุณค่าที่ยั่งยืนสู่สังคมไทยให้เข้มแข็ง สร้างงานวิจัยและนวัตกรรมผลิตน้ำนม ที่มีคุณภาพสูง อย่างต่อเนื่องโดยรักษาความสมดุลระหว่างทรัพยากรมนุษย์และเครื่องจักรกลที่นำความทันสมัยมาสู่กระบวนการเลี้ยง ผลิตนม หรือการตลาด เพื่อคุณภาพชีวิต

สร้างสุขภาวะที่ดีแก่ประชากรไทย การผลิตน้ำนมที่เน้นการอนุรักษ์พลังงาน ต้นทุนเหมาะสม ลดของเสียจากกระบวนการผลิต กระบวนการบำบัดน้ำเสียที่พัฒนาและปรับปรุงให้มีความปลอดภัยสูงกว่ามาตรฐานที่อุตสาหกรรมกำหนด สร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการผลิตน้ำนมให้มีคุณค่า และมูลค่าอย่างยั่งยืน

งานบริการ : การเปิดกว้างทางความคิด ทั้งพนักงาน ผู้ใช้บริการ พร้อมมอบองค์ความรู้เรื่องระบบการบริหาร การเลี้ยงโคนม และการผลิตน้ำนม ให้มีคุณภาพ การบริหารการขนส่งยุคใหม่ เน้นความรวดเร็วความทั่วถึงในการขนส่ง ผ่านกิจกรรมและระบบ IT ที่พัฒนาในรูปแบบ อ.ส.ค. Application & อ.ส.ค. Call Center เพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ พร้อมพัฒนาดัชนีการวัดผลงานเป็นตัวเลขอย่างเป็นรูปธรรมให้ก้าวทันต่อการปรับตัวขององค์กรในปัจจุบัน

2. เสริมสร้างจิตสำนึก ทักษะ ความสามารถของพนักงาน อ.ส.ค. ให้เกิดความเข้าใจ เข้าถึงที่ชัดเจน ลงพื้นที่ชุมชนรับฟังความคิดเห็น ให้คำปรึกษา สร้างวินัยจิตอาสาพร้อมขยายเครือข่าย ผ่านกิจกรรม และการพัฒนา มาตรฐาน CSR-DIW เพื่อสร้างสรรค CSR New Model ด้วยแรงบันดาลใจ แรงจูงใจ ส่งเสริมให้ตระหนักถึงคุณค่าตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรมโคนม ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ อันเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จขององค์กร

3. ประยุกต์ความเชี่ยวชาญขององค์กร พัฒนาคุณภาพวงจรการผลิต และการตลาดน้ำนม การบริหาร ความเสี่ยงเรื่องแหล่งน้ำสำรองเพื่อมิให้เกิดภาวะขาดแคลนน้ำอันมีต้นเหตุจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก

4. พัฒนาระบบกำกับงาน โครงสร้างการอัตรากำลัง และนวัตกรรม ส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนจากกิจกรรม CSR สู่ Sustainable Development (SD) สร้างเครือข่าย SD ในกลุ่มผู้ร่วมงานของ อ.ส.ค. ทั้งภายในองค์กร และความสัมพันธ์กับองค์กรภายนอก ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม สู่สมดุลใหม่

5. ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนของอุตสาหกรรมน้ำนมให้ถูกนำมาใช้ในวงกว้าง Circular Economy อุปกรณ์ที่ประกอบในการบริโภคนม ร้านค่านม สร้างกิจกรรม 7R ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก กำจัดฝุ่นละออง pm 2.5 การบำบัดน้ำเสีย รวมถึงการนำน้ำนมที่สูญเสียจากกระบวนการผลิตหรือนำกล่องผลิตภัณฑ์นม หลังจากดื่มแล้วเก็บพบบารีไซเคิลกลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ เช่น ผลิต แอลกอฮอล์จากน้ำนมที่หมดอายุ ปู่ที่แปรรูปจากน้ำนม หลังคาเขียว และวัสดุเหลือใช้จากการผลิต นำมาแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ ระบบนิเวศน์ ดิน น้ำ ป่า พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ พร้อมสืบสาน ถิ่นทอดกระบวนการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่ความยั่งยืน

## 2.5 เกณฑ์และแนวทางระบบการประเมินผลของรัฐวิสาหกิจ ในหัวข้อด้านการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร (Corporate Governance & Leadership)

ในอนาคตอันใกล้ อ.ส.ค.มีแนวโน้มการเข้าสู่ระบบการประเมินการดำเนินงานตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ ซึ่ง อ.ส.ค. เป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมงานด้าน CG/CSR ให้มีความพร้อม ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาความต้องการด้าน

**2.6 Best Practice CSR** มินการดำเนินงานตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ ซึ่งการทบทวนแผนแม่บท CG/CSR ขององค์กรรัฐวิสาหกิจเพื่อนำมาเป็นปัจจัยในการทบทวนแผน

ในปี 2566 อ.ส.ค. ได้จัดให้มีแผนศึกษาหน่วยงานภายนอกและได้จัดให้มีการประชุมสังยุจร CG/CSR เป็นการเปิดให้ผู้บริหารได้รับทราบข้อมูลของหน่วยงานในระดับสำนักงานภูมิภาค รับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะด้าน

รวมถึงแนวทางการดำเนินการ CSR ที่ดี มาเป็นขยายผลให้เกิดกับหน่วยงานภายในองค์กร สามารถถอดบทเรียนเป็นต้นแบบด้านการก่ดการ CSR

## 2.7 แผนงานที่สำคัญของ อ.ส.ค.

1. แผนการตลาดและการขาย
2. แผนส่งเสริมการเลี้ยงโคนม
3. แผน CG/CSR
4. แผนพัฒนาบุคลากร
5. แผนกลยุทธ์การตรวจสอบ
6. แผนแม่บท TPM
7. แผนวิจัยและพัฒนา
8. แผนแม่บทด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ อ.ส.ค.
9. แผน Digital Transformation

## 2.8 ประกาศ อ.ส.ค.เรื่อง ข้อตกลง (เจตนารมณ์) อ.ส.ค.

การเป็นองค์กรคุณธรรมโดยยึดในหลักธรรมทางศาสนาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา

## 2.9 ประกาศ อ.ส.ค.เรื่อง เจตจำนงการบริหารงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีคุณธรรม

โดยให้ความร่วมมือทุกภาคส่วนในการป้องกันปราบปรามการทุจริตในทุกกระดับ โดยยึดประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ ด้วยความสุจริต ถูกต้อง ยุติธรรม และยึดมั่นในคุณความดี

## 2.10 กฎบัตรปี 2566

ดำเนินการตามกฎบัตร CG/CSR ที่ทบทวนและประกาศ โดยคณะอนุกรรมการ CG/CSR

## 2.11 คู่มือ CG/CSR

ดำเนินการตามคู่มือ CG/CSR

2.12 แผนงาน/ผลการดำเนินการด้าน CSR ปี 2566 (เดือนตุลาคม 2565 - กันยายน 2566)

ยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
<p>-ยุทธศาสตร์ที่ 1 CSR กับเกษตรกร/สหกรณ์</p> <p>1. ยกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มพี่เลี้ยงสร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปัน</p>	<p>1. ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ถ่ายทอดองค์ความรู้จากการพัฒนาฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเป็น Smart Farmer และยกระดับเป็นฟาร์มพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกรรายอื่นรับทราบ หรือเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ให้กับเกษตรกรทั่วไปได้นำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงฟาร์มของตนเอง</p> <p>2. ฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ มีระบบจัดการฟาร์มโคนมที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผ่านเกณฑ์การประเมิน Smart Farmer และเกณฑ์ประเมินมาตรฐานตัวชี้วัดคุณสมบัติและยกระดับเป็นฟาร์มโคนมพี่เลี้ยง สามารถแก้ปัญหา พัฒนา ยกระดับฟาร์มให้เป็นฟาร์มพี่เลี้ยง และสามารถเป็นพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกรรายอื่นได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝ่ายวิจัยและพัฒนา การเลี้ยงโคนม</li> <li>• ทุกสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค</li> </ul>
<p>2. พัฒนาสหกรณ์โคนมเป็นสหกรณ์ต้นแบบด้านพัฒนาคุณภาพน้ำนมดิบ</p>	<p>1. ดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้ด้านคุณภาพและองค์ประกอบน้ำนมดิบ การเพิ่มประสิทธิภาพความต้องการอาหารชั้นและอาหารหยาบ (R:C Ratio) ในโคนม และด้านสุขศาสตร์การรีดนมที่เหมาะสมรวมถึงการบำรุงรักษาระบบเครื่องรีดนม</p> <p>2. นักส่งเสริม อ.ส.ค. ลงพื้นที่ฟาร์มสมาชิกสหกรณ์ฯ แก้ไขปัญหาคุณภาพน้ำนมดิบ โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตรวจสอบระบบเครื่องรีดนมและการจัดการฟาร์มสมาชิกสหกรณ์ฯ</li> <li>- ส่งเสริม อ.ส.ค. เป็นผู้ประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่สหกรณ์ฯ และสมาชิกสหกรณ์ฯ ในการคัดกรองโรคเต้านมอักเสบในโคนม หรือคุณภาพน้ำนมดิบรวมของสหกรณ์ฯ ที่มี SCC <math>\geq</math> 500,000 เซลล์/มิลลิลิตร ด้วยวิธีการตรวจน้ำยา CMT เพื่อปฏิเสธการรับซื้อน้ำนมดิบรายถัง (Reject)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝ่ายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม</li> <li>• สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคใต้</li> </ul>

ยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
<p>-ยุทธศาสตร์ที่ 2 CSR กับ โรงงาน</p> <p>3. ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) (โครงการพัฒนากับชุมชนรัศมี 5 กม. รอบ ๆ โรงงานจากการสานเสวนาปีละครั้ง)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลดผลกระทบจากการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรม การขององค์กรต่อข้อร้องเรียนที่เกิดจาก ชุมชนรอบข้าง สำนักงาน รัศมี 5 กม.</li> <li>2. นำหลักปฏิบัติด้าน CSR-DIW Continuous มาใช้เป็นหลักในการดำเนินงาน ของสำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง เพื่อให้เกิดการยอมรับ จากชุมชน สังคม และอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุขและยั่งยืน</li> <li>3. ยกระดับมาตรฐานโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว</li> <li>4. ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รอบชุมชนรอบข้างสำนักงาน อ.ส.ค. ในรัศมี 5 กิโลเมตร</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ทุกสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค</li> </ul>
<p>-ยุทธศาสตร์ที่ 3 CSR กับ ลูกค้า/ผู้บริโภคร</p> <p>4. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพตัวแทนจำหน่าย (Dealer Management)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดให้ความรู้กับพนักงานขายนมพาสเจอร์ไรส์ ไทย-เดนมาร์ก ที่เป็นตัวแทนของแต่ละศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตรัง ภูเก็ต และพัทลุง เพื่อให้มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและพร้อมที่จะเติบโตไปกับแบรนด์ ซึ่งหลักสูตรการอบรมว้าวแดง อคาเดมี่ จะใช้เวลาในการอบรมเป็นระยะเวลา 1 วัน เพื่อให้หนุ่มสาวว้าวแดง ได้เข้าใจถึงแนวทางการปฏิบัติทั้งภาคทฤษฎี พร้อมทั้งมอบประกาศนียบัตรสำหรับผู้ผ่านอบรม และมีการจัดกิจกรรมภาคสนามให้กับศูนย์ฯ จังหวัดนครศรีธรรมราชในรูปแบบโรดโชว์ โดยจะนำขบวนรถขายผลิตภัณฑ์ไทย-เดนมาร์ก ตกแต่งให้สวยงามพร้อมทั้งทีมงาน Sales Force ที่จะลงพื้นที่แนะนำผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับ End User และยังมี การแนะนำธุรกิจตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้ที่สนใจ จะมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวไทย-เดนมาร์กโดยจะมีสาวว้าวแดงจากทั้ง 4 จังหวัด ประมาณ 50 คน</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝ่ายการตลาดและการขาย</li> </ul>



ยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
<p>-ยุทธศาสตร์ที่ 4 CSR กับนวัตกรรม</p> <p>5. Least Waste</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างสังคมลดขยะเป็นศูนย์ (Least Waste) เพื่อลดขยะกล่องนมในประเทศไทย ที่จะถูกกำจัดทิ้ง แปรเปลี่ยนเป็นขยะรีไซเคิล</li> <li>2. นำกล่องนม เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลประเภทต่างๆ และแผ่นหลังคา Green Roof</li> <li>3. มอบผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิลประเภทต่างๆ และแผ่นหลังคา Green Roof ให้กับเครือข่ายชุมชน โรงเรียน ใกล้เคียงโรงงานผลิตนมของ อ.ส.ค.</li> <li>4. สร้างจิตสำนึกแก่ผู้บริโภคเรื่องการแยกจัดเก็บกล่องเครื่องดื่มใช้แล้วมารีไซเคิล รวมถึงดูแล พัฒนาระบบจัดเก็บ และรีไซเคิลให้มีประสิทธิภาพ</li> <li>5. รวบรวมกล่องนมจากโครงการ “ดื่มปี๊บ ลุ้นรับโชค กับนมไทย-เดนมาร์ค ยูเอชที” เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ผลิตวัสดุอุปกรณ์จากกล่องนมรีไซเคิล มอบให้กับเครือข่ายชุมชน โรงเรียน ใกล้เคียงโรงงานผลิตนมของ อ.ส.ค.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝ่ายการตลาดและการขาย</li> </ul>
<p>6. IT Corporate Social Responsibility (IT CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างการรับรู้ของพนักงานภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในเรื่องของช่องทางกรรเรียน คู่มือกฎหมายและระเบียบ รวมถึงข่าวและกิจกรรมของ CSR ผ่านช่องทางออนไลน์</li> <li>2. ลงข้อมูลข่าวสารกิจกรรมด้าน CSR ผ่านช่องทางเว็บไซต์ อ.ส.ค.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝ่ายอำนวยการ</li> </ul>

ยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
<p>-ยุทธศาสตร์ที่ 5 CSR กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>7. ท่องเที่ยวยั่งยืน</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังสถานศึกษา หน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป ได้รับประสบการณ์และเรียนรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในอาชีพการเลี้ยงโคนมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ผ่านเส้นทางท่องเที่ยวยั่งยืนของฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค</li> <li>2. สนับสนุนการสร้างงาน อาชีพ สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ชุมชนโดยรอบ ของการประกอบกิจการอุตสาหกรรมนมไทย – เดนมาร์ค</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝ่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร</li> </ul>
<p>-ยุทธศาสตร์ที่ 6 CSR กับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG)</p> <p>8. ฟาร์มอินทรีย์สู่ผลิตภัณฑ์ Organic และผลิตภัณฑ์ Premium</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์อแกนิกแบบขวดแก้ว ผสมวิตามินรวม รสมัลเบอร์รี่</li> <li>2. เป็นทางเลือกเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์แบรนด์ไทย-เดนมาร์ค และเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภคที่เน้นอาหารเพื่อสุขภาพ</li> <li>3. คิดค้น พัฒนาสูตรต้นแบบและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ ผสมวิตามินรวม รสมัลเบอร์รี่ในระดับห้องปฏิบัติการ R&amp;D</li> <li>4. วิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ ผสมวิตามินรวม รสมัลเบอร์รี่ เบื้องต้น</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• กองวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง</li> </ul>
<p>9. Eco efficiency</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ดำเนินงานตามแนวทางการดำเนินการวัดและประเมินในเรื่องของประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ตามแนวปฏิบัติที่ดี ISO 14045 ตามเกณฑ์การประเมินแผนงานฯ ของ สคร.ได้ และมีความพร้อมเบื้องต้นในการติดตามผลการดำเนินงาน เพื่อนำผลสู่การปรับปรุงการดำเนินงานในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจที่องค์กรให้ความสนใจ 3) เพื่อให้ความรู้ในการเตรียมความพร้อมในการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ผลิตภัณฑ์</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง</li> </ul>

ยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
10.พลังงานทดแทน (Solar Roof)	1. อ.ส.ค.ร่วมกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ได้มีการลงนาม สัญญาจัดทำโครงการ Solar Roof แล้ว	• สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง
11. ศึกษารูปแบบเศรษฐกิจ หมุนเวียนเพื่อการจัดการของ เสียในฟาร์มโคนมและการ พัฒนาที่ยั่งยืน	<p>1. ดำเนินการการทำปุ๋ยหมักจากมูลโคและเศษฟาง โดยใช้มูลโคที่เหลือบนลานดิน สับเศษฟางหรือเศษหญ้าที่ เหลือกินในโรงอาหารโคนมหรือวัสดุรองนอนเป็นท่อนสั้นๆ เพื่อให้ย่อยสลายเร็วขึ้น แล้วกองให้เป็นชั้นๆ ราดน้ำให้ชุ่ม แล้วเอาปุ๋ยคอกโรยทับให้ทั่ว หมักทิ้งไว้ 2 เดือนจนกว่าซาก พืชจะเปื่อยผุหมดทั้งกอง ในเวลา 2 เดือน เมื่อปุ๋ยใช้ได้ สังเกตจากความร้อนในกองจะใกล้เคียงกับความร้อนของ อากาศ ปุ๋ยหมักจะเป็นสีน้ำตาลแก่ เอาตระแกรงร่อนปุ๋ย หมักทำเป็นปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ โดยมีการเก็บข้อมูลด้าน ต้นทุนการผลิตปุ๋ยต่อกิโลกรัม</p> <p>2. การเพาะเห็ดฟางจากเศษฟางที่ใช้เลี้ยงโค ในฟาร์ม เกษตรกร โดยนำเศษฟางแช่น้ำ 1 คืน นำหัวเชื้อเห็ดฟาง 1 ก้อน แบ่งเป็น 3 กอง เพาะได้ 3 ตะกร้า ด้วยวิธีอัดฟางลง กันตะกร้ากดให้แน่น สูง 1 ฝ่ามือใส่ อาหารเสริมผสมน้ำพอ ขึ้น โรยหัวเชื้อให้ชิดขอบตะกร้า โดยโรยเชื้อเห็ดฟาง 1 ส่วนทับบนอาหารเสริม เสร็จชั้นที่ 1 และ ทำชั้นที่ 2 และ 3 เหมือนชั้นที่ 1 ส่วน ชั้นบนสุด โรยอาหารเสริมเต็มหน้า ตะกร้า โรยเชื้อให้ทั่วกลบด้วยอาหารเสริมอีกครั้ง เก็บ ตะกร้าเพาะเห็ดบนพื้นดิน ใต้ร่มไม้หรือร่มสนิท วางซ้อน ตะกร้า เป็นรูปสามเหลี่ยม แนวยาว 1 แถว หรือ 2 แถว รด น้ำที่พื้นดินให้เปียกแฉะ จะได้ความชื้นจากการระเหยของ น้ำที่ดิน คลุมด้วยพลาสติก ทับด้วยฟางแห้ง หรือแกลบ ปล่อยทิ้งไว้ 3 คืน เมื่อ ครบ 3 คืน เปิดระบายอากาศตรง กลาง แล้วคลุมไว้เหมือนเดิม อีก 7-10 วันเก็บผลผลิตได้ โดยมีการเก็บข้อมูลด้านต้นทุนการผลิตเห็ดฟางต่อกิโลกรัม</p>	• ฝ่ายวิจัยและพัฒนา การเลี้ยงโคนม

## บทที่ 3

### การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ด้าน CSR

ประเมินสถานการณ์องค์กร สมรรถนะของทรัพยากรภายใน (S กับ W)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
S1 ผลิตภัณฑ์นมผลิตจากนมโคสดแท้ 100 % และไม่ผสมนมผง โดยรับซื้อจากเกษตรกรไทย	W1 มีความเสี่ยงในการบริหารจัดการปริมาณน้ำนมดิบไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
S2 ตราสินค้าไทย-เดนมาร์ก เป็นแบรนด์และยอดขายอันดับ 1 ในกลุ่ม General Milk ที่ผู้บริโภควางใจ	W2 ระบบการขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายสู่ผู้บริโภค (Dealer Management System) ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่
S3 มีระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งมีโรงงานผลิตภัณฑ์นมครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 4 ภาค ทำให้ใกล้แหล่งวัตถุดิบและได้ประโยชน์ต่อการขนส่งผลิตภัณฑ์นมถึงตัวแทนจำหน่าย	W3 การส่งเสริมให้บุคคลมีความคิดสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การทำงานวิจัย และนวัตกรรม ไปใช้ประโยชน์ยังไม่ทันความต้องการขององค์กร (NEW)
S4 เป็นอุตสาหกรรมโคนมครบวงจร	W4 โครงสร้างองค์กร ระบบงาน และบุคลากรยังไม่สามารถรองรับการทำงานรูปแบบ Digital Marketing และช่องทางการตลาดใหม่แบบมีอาชีพ (NEW)
S5 เป็นศูนย์กลางขององค์ความรู้ในด้านการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม	W5 ระบบสารสนเทศยังขาดการเชื่อมโยง เพื่อวางแผนวิเคราะห์ คาดการณ์ผล และการตัดสินใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านสถานการณ์ภายใน (Internal Situation)

ด้านสถานการณ์ภายนอก (External Situation)

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<p>O1 แนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า ความแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า ต้องการบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและความงาม</p> <p>O2 แผนยุทธศาสตร์ และนโยบายของภาครัฐ มุ่งเน้นแนวคิด BCG และนโยบายของภาครัฐ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจหลักของ อ.ส.ค. ช่วยสนับสนุนภารกิจหลักของ อ.ส.ค.</p> <p>O3 รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในทุกภาคส่วนทั้งภาคการเกษตรอุตสาหกรรม และการพัฒนาองค์กร</p> <p>O4 อ.ส.ค. มีโอกาสในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชน ในด้านต่างๆ เช่น การวิจัยและพัฒนาการผลิต การบริหารจัดการองค์กร และนวัตกรรม (New)</p>	<p>T1 ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวส่งผลกระทบต่อการซื้อขายของผู้บริโภค (New)</p> <p>T2 ผลกระทบโรคอุบัติใหม่ ที่มีผลกระทบต่อคนและโคนมทำให้ส่งผลกระทบต่อภาวะอุตสาหกรรม รวมทั้ง อ.ส.ค. ที่ต้องบริหารความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้</p> <p>T3 ตลาดนมมีกลไกควบคุม ทั้งราคาน้ำมันดิบ และราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม</p> <p>T4 มาตรการ FTA ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ส่งผลให้ภาษีการนำเข้านมผงเป็น 0% ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของ อ.ส.ค.</p> <p>T5 การแข่งขันของสินค้าทดแทนมีความรุนแรงขึ้น (New)</p>

## 3.1 ตารางการวิเคราะห์กลยุทธ์ CSR ด้วย TOWs Matrix ปี 2566

O: ด้านจุดแข็ง (Strength) ร่วมกับโอกาส (Opportunity)

จุดแข็ง S	โอกาส O	กลยุทธ์ SO
<p>S1 ผลิตภัณฑ์นมผลิตจากนมโคสดแท้ 100 % และไม่ผสมนมผง โดยรับซื้อจากเกษตรกรไทย</p> <p>S2 ตราสินค้าไทย-เดนมาร์ก เป็นแบรนด์และยอดขายอันดับ 1 ในกลุ่ม General Milk ที่ผู้บริโภควางใจ</p> <p>S3 มีระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งมีโรงงานผลิตภัณฑ์นมครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 4 ภาค ทำให้ใกล้แหล่งวัตถุดิบและได้ประโยชน์ต่อการขนส่งผลิตภัณฑ์นมถึงตัวแทนจำหน่าย</p> <p>S4 เป็นอุตสาหกรรมโคนมครบวงจร</p> <p>S5 เป็นศูนย์กลางขององค์ความรู้ในด้านการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม</p>	<p>O1 แนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า ความแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า ต้องการบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและความงาม</p> <p>O2 แผนยุทธศาสตร์ และนโยบายของภาครัฐ มุ่งเน้นแนวคิด BCG และนโยบายของภาครัฐ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจหลักของ อ.ส.ค. ช่วยสนับสนุนภารกิจหลักของ อ.ส.ค.</p> <p>O3 รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในทุกภาคส่วน ทั้งภาคการเกษตรอุตสาหกรรม และการพัฒนาองค์กร</p> <p>O4 อ.ส.ค. มีโอกาสในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชน ในด้านต่างๆ เช่น การวิจัยและพัฒนาการผลิต การบริหารจัดการองค์กร และนวัตกรรม (New)</p>	<p><b>CSR กับเกษตรกร</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ยกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มพีเลี้ยงสร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปัน</li> <li>พัฒนาสหกรณ์โคนมเป็นสหกรณ์ต้นแบบด้านพัฒนาคุณภาพน้ำนมดิบ</li> </ol> <p><b>CSR กับโรงงาน</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) โครงการพัฒนาชุมชนรอบนอกโรงงาน และมาตรฐาน Eco Factory</li> </ol>

## 3.2 ตารางการวิเคราะห์กลยุทธ์ CSR ด้วย TOWs Matrix ปี 2566

ST: ด้านจุดแข็ง (Strength) ร่วมกับอุปสรรค (Threat)

จุดแข็ง S	อุปสรรค T	กลยุทธ์ ST
<p>S1 ผลิตภัณฑ์นมผลิตจากนมโคสดแท้ 100 % และไม่ผสมนมผง โดยรับซื้อจากเกษตรกรไทย</p> <p>S2 ตราสินค้าไทย-เดนมาร์ค เป็นแบรนด์และยอดขายอันดับ 1 ในกลุ่ม General Milk ที่ผู้บริโภควางใจ</p> <p>S3 มีระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งมีโรงงานผลิตภัณฑ์นมครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 4 ภาค ทำให้ใกล้แหล่งวัตถุดิบและได้ประโยชน์ต่อการขนส่งผลิตภัณฑ์นมถึงตัวแทนจำหน่าย</p> <p>S4 เป็นอุตสาหกรรมโคนมครบวงจร</p> <p>S5 เป็นศูนย์กลางขององค์ความรู้ในด้านการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม</p>	<p>T1 ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวส่งผลต่อการซื้อของผู้บริโภค (New)</p> <p>T2 ผลกระทบโรคอุบัติใหม่ ที่มีผลกระทบต่อคนและโคนมทำให้ส่งผลต่อภาวะอุตสาหกรรม รวมทั้ง อ.ส.ค. ที่ต้องบริหารความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้</p> <p>T3 ตลาดนมมีกลไกควบคุมทั้งราคาน้ำมันดิบและราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม</p> <p>T4 มาตรการ FTA ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ส่งผลให้ภาษีการนำเข้านมผงเป็น 0% ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ อ.ส.ค.</p> <p>T5 การแข่งขันของสินค้าทดแทนมีความรุนแรงขึ้น (New)</p>	<p><i>CSR กับลูกค้า/ผู้บริโภค</i></p> <p>4. โครงการส่งเสริมการขายไทย-เดนมาร์ค อคาเดมี่</p>

## 3.3 ตารางการวิเคราะห์กลยุทธ์ CSR ด้วย TOWs Matrix ปี 2566

WO: จุดอ่อน (Weakness) ร่วมกับโอกาส (Opportunity)

จุดอ่อน W	โอกาส O	กลยุทธ์ WO
<p>W1 มีความเสี่ยงในการบริหารจัดการปริมาณน้ำนมดิบไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</p> <p>W2 ระบบการขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายสู่ผู้บริโภค (Dealer Management System) ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่</p> <p>W3 การส่งเสริมให้บุคคลมีความคิดสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงานวิจัย และนวัตกรรม ไปใช้ประโยชน์ยังไม่ทันความต้องการขององค์กร (NEW)</p> <p>W4 โครงสร้างองค์กร ระบบงาน และบุคลากรยังไม่สามารถรองรับการทำงานรูปแบบ Digital Marketing และช่องทางการตลาดใหม่แบบมีอาชีพ (NEW)</p> <p>W5 ระบบสารสนเทศยังขาดการเชื่อมโยง เพื่อวางแผน วิเคราะห์ คาดการณ์ผล และการตัดสินใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>O1 แนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า ความแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า ต้องการบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและความงาม</p> <p>O2 แผนยุทธศาสตร์ และนโยบายของภาครัฐ มุ่งเน้นแนวคิด BCG และนโยบายของภาครัฐ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจหลักของ อ.ส.ค. ช่วยสนับสนุนภารกิจหลักของ อ.ส.ค.</p> <p>O3 รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในทุกภาคส่วนทั้งภาคการเกษตรอุตสาหกรรม และการพัฒนาองค์กร</p> <p>O4 อ.ส.ค. มีโอกาสในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชน ในด้านต่างๆ เช่น การวิจัยและพัฒนาการผลิต การบริหารจัดการองค์กร และนวัตกรรม (New)</p>	<p><i>CSR กับนวัตกรรม</i></p> <p>5. Zyan Dairy</p> <p>6. IT Corporate Social Responsibility (IT CSR)</p>



### 3.4 ตารางการวิเคราะห์กลยุทธ์ CSR ด้วย TOWs Matrix ปี 2565

WT: ด้านจุดอ่อน (Weakness) ร่วมกับอุปสรรค (Threat)

จุดอ่อน W	อุปสรรค T	กลยุทธ์ WT
<p>W1 มีความเสี่ยงในการบริหารจัดการปริมาณน้ำมันดิบไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</p> <p>W2 ระบบการขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายสู่ผู้บริโภค (Dealer Management System) ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่</p> <p>W3 การส่งเสริมให้บุคคลมีความคิดสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การทำงานวิจัย และนวัตกรรม ไปใช้ประโยชน์ ยังไม่ทันความต้องการขององค์กร (NEW)</p> <p>W4 โครงสร้างองค์กร ระบบงาน และบุคลากรยังไม่สามารถรองรับการทำงานรูปแบบ Digital Marketing และช่องทางการตลาดใหม่แบบมีอาชีพ (NEW)</p> <p>W5 ระบบสารสนเทศยังขาดการเชื่อมโยงเพื่อวางแผน วิเคราะห์ คาดการณ์ผล และการตัดสินใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>T1 ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวส่งผลต่อการซื้อของผู้บริโภค (New)</p> <p>T2 ผลกระทบโรคอุบัติใหม่ ที่มีผลกระทบต่อคนและโคนมทำให้ส่งผลกระทบต่อภาวะอุตสาหกรรม รวมทั้ง อ.ส.ค.ที่ต้องบริหารความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้</p> <p>T3 ตลาดนมมีกลไกควบคุมทั้งราคาน้ำมันดิบและราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม</p> <p>T4 มาตรการ FTA ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ส่งผลให้ภาษีการนำเข้านมผงเป็น 0% ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ อ.ส.ค.</p> <p>T5 การแข่งขันของสินค้าทดแทนมีความรุนแรงขึ้น (New)</p>	<p><b>CSR กับสังคม</b></p> <p><b>7. DPO Social Care</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงการอ.ส.ค./บ.ข.ส.พาน้องด้อยโอกาสเที่ยวฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค</li> <li>• โครงการ อ.ส.ค.ส่งเสริม “เยาวชนปลูกป่า</li> <li>• โครงการ Thai-Denmark ส่งเสริมสุขภาพเด็กและผู้สูงอายุ ด้อยโอกาสในสังคม</li> <li>• โครงการธรรมะในฟาร์ม “อ.ส.ค.สร้างสุขสมวัย เพื่อการดูแลตนเองและผู้สูงอายุ”</li> </ul>

### 3.5 สรุปกลยุทธ์ CSR จากการวิเคราะห์ด้วย TOWs Matrix ปี 2566

<p><b>กลยุทธ์ SO :</b></p> <p><b>CSR กับเกษตรกร</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ยกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มที่เลี้ยงสร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปัน</li> <li>พัฒนาสหกรณ์โคนมเป็นสหกรณ์ต้นแบบด้านพัฒนาคุณภาพน้ำนมดิบ</li> <li>Dairy Academy (เกษตรกร/สหกรณ์เข้มแข็ง และนักส่งเสริมมืออาชีพ)</li> </ol> <p><b>CSR กับโรงงาน</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) โครงการพัฒนากับชุมชนรัศมี 5 กม. รอบๆ โรงงานจากการสานเสวนาปีละครั้ง</li> </ol> <p><b>CSR พัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Model)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ฟาร์มอินทรีย์ผู้ผลิตภัณฑ์ Organic และ ผลิตภัณฑ์ Premium</li> <li>Eco Efficiency</li> <li>Solar Roof</li> <li>ศึกษาเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อการจัดการของเสียในฟาร์มโคนมและการพัฒนาที่ยั่งยืน</li> </ol>	<p><b>กลยุทธ์ ST :</b></p> <p><b>CSR กับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ศึกษารูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการจัดการของเสียในฟาร์มโคนมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (เฟส 2)</li> </ol>
<p><b>กลยุทธ์ WO :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Least Waste</li> <li>โครงการ คลังสื่อดิจิทัล อ.ส.ค. ( D.P.O. Digital Media Center)</li> </ol>	<p><b>กลยุทธ์ WT :</b></p> <p><b>CSR กับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ศึกษารูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการจัดการของเสียในฟาร์มโคนมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (เฟส 2)</li> </ol>

อ.ส.ค. เป็นองค์กรคุณธรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่ CSR 4.0 และผลักดันอุตสาหกรรม  
 โคนมเพื่อชีวิตที่ดีกว่า ภายในปี 2570และรวมพลังไทยเป็นหนึ่งสร้างเกษตรกรรมโคนมยั่งยืน

### พันธกิจความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม สืบสาน รักษาต่อยอด โคนมอาชีพพระราชทาน

### ยุทธศาสตร์ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของ อ.ส.ค. ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลตามกรอบ  
 หลักการของ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) ปี 2515, สำนักงานคณะ  
 กรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน CSR การแสดง  
 ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการ (Corporate Social Responsibility in Process : CSR  
 in process ) เป็นแนวปฏิบัติหลักในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มของ  
 อ.ส.ค. เทียบเท่ากับหลักการสากลตามแนวทาง ISO 26000 ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ และเป็นพื้นฐานสำคัญในการ  
 ดำเนินงานตามภารกิจบนพื้นฐานของเศรษฐกิจพอเพียง มีประสิทธิภาพโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นธรรม ยึดมั่น  
 CSR 4.0 ซึ่งมีการบูรณาการโดยใช้ยุทธศาสตร์องค์กรเป็นตัวตั้ง ลดโครงการย่อย ๆ ที่เป็นงานเพิ่มและไม่สอดคล้องกับ  
 ยุทธศาสตร์ และเพิ่มโครงการใหญ่ ๆ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และก่อให้เกิดผลกระทบในมุมกว้างเพื่อตอบสนองตลอด  
 ห่วงโซ่การดำเนินงาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ

# แผนแม่บท CSR ปี 2566-2570 สำหรับปี 2566

อ.ส.ค.รักนม

รักฟาร์ม

สืบสานรักษาต่อยอด โคนมอาชีพพระราชทานสู่ความยั่งยืน

ต้นน้ำ

กลางน้ำ

ปลายน้ำ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 CSR กับเกษตรกร/สหกรณ์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 CSR กับโรงงาน	ยุทธศาสตร์ที่ 3 CSR กับลูกค้า/ ผู้บริโภค	ยุทธศาสตร์ที่ 4 CSR กับนวัตกรรม	ยุทธศาสตร์ที่ 5 CSR กับสังคม	ยุทธศาสตร์ที่ 6 CSR กับการพัฒนา เศรษฐกิจแบบองค์รวม
--	----------------------------------	--	------------------------------------	---------------------------------	--

<p>1. ยกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มที่เลี้ยงสร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปัน</p> <p>ใช้งบประมาณ 350,000.- บาท</p> <p>2. พัฒนาสหกรณ์โคนมเป็นสหกรณ์ต้นแบบด้านพัฒนาคุณภาพน้ำนมดิบ</p> <p>ใช้งบประมาณ 400,000.- บาท</p>	<p>3. ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) โครงการพัฒนาชุมชนรอบนอกโรงงาน และมาตรฐาน Eco Factory</p> <p>งบประมาณ 200,000.- บาท แบ่งเป็น E-Co f ภาคละ 20,000 และ CSR-DIW ภาคละ 20,000</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. สกก. จำนวน 40,000.- บาท</li> <li>2. สกนล. จำนวน 40,000.- บาท</li> <li>3. สกต. จำนวน 40,000.- บาท</li> <li>4. สกอ. จำนวน 40,000.- บาท</li> <li>5. สกนบ. จำนวน 40,000 บาท</li> </ul>	<p>4. โครงการส่งเสริมการขายไทย-เดนมาร์ค อคาเดมี่</p> <p>ใช้งบประมาณหน่วยงาน</p>	<p>5. Zyan Dairy</p> <p>ใช้งบประมาณหน่วยงาน</p> <p>6. IT Corporate Social Responsibility (IT CSR)</p> <p>ใช้งบประมาณหน่วยงาน</p>	<p>7.DPO Social Care</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงการอ.ส.ค./บ.ข.ส. พาน้องด้อยโอกาสที่ยิวฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค</li> <li>• โครงการ อ.ส.ค.ส่งเสริมเยาวชนปลูกป่า</li> <li>• โครงการ Thai-Denmar ส่งเสริมสุขภาพเด็กและผู้สูงอายุด้อยโอกาสในสังคม</li> <li>• โครงการธรรมะในฟาร์ม อ.ส.ค. สร้างสุขสมวัย เพื่อการดูแลตนเองและผู้สูงอายุ</li> </ul> <p>ใช้งบ 90,000.- บาท</p> <p>ใช้งบ 51,880.- บาท</p> <p>ใช้งบ 74,225 บาท</p> <p>ใช้งบ 112,340 บาท</p>	<p>8. ศึกษารูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการจัดการของเสียในฟาร์มโคนมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (เฟส 2)</p> <p>ใช้งบประมาณหน่วยงาน</p>
--	---	---	--	--	--

ผู้รับผิดชอบ ผวพ./ ทก สนง.ภาค/ ฝสส.	ผู้รับผิดชอบ : ทุก สนง.ภาค	ผู้รับผิดชอบ : ผกต.	ผู้รับผิดชอบ : ผวพ./ผอก	ผู้รับผิดชอบ : ผทท./ผอก	ผู้รับผิดชอบ : ผวพ.
-------------------------------------	----------------------------	---------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------

รวมงบประมาณด้าน CSR จำนวน 1,278,445.- บาท

**ยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม**  
**( Corporate Social Responsibility : CSR ) มี 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้**

**1. CSR กับเกษตรกร / สหกรณ์ CSR with Dairy Farmers / Dairy Coop**

**เป้าหมาย/Targets**

1. เกษตรกร: อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม ยกกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มพีเลี้ยงสร้างเครือข่ายเพื่อการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์การเลี้ยงโคนม
2. สหกรณ์: อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม พัฒนาสหกรณ์โคนมเป็นสหกรณ์ต้นแบบด้านพัฒนาคุณภาพน้ำนมดิบ
3. การส่งต่ออาชีพการเลี้ยงโคนม: อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม Dairy Academy เกษตรกรและสหกรณ์เข้มแข็งและสร้างนักส่งเสริมมืออาชีพ

**โครงการ/Projects**

1. โครงการยกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มพีเลี้ยงสร้างเครือข่ายเพื่อการแบ่งปันประจำปี 2565
2. โครงการพัฒนาสหกรณ์โคนมเป็นสหกรณ์ต้นแบบด้านพัฒนาคุณภาพน้ำนมดิบ ประจำปี 2566

**2. CSR กับโรงงาน / CSR with Factories**

**เป้าหมาย/Targets**

1. โรงงาน: เพื่อให้มีมาตรฐาน CSR-DIW รวมทั้งมาตรฐาน CSR โครงการ
2. พนักงาน: เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน (Happy Workplace) มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีสุขภาพดี มีการส่งเสริมด้านกีฬา และมีส่วนร่วมในกิจกรรมจิตอาสา
3. ชุมชน: เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาชุมชน เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา มีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ในการพัฒนาชุมชน

**โครงการ/Projects**

3. อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม ยกกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) โครงการพัฒนาชุมชนรอบโรงงาน และมาตรฐาน E-co Factory

**3. CSR กับลูกค้า /ผู้บริโภค CSR with Customers**

**เป้าหมาย/Targets**

1. ลูกค้า: พัฒนาสินค้าคุณภาพที่หลากหลาย ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายพัฒนาสินค้า กลุ่ม สุขภาพ ผลิตภัณฑ์ อินทรีย์ ส่งเสริมให้บริโภคนมจากเกษตรกรโคนมไทย
2. สังคม: ด้วยการส่งเสริมให้คนไทยดื่มนมมากขึ้น มีการพัฒนาความรู้เรื่องการบริโภคนม อย่าง ถูกต้อง เชื่อมโยงการดื่มกับโครงการเพื่อสังคม

**โครงการ/Projects**

4. โครงการส่งเสริมการขายไทย-เดนมาร์ค อคาเดมี ผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็นไทย-เดนมาร์ค

#### 4. CSR กับนวัตกรรม / CSR with Research Innovation Digital Connectivity

##### เป้าหมาย/Targets

1. เชื่อมโยงงานต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้บูรณาการร่วมกันเพื่อเกิดผลกระทบในวงกว้าง
2. พัฒนานวัตกรรมทางสังคม\สิ่งแวดล้อมผ่านงานวิจัย ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆและการสื่อสารเชื่อมโยงงาน CG/CSR

##### โครงการ/Projects

5. โครงการ Zyan Dairy
6. โครงการ IT Corporate Social Responsibility (IT CSR)

#### 5. CSR กับสังคม / CSR with Sufficiency Economy Philosophy

##### เป้าหมาย/Targets

1. สร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความเป็นเลิศขององค์กรแห่งความยั่งยืน ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม
2. น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาต่อยอดกับงาน อ.ส.ค. และเชื่อมโยงกับงานต่าง ๆ เข้ากับ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

##### โครงการ/Projects

7. DPO Social Care
  - 7.1 โครงการ อ.ส.ค./บ.ข.ส. พาน้องด้อยโอกาสเที่ยวฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค
  - 7.2 โครงการ อ.ส.ค.ส่งเสริมเยาวชนปลูกป่า
  - 7.3 โครงการ Thai-Denmark ส่งเสริมสุขภาพเด็ก และผู้สูงอายุด้อยโอกาสในสังคม
  - 7.4 โครงการธรรมะในฟาร์ม อ.ส.ค.สร้างสุขสมวัย เพื่อการดูแลตนเองตนเองและผู้สูงอายุ

#### 6. CSR กับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Model)

##### เป้าหมาย/Targets

1. พัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมให้ประโยชน์ในชุมชนและสังคมวงกว้าง

##### โครงการ/Projects

8. ศึกษารูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการจัดการของเสียในฟาร์มโคนมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (เฟส 2)

#### โครงการและกิจกรรมประจำด้าน CSR

- 1) ศึกษา/อบรม/ดูงานด้าน CSR

## แผนปฏิบัติงานด้าน CSR ประจำปีงบประมาณ 2566

ที่	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	จำนวน (ครั้ง) ต่อปี	เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566												ปี 2567	ผู้รับผิดชอบ	
			ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4					
			ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			ต.ค.
1	จัดประชุมและพิจารณาและติดตาม งานทุกเดือน																
1.1	ประชุมคณะกรรมการ CG/CSR	6 ครั้ง		√		√		√		√		√		√			ฟอก.
1.2	ประชุมคณะทำงานขับเคลื่อน CG/CSR	6 ครั้ง	√		√		√		√		√		√			ฟอก.	
2	ดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ CSR ปี 2566-2570 สำหรับปี 2565																
ยุทธศาสตร์ที่ 1 CSR กับเกษตรกร/สหกรณ์																	
	1. ยกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มพี่เลี้ยง สร้างเครือข่ายเพื่อการแบ่งปัน		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		ฟวพ./ทุก สน.ภาค
	2. พัฒนาสหกรณ์โคนมเป็นสหกรณ์ ต้นแบบด้านพัฒนาคุณภาพน้ำนมดิบ		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		ฝสส./ทุก สน.ภาค	







## แผนปฏิบัติงานด้าน CSR ประจำปีงบประมาณ 2566

ที่	แผนงาน/กิจกรรม	จำนวน (ครั้ง) ต่อปี	เป้าหมายและผลการดำเนินงาน ปี 2566												ปี 2567	ผู้รับ ผิดชอบ	
			ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4					
			ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
3	การนำเสนอวาระให้คณะอนุกรรมการ อ.ส.ค. พิจารณา																
3.1	เรื่องทบทวน/จัดทำนโยบาย CSR ประจำปี งบประมาณ 2567	2						√	√								ฝาก.
3.2	เรื่องทบทวนแม่บท CSR สำหรับปี 2566 และทำแผน CSR ปี 2567	3						√				√	√				ฝาก.
3.3	เรื่องทบทวนคู่มือ CG/CSR สำหรับปี 2567	2										√	√				ฝาก.
3.4	เรื่องทบทวนกฎบัตร CG/CSR สำหรับปี 2567	2										√	√				ฝาก.
3.5	เรื่องทบทวนแผนปฏิบัติงานด้าน CSR ปีงบประมาณ 2566 และจัดทำแผนปฏิบัติงานด้าน CSR ปีงบประมาณ 2567	3						√				√	√				ฝาก.
4.	โครงการและกิจกรรมประจำด้าน CSR																
4.1	ศึกษา/อบรม/ดูงานด้าน CSR											√					ฝาก.

## โครงสร้างหน้าที่ผู้รับผิดชอบ แผนแม่บทการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)



ยุทธศาสตร์ที่ 1 CSR กับเกษตรกร สหกรณ์	ยุทธศาสตร์ที่ 2 CSR กับโรงงาน	ยุทธศาสตร์ที่ 3 CSR กับลูกค้า/ ผู้บริโภคร	ยุทธศาสตร์ที่ 4 CSR กับนวัตกรรม	ยุทธศาสตร์ที่ 5 CSR กับสังคม	ยุทธศาสตร์ที่ 6 CSR กับ การพัฒนา เศรษฐกิจแบบ องค์รวม (BCG)
<p>1. ยกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มพี่เลี้ยงสร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปัน</p> <p>2. พัฒนาสหกรณ์โคนมเป็นสหกรณ์ต้นแบบด้านพัฒนาคุณภาพน้ำนมดิบ</p>	<p>3. ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) โครงการพัฒนาชุมชนรอบนอกโรงงาน และมาตรฐาน Eco Factory</p>	<p>4. โครงการส่งเสริมการขาย ไทย- เดนมาร์ค อคาเดมี</p>	<p>5. Zyan Dairy</p> <p>6. IT Corporate Social Responsibility (IT CSR)</p>	<p>7.DPO Social Care</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงการอ.ส.ค./บ.ข.ส. ฟาน้องด้อยโอกาสเที่ยวฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค</li> <li>• โครงการ อ.ส.ค.ส่งเสริมเยาวชนปลูกป่า</li> <li>• โครงการ Thai-Denmar ส่งเสริมสุขภาพเด็กและผู้สูงอายุด้วยโอกาสในสังคม</li> <li>• โครงการธรรมะในฟาร์ม อ.ส.ค.สร้างสุขสมัยวัย เพื่อการดูแลตนเองและผู้สูงอายุ</li> </ul>	<p>8. ศึกษารูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการจัดการของเสียในฟาร์มโคนมและการพัฒนาที่ยั่งยืน (เฟส 2)</p>
ผู้รับผิดชอบ ผวพ./ ทุก สนง.ภาค/ ฝสส.	ผู้รับผิดชอบ : ทุก สนง. ภาค	ผู้รับผิดชอบ : ผกต.	ผู้รับผิดชอบ : ผวพ./ผลอก	ผู้รับผิดชอบ : ผวพ./ผลอก	ผู้รับผิดชอบ : ผวค.

สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 1CG กับเกษตรกร/สหกรณ์									
เกษตรกร/สหกรณ์ ร่วมคิด ร่วมพัฒนา		เป้าหมายไตรมาสที่ 1	ผลงาน	เป้าหมาย 6 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย 9 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย ปี 66	ผลงาน
<b>ชื่อโครงการ</b> โครงการ อ รักนม รักฟาร์ม ยกระดับฟาร์มโคนมเป็น .ค.ส.Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มที่เลี้ยงสร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปัน ประจำปีงบประมาณ 66 <b>วัตถุประสงค์ :</b> 1 เพื่อพัฒนาฟาร์มโคนมเกษตรกรให้เป็น Smart Farmer และยกระดับเป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยง 2 เพื่อให้ฟาร์มเกษตรกรที่ยกระดับเป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยงสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้อื่นได้		20		40		60		100	
<b>งบประมาณ :</b> ตามแผนยุทธศาสตร์ CG/CSR 2566-2570 สำหรับปี 2566 ยุทธศาสตร์ที่ 1 CSR กับเกษตรกร/สหกรณ์ งบประมาณในการสนับสนุนปรับปรุง พัฒนาให้เป็น Smart Farmer และยกระดับฟาร์มเกษตรกรให้เป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยง ให้มีระบบการจัดการฟาร์มที่ดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม <b>งบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงาน</b> 350,000 (สามแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) โดยแบ่งภูมิภาคละ 70,000 บาท (เจ็ดหมื่นบาทถ้วน)		<b>ผลงานโดยสรุป :</b>  <b>สาเหตุ/ปัจจัยบวก)อุปสรรค ข้อจำกัด (</b> .1 อ.ส.ค. เป็นองค์กรที่มีบทบาทในการส่งเสริม พัฒนาการเลี้ยงโคนมของไทยให้มั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุน ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเกษตรกร รวมถึงการให้คำแนะนำการยกระดับมาตรฐานต่างๆ ของฟาร์มเกษตรกร .2 เพื่อให้ฟาร์มเกษตรกรประสบผลสำเร็จทั้งด้านประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพน้ำนม ระบบการจัดการสภาพแวดล้อมภายในฟาร์มที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม							

## ยุทธศาสตร์ที่ 1CG กับเกษตรกร/สหกรณ์

หน่วยงานรับผิดชอบ : ฝ่ายวิจัยและพัฒนาการเลี้ยงโคนม  
ฝ่ายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม , สำนักงาน อภาคตะวันออกเฉียงเหนือ .ค.ส.  
สำนักงาน อภาคใต้ .ค.ส. , สำนักงาน อภาคเหนือตอนล่าง .ค.ส.  
สำนักงาน อภาคเหนือตอนบน .ค.ส.

แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป :

ตัวชี้วัด : 1.ฟาร์มเกษตรกรที่เป็นสมาชิกศูนย์รวมรวมน้ำนมดิบหรือสมาชิก  
สหกรณ์ในเขตส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของ อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภูมิภาค/ภูมิภาคละ 1  
ฟาร์ม  
2. ฟาร์มเกษตรกรพื้นที่ใกล้เคียงฟาร์มโคนมพี่เลี้ยง และเกษตรกรที่สนใจเข้า  
ศึกษางานและเป็นเครือข่ายฟาร์มพี่เลี้ยง ทั้ง 5 ภูมิภาค/ภูมิภาคละ 5 ฟาร์ม

เป้าหมายปี 2566 :  
1.ฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 5 ฟาร์ม  
ที่มีระบบจัดการฟาร์มโคนมที่มีประสิทธิภาพและ  
ประสิทธิผล ผ่านเกณฑ์การประเมิน Smart Farmer  
และเกณฑ์ประเมินมาตรฐานตัวชี้วัดคุณสมบัติและ  
ยกระดับเป็นฟาร์มโคนมพี่เลี้ยง สามารถแก้ปัญหา  
พัฒนา ยกระดับฟาร์มให้เป็นฟาร์มพี่เลี้ยง และ  
สามารถเป็นที่เลี้ยงให้กับเกษตรกรรายอื่นได้  
2. ฟาร์มโคนมพี่เลี้ยงสามารถเป็นสื่อการเรียนรู้  
เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเลี้ยงโคนมและ  
การบริหารจัดการฟาร์มโคนมให้แก่เกษตรกรราย  
อื่น โดยการเข้าเยี่ยมฟาร์มเกษตรกรเครือข่าย

ผลงานตามตัวชี้วัด :

## ยุทธศาสตร์ที่ 1 CSR กับเกษตรกร/สหกรณ์

### 1. ชื่อโครงการ

โครงการ อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม ยกกระดับฟาร์มโคนมเป็น Smart Farmer และต่อยอดเป็นฟาร์มพีเลี้ยง สร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปัน ประจำปีงบประมาณ 2566

### 2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายวิจัยและพัฒนาการเลี้ยงโคนม

ฝ่ายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม

สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคใต้

สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง

สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนบน

### 3. ระยะเวลาการดำเนินงานโครงการ

ตุลาคม 2565 – กันยายน 2566

### 4. แผนงานกิจกรรมหลัก/กิจกรรมรอง

กิจกรรมหลัก พัฒนาฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการให้เป็น Smart Farmer และยกระดับให้เป็นฟาร์มโคนมพีเลี้ยง

กิจกรรมรอง ถ่ายทอดองค์ความรู้จากฟาร์มพีเลี้ยงสู่ฟาร์มเกษตรกรบริเวณใกล้เคียง และสร้างเครือข่ายเกษตรกรเพื่อแบ่งปัน แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน

### 5. สนองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้าน CG/CSR ปี 2566 – 2570 สำหรับปี 2566

### 6. เป้าประสงค์

-

### 7. กลยุทธ์องค์กร

-

### 8. สนองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน

-

### 9. หลักการและเหตุผล

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) เป็นองค์กรที่มีบทบาทในการส่งเสริมพัฒนาการเลี้ยงโคนมของไทยให้มั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุน ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเกษตรกร รวมถึงการให้คำแนะนำการยกระดับมาตรฐานต่างๆ ของฟาร์มเกษตรกร เช่น มาตรฐานฟาร์ม (Good Agriculture Practices : GAP) ประสิทธิภาพฟาร์ม (Dairy Information Program : DIP) และ Smart Farmer เป็นต้น

เพื่อให้ฟาร์มเกษตรกรประสบผลสำเร็จทั้งด้านประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพน้ำนม ระบบการจัดการ สภาพแวดล้อมภายในฟาร์มที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

อ.ส.ค.ได้กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลและการบริหารจัดการ ภายใต้กรอบการบริหารงานและกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักการและแนวทางการกำกับดูแลที่ดี (CG) ในรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ตามแผนยุทธศาสตร์ อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม “สืบสาน รักษา ต่อยอด โคนมอาชีพ พระราชทาน” โดยดำเนินกิจการโคนมได้จัดทำแผนการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 1 CSR กับเกษตรกร ในโครงการ อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม ยกระดับเป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยง ซึ่งเป็นโครงการส่งเสริมเกษตรกรรูปแบบหนึ่ง ดำเนินการต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563 – 2565 อ.ส.ค. ได้ช่วยพัฒนาฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มเติมองค์ความรู้ด้านการจัดการฟาร์ม อาหาร การปรับปรุงผลผลิตและคุณภาพน้ำนมให้ดีขึ้น รวมถึงการจัดการสภาพแวดล้อมภายในฟาร์มที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรอบ สามารถยกระดับเป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยง หรือฟาร์มตัวอย่าง (ปราชญ์เกษตร) แล้วจึงสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับเกษตรกรด้วยกันเอง แลกเปลี่ยนความรู้ แนะนำการแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกรที่มีปัญหาในระบบการจัดการที่ยังด้อยประสิทธิภาพ เรียนรู้จากเกษตรกรด้วยกัน ร่วมพัฒนาเกษตรกรเครือข่ายร่วมกัน

จากผลการดำเนินงานโครงการ อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม ยกระดับเป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยง ในปี 2563 – 2565 สามารถยกระดับฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการให้เป็นฟาร์มที่เลี้ยงได้ภูมิภาคละ 2 ฟาร์ม รวมเป็น 10 ฟาร์ม และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการฟาร์ม การจัดการอาหารโค การจัดการโรคของฟาร์มที่เลี้ยงให้กับฟาร์มเกษตรกรที่สนใจ และการสร้างฟาร์มเครือข่ายให้มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ประเมินฟาร์มที่เลี้ยงยังคงมีข้อจำกัดในแต่ละท้องถิ่น ทำให้การดำเนินงานโครงการฯ ในปี 2566 ต้องปรับการดำเนินงาน โดยพัฒนาฟาร์มโคนมที่เข้าร่วมโครงการให้เป็น Smart Farmer และยกระดับต่อเนื่องให้เป็นฟาร์มที่เลี้ยงตามเกณฑ์ประเมินคุณสมบัติฟาร์มโคนมที่เลี้ยง พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ถ่ายทอดองค์ความรู้จากฟาร์มโคนมที่เลี้ยงให้กับเกษตรกรที่มีฟาร์มบริเวณใกล้เคียง และเกษตรกรที่มีความสนใจด้วยการจัดการฝึกอบรม หรือศึกษาดูงานจากฟาร์มโคนมที่เลี้ยง

เพื่อสร้างเครือข่ายเกษตรกรโคนมในท้องถิ่นใกล้เคียง แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ กระบวนการและวิธีปฏิบัติงานในการแก้ปัญหาต่างๆ ของฟาร์มโคนม ระหว่างเกษตรกร นักวิชาการ นักส่งเสริม เจ้าหน้าที่สหกรณ์ และพนักงานส่งเสริม อ.ส.ค. ในการสร้างองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในฟาร์มโคนมต่อไป

## 10. วัตถุประสงค์ของโครงการ

10.1 เพื่อพัฒนาฟาร์มโคนมเกษตรกรให้เป็น Smart Farmer และยกระดับเป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยง

10.2 เพื่อให้ฟาร์มเกษตรกรที่ยกระดับเป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยงสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้อื่นได้

## 11. สถานที่ดำเนินงานโครงการ

ฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการในเขตพื้นที่การส่งเสริมของ อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภาค จำนวน ภาคละ 1 ฟาร์ม

## 12. วิธีการดำเนินงาน

12.1 คณะทำงานฯ DIP/CG/CSR ประชุมหารือข้อเคลือบการดำเนินงานโครงการฯ ประจำปี 2566 และมอบหมายให้ฝ่ายวิจัยและพัฒนาการเลี้ยงโคนม นำเสนอโครงการต่อผู้อำนวยการ และคณะทำงาน CG/CSR เพื่อขอความเห็นชอบและอนุมัติงบประมาณปี 2566

12.2 คณะทำงานฯ มอบหมายให้ฝ่ายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม และสำนักงาน อ.ส.ค. ภูมิภาค คัดเลือกฟาร์มเกษตรกรเข้าร่วมโครงการเพื่อดำเนินการปรับปรุง พัฒนาให้เป็น Smart Farmer และยกระดับให้เป็นฟาร์มพี่เลี้ยง โดยดูจากความพร้อมทั่วไปภายในฟาร์ม การให้ความร่วมมือของเกษตรกรตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ อ.ส.ค. และมอบหมายให้ฝ่ายวิจัยและพัฒนาการเลี้ยงโคนมเป็นผู้รวบรวมข้อมูลและติดตามผลการดำเนินงาน

12.3 จัดทำแผนงานปรับปรุง พัฒนา ยกระดับระบบการจัดการฟาร์มโคนมที่คัดเลือกเข้าร่วมโครงการ โดยส่วนงานที่รับผิดชอบเข้าไปสนับสนุน ให้คำแนะนำ พัฒนา ยกระดับระบบการจัดการฟาร์มร่วมกับเกษตรกรเจ้าของฟาร์ม และกำหนดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินตามเกณฑ์คุณสมบัติของ Smart Farmer และยกระดับเป็นฟาร์มโคนมพี่เลี้ยง

12.4 ติดตามประเมินผลการเปลี่ยนแปลงทุก 3 เดือน ตามแผนงาน และปรับปรุง พัฒนา แก้ไขจุดบกพร่องที่ยังเป็นปัญหาในการจัดการของฟาร์มโคนมพี่เลี้ยง

12.5 ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ถ่ายทอดองค์ความรู้จากการพัฒนาฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเป็น Smart Farmer และยกระดับเป็นฟาร์มพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกรรายอื่นรับทราบ หรือเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ให้กับเกษตรกรทั่วไปได้นำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงฟาร์มของตนเอง

12.6 สรุปผลการดำเนินงานตามแผนงานในรอบปี

### คุณสมบัติฟาร์มเกษตรกรเข้าร่วมโครงการฟาร์มโคนมพี่เลี้ยง (ปราชญ์เกษตร)

1. เป็นฟาร์มเกษตรกรสมาชิกศูนย์หรือสมาชิกสหกรณ์ที่ส่งน้ำนมดิบให้ อ.ส.ค.
2. มีคุณสมบัติเป็นผู้นำเกษตรกร
3. เป็นฟาร์มที่เป็นตัวอย่างเกษตรกรรายอื่นได้
4. สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ แนะนำ แก้ไขปัญหา พัฒนาระดับเกษตรกรรายอื่นได้

### มาตรฐานตัวชี้วัดการประเมินคุณสมบัติฟาร์มโคนมพี่เลี้ยง

1. การรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีฟาร์มโคนม (GAP) ผ่าน/ไม่ผ่าน ก็ได้ แต่ต้องพัฒนาให้ผ่านการรับรอง และมีการยกระดับ GAP/CSR โดยเน้นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
2. ฟาร์มเกษตรกรต้องเข้าร่วมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ ใช้ Application ช่วยจัดการฟาร์ม ผ่านเกณฑ์ประสิทธิภาพฟาร์ม 7 ใน 9 ข้อ เป็นฟาร์มตัวอย่างประสิทธิภาพสูง
3. ผ่านเกณฑ์การประเมิน Smart Farmer 4.0 ของ อ.ส.ค. ได้แก่
  - 3.1 ผ่านการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP)
  - 3.2 การใช้นวัตกรรม/เทคโนโลยี/Application ช่วยจัดการฟาร์ม
  - 3.3 มีรายได้จากการประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนม ไม่น้อยกว่า 500,000 บาท/ปี
  - 3.4 การศึกษาหาความรู้โดยใช้เทคโนโลยี
4. คุณภาพน้ำนมเฉลี่ยผ่านเกณฑ์การรับซื้อของศูนย์/สหกรณ์ (ไม่ถูกตัดราคา)
5. ส่งเสริมการดำเนินงานฟาร์มโคนมพี่เลี้ยงให้มีการจัดการฟาร์มที่เกี่ยวข้อง CSR ด้านใดด้านหนึ่ง ได้แก่
  - 5.1 ด้านเศรษฐกิจพอเพียง/ความยั่งยืนของอาชีพ ได้แก่ การทำบัญชีฟาร์ม, การลดต้นทุนการผลิต การหารายได้อื่นเพิ่ม และการเรียนรู้นวัตกรรมใหม่ๆ เป็นต้น



5.2 ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในฟาร์ม, การจัดการมลพิษและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมต่อเพื่อนบ้าน/ชุมชน การดูแลสวัสดิการของลูกจ้าง การจัดการสวัสดิภาพสัตว์

5.3 ด้านสังคม ได้แก่ การถ่ายทอดองค์ความรู้ แนะนำ แก้ไขปัญหา พัฒนาฟาร์มเกษตรกรเครือข่าย

6 การประเมินผลการดำเนินงานโครงการ

6.1 ประสิทธิภาพฟาร์ม 7 ใน 9 ข้อ ก่อน-หลังเข้าโครงการมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เพิ่มขึ้น/ลดลง

6.2 ประเมินความพึงพอใจ การตอบสนองของฟาร์มเครือข่ายต่อฟาร์มพี่เลี้ยง เช่น ทักษะคติ ความรู้ที่ได้จากฟาร์มพี่เลี้ยงแต่ละหัวข้อ ตามลิงก์ประเมินผลถ่ายทอดความรู้

<https://drive.google.com/file/d/1nVB3FPVqk9nm3ELuZxvyzTvWQPnw7Rkg/view>

### **13. กลุ่มเป้าหมาย**

13.1 ฟาร์มเกษตรกรที่เป็นสมาชิกศูนย์รวมรวมน้ำนมดิบหรือสมาชิกสหกรณ์ในเขตส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของ อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภูมิภาค

13.2 ฟาร์มเกษตรกรพื้นที่ใกล้เคียงฟาร์มโคนมพี่เลี้ยง และเกษตรกรที่สนใจ

#### 14. แผนปฏิบัติการ (Action plan)

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	เอกสารหลักฐาน (รายงานประชุม,รายงานวิเคราะห์,ผลสำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย,ประกาศ,อื่นๆ)	ปีงบประมาณ 2565			
			ตุลาคม-ธันวาคม 2565	มกราคม-มีนาคม 2566	เมษายน-มิถุนายน 2566	กรกฎาคม-กันยายน 2566
1. ประชุมคณะทำงาน DIP/CG/CSR ขับเคลื่อนการดำเนินงานฟาร์มโคนมที่เลี้ยงปี 66	5	รายงานการประชุม	--->			
2. เสนอโครงการและงบประมาณปี 2566	5	ข้อเสนอโครงการ/แผนการดำเนินงาน	---->			
3. คัดเลือกฟาร์มโคนมที่เข้าร่วมโครงการตามเกณฑ์ประเมิน	10	แบบประเมินฟาร์ม	----->			
4. จัดทำแผนพัฒนาระดับการจัดการฟาร์มโคนมเป็น Smart farmer และฟาร์มโคนมที่เลี้ยง	10	แผนการดำเนินงาน	----->			
5. ดำเนินการปรับปรุง แก้ไข พัฒนาระดับฟาร์มเกษตรกรตามแผนการดำเนินงาน	30	รายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน/ภาพถ่าย		----->		----->
6. ติดตามผลการดำเนินงานและรายงานความก้าวหน้า (ทุกไตรมาส)	30	รายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน/ภาพถ่าย	--->	--->	--->	--->
7. สรุปผลการดำเนินงาน	10	รายงานผลการดำเนินงาน				--->

## **15. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ**

งบประมาณตามแผนยุทธศาสตร์ CG/CSR 2566-2570 สำหรับปี 2566 ยุทธศาสตร์ที่ 1 CSR กับเกษตรกร/สหกรณ์ งบประมาณในการสนับสนุน ปรับปรุง พัฒนาให้เป็น Smart Farmer และยกระดับฟาร์มเกษตรกรให้เป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยง ให้มีระบบการจัดการฟาร์มที่ดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

งบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงาน 350,000 (สามแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) โดยแบ่งภูมิภาคละ 70,000 บาท (เจ็ดหมื่นบาทถ้วน)

## **16. ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

16.1 ฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ มีระบบจัดการฟาร์มโคนมที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลผ่านเกณฑ์การประเมิน Smart Farmer และเกณฑ์ประเมินมาตรฐานตัวชี้วัดคุณสมบัติและยกระดับเป็นฟาร์มโคนมที่เลี้ยง สามารถแก้ปัญหา พัฒนา ยกระดับฟาร์มให้เป็นฟาร์มที่เลี้ยง และสามารถเป็นพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกรรายอื่นได้

16.2 ฟาร์มโคนมที่เลี้ยงสามารถเป็นสื่อการเรียนรู้ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเลี้ยงโคนมและการบริหารจัดการฟาร์มโคนมให้แก่เกษตรกรรายอื่น โดยการเข้าเยี่ยมฟาร์มเกษตรกรเครือข่าย

สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 2CSR กับโรงงาน							
โครงการ อ รักนม รักฟาร์ม ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม.ค.ส.							
) มาตรฐาน CSR-DIW Continues( สำนักงาน อภาคกลาง.ค.ส.		แผน ไตรมาสที่1	ผลงาน	แผน 6 เดือน	ผลงาน	แผน 9 เดือน	ผลงาน
วัตถุประสงค์ :		5%		25%		55%	
<p>- เพื่อขยายผลให้โรงงานมีความรู้ความเข้าใจหลักการดำเนินงานตามมาตรฐาน CSR-DIW Continues อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน</p> <p>- เพื่อดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาและหรือ/ฟื้นฟูชุมชนจากภายในสู่ภายนอกโรงงาน</p> <p>เพื่อให้โรงงานได้รับการขึ้นทะเบียนมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของ - ) ผู้ประกอบการCSR-DIW Continues) และ Eco-Factory</p>		ผลงานโดยสรุป :					
งบประมาณ : 150,000.-บาท		สาเหตุ (อุปสรรค ข้อจำกัด/ปัจจัยบวก):การได้รับการสนับสนุนจากชุมชนโดยรอบโรงงาน					
หน่วยงานรับผิดชอบ : สำนักงาน อภาคกลาง.ค.ส.		แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป: การสนับสนุนการมีส่วนร่วมกับชุมชนและ ผู้มีส่วนได้เสีย					
ตัวชี้วัด :		เป้าหมายปี 2566 :				ผลงานตามตัวชี้วัด :	
<ol style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินงานตามหลักการมาตรฐาน CSR DIW Continues</li> <li>ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในและภายนอกองค์กร</li> <li>ได้รับรางวัลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม )CSR DIW Continues(</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานตามหลักการดำเนินการตามมาตรฐาน CSR-DIW continues</li> <li>ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาและหรือฟื้นฟูชุมชนจากพนักงานในโรงงานสู่ชุมชนภายนอกโรงงาน/</li> <li>ได้รับการขึ้นทะเบียนมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ อย่างต่อเนื่อง )CSR-DIW Continues)</li> </ol>				<p>ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน และสามารถยกระดับ เชื่อมโยงกับโครงการอื่นๆ</p>	

แผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) 2566-2570

สำหรับปี 2566 ยุทธศาสตร์ที่ 2 : CSR กับโรงงาน

**1. ชื่อโครงการ**

โครงการ อ.ส.ค.รักนม รักฟาร์ม ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous

**2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ**

สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคกลาง โดยคณะทำงาน CG/CSR

**3. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ**

ระยะเวลา 1 ปีงบประมาณ 2566 (ตุลาคม 2565 – ตุลาคม 2566)

**4. แผนงานกิจกรรมรอง/กิจกรรมหลัก/**

เป็นกิจกรรมหลัก

**5. สนองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์**

การกำกับกิจการที่ดีและดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

**6. เป้าประสงค์**

SO2 พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตด้วยมาตรฐานสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

**7. กลยุทธ์องค์กร**

โรงงาน อ.ส.ค.ภาคกลาง เป็นโรงงาน CSR-DIW continues และ Eco-Efficiency

**8. สนองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน**

AP 2 โครงการยกระดับโรงงานให้ได้มาตรฐานสากล\*

## 9. หลักการและเหตุผล

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เป็นโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์นม ขนาดใหญ่ (.ค.ส.อ) มุ่งเน้น ดำเนินการด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ตามหลักมาตรฐานระบบคุณภาพ มีจริยธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและส่งเสริมสุขภาพและส่งเสริมสุขภาพดีให้กับลูกค้า การดำเนินกิจการได้อย่างปลอดภัยและคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 หลายสายพันธุ์ มุ่งมั่นการดำเนินกิจการที่รับฟังและส่งเสริมการมีส่วนร่วมทุกกระบวนการของผู้มีส่วนได้เสีย ที่ถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาองค์กร ชุมชน สังคม และเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ตามกระบวนการ หลักความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน ด้วยโครงการ อ.ส.ค.รักนมรักฟาร์ม ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous ปีที่ 4 และสนับสนุนโครงการ Eco-efficiency

## 10. วัตถุประสงค์ของโครงการ

SO2 พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตด้วยมาตรฐานสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## 11. สถานที่ดำเนินโครงการ

พื้นที่ของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงชุมชนรอบโรงงาน รัศมี 5 กิโลเมตร

## 12. วิธีดำเนินการ

- 12.1 ประชุมคณะทำงาน กำหนดนโยบายกิจการกำกับดูแลกิจการที่ดีและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
- 12.2 จัดทำแผนโครงการ/แผนเสวนาชุมชน ในรัศมี 5 กิโลเมตร
- 12.3 ประชุมติดตามวิเคราะห์ความต้องการของชุมชน โดยเน้นไปที่โครงการที่เป็น after Process
- 12.4 ดำเนินโครงการที่ได้จากการเสวนาชุมชนและให้สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ของ CSR-DIW
- 12.5 สรุปผลการดำเนินโครงการ จัดทำรายงานผลการดำเนินงาน
- 12.6 ทวนสอบรายงาน เมื่อผ่านรับโล่รางวัล CSR-DIW continues และโครงการ Eco-Efficiency

## 13. กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้มีส่วนได้เสีย
2. ชุมชนรอบโรงงานในรัศมี 5 กิโลเมตร

## 15. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ

โครงการชุมชนรัศมี ๕ กิโลเมตร งบประมาณรวม 200,000.00 บาท

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการทุกรายการแสดงจ่ายได้ตามความเป็นจริง โดยไม่เกินอัตราที่ราชการกำหนด

## 16. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ภาคกลาง เป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการด้วยการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามหลักมาตรฐานสากลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
2. ความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสีย ชุมชน
3. การสร้างคุณค่าในตราสินค้าไทย-เดนมาร์คให้เป็นที่รู้จักกับผู้มีส่วนได้เสียในระดับสากล

## 14. แผนปฏิบัติการ (Action plan)

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	เอกสารหลักฐาน รายงานประชุม),รายงานวิเคราะห์,ผล สำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย, ประกาศ,อื่นๆ	ปีงบประมาณ 2566			
			ตุลาคม- 256ธันวาคม5	มกราคม- มีนาคม 2566	เมษายน มิถุนายน 2566	กรกฎาคม- กันยายน2566
1.แต่งตั้งคณะทำงานฯ	10	รายงานการประชุมคณะทำงาน	-----▶			
2.ประชุมคณะทำงานฯ	5	รายงานการประชุมอนุมัติโครงการ		-----▶		
3.ดำเนินงานสมัครเข้าร่วมโครงการ	5	หลักฐานการสมัครเข้าร่วมโครงการ		-----▶		
4.จัดทำแผนงานโครงการ/เสวนาชุมชนใน รัศมี 5 กิโลเมตร	10	แผนการดำเนินงานรายงานผลการ/ ภาพถ่าย/ดำเนินงาน			-----▶	
5.ดำเนินการโครงการตามหลักเกณฑ์ CSR-DIW	10	รายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน/ ภาพถ่าย			-----▶	-----▶
6.ติดตามผลการดำเนินงานและรายงาน ความก้าวหน้า	40	รายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน/ ภาพถ่าย		-----▶		-----▶
7.สรุปผลโครงการ	10	รายงานผลการดำเนินงาน				-----▶

สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : CSR กับโรงงาน									
ชื่อโครงการ	เป้าหมาย ไตรมาสที่ 1	ผลงาน	เป้าหมาย ไตรมาสที่ 2	ผลงาน	เป้าหมาย ไตรมาสที่ 3	ผลงาน	เป้าหมาย ไตรมาสที่ 4	ผลงาน	
<b>โครงการ “มาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม (CSR-DIW Continuous)”</b>  <b>วัตถุประสงค์ :</b> 1. เพื่อขยายผลให้โรงงานมีความรู้ความเข้าใจหลักการดำเนินงานตามมาตรฐาน CSR-DIW Continuous อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน 2. เพื่อดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมพัฒนา และ/หรือฟื้นฟูชุมชนจากภายในสู่ภายนอกโรงงาน 3. เพื่อให้โรงงานได้รับการขึ้นทะเบียนมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ (CSR-DIW Continues) และ Eco-Factory  <b>งบประมาณ :</b> งบประมาณด้าน CSR 20,000.- บาท	25		25		25		25		
<b>หน่วยงานรับผิดชอบ :</b> สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง			<b>สาเหตุ (ปัจจัยบวก/อุปสรรค ข้อจำกัด)</b>						
<b>ตัวชี้วัด :</b> 1. ดำเนินงานตามหลักการมาตรฐาน CSR-DIW Continuous 2. ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร 3. ได้รับรางวัล CSR-DIW Continuous Award 2023			<b>เป้าหมายปี 2565 :</b> 1. พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานตามหลักการดำเนินการตามมาตรฐาน CSR-DIW Continuous 2. ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนา และ/หรือฟื้นฟูชุมชนโดยรอบโรงงาน 3. ได้รับรางวัล CSR-DIW Continuous Award 2023 อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3			<b>ผลงานตามตัวชี้วัด :</b> 1. ได้รับรางวัล CSR-DIW Continuous Award 2023 อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 2. สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้าน CSR ร่วมกับชุมชนโดยรอบโรงงานได้			



## ยุทธศาสตร์ที่ 2 CSR กับโรงงาน

### 1. ชื่อโครงการ

โครงการ อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม มาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม (CSR-DIW)

### 2. หลักการและเหตุผล

ด้วยปัจจุบัน แนวโน้มการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมนม ไม่ได้แข่งขันกันที่ตัวเลขทางด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องมีการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรในด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมและชุมชนด้วยสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) โดย สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง จึงต้องกำหนดแนวทางให้การประกอบกิจการอุตสาหกรรมนมเกิดความไว้วางใจจากภาคประชาชน พี่พวอาชีพ เกื้อกูลกัน สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุขเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ประกอบกับในปี 2566 ประเทศไทยจะก้าวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (Bio-Circular-Green Economy: BCG Economy) อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาโมเดลเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความยั่งยืน ขยายความร่วมมือในสาขาสินค้าและบริการที่สำคัญ เช่น ตลาดยานยนต์ สินค้าเกษตร ประมง สิ่งทอ อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และโลจิสติกส์ เป็นต้น ซึ่งจะมีการเคลื่อนย้ายฐานการลงทุน แรงงาน และการพัฒนากฎระเบียบในการตรวจสอบและรับรองให้เป็นหนึ่งเดียว ประเทศไทยในฐานะที่เป็นฐานการผลิตภาคอุตสาหกรรมนมที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก็จะต้องมีการพัฒนาและเติบโตร่วมกันระหว่างภาคเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม อย่างสมดุลและยั่งยืน

สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง จึงได้กำหนดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยได้ดำเนินการจัดทำโครงการ อ.ส.ค. รักนม รักฟาร์ม มาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม (CSR-DIW) อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบัน และเป็นที่ยอมรับจากชุมชนและสังคมโดยรอบอย่างกว้างขวาง ซึ่งการดำเนินโครงการดังกล่าว มีความจำเป็นต้องมีการส่งเสริมและผลักดันอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาให้การอยู่ร่วมกันระหว่างภาคอุตสาหกรรมและชุมชนเป็นไปอย่างยั่งยืน

### 3. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง

### 4. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ

เดือนตุลาคม 2565 - เดือนกันยายน 2566 (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566)

### 5. แผนงาน/กิจกรรมหลัก/กิจกรรมรอง

แผนแม่บทด้าน CSR ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

### 6. สมองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ SO2 : พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตด้วยมาตรฐานสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## 7. เป้าประสงค์

KPI-P1 จำนวนโรงงานที่ได้มาตรฐานสากล (หมายเหตุมาตรฐานสากลด้วย)

## 8. กลยุทธ์องค์กร

P1 พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล

## 9. สมองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน

AP2 โครงการยกระดับโรงงานให้ได้มาตรฐานสากล\*

## 10. วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อนำหลักปฏิบัติด้าน CSR-DIW Continuous มาใช้เป็นหลักในการดำเนินงานของสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคเหนือตอนล่าง เพื่อให้เกิดการยอมรับ จากชุมชน สังคม และอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุขและยั่งยืน

## 11. สถานที่ดำเนินโครงการ

สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง

## 12. วิธีดำเนินการ

ดำเนินการในลักษณะการบรรยาย และ/หรือการใช้คู่มือปฏิบัติงาน

## 13. กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากรและชุมชนโดยรอบของสำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง

#### 14. แผนปฏิบัติการ (Action plan)

กิจกรรม/ขั้นตอนหลัก	น้ำหนัก (ร้อยละ)	ปี 2565			ปี 2566									งบ ประมาณ (ลบ.)	ผู้รับ ผิดชอบ
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
1. จัดตั้งคณะทำงาน	5	X													สภ.นล.
2. ประชุมคณะทำงาน เพื่อจัดทำแผนดำเนินงานด้าน CSR-DIW Continuous	5		X												คณะทำงาน ฯ
3. การสานเสวนาร่วมกับพนักงาน	10		X	X											คณะ ทำงาน ฯ
4. การสานเสวนาร่วมกับชุมชนโดยรอบ	10				X	X									คณะ ทำงาน ฯ

กิจกรรม/ขั้นตอนหลัก	น้ำหนัก (ร้อยละ)	ปี 2565			ปี 2566									งบประมาณ (ลบ.)	ผู้รับผิดชอบ	
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
5. สมัครเข้าร่วมโครงการ CSR-DIW Continuous	10						X	X							4 พันบาท	คณะทำงานฯ
6. ดำเนินงานโครงการจากการสานเสวนาร่วมกับพนักงาน	10			X	X	X									4.8 หมื่นบาท	คณะทำงานฯ
7. ดำเนินงานโครงการจากการสานเสวนาร่วมกับชุมชนโดยรอบ	10					X	X	X	X	X					4.8 หมื่นบาท	คณะทำงานฯ
8. จัดทำรูปเล่มรายงาน CSR-DIW Continuous	10								X	X						คณะทำงานฯ
9. รับการทวนสอบ	10									X	X					คณะทำงานฯ
10. แก้ไขข้อบกพร่อง / แก้ไขรูปเล่มรายงาน CSR-DIW Continuous	10											X				คณะทำงานฯ

กิจกรรม/ขั้นตอนหลัก	น้ำหนัก (ร้อยละ)	ปี 2565			ปี 2566								งบประมาณ (ลบ.)	ผู้รับผิดชอบ	
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.			ก.ย.
11. ประกาศผลและรับมอบรางวัล CSR-DIW Continuous	10											X	X		คณะทำงาน ฯ

### **15. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ**

งบประมาณด้าน CSR ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 จำนวนเงิน 100,000.-บาท (หนึ่งแสนบาทถ้วน)

### **16. ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

1. สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง มีการดำเนินการสอดคล้องตาม หลักปฏิบัติมาตรฐาน CSR-DIW Continuous
2. ได้รับรางวัลด้านมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน (CSR-DIW Continuous Award) เป็นปีที่ 3
3. พนักงานในสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคเหนือตอนล่างมีความรู้ความเข้าใจหลักปฏิบัติมาตรฐาน CSR-DIW Continuous

สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 CSR กับโรงงาน																	
โครงการ โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) โครงการพัฒนาชุมชนรอบ ๆ โรงงาน																	
<b>วัตถุประสงค์ :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อขยายผลให้โรงงานมีความรู้ความเข้าใจหลักการดำเนินงานตามมาตรฐาน CSR-DIW Continues อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน</li> <li>- เพื่อดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาและหรือฟื้นฟูชุมชนจากภายในสู่ภายนอกโรงงาน/ เพื่อให้โรงงานได้รับการขึ้นทะเบียนมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ (CSR-DIW Continues) และ Eco-Factory</li> </ul>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>แผน ไตรมาสที่1</th> <th>ผลงาน</th> <th>แผน 6 เดือน</th> <th>ผลงาน</th> <th>แผน 9 เดือน</th> <th>ผลงาน</th> <th>แผนปี</th> <th>ผลงาน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5%</td> <td></td> <td>25%</td> <td></td> <td>%55</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>ผลงานโดยสรุป :</b></p> <p><b>1. สกต.ประชุมจัดทำแผนการดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์ที่ได้รับมอบหมาย</b></p>	แผน ไตรมาสที่1	ผลงาน	แผน 6 เดือน	ผลงาน	แผน 9 เดือน	ผลงาน	แผนปี	ผลงาน	5%		25%		%55		100%	
แผน ไตรมาสที่1	ผลงาน	แผน 6 เดือน	ผลงาน	แผน 9 เดือน	ผลงาน	แผนปี	ผลงาน										
5%		25%		%55		100%											
<b>งบประมาณ :</b> 15-.0,000บาท	<b>สาเหตุ (อุปสรรค ข้อจำกัด/ปัจจัยบวก):</b> การได้รับการสนับสนุนจากชุมชนโดยรอบโรงงาน																
<b>หน่วยงานรับผิดชอบ :</b> สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคใต้	<b>แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป:</b> การสนับสนุนการมีส่วนร่วมกับชุมชน และ ผู้มีส่วนได้เสีย																

# แผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CSR) พ.ศ.2566-2570 สำหรับปี 2565

## ยุทธศาสตร์ที่ 2 : CSR กับโรงงาน

### 1. ชื่อโครงการ

ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักมาตรฐานสากล(CSR-DIW) โครงการพัฒนาชุมชนรอบ ๆ โรงงานและมาตรฐาน Eco Factory

### 2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคใต้

### 3. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ

เดือนตุลาคม 2564-กันยายน 2565

### 4. แผนงาน/กิจกรรมหลัก/กิจกรรมรอง

แผนงานกิจกรรมหลัก CSR-DIW Continuous ประจำปี 2566

4.1 ทบทวนสถานะเริ่มต้น CSR-DIW Continuous ประจำปี 2566

4.2 รายงานผลการดำเนินงาน CSR-DIW Continuous ประจำปี 2565-2566

4.3 สมัครเข้าร่วมโครงการรางวัล CSR-DIW Continuous Award ประจำปี 2566

4.4 สานเสวนาร่วมกับชุมชนและพนักงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอก

4.5 จัดทำโครงการร่วมกับชุมชนในรัศมี 5 กิโลเมตร อย่างต่อเนื่อง

4.6 จัดทำโครงการด้าน CG/CSR กับพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคใต้

ต่อเนื่อง

4.7 ติดตามผลดำเนินการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อมประจำปี 2566

4.8 พิจารณาข้อร้องเรียน ประจำปี 2566

แผนงานกิจกรรมรอง : ECO FACTORY ภายในปี 2566

1. รวบรวมข้อมูลตามข้อกำหนดมาตรฐาน ECO FACTORY

2. ทบทวนและจัดเก็บข้อมูลในองค์กร เช่น GRI,CSR-DIW,ECO Efficiency

3. ทำแบบประเมินตนเอง

4. สมัครเข้าร่วมโครงการ ECO FACTORY และรับการตรวจประเมิน

### 5. สนองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ SO2 : พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตด้วยมาตรฐานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(2)

### 6. เป้าประสงค์

เพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินงานด้านการประกอบอุตสาหกรรมและบริการขององค์กรต่อข้อร้องเรียนที่เกิดจากชุมชน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก อ.ส.ค.

### 7. กลยุทธ์องค์กร



กลยุทธ์องค์กร ด้านการเรียนรู้และเติบโต (L) : มุ่งบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม ควบคู่ไปกับหลักธรรมาภิบาล

กลยุทธ์องค์กร ด้านกระบวนการภายใน (P) : ยกระดับประสิทธิภาพการให้เป็น SMART Farm พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้เป็นมาตรฐานสากล ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและเอกชน

## 8. สนองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน

กลยุทธ์องค์กร KPI ด้านการเรียนรู้และเติบโต (L) : L1 ส่งเสริมธรรมาภิบาลให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร

กลยุทธ์องค์กร KPI ด้านกระบวนการภายใน (P) : P2 พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้เป็นมาตรฐานสากล

## 9. หลักการและเหตุผล

สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคใต้ ตั้งอยู่เลขที่ 174 หมู่ 9 ต.หนองตาแต้ม อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งในรัศมี 5 กิโลเมตร มีชุมชนรอบข้างได้แก่ ชุมชนปราณบุรี หนองตาแต้ม หนองยิงหมี หนองตาเมือง บ้านตำหรุ โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์นมปราณบุรี อ.ส.ค.ภาคใต้นั้น เป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งเครื่องจักรมีการทำงานทั้งกลางวันและกลางคืน ซึ่งก่อให้เกิดพิษแก่ชุมชนโดยรอบ เช่น การปล่อยน้ำเสีย ปล่อยกลิ่นแอมโมเนีย ปล่อยไอเสียจากเครื่องกำเนิดไอน้ำ สิ่งเหล่านี้เป็นผลกระทบที่ อ.ส.ค.เป็นผู้บุกรุกและรบกวนชุมชนรอบข้างที่มีอยู่เดิม อาจทำให้ชุมชนโดยรอบมีมุมมองที่ไม่ดีต่อ อ.ส.ค.เกิดการไม่ได้รับการยอมรับ ส่งผลให้เกิดข้อร้องเรียนจากชุมชน โดย อ.ส.ค.อาจถูกชุมชนร้องเรียนผ่านองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อ.บ.ต.หรือเทศบาล และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด อาจมีผลต่อการดำเนินกิจการของ อ.ส.ค.ในการดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนได้ หากมีการทำประชาพิจารณ์ยามที่ขยายกำลังการผลิตหรืออื่น ๆ ทั้งภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ การให้ความร่วมมือของชุมชน ซึ่งอาจจะกระจายสู่โลกออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลเสียต่อธุรกิจของ อ.ส.ค.ในทุกด้าน

ดังนั้น อ.ส.ค.จึงต้องดำเนินการพูดคุยปฏิสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นของชุมชนอยู่เสมอ โดยการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ซึ่งใช้ช่องทางผ่านการสานเสวนาร่วมกับชุมชน เพื่อรับฟังเสียงของคนในชุมชนว่าต้องการอะไรและเป็นการทำความเข้าใจระหว่างชุมชนกับอ.ส.ค.จึงได้เกิดโครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) โครงการพัฒนาชุมชนรอบ ๆ โรงงานและมาตรฐาน Eco Factory ขึ้น

(3)

## 10. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เกิดภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดีต่ออุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ดีและการยอมรับระหว่างอุตสาหกรรมและชุมชนที่อยู่โดยรอบรัศมี 5 กิโลเมตร โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ECO FACTORY

2. ลดปริมาณของเสียที่เกิดจากโรงงานและข้อร้องเรียนจากชุมชน

3. อ.ส.ค.ได้รับรางวัล CSR-DIW Continuous Award 2023

4. อ.ส.ค.ได้รับการรับรอง ECO FACTORY

## 11. สถานที่ดำเนินโครงการ

สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคใต้ ชุมชนในรัศมี 5 กิโลเมตร

## 12. วิธีดำเนินการ

-โครงการ CSR-DIW Continuous

1. ประชุมคณะทำงานทบทวนสถานะเริ่มต้น
2. สานเสวนาร่วมกับพนักงานลูกจ้างและชุมชนรัศมี 5 กิโลเมตร
3. จัดทำแผนดำเนินงานร่วมกับชุมชน
4. สมัครเข้าร่วมโครงการ CSR-DIW Continuous
5. ดำเนินโครงการ CSR-DIW Continuous
6. จัดทำรูปเล่ม CSR-DIW Continuous
7. รับการทวนสอบ ณ สถานประกอบการ จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม

- โครงการ ECO Efficiency

1. จัดตั้งคณะทำงาน
2. เก็บข้อมูล GRI CSR-DIW ECO Efficiency ข้อร้องเรียน ข้อมูลชุมชนที่ไปทำกิจกรรม CSR
3. ประเมินตนเองตามแบบฟอร์ม EF-SAR-2018
4. รวบรวมข้อมูลตามข้อกำหนดมาตรฐาน ECO FACTORY
5. เลือกผู้ตรวจประเมินเอกสารที่ขึ้นทะเบียนกับ ส.อ.ท
6. รับการตรวจประเมินจากผู้ตรวจประเมิน
7. ได้รับการรับรอง ECO FACTORY

### 13. เป้าหมาย

ชุมชนรัศมี 5 กิโลเมตร และพนักงานลูก อ.ส.ค

#### เป้าหมายเชิงปริมาณ

1. จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW Continuous ในชุมชนมากกว่า 20 คน
2. ผลผลิตของโครงการ CSR-DIW Continuous สามารถนำไปใช้ประโยชน์มากกว่าร้อยละ 80

เป้าหมายเชิงคุณภาพ ความพึงพอใจระดับมากขึ้นไปของชุมชนต่อโครงการ CSR-DIW Continuous ร้อยละ

14. แผนปฏิบัติการ ....

## 14.1 แผนปฏิบัติการ (Action plans) โครงการCSR-DIW Continuous

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	(เอกสารหลักฐาน) รายงานประชุม,รายงานวิเคราะห์, ผลสำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย, ประกาศ,อื่นๆ	ปีงบประมาณ 2565			
			ตุลาคม - ธันวาคม 2564	มกราคม - มีนาคม 2565	เมษายน - มิถุนายน 2565	กรกฎาคม - กันยายน 2565
1.ประชุมคณะทำงานกำหนดแผนดำเนินงาน	5	รายงานการประชุม	→			
2.สานเสวนาร่วมกับพนักงานลูกจ้าง (ธ.ค.-ก.พ.)	10	ผลสำรวจของพนักงานลูกจ้าง สรุปผลการสานเสวนา ภาพถ่าย	→			
3.สานเสวนาร่วมกับชุมชน (ก.พ.-เม.ย.)	10	สรุปผลการสานเสวนา ภาพถ่าย		→		
4.จัดทำแผนดำเนินงานกับชุมชน (ก.พ.-เม.ย.)	5	แผนงาน		→		
5.สมัครเข้าร่วมโครงการ CSR-DIW Continuous (มี.ค.-พ.ค.)	5	เอกสารสมัครเข้าร่วมโครงการ ได้รับการตอบรับเข้าร่วมโครงการ		→		
6.ดำเนินโครงการ CSR-DIW Continuous (พ.ย.-ก.ย.)	20	ภาพถ่ายโครงการ CSR	→	→	→	→
7.จัดทำรูปเล่ม CSR-DIW Continuous (มิ.ย.-ก.ย.)	10	รูปเล่มรายงาน/ข้อมูลในระบบกรมโรงงานฯ			→	→
8.รับการทวนสอบ ครั้งที่ 1-2 ณ สถานประกอบการ	10	ภาพถ่าย ผลการทวนสอบ				→

## 14.2 แผนปฏิบัติการ (Action plans) โครงการ ECO-FACTORY

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	(เอกสารหลักฐาน) รายงานประชุม,รายงานวิเคราะห์, ผลสำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย, ประกาศ,อื่นๆ	ปีงบประมาณ 2565			
			ตุลาคม - ธันวาคม 2564	มกราคม - มีนาคม 2565	เมษายน - มิถุนายน 2565	กรกฎาคม - กันยายน 2565
1.แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษา ECO FACTORY ประจำสำนักงานภาค	5	รายงานการประชุม คำสั่งแต่งตั้ง	→			
2.เก็บข้อมูล GRI CSR-DIW	10	รายงานข้อมูล GRI CSR-DIW	→			
3.เก็บข้อมูล ECO Efficiency	10	รายงานข้อมูล ECO Efficiency	→			
4.เก็บข้อมูลข้อเรียงเรียน	5	รายงานข้อมูลร้องเรียน	→			
5.ข้อมูลชุมชนที่ไปทำกิจกรรม CSR-DIW	10	รายงานข้อมูลกิจกรรม CSR ชุมชน	→			
6.ประเมินตนเองตามแบบฟอร์ม EF-SAR-20185	10	ภาพถ่ายโครงการ CSR		→		
7.รวบรวมข้อมูลตามข้อกำหนด	20	รายงานข้อมูลตามข้อกำหนด			→	
8.เลือกผู้ตรวจประเมินเอกสารที่ขึ้นทะเบียน ส.อ.ท.	5			→		
9.รับการตรวจประเมิน	15	ภาพถ่าย ผลการตรวจประเมิน				→

			ตุลาคม - ธันวาคม 2564	มกราคม - มีนาคม 2565	เมษายน - มิถุนายน 2565	กรกฎาคม - กันยายน 2565
10.ผู้ตรวจประเมินลงนามรับรองการตรวจถ้าผ่าน	5	รายงานการประชุม คำสั่งแต่งตั้ง				→
11.ได้รับรอง ECO Efficiency	5	รายงานข้อมูล GRI CSR-DIW				→

### 15. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ

งบประมาณของสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคใต้

### 16. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดีต่ออุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ดีและการยอมรับระหว่างอุตสาหกรรมและชุมชนที่อยู่โดยรอบรัศมี 5 กิโลเมตร โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ECO FACTORY

2. ลดปริมาณของเสียที่เกิดจากโรงงานและข้อร้องเรียนจากชุมชน
3. อ.ส.ค.ได้รับรางวัล CSR-DIW Continuous Award 2023
4. อ.ส.ค.ได้รับการรับรอง ECO FACTORY

แผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๖ สำหรับปี ๒๕๖๖  
ยุทธศาสตร์ที่ ๒

**๑. ชื่อโครงการ**

ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) โครงการพัฒนาชุมชนรอบนอกโรงงาน และมาตรฐาน ECO FACTORY

**๒. หน่วยงานที่รับผิดชอบ**

คณะทำงาน CG/CSR สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**๓. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ**

ระยะเวลา ๑ ปีงบประมาณ ต.ค.๖๕ - ก.ย.๖๖

**๔. แผนงานกิจกรรมรอง/กิจกรรมหลัก/**

**แผนงานกิจกรรมหลัก** CSR-DIW Continuous ประจำปี ๒๕๖๕๖

๑. ทบทวนสถานะเริ่มต้น CSR-DIW Continuous ประจำปี ๒๕๖๖

๒. รายงานผลการพัฒนาที่ยั่งยืนของสำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประจำปี ๒๕๖๖

๓. เสวนาชุมชนในรัศมี ๕ กิโลเมตร รายงานผลการปฏิบัติงานกับผู้มีส่วนได้เสียและชุมชน

๔. ติดตามผลการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมประจำปี ๒๕๖๖

๕. พิจารณาข้อร้องเรียน ประจำปี ๒๕๖๖

**แผนงานกิจกรรมรอง** ECO FACTORY ภายในปี ๒๕๖๖

๑. รวบรวมข้อมูลตามข้อกำหนดมาตรฐาน ECO FACTORY

๒. ทบทวนและจัดเก็บข้อมูลในองค์กร เช่น GRI ,CSR-DIW, ECO Efficiency

๓. ทำแบบประเมินตนเอง

๔. สมัครเข้าร่วมโครงการ ECO FACTORY และรับการตรวจประเมิน

**๕. สนองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์**

SO 2 พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตด้วยมาตรฐานสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## **๖. เป้าประสงค์**

ลดผลกระทบจากการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมการขององค์กรต่อข้อร้องเรียนที่เกิดจาก ชุมชนรอบข้าง สำนักงาน รัศมี ๕ กม.

## **๗. กลยุทธ์องค์กร**

กลยุทธ์องค์กร ด้านการเรียนรู้และเติบโต (L)

กลยุทธ์องค์กร ด้านกระบวนการภายใน (P)

## **๘. สมองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน**

กลยุทธ์องค์กร KPI ด้านการเรียนรู้และเติบโต (L) : L 1 ส่งเสริมธรรมมาภิบาลให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร

กลยุทธ์องค์กร KPI ด้านกระบวนการภายใน (P) : P 2 พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล

## **๙. หลักการและเหตุผล**

สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าพระ ซึ่งในรัศมี ๕ กิโลเมตร มีชุมชนรอบข้าง ได้แก่ชุมชนบ้านวังหิน ชุมชนบ้านสวนมอญ ชุมชน บ้านหนองไคร่นุ่น ชุมชนบ้านหนองไช่ และสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดขอนแก่น และเป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลาง ซึ่งมีเครื่องจักร มีการทำงาน ทั้งกลางวัน และกลางคืน ซึ่งมีการก่อกมลภาวะให้แก่ชุมชน เช่นปล่อยน้ำเสีย ปล่อยกลิ่นแอมโมเนีย ปล่อยไอเสียจากเครื่องกำเนิดไอน้ำ แยกที่จอตกรถ ของชุมชน หรือหน่วยงานอื่นๆ สิ่งเหล่านี้เป็นผลกระทบที่ อ.ส.ค. เป็นผู้บุกรุกชุมชนรอบข้างที่มีอยู่เดิม โดยที่ อ.ส.ค.เองไม่ได้ตระหนัก จึงทำให้มุมมองที่มีต่อ อ.ส.ค.ของชุมชนโดยรอบของ อ.ส.ค.เองอาจจะไม่ได้รับการยอมรับ และ อาจถูกร้องเรียนไปยัง อบต. เทศบาล หรือ อุตสาหกรรมจังหวัด ซึ่งมีผลต่อการดำเนินกิจการของ อ.ส.ค.อย่างยั่งยืนได้ หากมีการทำประชาพิจารณ์ยามที่ขอขยายกำลังการผลิต หรือ อื่นๆ ทั้งทางภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ การให้ความร่วมมือของชุมชน ซึ่งอาจจะกระจายสู่โลกสังคมออนไลน์อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลเสียต่อธุรกิจของ อ.ส.ค.ในทุกมิติ

ดังนั้นทุกๆสำนักงานของ อ.ส.ค.จึงต้องดำเนินการพูดคุย ปฏิสัมพันธ์กับชุมชน บ่อยๆด้วย การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ซึ่งใช้ช่องการสานเสวนากับกลุ่มชุมชน เพื่อให้ได้ กิจกรรมและทำงานร่วมกับชุมชนสามารถที่จะปรับความเข้าใจกันระหว่างชุมชนและสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความประสงค์จะดำเนินโครงการ อ.ส.ค.รักนม รักฟาร์ม ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous ปีที่ ๓ วงเงินงบประมาณ ๕๐,๐๐๐ บาท (ห้าหมื่นบาทถ้วน)



## **๑๐. วัตถุประสงค์ของโครงการ**

- ๑.โครงการ CSR-DIW CONTINUOUS มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนทุกส่วน โดยเฉพาะกลุ่มชุมชนในรัศมี ๕ กิโลเมตร โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ECO FACTORY
๒. ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
๓. เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่ออุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

## **๑๑. สถานที่ดำเนินโครงการ**

ชุมชนในรัศมี ๕ กิโลเมตร ,สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## **๑๒. วิธีดำเนินการ**

๑. ประชุมคณะทำงาน
- ๒.จัดทำแผนโครงการ/แผนเสวนาชุมชน ในรัศมี ๕ กิโลเมตร
- ๓.ประชุมติดตามวิเคราะห์ความต้องการของชุมชน โดยเน้นไปที่โครงการที่เป็น after Process
- ๔.ดำเนินโครงการที่ได้จากการเสวนาชุมชนและให้สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ของ CSR-DIW
- ๕.สรุปผลการดำเนินโครงการ

## **๑๓. กลุ่มเป้าหมาย**

- ๑.สมาชิกชุมชนในรัศมี ๕ กิโลเมตร

## **เป้าหมายเชิงปริมาณ**

- ๑.จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW CONTINUOUS ในชุมชนมากกว่า ๒๐ คน
๒. ผลผลิตของโครงการ CSR-DIW CONTINUOUS สามารถนำไปใช้ประโยชน์มากกว่า ร้อยละ ๘๐

## **เป้าหมายเชิงคุณภาพ**

- ๑.ความพึงพอใจระดับมากขึ้นไปของชุมชนต่อโครงการ CSR-DIW CONTINUOUS ร้อยละ ๘๐

๑๔. แผนปฏิบัติการ (Action plan)

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	เอกสารหลักฐาน รายงานประชุม),รายงานวิเคราะห์,ผลสำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย, ประกาศ,อื่นๆ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๕			
			ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๖๕	มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๖	เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๖	กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๖
๑.แต่งตั้งคณะทำงานฯ	๑๐	รายงานการประชุมคณะทำงาน	-----▶			
๒.ประชุมคณะทำงานฯ	๕	รายงานการประชุมอนุมัติโครงการ		-----▶		
๓.ดำเนินงานสมัครเข้าร่วมโครงการ งบประมาณ ๑๐,๐๐๐ บาท	๕	หลักฐานการสมัครเข้าร่วมโครงการ		-----▶		
๔.จัดทำแผนงานโครงการ/เสวนาชุมชนในรัศมี ๕ กิโลเมตร งบประมาณ ๑๕,๐๐๐ บาท	๑๐	แผนการดำเนินงานรายงานผล/ภาพถ่าย/การดำเนินงาน			-----▶	
๕.ดำเนินการโครงการตามหลักเกณฑ์ CSR-DIW โครงการ งบประมาณ ๒๕,๐๐๐ บาท	๑๐	รายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงานภาพถ่าย/			-----▶	
๖.ติดตามผลการดำเนินงานและรายงานความก้าวหน้า	๕๐	รายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงานภาพถ่าย/				-----▶
๗.สรุปผลโครงการ	๑๐	รายงานผลการดำเนินงาน				-----▶

**๑๕. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ**

ใช้งบทำการสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**๑๖. ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

๑.สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชนในรัศมี ๕ กิโลเมตร ลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในเชิงลบที่จะเกิดขึ้นได้

๒. ได้รับรางวัลด้านมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน (CSR-DIW Continuous Award) และได้รับการรับรอง ECO FACTORY ภายในปี ๒๕๗๐

สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 CSR กับโรงงาน								
<p><b>โครงการ</b> ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) Continuous ปีที่ ๓ เข้าสู่มาตรฐาน ECO FACTORY ( สำนักงาน อภาค.ค.ส.เหนือตอนบน)</p>								
<p><b>วัตถุประสงค์ :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-เพื่อมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกภาคส่วน ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>-เพื่อมุ่งสู่โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ECO FACTORY</li> <li>- เพื่อขยายผลให้โรงงานมีความรู้ความเข้าใจหลักการดำเนินงานตามมาตรฐาน CSR-DIW Continues อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน</li> <li>- เพื่อดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาและหรือฟื้นฟูชุมชนจากภายในสู่ภายนอกโรงงาน/</li> </ul>	แผน	ผลงาน	แผน	ผลงาน	แผน	ผลงาน	แผนปี	ผลงาน
	ไตรมาสที่๑		๖ เดือน		๙ เดือน		๑๐๐%	
	๒๕%		๕๐%		๗๕%			
<p><b>ผลงานโดยสรุป :</b></p> <p><b>๑. ประชุมคณะทำงาน จัดทำแผนการดำเนินงาน</b></p>								
<p><b>งบประมาณ : ๖-๐,๐๐๐บาท</b></p>								
<p><b>สาเหตุ (อุปสรรค ข้อจำกัด/ปัจจัยบวก):</b> สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคเหนือตอนบน )เชียงใหม่ (สามารถดำเนินกิจการให้เกิดความยั่งยืน ทั้งสร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของแบรนด์สินค้าตราไทย-เดนมาร์ค ไม่ให้เกิดผลกระทบในทางลบขึ้นได้ จนที่สูดเกิดการไม่ให้ความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งอาจกระจายสู่โลกสังคมออนไลน์อย่างรวดเร็ว จนส่งผลเสียต่อธุรกิจของ อ.ส.ค.ในภาพรวมได้</p>								

<p>หน่วยงานรับผิดชอบ : สำนักงาน อภาค.ค.ส.เหนือตอนบน</p>	<p>แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป: ดำเนินโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน )CSR-DIW Continuous(ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖ ในลักษณะ การสนับสนุนการมีส่วนร่วมกับชุมชนและ ผู้มีส่วนได้เสีย</p>	
<p><b>ตัวชี้วัด :</b></p> <p>๑.สามารถแต่งตั้งคณะทำงานฯ <i>น้ำหนักคะแนน ๑๐</i></p> <p>๒.สามารถดำเนินงานสมัครเข้าร่วมโครงการ <i>น้ำหนักคะแนน ๑๐</i></p> <p>๓.สามารถประชุมชี้แจงแผนการดำเนินงานการจัดทำรายงานและการทวนสอบ<i>น้ำหนักคะแนน ๑๐</i></p> <p>๔.สามารถดำเนินการโครงการตามหลักเกณฑ์ CSR-DIW Continuous โครงการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และชุมชนรัศมี ๕กิโลเมตร <i>น้ำหนักคะแนน ๕๐</i></p> <p>๕.สามารถส่งรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมครั้งที่ ๑ให้กับหน่วยทวนสอบได้ทันตามกำหนด <i>น้ำหนักคะแนน ๑๐</i></p> <p>๖.สามารถส่งรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมครั้งที่ ๒ให้กับหน่วยทวนสอบได้ทันตามกำหนด <i>น้ำหนักคะแนน ๑๐</i></p> <p>๗. ได้รับรางวัลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม )CSR DIW Continues)</p>	<p><b>เป้าหมายปี ๒๕๖๖ :</b></p> <p>.๑พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานตามหลักการดำเนินการตามมาตรฐาน CSR-DIW continues</p> <p>.๒ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาและหรือฟื้นฟูชุมชนจากพนักงานในโรงงานสู่ชุมชน/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกโรงงาน</p> <p>.๓ได้รับการขึ้นทะเบียนมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ อย่างต่อเนื่อง )CSR-DIW Continues)</p>	<p><b>ผลงานตามตัวชี้วัด :</b></p> <p>ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน และสามารถยกระดับ เชื่อมโยงกับโรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ECO FACTORY</p>

แผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๖

สำหรับปี ๒๕๖๖ ยุทธศาสตร์ที่ ๒

## ๑. ชื่อโครงการ

ยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักมาตรฐานสากล (CSR-DIW) Continuous ปีที่ ๒ เข้าสู่มาตรฐาน ECO FACTORY

## ๒. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

๒.๑ คณะทำงาน CG/CSR สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่)

## ๓. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ

ระยะเวลา ๑ ปีงบประมาณ ตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖

## ๔. แผนงานกิจกรรมรอง/กิจกรรมหลัก/

แผนงานกิจกรรมหลัก CSR-DIW Continuous ประจำปี ๒๕๖๕๖

๑. ทบทวนสถานะเริ่มต้น CSR-DIW Continuous ประจำปี ๒๕๖๖
๒. รายงานผลการพัฒนาที่ยั่งยืนของสำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประจำปี ๒๕๖๖
๓. เสวนาชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รายงานผลการปฏิบัติงานกับผู้มีส่วนได้เสียและชุมชน
๔. ติดตามผลการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมประจำปี ๒๕๖๖
๕. พิจารณาข้อร้องเรียน ประจำปี ๒๕๖๖

แผนงานกิจกรรมรอง ECO FACTORY ภายในปี ๒๕๖๖

๑. รวบรวมข้อมูลตามข้อกำหนดมาตรฐาน ECO FACTORY
๒. ทบทวนและจัดเก็บข้อมูลในองค์กร เช่น GRI ,CSR-DIW, ECO Efficiency
๓. ทำแบบประเมินตนเอง

## ๕. สนองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์

SO ๒ พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตด้วยมาตรฐานสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## ๖. เป้าประสงค์

ลดผลกระทบจากการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมขององค์กร ต่อข้อร้องเรียนที่เกิดจาก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

## **๗. กลยุทธ์องค์กร**

กลยุทธ์องค์กร ด้านการเรียนรู้และเติบโต (L)

กลยุทธ์องค์กร ด้านกระบวนการภายใน (P)

## **๘. สมองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน**

กลยุทธ์องค์กร KPI ด้านการเรียนรู้และเติบโต (L) : L ๑ ส่งเสริมธรรมาภิบาลให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร

กลยุทธ์องค์กร KPI ด้านกระบวนการภายใน (P) : P ๒ พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล

## **๙. หลักการและเหตุผล**

โรงงานผลิตภัณฑ์นมห้วยแก้ว สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคเหนือตอนบน ตั้งอยู่ที่ตำบลช้างเผือก ซึ่งในรัศมี ๕ กิโลเมตร มีชุมชนรอบข้าง ได้แก่ชุมชนบ้านห้วยแก้ว ชุมชนเทศบาลตำบลช้างเผือก ชุมชนเทศบาลตำบลสุเทพ และสถานที่ราชการ อาทิ สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานปศุสัตว์เขต๕ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ สวนสัตว์เชียงใหม่ เป็นต้นโรงงานผลิตภัณฑ์นมห้วยแก้ว เป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก(SME) มีเครื่องจักรทำงาน ในช่วงกลางวันแต่มีบางช่วงที่ต้องทำการผลิตกลางคืน ซึ่งมีการก่อกมลภาวะให้แก่ชุมชน เช่น ปล่องไอเสียจากเครื่องกำเนิดไอน้ำ เกิดกลิ่นไม่พึงประสงค์จากระบบบำบัดน้ำเสีย สิ่งเหล่านี้เป็นผลกระทบที่ สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคเหนือตอนบน(เชียงใหม่) เป็นผู้ถูกรุกชุมชนรอบข้างที่มีอยู่เดิม โดยที่ไม่ได้ตระหนัก จึงทำให้มุมมองจากชุมชนโดยรอบโรงงาน อาจไม่ได้การยอมรับ และ อาจถูกร้องเรียนไปยัง เทศบาล หรือ อุตสาหกรรมจังหวัด ซึ่งมีผลต่อการดำเนินกิจการของ สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่) ไม่สามารถเกิดความอย่างยั่งยืนได้ ทั้งภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของแบรนด์สินค้าตราไทย-เดนมาร์ก อาจได้รับผลกระทบในทางลบขึ้นได้ จนที่สุดเกิดการไม่ให้ความร่วมมือจากชุมชน ซึ่งอาจจะกระจายสู่โลกสังคมออนไลน์อย่างรวดเร็ว ส่งผลเสียต่อธุรกิจของ อ.ส.ค.ในภาพรวมได้

ดังนั้นทุกๆสำนักงานของ อ.ส.ค.จึงต้องดำเนินการพูดคุย ปฏิสัมพันธ์กับชุมชน บ่อยๆด้วย การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งใช้ช่องทางการสานเสวนากับกลุ่มชุมชน เพื่อให้ได้ กิจกรรมและทำงานร่วมกับชุมชนสามารถที่จะปรับความเข้าใจกันระหว่างชุมชนและสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคเหนือตอนบน(เชียงใหม่) มีความประสงค์จะดำเนินโครงการ อ.ส.ค.รักนม รักฟาร์ม ยกกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous ปีที่ ๒ วงเงินงบประมาณ ๖๐,๐๐๐ บาท (ห้าหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

### **๑๐. วัตถุประสงค์ของโครงการ**

โครงการ CSR-DIW CONTINUOUS มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกภาคส่วน ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มุ่งสู่โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ECO FACTORY

### **๑๑. สถานที่ดำเนินโครงการ**

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินกิจการของ สก.นบ.(สหกรณ์โคนม)

### **๑๒. วิธีดำเนินการ**

๑๒.๑ ประชุมคณะทำงาน

๑๒.๒ จัดทำแผนโครงการ/แผนเสวนาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๑๒.๓ ประชุมติดตามวิเคราะห์ความต้องการของชุมชน โดยเน้นไปที่โครงการที่เป็น after Process

๑๒.๔ ดำเนินโครงการที่ได้จากการเสวนาชุมชนและให้สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ของ CSR-DIW

## ๑๒.๕ สรุปผลการดำเนินโครงการ

### ๑๓. กลุ่มเป้าหมาย

สมาชิกสหกรณ์โคนม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินกิจการของ สก.นบ.

เป้าหมายเชิงปริมาณ

- ๑.จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ CSR-DIW CONTINUOUS ในชุมชนมากกว่า ๓๐ คน
๒. ผลผลิตของโครงการ CSR-DIW CONTINUOUS สามารถนำไปใช้ประโยชน์มากกว่า ร้อยละ ๘๐

เป้าหมายเชิงคุณภาพ

- ๑.ความพึงพอใจระดับมากขึ้นไปของชุมชนต่อโครงการ CSR-DIW CONTINUOUS ร้อยละ ๘๐



## ๑๔. แผนปฏิบัติการ (Action plan)

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	ผลลัพธ์ (%)	เอกสารหลักฐาน รายงานประชุม),รายงานวิเคราะห์, ผลสำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย, ประกาศ,อื่นๆ	ปีงบประมาณ ๒๕๖๖				
				กรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๕	ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๖๕	มกราคม - มีนาคม ๒๕๖๖	เมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๖	กรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๖
๑.แต่งตั้งคณะทำงานมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักมาตรฐานสากล CSR-DIW Continuous	๑๐		หนังสือแต่งตั้งคณะทำงาน		→			
๒.สมัครเข้าร่วมโครงการกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม และผ่านการพิจารณาคุณสมบัติเข้าร่วมประจำปี ๒๕๖๖	๑๐		หลักฐานการสมัครเข้าร่วมโครงการ หลักฐานการตอบรับเข้าร่วมโครงการ			→		
๓. ประชุมชี้แจงแผนการดำเนินงานการจัดทำรายงาน และการทวนสอบ	๑๐		ภาพถ่ายการประชุม เอกสารการประชุม				→	
๔-CSR แผนงานโครงการ ดำเนินการตามหลักเกณฑ์. กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย DIW Continuous	๔๐		ภาพกิจกรรมการดำเนินงาน และผลการประเมิน ความพึงพอใจ โครงการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ ชุมชนรัศมี ๕ กิโลเมตร				→	
๕.ส่งรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการทวนสอบให้กับหน่วยงานทวนสอบครั้งที่ ๑	๑๐		รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ครั้งที่ ๑				→	
๖.แก้ไข/เพิ่มเติม รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ตามข้อเสนอแนะ	๑๐		รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ครั้งที่ ๑ ฉบับแก้ไข					→
๗.ส่งรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการทวนสอบให้กับหน่วยงานทวนสอบครั้งที่ ๒	๑๐		รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม ครั้งที่ ๒					→

**๑๕. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ**

-กิจกรรมเสวนาชุมชนรัศมี ๕ กิโลเมตร	๕,๐๐๐ บาท
-โครงการที่ได้จากการเสวนาชุมชน	๕๕,๐๐๐ บาท
รวมเป็นเงิน	๖๐,๐๐๐ บาท

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการทุกรายการสามารถถัวเฉลี่ยจ่ายได้ตามความเป็นจริง โดยไม่เกินอัตราที่ราชการกำหนด

**๑๖. ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

- ๑๖.๑ พนักงาน ผู้ปฏิบัติงานและผู้ปฏิบัติงานสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชน
- ๑๖.๒ โครงการสามารถแก้ปัญหาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้

## ยุทธศาสตร์ที่ 3CSR กับลูกค้า/ผู้บริโภค

**ชื่อโครงการ** โครงการส่งเสริมการขายไทย-เดนมาร์ค อคาเดมี ผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็นไทย-เดนมาร์ค และกิจกรรมไทย-เดนมาร์ค โรดโชว์ คุณส่งเราส่ง ทั่วไทย (ภาคเหนือ/ภาคกลาง/ภาคใต้/ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

- วัตถุประสงค์** :
1. เพื่อพัฒนาหนุ่มสาววัยแดงให้มีความรู้ ความสามารถครบทุกด้าน ทั้ง Hard Skill และ Soft Skill
  2. เพื่อให้หนุ่มสาววัยแดงมีความกระตือรือร้นและสามารถพัฒนาตัวเองตลอดเวลา
  3. เพื่อเพิ่มยอดขายนมพาสเจอร์ไรส์ ตราไทย-เดนมาร์ค ให้กับตัวแทนจำหน่ายในภาคใต้
  4. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ และก้าวสู่การเป็นแบรนด์นมพาสเจอร์ไรส์ที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่ง

**งบประมาณ** : งบประมาณการดำเนินงานโครงการฯ มูลค่า 600,000 บาท  
(ต่อ 1 รุ่น อคาเดมี) โดยจ่ายเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์

**หน่วยงานรับผิดชอบ** : ฝ่ายการตลาดและการขาย

- ตัวชี้วัด** :
1. การเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น
    - โดยคำนวณจากยอดซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น ที่เติบโตขึ้นของตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ ที่เข้าร่วมโครงการ ในแต่ละเดือน

เป้าหมายไตรมาสที่ 1	ผลงาน	เป้าหมายไตรมาสที่ 2	ผลงาน	เป้าหมายไตรมาสที่ 3	ผลงาน	เป้าหมายไตรมาสที่ 4	ผลงาน
25		25		25		25	

**ผลงานโดยสรุป** : โครงการฯ เริ่มเดือนตุลาคม 2566 โดย ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น ไทย-เดนมาร์ค

### สาเหตุ (ปัจจัยบวก/อุปสรรค ข้อจำกัด)

1. สาเหตุ: ผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็นของ อ.ส.ค. ขาดการรับรู้ถึงผู้บริโภค / หนุ่มสาว วัยแดง ขาดประสบการณ์และกำลังใจในการทำงาน
2. อุปสรรค: สถานการณ์โรคติดต่อ ( Covid-19 ) ทำให้จำหน่ายได้ลำบาก

**แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป** : ดำเนินโครงการฯ เพื่อกระตุ้นยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น ให้แก่ทุกตัวแทนจำหน่ายในเขตพื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้แก่หนุ่มสาว วัยแดง และเพิ่มยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมซึ่งสามารถลดปริมาณน้ำมันดิบ ของ อ.ส.ค.

### เป้าหมายปี 2566 :

เพื่อให้หนุ่มสาววัยแดงมีศักยภาพด้านการเทคนิคการขาย สร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ และเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็นตราไทย-เดนมาร์ค ให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### ผลงานตามตัวชี้วัด :

- ยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น ของ ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น ที่เข้าร่วมโครงการ

**โครงการส่งเสริมการขายไทย-เดนมาร์ค อคาเดมี ผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็นไทย-เดนมาร์ค  
และกิจกรรมไทย-เดนมาร์ค โรดโชว์ คุณส่งเราส่ง ทั่วไทย  
(ภาคเหนือ/ภาคกลาง/ภาคใต้/ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)**

**๑. หลักการและเหตุผล**

โลกของการทำธุรกิจในปัจจุบันนี้ เป็นยุคของโอกาส เพราะพฤติกรรมของคนเปลี่ยนไป ซึ่งถ้าองค์กรใดสามารถที่จะเข้าใจสภาพการเปลี่ยนแปลง มองเห็นโอกาสเช่นนี้ จะสามารถทำให้องค์กรนั้น ๆ มีรายได้เพิ่มมากขึ้นเท่าทวีคูณ โดย “ผู้ชาย” ถูกมองว่าเป็นกุญแจของความสำเร็จทางธุรกิจ สร้างรายได้ สร้างความเจริญเติบโต ในหลายองค์กรมีการนำการเติบโตของยอดขายมาใช้เพื่อเป็นดัชนีชี้วัดในอีกมิติได้ ถ้าองค์กรใดมีทีมงานขายที่เข้มแข็ง มีทักษะที่เหนือชั้น มีความสามารถ มีเทคนิคการปิดการขาย มีกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ มีหลักในการใช้ วาทศิลป์และศิลปะการโน้มน้าวใจ และที่สำคัญคือการเข้าใจ เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า รู้ได้ถึงอารมณ์การตัดสินใจของลูกค้าก็จะทำให้ประสบความสำเร็จในการขาย การเร่งสร้างและพัฒนาทีมงานฝ่ายขายจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อนำพาให้องค์กรนั้น ๆ มีศักยภาพเพียงพอต่อสภาพการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ในบางองค์กรนำแนวคิดการขายมาบรรจุเป็นสมรรถนะของพนักงานทุกคนให้มี เทคนิคการขาย มีทักษะที่จะสามารถโน้มน้าวใจลูกค้าได้ และเตรียมสร้างให้องค์กรเป็นองค์กรแห่งการขาย คือทุกคนสามารถที่จะโน้มน้าวใจ มีเทคนิคในการนำเสนอได้ ซึ่งหนุ่มสาววัยแดง ในแต่ละศูนย์ ก็มีศักยภาพในระดับที่น่าพึงพอใจ แต่การอบรมเทคนิคการขายใหม่ๆ เพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ จะสามารถพัฒนาศักยภาพของหนุ่มสาววัยแดงให้มากขึ้นหลักสูตรในโครงการ วัวแดง อคาเดมี ถูกออกแบบตามแนวการเก็บข้อมูลจากการลงสนามการขายจริง อีกทั้งมีการรวบรวมเทคนิค กลวิธีที่วิทยากรผู้มีประสบการณ์ สามารถทำให้ทีมงานขายเข้าใจได้อย่างง่าย นำมาซึ่งความสำเร็จให้กับยอดขายของผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ตราไทย-เดนมาร์ค ปี ๒๕๖๕ ได้อย่างยั่งยืน

**๒. วัตถุประสงค์**

- ๒.๑ เพื่อพัฒนาหนุ่มสาววัยแดงให้มีความรู้ ความสามารถครบทุกด้าน ทั้ง Hard Skill และ Soft Skill
- ๒.๒ เพื่อทำให้หนุ่มสาววัยแดงมีความกระตือรือร้นและสามารถพัฒนาตัวเองตลอดเวลา
- ๒.๓ เพื่อเพิ่มยอดขายนมพาสเจอร์ไรส์ ตราไทย-เดนมาร์ค ให้กับตัวแทนจำหน่ายในภาคใต้
- ๒.๔ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ และก้าวสู่การเป็นแบรนด์นมพาสเจอร์ไรส์ที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่ง

**๓. กลุ่มเป้าหมาย**

- ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็นไทย-เดนมาร์ค (สาววัยแดง) ทุกภูมิภาคของประเทศไทย (ภาคเหนือ/ภาคกลาง/ภาคใต้/ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

**๔. วิธีการ**

จัดให้ความรู้กับพนักงานขายนมพาสเจอร์ไรส์ตราไทย-เดนมาร์ค ที่เป็นตัวแทนของแต่ละศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตรัง กระบี่ และพัทลุง เพื่อให้มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและพร้อมที่จะเติบโตไปกับแบรนด์ ซึ่งหลักสูตรการอบรมวัวแดง อคาเดมี จะใช้เวลาในการอบรมเป็นระยะเวลา ๑ วันเพื่อให้หนุ่มสาววัยแดง ได้เข้าใจถึงแนวทางการปฏิบัติทั้งภาคทฤษฎี พร้อมทั้งมอบประกาศนียบัตรสำหรับผู้ผ่านอบรม และมีการจัดกิจกรรมภาคสนามให้กับศูนย์ฯ จังหวัดนครศรีธรรมราชในรูปแบบโรดโชว์ โดยจะนำขบวนรถขายผลิตภัณฑ์ไทย-เดนมาร์ค ตกแต่งให้สวยงาม พร้อมทั้งทีมงาน Sales Force ที่จะลงพื้นที่แนะนำผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับ End User และยังมีกรรมการแนะนำธุรกิจตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้ที่สนใจจะมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวไทย-เดนมาร์คอีกด้วยโดยจะมีสาววัยแดงจากทั้ง ๔ จังหวัด ประมาณ ๕๐ คน

/๕.ขอบเขต...

## **๕. ขอบเขตการดำเนินงาน**

๕.๑ จัดหาสถานที่ให้ความรู้โครงการส่งเสริมการขายไทย-เดนมาร์ค อคาเดมี และกิจกรรมไทย-เดนมาร์ค โรดโชว์ คุณส่ง เราส่ง ในสถานที่ที่มีมาตรฐานในแต่ละภูมิภาค

๕.๒ จัดเตรียมสถานที่สำหรับการให้ความรู้กับหนุ่มสาววัยแดง จำนวนไม่ต่ำกว่า ๕๐ ท่าน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ๑๐ ท่าน

๕.๓ จัดเตรียมเอกสารและอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับกิจกรรมจำนวนไม่ต่ำกว่า ๕๐ ชุด

๕.๔ จัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดและเทคนิคการขายเพื่อให้ความรู้ จำนวน ๓ ท่าน

๕.๕ ตกแต่งสถานที่โดยต้องมีฉากถ่ายภาพ ๑ จุด

๕.๖ ออกแบบและจัดทำประกาศนียบัตร จำนวน ๕๐ ชิ้น

๕.๗ จัดหาช่างภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวสำหรับบันทึกภาพภายในกิจกรรม

๕.๘ จัดทำภาพและวิดีโอประกอบการจัดกิจกรรม ในรูปแบบไฟล์บันทึก จำนวน ๒ ชุด

๕.๙ จัดกิจกรรมโรดโชว์ โดยมีรถกระบะนำขบวน ๒ คันและรถสามล้อพ่วงข้าง จำนวน ๗ คัน พร้อมตกแต่งให้สวยงาม

๕.๑๐ จัดหาทีมประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมโรดโชว์ โดยประกอบไปด้วย MC ๑ คน และทีมประชาสัมพันธ์ไม่ต่ำกว่า ๘ คน

๕.๑๑ จัดเตรียมอุปกรณ์ขยายเสียงสำหรับติดตั้งในรถกระบะ และรับผิดชอบค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกิจกรรมโรดโชว์

๕.๑๒ จัดทำป้ายทูลรูปเพื่อใช้ในกิจกรรมจำนวน ๑๐ ชิ้น

๕.๑๓ ออกแบบและผลิตโบรชัวร์ขนาด A ๕ สำหรับประชาสัมพันธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน ๕๐๐ ใบ

๕.๑๔ ออกแบบและผลิตโบรชัวร์ขนาด A ๕ สำหรับประชาสัมพันธ์การรับสมัครตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค จำนวน ๕๐๐ ใบ

๕.๑๕ จัดหาช่างภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวสำหรับบันทึกภาพกิจกรรมโรดโชว์

๕.๑๖ จัดทำภาพและวิดีโอกิจกรรมโรดโชว์ พร้อมตัดต่อและส่งในรูปแบบไฟล์บันทึก จำนวน ๒ ชุด

## **๖. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

เพื่อทำให้หนุ่มสาววัยแดงมีศักยภาพด้านการเทคนิคการขาย สร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ และเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็นตราไทย-เดนมาร์ค ให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

## **๗. ระยะเวลาดำเนินการ**

ปีงบประมาณ ๒๕๖๖ ไตรมาสละ ๑ ครั้ง

## **๘. วงเงินในการจัดจ้าง**

จ่ายเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์ ภายในวงเงินไม่เกิน ๖๐๐,๐๐๐.-บาท (หกแสนบาทถ้วน)/ครั้ง

## **๙. ผู้รับผิดชอบโครงการ**

แผนกบริหารการขาย กองการขาย ฝ่ายการตลาดและการขาย

สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 CSR กับนวัตกรรม									
<b>เกษตรกร/สหกรณ์ ร่วมคิด ร่วมพัฒนา</b>  <b>ชื่อโครงการ</b>  IT Corporate Social Responsibility (IT CSR)  <b>วัตถุประสงค์ :</b>  1. เพื่อสร้างการรับรู้ของพนักงานภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในเรื่องช่องทางคู่มือ กฎหมายและระเบียบ รวมถึงข่าวและกิจกรรมของ CSR ผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น  2. เพื่อนำข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเพิ่มช่องทางในการรับรู้ของ อ.ส.ค. เพิ่มมากขึ้น  <b>งบประมาณ :</b> งบประมาณของหน่วยงาน  <b>หน่วยงานรับผิดชอบ :</b> ฝ่ายอำนวยการ		เป้าหมาย ไตรมาส ที่ 1	ผลงาน	เป้าหมาย 6 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย 9 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย ปี 65	ผลงาน
		20		30		50		100	
		<b>ผลงานโดยสรุป :</b>  สร้างการรับรู้ของพนักงานภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในเรื่องช่องทาง การ ร้องเรียน คู่มือ กฎหมายและระเบียบ รวมถึงข่าวและกิจกรรมของ CSR ผ่านช่องทางออนไลน์ เพิ่มมากขึ้น							
		<b>สาเหตุ / ปัจจัยบวก)อุปสรรค ข้อจำกัด(</b>							
		<b>แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป :</b>							
<b>ตัวชี้วัด :</b> การรับรู้ข่าวและกิจกรรม ด้าน CG/CSR ของพนักงานภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร		<b>เป้าหมายปี 2566 :</b>  สร้างการรับรู้ของพนักงานภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในเรื่องช่องทาง การ ร้องเรียน คู่มือ กฎหมายและระเบียบ รวมถึงข่าว และกิจกรรมของ CSR ผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่ม มากขึ้น				<b>ผลงานตามตัวชี้วัด :</b>  ข่าวและกิจกรรม ด้าน CG/CSRบนหน้า เว็บไซต์			

แผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) พ 2565-2560.ศ.สำหรับปี 2566  
ยุทธศาสตร์ที่ : CSR กับนวัตกรรม

## 1. ชื่อโครงการ

IT Corporate Social Responsibility (IT CSR)

## 2. หลักการและเหตุผล

การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะต้องมีการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพและมุ่งเน้นประสิทธิผล โดยการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานด้วยความเป็นธรรมสร้างความเสมอภาคและให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล เคารพในกฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรมีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ทุกกระบวนการมีความรับผิดชอบต่อสังคมและองค์กร การรับข้อร้องเรียนเพื่อนำมาปรับปรุงในการพัฒนาการดำเนินการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้มีประสิทธิภาพ

อ.ส.ค. เล็งเห็นความสำคัญของการตระหนัก การรับรู้ในเรื่องขององค์กร ภาพลักษณ์ชื่อเสียง รวมถึงการบริหารจัดการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงได้มีการวัดการรับรู้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมผ่านช่องทางออนไลน์โดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการจัดทำโครงการดังกล่าว เพื่อให้ทราบจำนวนผู้เข้ามาเยี่ยมชม และให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และพนักงานภายในองค์กรมีการรับรู้เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนจนถึงการเพิ่มการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายใหม่

## 3. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อสร้างการรับรู้ของพนักงานภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในเรื่องช่องทางคู่มือกฎหมายและระเบียบ รวมถึงข่าวและกิจกรรมของ CSR ผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อนำข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเพิ่มช่องทางในการรับรู้ของ อ.ส.ค. เพิ่มมากขึ้น

## 4. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายอำนวยการ, ฝ่ายเทคโนโลยีดิจิทัล

## 5. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ

เดือนตุลาคม 2564 - เดือนกันยายน 2565

## 6. แผนงาน/กิจกรรมหลัก/กิจกรรมรอง

กิจกรรมหลัก : ดำเนินการสำรวจการรับรู้ของพนักงาน อ.ส.ค.และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านกำกับดูแลกิจการที่ดี (Cooperate Governance) โดยนับจำนวนผู้เข้าชมผ่านช่องทางออนไลน์ (เว็บไซต์ อ.ส.ค. และระบบ Dportal)

กิจกรรมรอง : -

## 7. สนองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ SO4 : ยกระดับทุนมนุษย์ให้เป็นมืออาชีพ ด้วยหลักธรรมาภิบาล และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

## 8. เป้าประสงค์

เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Perceive) ขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ควบคู่กับการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาบริหารจัดการและดำเนินการ การรับรู้ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พนักงานภายในองค์กร ในส่วนของช่องทางการร้องเรียน, คู่มือกำกับและการดูแลกิจการที่ดี, กฎหมายและระเบียบ ข้อบังคับ ข่าวก้าว และกิจกรรมด้าน CSR โดยนับจำนวนผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มช่องทางการรับรู้อื่นๆ รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาในการดำเนินการขับเคลื่อนองค์กรให้มีประสิทธิภาพและถูกต้องตามหลักธรรมาภิบาล

## 9. กลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์องค์กร ด้าน Learning : มุ่งบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม ควบคู่ไปกับหลักธรรมาภิบาล

## 10. สมองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน

กลยุทธ์องค์กร KPI ด้าน Learning : มุ่งบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม ควบคู่ไปกับหลักธรรมาภิบาล

## 11. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อสร้างการรับรู้ของพนักงานภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในเรื่องของช่องทางการร้องเรียน คู่มือ กฎหมายและระเบียบ รวมถึงข่าวและกิจกรรมของ CSR ผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อทราบถึงจำนวนยอดผู้เข้าชมผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อ อ.ส.ค. นำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น
3. เพื่อนำข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเพิ่มช่องทางการรับรู้ของ อ.ส.ค. เพิ่มมากขึ้น

## 12. สถานที่ดำเนินโครงการ

ในระบบสารสนเทศของ อ.ส.ค. เช่น Website อ.ส.ค. และ ระบบ Dportal

## 13. วิธีดำเนินการ

1. ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการโครงการ IT Governance (ITG)
2. ดำเนินการประสานงานกับฝ่ายเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ทราบถึงจำนวนยอดผู้เข้าเยี่ยมชมและความคิดเห็นจากผู้ร้องเรียนในด้านของช่องทางการร้องเรียนเพื่อนำไปปรับปรุงและแก้ไข
3. ดำเนินการประชุมติดตามโครงการ (รายไตรมาส)
4. ติดตามผลการดำเนินงาน (รายไตรมาส)
5. สรุปผลการดำเนินงานพร้อมการรายงานผลการดำเนินงาน

## 14. เป้าหมาย

เพื่อสร้างการรับรู้ในส่วนของการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้แก่พนักงานภายในองค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการวัดจำนวนผู้เข้ามาเยี่ยมชมผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อมาข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขและหาแนวทางในการพัฒนาต่อไป



## 15. แผนปฏิบัติการ (Action plans)

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	(เอกสารหลักฐาน) รายงานประชุม,รายงานวิเคราะห์, ผลสำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย, ประกาศ,อื่นๆ	ปีงบประมาณ 2565				
			กรกฎาคม - กันยายน 2565	ตุลาคม - ธันวาคม 2565	มกราคม - มีนาคม 2566	เมษายน - มิถุนายน 2566	กรกฎาคม - กันยายน 2566
1. ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการโครงการ IT Governance (ITG)	15	แผนปฏิบัติการโครงการ IT Governance (ITG)	→				
2. ดำเนินการลงข้อมูลข่าวและกิจกรรมด้าน CG/CSR หน้าเว็บไซต์ อ.ส.ค.	30	ข่าวและกิจกรรม ด้าน CG/CSR หน้าเว็บไซต์ อ.ส.ค.					→
3. ติดตามผลการดำเนินงาน	20	รวบรวมข่าวและกิจกรรมด้าน CG/					→
4. สรุปผลการดำเนินงานพร้อมการรายงานผลการดำเนินงาน	15	รายงานผลการดำเนินงานในที่ประชุม คณะอนุกรรมการ CG/CSR					→

15. แผนการใช้ ...

## 16. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ

งบประมาณของหน่วยงาน

## 17. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การรับรู้ของพนักงานภายในองค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในเรื่องช่องทางร้องเรียน คู่มือกฎหมายและระเบียบ รวมถึงข่าวและกิจกรรมของ CG ผ่านช่องทางออนไลน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

2. ทราบถึงจำนวนยอดผู้เข้าชมผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ อ.ส.ค. นำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

3. ได้นำข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเพิ่มช่องทางในการรับรู้ของ อ.ส.ค. เพิ่มมากขึ้น

แผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) พ 2566-2560.ศ.สำหรับปี  
2566 ยุทธศาสตร์ ที่ 5 : CSR กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

## 1. ชื่อโครงการ

อ.ส.ค. & บขส. พาน้อง(ด้อยโอกาส)เที่ยวชมฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค

## 2. หลักการและเหตุผล

อ.ส.ค. ให้ความสำคัญต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และมีเจตนารมณ์ในการร่วมพัฒนาสังคมมาโดยตลอด โดยโครงการนี้เป็นความร่วมมือของ 2 หน่วยงานระหว่าง “องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) กับ บริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) ภายใต้ชื่อโครงการ “อ.ส.ค. & บขส. พาน้อง (ด้อยโอกาส) เที่ยวชมฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค” ซึ่งกิจกรรมนี้จะช่วยสร้างโอกาสและเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับเด็ก ๆ ด้อยโอกาสได้เรียนรู้อาชีพการเลี้ยงโคนมและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการเปิดโลกทัศน์ เปิดประสบการณ์ อีกด้านที่เด็ก ๆ สามารถจับต้องได้ สัมผัสได้อย่างใกล้ชิด

ฝ่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์นมวัวแดงไทย-เดนมาร์ค ให้เด็ก ๆ ได้รู้ที่มาที่ไปของนมกล่องแรกของคนไทยตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

## 3. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับเด็กด้อยโอกาสในสังคม ได้เรียนรู้อาชีพการเลี้ยงโคนม
2. เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์คและสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ไทย-เดนมาร์ค
3. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรีและพื้นที่ใกล้เคียง
4. เพื่อเป็นการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างรัฐวิสาหกิจ (Synergy)

## 4. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ บริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.)

## 5. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ

เดือนตุลาคม 2564 - เดือนกันยายน 2565

## 6. แผนงาน/กิจกรรมหลัก/กิจกรรมรอง

กิจกรรมหลัก : พาเด็กด้อยโอกาสมาเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค โดยเด็กด้อยโอกาสจะได้เรียนรู้อาชีพการเลี้ยงโคนม และได้ทดลองรีดนมแม่โคด้วยมือ

กิจกรรมรอง : สร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ไทย-เดนมาร์ค

## 7. สอนองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ SO3 : ตอกย้ำความเข้มแข็งในแบรนด์ไทย-เดนมาร์คควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และธุรกิจที่ต่อเนื่อง (C, G)

## 8. เป้าประสงค์

เพื่อเปิดโอกาสและประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับเด็กด้อยโอกาสได้เรียนรู้อาชีพการเลี้ยงโคนม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

## **9. กลยุทธ์องค์กร**

กลยุทธ์องค์กร ด้าน Growth : แบรินด์ไทย-เดนมาร์ค ก้าวสู่แบรินด์อันดับที่ 1 ในใจผู้บริโภคชาวไทย Top of Mind Brand ของผู้ส่งมอบสุขภาพที่ดีแก่คนไทย ควบคู่ไปกับความสามารถในการทำกำไรขององค์กร

## **10. สนองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน**

กลยุทธ์องค์กร ด้าน Growth : แบรินด์ไทย-เดนมาร์ค ก้าวสู่แบรินด์อันดับที่ 1 ในใจผู้บริโภคชาวไทย Top of Mind Brand ของผู้ส่งมอบสุขภาพที่ดีแก่คนไทย ควบคู่ไปกับความสามารถในการทำกำไรขององค์กร

## **11. สถานที่ดำเนินโครงการ**

ฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค อ.มวกเหล็ก จ.สระบุรี

## **12. วิธีดำเนินการ**

1. ดำเนินการจัดทำแผน/โครงการ พร้อมขออนุมัติผู้อำนวยการ
2. ดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน/ภายนอก เพื่อนำเด็กด้อยโอกาสมาเปิดประสบการณ์แบบ One Day Trip
3. ดำเนินการพาเด็กๆด้อยโอกาสมาเที่ยวชมฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค
4. สรุปผลการดำเนินงานพร้อมการรายงานผลการดำเนินงาน

## **13. เป้าหมาย**

เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับเด็กผู้ด้อยโอกาสได้เรียนรู้อาชีพการเลี้ยงโคนม เด็กๆสามารถนำความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค และสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรินด์ไทย-เดนมาร์ค อีกด้วย

15. แผนปฏิบัติการ (Action plans)

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	(เอกสารหลักฐาน) รายงานวิเคราะห์,รายงานประชุม, ผลสำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย, ประกาศ,อื่นๆ	ปีงบประมาณ 2565				
			กรกฎาคม - กันยายน 2565	ตุลาคม - ธันวาคม 2565	มกราคม - มีนาคม 2566	เมษายน - มิถุนายน 2566	กรกฎาคม - กันยายน 2566
1. ดำเนินการขออนุมัติแผนงาน/โครงการ	10	แผนปฏิบัติการโครงการ อ.ส.ค. & บขส. พาน้อง (ด้อยโอกาส)ที่วชมฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค	→				
2. ดำเนินการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน/ภายนอก เพื่อนำเด็กด้อยโอกาสมาเปิดประสบการณ์แบบ one day trip	30	หนังสือถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		→			
3. ดำเนินการพาเด็กด้อยโอกาสมาชมฟาร์มฯ	50	ภาพถ่ายการพาเด็กมาที่วชมฟาร์มฯ			→	→	→
4. สรุปผล/ประเมินโครงการ	10	รายงานผลการดำเนินงาน			→	→	→

15. แผนการใช้ ...

## 16. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ

- งบประมาณที่เป็นตัวเงิน จำนวน 60,000.- บาท
- งบประมาณที่ไม่เป็นตัวเงินจำนวน 30,000.- บาท

ที่	รายการ	จำนวนเงิน/บาท
งบประมาณที่เป็นตัวเงิน		
1.	ค่าอาหาร จำนวน 200 คน	30,000.-
2.	ค่าเดินทาง จำนวน 200 คน	20,000.-
3.	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	10,000.-
งบประมาณที่ไม่เป็นตัวเงิน		
4.	ค่าเข้าชมฟาร์ม จำนวน 200 คน	30,000.-
รวมค่าใช้จ่าย		90,000.-

## 17. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.เด็กด้อยโอกาสได้ประสบการณ์การท่องเที่ยวและได้เรียนรู้อาชีพการเลี้ยงโคนม
- 2.กิจกรรมของฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์คได้รับการประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ไทย-เดนมาร์คได้สร้างการรับรู้ให้เด็กๆ
- 3.ได้กระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรีและพื้นที่ใกล้เคียง
- 4.เกิดการใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างรัฐวิสาหกิจ (Synergy)

สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 CSR กับสังคม

7. DPO Social Care

ชื่อโครงการ โครงการ อ.ส.ค. ส่งเสริม “ปลูกป่าในใจเยาวชน” ผ่านโครงการรักษ่าป่าสิริเจริญวรรษเพื่อเพิ่มออกซิเจนให้แก่สังคม

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อร่วมสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรม “การปลูกป่าในใจเยาวชน” ให้กับเยาวชนที่จะเติบโตในสังคม เพื่อเป็นรากฐานดูแลรักษาป่า และต้นน้ำ ในสังคมต่อไป
2. เพื่อสนับสนุนสวนป่าสิริเจริญวรรษให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทัศนศึกษาและเป็นแหล่งสร้างออกซิเจนของธรรมชาติรวมทั้งเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของนักเรียน นิสิต นักศึกษาและประชาชนทั่วไป
3. เพื่อสนับสนุนกิจกรรมสำหรับเยาวชนที่มีจิตสำนึกฟื้นฟูสภาพพื้นที่เสื่อมโทรมให้กลับฟื้นคืนสภาพป่าที่สมบูรณ์

งบประมาณ : ค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน และ ไม่เป็นตัวเงินทั้งสิ้น 101,880.-บาท (หนึ่งแสนหนึ่งพันแปดร้อยแปดสิบบาทถ้วน)

เป้าหมายไตรมาสที่ 1	ผลงาน	เป้าหมาย 6 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย 9 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย ปี 2566	ผลงาน
25		50		75		100	

ผลงานโดยสรุป :

เยาวชนที่จะเติบโตในสังคม เพื่อเป็นรากฐานดูแลรักษาป่าและต้นน้ำในสังคม

ควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค อันเกิดจากในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่จะอยู่ในใจเยาวชนตลอดไป

สาเหตุ /ปัจจัยบวก)อุปสรรค ข้อจำกัด

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้การดำเนินงานบางครั้งไม่สามารถให้เยาวชนมาร่วมกลุ่มจัดกิจกรรมในพื้นที่ได้

หน่วยงานรับผิดชอบ ....

ยุทธศาสตร์ที่ 5 CSR กับสังคม		
<p><b>หน่วยงานรับผิดชอบ</b> : แผนกกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม กองบริหารจัดการความยั่งยืน ฝ่ายอำนวยการ</p>	<p><b>แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป</b> : การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ตราไทย-เดนมาร์ก ระยะเวลา 1 ปี (ไตรมาส 1-4) และ เข้าร่วมกิจกรรมการเปิดกิจกรรมกับเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ 1 ครั้ง /ปี</p>	
<p><b>ตัวชี้วัด</b> :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ได้การรับรู้แบรนด์ ไทยเดนมาร์ก สำหรับเยาวชนและผู้ร่วมงานในกิจกรรม จำนวน 720 คนต่อปี</li> <li>2. ได้เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการให้มีจิตสำนึก มีใจรักในธรรมชาติ จำนวน 720 คนต่อปี</li> <li>3. ได้ป่าที่เป็นแหล่งดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์และสร้างออกซิเจนให้แก่สังคมต่อไป</li> <li>4. ได้คาร์บอนเครดิตจากการปลูกป่าจำนวนขนาด 100 ไร่ ของโครงการในสัดส่วนขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างกรมป่าไม้ กับ อ.ส.ค.</li> </ol>	<p><b>เป้าหมายปี 2565</b> :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ได้การรับรู้แบรนด์ ไทยเดนมาร์ก สำหรับเยาวชนและผู้ร่วมงานในกิจกรรม จำนวน 720 คนต่อปี</li> <li>2. ได้เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการให้มีจิตสำนึก มีใจรักในธรรมชาติ จำนวน 720 คนต่อปี</li> </ol>	<p><b>ผลงานตามตัวชี้วัด</b> :</p> <p>เยาวชนที่จะเติบโตในสังคม เพื่อเป็นรากฐานดูแลรักษาป่าและต้นน้ำในสังคม ควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก อันเกิดจากในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่จะอยู่ในใจเยาวชนตลอดไป</p>



แผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) พ.ศ.2566-2570 สำหรับปี 2566  
ยุทธศาสตร์ที่ : CSR กับ สังคม

## 1. ความเป็นมา

เนื่องจากโลกในปัจจุบันเริ่มมีอุณหภูมิที่เพิ่มขึ้นมากทุกปีและมีการใช้ต้นไม้มากขึ้นทุกปี เช่น การนำไม้มาทำที่อยู่อาศัย การบุกรุกพื้นที่ป่าไม้มาทำการเกษตร และสร้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและยังทำเป็นโรงงานอุตสาหกรรมมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ป่าไม้เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญยิ่งของประเทศ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแต่ผลจากการพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และเทคโนโลยีของประเทศไทยที่ผ่านมา ทำให้มีความต้องการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรของประชาชนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ได้มีการบุกรุกทำลายป่าอย่างรุนแรงทำให้พื้นที่ป่าไม้ลดลงเป็นจำนวนมาก ส่งผลเสียหายต่อประเทศเป็นอย่างมากในหลายๆ ด้าน ทั้งในเรื่องการขาดแคลนไม้ใช้สอยภายในประเทศ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดภาวะโลกร้อนและภัยพิบัติต่างๆ ซึ่งเป็นปัญหามานานาประเทศ ตระหนักและมีการรณรงค์อย่างกว้างขวาง ซึ่งในการที่จะดำเนินการในการลดโลกร้อนและเพิ่มพื้นที่สีเขียว นั้น ต้องเริ่มจากการเป็นการเพิ่มพื้นที่ป่าเพื่อป้องกันอนุรักษ์และฟื้นฟูป่า อาจใช้วิธีการเฝ้าระวัง และควบคุมพื้นที่ป่าไม้ที่มีอยู่ ไม่ให้ถูกทำลาย ช่วยปรับปรุงระบบนิเวศในพื้นที่ ต้นน้ำที่เสื่อมโทรมและถูกทำลายไปแล้ว ซึ่ง อ.ส.ค. ได้เห็นความสำคัญในการอนุรักษ์ผืนป่าเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและเพิ่มออกซิเจนลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ให้แก่สังคม ด้วยกิจกรรมส่งเสริมการปลูกป่าในใจคน โดยเริ่มจากเยาวชนผู้ที่จะเป็นผู้ใหญ่ในอนาคตที่มาร่วมกิจกรรมกับโครงการป่าสิริเจริญวรรษอันเนื่องในพระราชดำริ (โครงการ+ สิริกิติ์+เจริญวรรษ) อันเป็นการฉลองพระชนมพรรษาครบ 60 พรรษาของพระบรมราชินีนาถ โดยพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร ได้ดำริว่าการปลูกป่าในใจคน เป็น 1 ใน 23 หลักการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร โดยทรงมีพระราชดำรัสในเรื่องของการปลูกป่าว่า

“...ควรจะปลูกต้นไม้ในใจคนเสียก่อน แล้วคนเหล่านั้นก็จะพากันปลูกต้นไม้

ลงบนแผ่นดินและรักษาต้นไม้ด้วยตนเอง...”

**ปลูกต้นไม้ในใจคน** หมายถึง การทำความเข้าใจว่าทำไมจึงต้องปลูกต้นไม้ และชี้ให้เห็นว่าประโยชน์ของการปลูกต้นไม้คืออะไร จำเป็นต่อชีวิตอย่างไร เป็นการปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดิน น้ำ ลม ไฟ ที่อยู่รอบตัวเรา

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อร่วมสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรม “การปลูกป่าในใจเยาวชน” ให้กับเยาวชนที่จะเติบโตในสังคม เพื่อเป็นรากฐานดูแลรักษาป่า และต้นน้ำ ในสังคมต่อไป

2.2 เพื่อสนับสนุนสวนป่าสิริเจริญวรรษให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทัศนศึกษาและเป็นแหล่งสร้างออกซิเจนของธรรมชาติรวมทั้งเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของนักเรียน นิสิต นักศึกษาและประชาชนทั่วไป

2.3 เพื่อสนับสนุนกิจกรรมสำหรับเยาวชนที่มีจิตสำนึกฟื้นฟูสภาพพื้นที่เสื่อมโทรมให้กลับฟื้นคืนสภาพป่าที่สมบูรณ์

ปลูกป่า.....

“ปลูกป่าในใจเยาวชน” ผ่านโครงการรักษ่าป่าสิริเจริญวรรษเพื่อเพิ่มออกซิเจนให้แก่สังคม



## ความเป็นมา



การประชุมสมัชชาสหประชาชาติสมัยสามัญ ครั้งที่ 71 ที่นครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา โดยให้สัตยาบันสารเข้าร่วมเป็นภาคีความตกลงปารีสของไทยให้กับ นายบัน คิมูน เลขาธิการสหประชาชาติ



เป้าหมายเพื่อควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยของโลก ให้ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส และมุ่งพยายามควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส สำหรับประเทศไทยมีเป้าหมายที่จะลดก๊าซเรือนกระจกลง ร้อยละ 20 - 25 ภายในปี พ.ศ. 2573



ข้อสั่งการในการประชุมผู้บริหารทส. ครั้งที่ 3 / 2564 วันที่ 10 ก.ค. 2564 ข้อที่ 1.4.3 โครงการพลิกฟื้นผืนป่า สืบสาน รักษา ต่อยอด สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน มอบหมายให้ อบก. ดำเนินการประเมินการกักเก็บก๊าซเรือนกระจก

## ป่าไม้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โลกมีปัญหการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change) หมายถึง สภาวะการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิเฉลี่ยบนพื้นผิวโลก ทั้งพื้นดินและพื้นน้ำที่เพิ่มสูงมากกว่าปกติในช่วงศตวรรษที่ผ่านมาจากปรากฏการณ์ก๊าซเรือนกระจก โดยมีสาเหตุสำคัญจากการกระทำของกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ เช่น การเผาพลาญเชื้อเพลิงจากถ่านหิน น้ำมัน หรือการตัดไม้ทำลายป่า ซึ่งก่อให้เกิดปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีความแปรปรวนและรุนแรงมากขึ้นเมื่อเทียบกับอดีต



ประชาคมโลกได้ให้ความสำคัญและได้จัดให้มีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UNFCCC) และประเทศไทยได้ลงนามและให้สัตยาบันในข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2559 โดยมีสาระสำคัญคือ ควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกให้ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียสเมื่อเทียบกับยุคก่อนอุตสาหกรรม และควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส โดยข้อเสนอการมีส่วนร่วมของประเทศไทย (NDC) คือ "ประเทศไทยมีความตั้งใจที่จะลดก๊าซเรือนกระจก ร้อยละ 20 จากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกรณีปกติ ภายในปี พ.ศ. 2573..."

ป่าไม้เป็นแหล่งผลิตก๊าซออกซิเจน และช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากบรรยากาศมาสะสมในเนื้อไม้กลายเป็นแหล่งกักเก็บคาร์บอน



# การปลูกป่าเพื่อคาร์บอนเครดิต



## คาร์บอนเครดิต

หมายถึง ปริมาณสุทธิของก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงได้ (มีหน่วยเป็น ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) ซึ่งจะได้มาจากการทำโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงโครงการที่ช่วยเพิ่มการกักเก็บก๊าซเรือนกระจก เช่น โครงการปลูกป่าแผนการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ฯลฯ



### 3. เป้าหมาย

- 3.1 ได้การรับรู้แบรนด์ ไทยเดนมาร์ค สำหรับเยาวชนและผู้เข้าร่วมงานในกิจกรรม จำนวน 720 คนต่อปี
- 3.2 ได้เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการให้มีจิตสำนึกใจรักธรรมชาติและ จำนวน 720 คนต่อปี
- 3.3 ได้ป่าที่เป็นแหล่งดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์และสร้างออกซิเจนให้แก่สังคม
- 3.4 ได้คาร์บอนเครดิตจากการปลูกป่าจำนวนขนาด 100 ไร่ ของโครงการในสัดส่วนขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างกรมป่าไม้ กับ อ.ส.ค.

### 4. ผู้รับผิดชอบ

แผนกกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม กองบริหารจัดการความยั่งยืน ฝ่ายอำนวยการ

### 5. สถานที่

“โครงการป่าสิริเจริญวรราชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” พื้นที่ 2,500 ไร่  
เทือกเขาชีโอน ตำบลนาจอมเทียน อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

### 6. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างเดือนตุลาคม 2565 ถึงเดือนกันยายน 2566

### 7. การดำเนินงานของโครงการ อ.ส.ค.ส่งเสริม “ปลูกป่าในใจเยาวชน”

โครงการป่าสิริเจริญวรราชอันเนื่องมาจากพระราชดำริได้สนองพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ โดยการปลูกป่าเพื่อฟื้นฟูสภาพพื้นที่ป่าไม้ที่ถูกทำลาย และมีสภาพเป็นป่าเสื่อมโทรมให้กลับฟื้นคืนเป็นสภาพป่าที่สมบูรณ์ดังเดิม โดยการปลูกป่าตามแนวพระราชดำริ คือ ปลูกไม้โตเร็ว สำหรับใช้สอย ปลูกพืชอาหารสัตว์ สำหรับนก และสัตว์ป่าใช้ผลสุกเป็นอาหาร รวมทั้งปลูกไม้มีค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อคืนสภาพป่า รวมทั้งอนุรักษ์ดินและน้ำ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการในปี 2535 ได้ปลูกป่าไปแล้วทั้งสิ้นประมาณ 580 ไร่ ไม้ที่ปลูกในระยะเริ่มแรกเจริญเติบโต เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงได้ใช้ประโยชน์จากป่า โดยการเก็บหาของป่า เช่น หน่อไม้ เห็ด ยอดหวาย เป็นต้น

นอกจากนี้ ....

นอกจากนี้ ทางโครงการฯ ได้มีการอบรมเยาวชน และ จัดกิจกรรมให้เยาวชนมีความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์ป่า ปกป้องป่าอันเป็นแหล่งอาหาร ที่อยู่ของสัตว์ต่างๆ ซึ่ง อ.ส.ค.จะเข้าไปสนับสนุนผลิตภัณฑ์นม ยู เอช ที รสชาติต่างๆ และ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มไทย-เดนมาร์ก ในระหว่างที่เยาวชน เข้าดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการปลูกป่าของโครงการป่าสิริเจริญวรรษ ตลอดช่วงเวลาปีงบประมาณ 2566 โดยสนับสนุนไตรมาสละ 1 ครั้ง รวม 4 ครั้ง รวมเป็นผลิตภัณฑ์นม ยู เอช ที ขนาด 200 ซีซี จำนวน 120 หีบ และผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม 200 โหล สำหรับนำส่งให้แก่สวนป่าที่จะสนับสนุนกิจกรรม “อ.ส.ค.ส่งเสริมปลูกป่าในใจเยาวชน” ตลอดทั้งปี 720 คน ( เป้าหมายเยาวชนเดือนละ 60 คน ปีละ 720 คน คนละ 6 กล่อง รวมใช้นมสำหรับดื่ม 4,320 กล่อง เท่ากับ 120 หีบ และ น้ำดื่ม 2,400 ขวด)





### 8. แผนปฏิบัติการ (Action plans) ปีงบประมาณ 2566

กิจกรรม	พ.ศ. 2565			พ.ศ. 2566								
	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. ประสานงานดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการโครงการ 1 ครั้ง	↔											
2. ส่งมอบผลิตภัณฑ์ฯ/เก็บข้อมูล ในทุกกิจกรรมของโครงการ 4 ครั้ง	↔			↔			↔			↔		
3. เข้าร่วมกิจกรรมโครงการฯ 1 ครั้ง									↔			
4. ติดตาม/รายงานผลการดำเนินงานรายไตรมาส 3 ครั้ง				↔			↔			↔		
5. ประเมินผลโครงการ/สรุปผลการดำเนินงาน พร้อมการรายงานผลการดำเนินงาน 1 ครั้ง												↔

9.งบประมาณ....

## 9.งบประมาณ

9.1 ค่าใช้จ่ายเป็นตัวเงิน (ค่าดำเนินการกิจกรรม/ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ฯลฯ ) เป็นเงิน 50,000.- บาท

9.2 ค่าใช้จ่ายไม่เป็นตัวเงินสนับสนุนผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก โครงการ อ.ส.ค.ส่งเสริม “ปลูกป่าในใจเยาวชน” ผ่านโครงการรักษ์ป่าสิริเจริญวรรษเพื่อเพิ่มออกซิเจนให้แก่สังคม ตลอดโครงการ

1) ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ยู เอช ที ขนาด 200 ซีซี จำนวน 120 ทیب ( รวม 4,320 กล่อง ) ราคาเฉลี่ย 364.- บาท/ทیب รวมเป็นมูลค่า 43,680 .-บาท

2) ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มไทย-เดนมาร์ก ขนาด 600 ซีซี จำนวน 200 โหล ( 2,400 ขวด) ราคา 41.-บาท/โหล รวมเป็นมูลค่า 8,200.- บาท

รวมค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงิน 51,880.-บาท

รวมค่าใช้จ่าย 9.1 เป็นตัวเงิน และ 9.2 ไม่เป็นตัวเงิน ทั้งสิ้น 101,880.- บาท  
(หนึ่งแสนหนึ่งพันแปดร้อยแปดสิบบาทถ้วน)

## 10. ประโยชน์ที่ได้รับ

- 10.1 ได้สร้างจิตสำนึกให้แก่เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการให้มีใจรักในธรรมชาติ
- 10.2 ได้ทำการอนุรักษ์ดิน แหล่งต้นน้ำลำธาร และระบบนิเวศวิทยาของป่าดั้งเดิม
- 10.3 ได้ป่าไม้เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยและขยายพันธุ์สัตว์ป่า ตลอดจนเป็นแหล่งพักสัตว์ป่าก่อนปล่อยคืนสู่ธรรมชาติ
- 10.4 ได้ป่าไม้เป็นแหล่งดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์และสร้างออกซิเจนให้แก่สังคม
- 10.5 ได้คาร์บอนเครดิตจากการปลูกป่าจำนวนขนาด 100 ไร่ ของโครงการในสัดส่วน 10:90 ส่วนอยู่ที่ข้อตกลงระหว่างกรมป่าไม้ และ อ.ส.ค.
- 10.6 ได้ผืนป่าที่เป็นเป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติ สำหรับศึกษาหาความรู้ ตลอดจนเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นแหล่งจัดกิจกรรมด้านป่าไม้ของ นักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ในรูปของพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติที่มีชีวิต
- 10.7 เพิ่มช่องทางการสร้างการรับรู้แบรนด์ไทย-เดนมาร์ก ให้แก่เยาวชนและผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการป่าสิริเจริญวรรษ อย่างต่อเนื่อง



สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 1CG กับเกษตรกร/สหกรณ์								
เกษตรกร/สหกรณ์ ร่วมคิด ร่วมพัฒนา	เป้าหมาย ไตรมาส ที่ 1	ผลงาน	เป้าหมาย 6 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย 9 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย ปี 65	ผลงาน
<p><b>ชื่อโครงการ</b></p> <p>Thai-Denmark ส่งเสริมสุขภาพเด็กและผู้สูงอายุด้วยโอกาสในสังคม</p> <p><b>วัตถุประสงค์ :</b></p> <p>1. เสริมให้เด็กด้วยโอกาสในสถานศึกษาเพื่อส่ง 1 หรือสถานสงเคราะห์ สุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น</p> <p>2. เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ มีสุขภาพร่างกายที่ดีจากการได้รับ อาหารเสริม (น้ำนม)</p> <p>3. เพื่อให้ครอบครัวและผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในภาวะยากลำบาก มีกำลังใจที่จะสู้ชีวิ ยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น</p> <p>4. เพื่อตอบโจทยนโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (CSR) และเป็นการสนับสนุนด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับเด็ก โอกาสในสภาวะเศรษฐกิจถดถอยรวมทั้งสถานสงเคราะห์</p> <p><b>งบประมาณ :</b> งบประมาณของหน่วยงาน</p>	20		30		50		100	
	<b>ผลงานโดยสรุป :</b>							
	<b>สาเหตุ /ปัจจัยบวก)อุปสรรค ข้อจำกัด (</b>							

ยุทธศาสตร์ที่ 1CG กับเกษตรกร/สหกรณ์

หน่วยงานรับผิดชอบ : ฝ่ายอำนวยการ

แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป :

ตัวชี้วัด : ฟาร์มโคนมที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ Lumpy Skin Disease  
ในพื้นที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนม อ.ค.ส.

เป้าหมายปี 2566 :  
เด็กนักเรียนผู้ด้อยโอกาสที่ครอบครัวประสบ  
ปัญหาเศรษฐกิจ ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ และ  
ประสบปัญหาจากเศรษฐกิจ และหรือ  
ผู้ด้อยโอกาสในสถานสงเคราะห์มีสุขภาพที่ดี

ผลงานตามตัวชี้วัด :  
การรับรู้ (Brand Perceive) ขององค์การ  
ส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย  
(อ.ส.ค.) ควบคู่กับการแสดงความ  
รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม  
ส่งเสริมให้เด็กด้อยโอกาสในสถานศึกษา/  
สถานสงเคราะห์/ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้  
มีสุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น



แผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) พ.ศ.2566 - 2570 สำหรับปี 2566  
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : CSR กับสังคม

### 1. ชื่อโครงการ

Thai-Denmark ส่งเสริมสุขภาพเด็กและผู้สูงอายุด้วยโอกาสในสังคม

### 2. หลักการและเหตุผล

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย มีบทบาทการดำเนินกิจการด้านอุตสาหกรรม (.ค.ส.อ) โคนมแบบครบวงจรโดยมีหน้าที่ส่งเสริมและรับซื้อน้ำนมดิบตลอดรวมถึงการสร้าง ความมั่นคงยั่งยืนให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมไทย น้ำนมดิบได้รับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์นมไทย เดนมาร์คเพื่อส่งมอบให้แก่คนไทย ด้วยความมุ่งหวังให้คนไทยได้ดื่มนมโคสดแท้ไม่ผสมนมผงที่มีคุณภาพดีและมีสุขภาพที่ดี พร้อมกันนี้ได้เล็งเห็นความสำคัญในการส่งเสริมสุขภาพเด็กและผู้สูงอายุด้วยโอกาส โดยเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศโดยเฉพาะเด็กในวัยเรียน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สำคัญและจำเป็นอย่างมากที่สุดของการวางรากฐานการเรียนรู้ รวมถึงการพัฒนาด้านร่างกาย และสติปัญญา เพื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในอนาคตที่มีศักยภาพของประเทศ แต่จากสถานการณ์ในปัจจุบันพบว่า มีเด็กด้วยโอกาสในสังคมจำนวนมากที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจ และสังคม เนื่องจากบิดา มารดา มีปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม จึงส่งผลทำให้มีเด็กด้วยโอกาสเพิ่มขึ้นในสถานศึกษา หรือมูลนิธิต่างๆเป็นจำนวนมาก แผนกกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม กองบริหารจัดการความยั่งยืน ฝ่ายอำนวยการ จึงจัดทำโครงการ Thai-Denmark ส่งเสริมสุขภาพเด็กด้วยโอกาสในสถานศึกษาและผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ เพื่อเห็นถึงความสำคัญด้านสุขภาพและการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เกิด

### 3. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อส่งเสริมให้เด็กด้วยโอกาสในสถานศึกษา 1หรือสถานสงเคราะห์ มีสุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ มีสุขภาพร่างกายที่ดีจากการได้รับอาหารเสริม (น้ำนม)
3. เพื่อให้ครอบครัวและผู้ที่เกี่ยวข้องอยู่ในภาวะยากลำบาก มีกำลังใจที่จะสู้ชีวิตและยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
4. เพื่อตอบโจทยนโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) และเป็นการสนับสนุนด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับเด็กด้วยโอกาสในสถานะเศรษฐกิจถดถอยรวมทั้งสถานสงเคราะห์

### 4. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

แผนกกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม กองบริหารจัดการความยั่งยืน ฝ่ายอำนวยการ

### 5. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ

เดือนตุลาคม 2565 - เดือนกันยายน 2566

### 6. แผนงาน/กิจกรรมหลัก/กิจกรรมรอง

กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมให้เด็กด้วยโอกาสในสถานศึกษา/สถานสงเคราะห์/ผู้สูงอายุ มีสุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น

กิจกรรมรอง : สร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์นมไทย-เดนมาร์ค

## 7. สนองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ SO4 : ยกระดับทุนมนุษย์ให้เป็นมืออาชีพ ด้วยหลักธรรมาภิบาล และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

## 8. เป้าประสงค์

เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Perceive) ขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ควบคู่กับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้เด็กด้อยโอกาสในสถานศึกษา/สถานสงเคราะห์/ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ มีสุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น

## 9. กลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์องค์กร ด้าน Learning : มุ่งบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม ควบคู่ไปกับหลักธรรมาภิบาล

## 10. สนองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน

กลยุทธ์องค์กร KPI ด้าน Learning : มุ่งบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม ควบคู่ไปกับหลักธรรมาภิบาล

## 11. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อส่งเสริมให้เด็กด้อยโอกาสในสถานศึกษามีสุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุและไม่มีรายได้ ได้มีสุขภาพร่างกายที่ดีจากการได้รับอาหารเสริม (น้ำนม)
3. เพื่อให้ครอบครัวและผู้ที่เกี่ยวข้องอยู่ในภาวะยากลำบาก มีกำลังใจที่จะสู้ชีวิตและยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
4. เพื่อตอบโจทยนโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) และเป็นการสนับสนุนด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับเด็กด้อยโอกาสในสถานะเศรษฐกิจด้อยรวมทั้งสถานสงเคราะห์

## 12. สถานที่ดำเนินโครงการ

สถานศึกษาหรือสถานสงเคราะห์เด็กด้อยโอกาสในพื้นที่ห่างไกล/ผู้สูงอายุ ปี 70-65ที่ไม่มีรายได้

## 13. วิธีดำเนินการ

1. พิจารณาคัดเลือกสถานที่เพื่อดำเนินโครงการและกำหนดกิจกรรม
2. ขออนุมัติโครงการต่อผู้อำนวยการ
3. ดำเนินโครงการตามแนวทางที่กำหนด
4. สนับสนุนผลิตภัณฑ์นมไทยเดนมาร์คให้เด็กและผู้สูงอายุผู้ด้อยโอกาส
5. รายงานผลโครงการในการประชุมคณะอนุกรรมการ CG/CSR

#### 14. เป้าหมาย

เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Perceive) ขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ควบคู่กับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้เกิดศักยภาพโอกาสในสถานศึกษา/สถานสงเคราะห์/ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ มีสุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น

## 15. แผนปฏิบัติการ (Action plans)

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	(เอกสารหลักฐาน) รายงานประชุม,รายงานวิเคราะห์, ผลสำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย, ประกาศ,อื่นๆ	ปีงบประมาณ 2565				
			กันยายน- พฤศจิกายน 2565	ธันวาคม 2565-มกราคม 2566	มกราคม - มีนาคม 2566	เมษายน - มิถุนายน 2566	กรกฎาคม - กันยายน 2566
.1พิจารณาคัดเลือกสถานที่เพื่อดำเนินโครงการและกำหนดกิจกรรม	30		→				
.2ขออนุมัติโครงการต่อผู้อำนวยการ	20		→				
.3ดำเนินโครงการตามแนวทางที่กำหนด	30				→		→
4. สรุปผลการดำเนินงานพร้อมการรายงานผลการดำเนินงาน	20				→		→

## 16. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ

- ค่าใช้จ่ายเป็นเงินสด )ค่าดำเนินการกิจกรรม /ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ฯลฯ) จำนวน 50 , -.000บาท
- ค่าใช้จ่ายไม่เป็นเงินสดสนับสนุนผลิตภัณฑ์นมไทยเดนมาร์ค-ตลอดโครงการ
  - ที่ คณะรส.เอส.ผลิตภัณฑ์นม ยู-จำนวน 2,160 กล่อง
  - หรือ)60\*363.25 หีบ คิดเป็นมูลค่า 21,795-.00. บาท(
  - ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา อ 600 ขนาด.ค.ส.ค. จำนวน 60 41\*แพค -.2,460.00 คิดเป็นมูลค่า) บาท(
  - ค่าใช้จ่ายรวม -.74,255บาท

## 17. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุทั้งในและนอกสถานสงเคราะห์ได้รับการพัฒนาการเจริญเติบโตทางด้านร่างกาย
2. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกิดขึ้นแก่ อและเป็นส่วนหนึ่งของ .ค.ส.ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม )CSR)
3. ตอบโจทย์นโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม )CSR) และเป็นการสนับสนุนด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับเด็กและผู้สูงอายุผู้ด้อยโอกาสในสังคมเพื่อให้ครอบครัวและผู้ที่เกี่ยวข้องในภาวะยากลำบาก มีกำลังใจและยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
4. สร้างการรับรู้แบรนด์นมไทยเดนมาร์กในสังคม

สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 CSR กับสังคม

7. DPO Social Care

ชื่อโครงการ โครงการธรรมะในฟาร์ม “สร้างสุขสมวัย เพื่อการดูแลตนเองและผู้สูงอายุ” ประจำปี 2566

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน บุคลากร ประชาชน นักเรียน ผู้ปกครอง ได้เห็นคุณค่าทางคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์เพื่อสร้างใจคุณธรรม อ่อนโยน ไตรธรรมะอันควรใส่ใจให้
2. เพื่อส่งเสริมค่านิยมและวัฒนธรรมเรื่องความกตัญญูต่อผู้สูงอายุ ผู้มีพระคุณ ทั้งในสถาบันครอบครัว และในสังคม
3. เพื่อเสริมสร้างครอบครัวให้มีคุณภาพ แข็งแรง รู้จักแบ่งปัน ไม่ทอดทิ้งผู้สูงอายุ
4. เพื่อเสริมสร้างสังคมแห่งการให้ และการช่วยเหลือซึ่งและกัน
5. เพื่อสร้างเครือข่ายของผู้ดูแลผู้สูงอายุ และเครือข่ายผู้สูงอายุขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นทางธรรมะ ในลำดับต่อไป

งบประมาณ : ค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน และ ไม่เป็นตัวเงินทั้งสิ้น ทั้งสิ้น 68,200.- บาท (หกหมื่นแปดพันสองร้อยบาทถ้วน)

เป้าหมาย ไตรมาส ที่ 1	ผลงาน	เป้าหมาย 6 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย 9 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย ปี 2566	ผลงาน
25		50		75		100	

ผลงานโดยสรุป :

ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้งจะมีความรู้ความเข้าใจในคุณธรรม จริยธรรม เป็นการพัฒนาจิตใจ ให้เกิดความเข้มแข็งแก่ผู้ใกล้ชิดและเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตร่วมกับผู้สูงอายุ พร้อมทั้งตระหนักถึงความสำคัญของศาสนา การปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ก่อนที่จะย่างเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ อีกทั้งคนในครอบครัวสามารถให้การดูแลผู้สูงอายุได้อย่างเข้าใจ มีคุณภาพมากขึ้นและส่งผลให้ผู้สูงอายุได้มีรอยยิ้ม มีชีวิตอยู่อย่างมีความสุข ให้รักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมอันดีงามให้ยั่งยืนสืบต่อไป

สาเหตุ/ปัจจัยบวก)อุปสรรค ข้อจำกัด

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้การมารวมกลุ่มจัดกิจกรรมในพื้นที่ไม่ได้

ยุทธศาสตร์ที่ 5 CSR กับสังคม		
<p><b>หน่วยงานรับผิดชอบ</b> : แผนกกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม กองบริหารจัดการความยั่งยืน ฝ่ายอำนวยการ</p>	<p><b>แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป</b> : การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ตราไทย-เดนมาร์ก ระยะเวลา 1 ปี (ไตรมาส 1-4) และ เข้าร่วมกิจกรรม/โครงการ 1 ครั้ง /ปี</p>	
<p><b>ตัวชี้วัด</b> :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>พนักงาน อ.ส.ค./ประชาชนไตรุทธระมัอันควรใส่ใจ เพิ่มศักยภาพตนเองรวมทั้งผู้ดูแลผู้สูงอายุทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ให้สามารถมีธรรมรองรับการเผชิญหน้ากับอารมณ์ของตนเองในการดำเนินชีวิตร่วมกับชีวิตของผู้สูงอายุและผู้อื่นในสังคมรอบข้าง</li> <li>ได้ส่งเสริมให้พนักงาน อ.ส.ค./ประชาชนคนไทยมีค่านิยมและวัฒนธรรมเรื่องความกตัญญู ต่อผู้สูงอายุ ผู้มีพระคุณ ทั้งในสถาบันครอบครัว และในสังคม</li> <li>ได้เสริมสร้างครอบครัวให้มีคุณภาพ แข็งแรง รุ้จักแบ่งปัน ไมทอดทิ้งผู้สูงอายุ</li> <li>ได้เสริมสร้างสังคมแห่งการให้ และการช่วยเหลือซึ่งและกัน</li> </ol>	<p><b>เป้าหมายปี 2565</b> :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ได้การรับรู้แบรนด์ ไทย-เดนมาร์ก สำหรับผู้ร่วมงานในกิจกรรม จำนวน 1,200 คน ต่อปี</li> <li>ได้ผู้เข้าร่วมโครงการให้มีจิตสำนึก มีความเข้าใจในคุณธรรม จริยธรรม เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตร่วมกับผู้สูงอายุ พร้อมทั้งตระหนักถึงความสำคัญของศาสนา จำนวน 1,200 คนต่อปี</li> </ol>	<p><b>ผลงานตามตัวชี้วัด</b> :</p> <p>ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้งจะมีความรู้ความเข้าใจในคุณธรรม จริยธรรม เป็นการพัฒนาจิตใจ ให้เกิดความเข้มแข็งแก่ผู้ใกล้ชิดและเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตร่วมกับผู้สูงอายุ พร้อมทั้งตระหนักถึงความสำคัญของศาสนา</p>

## โครงการธรรมะในฟาร์ม “สร้างสุขสมวัย เพื่อการดูแลตนเองและผู้สูงอายุ” ประจำปี 2566

### 1. หลักการและเหตุผล

สภาพสังคมไทยในปัจจุบันมีการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจอย่างรุนแรงทำให้เกิดผลกระทบต่อสภาวะความเป็นอยู่ของบุคคล เด็ก เยาวชน และ ผู้สูงอายุ ขาดการอบรมสั่งสอนให้มีความรู้ ความเข้าใจ ในการศึกษาหลักธรรม คุณธรรม จริยธรรม เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุข การแข่งขันอย่างรุนแรงทางด้านเศรษฐกิจจึงส่งผลทำให้คนส่วนใหญ่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน ขาดความตระหนักในความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ต่อสังคม ประเทศชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ อ.ส.ค. จึงจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้สนใจให้รู้จักหน้าที่ของตนและฐานะที่เป็นพลเมืองของประเทศชาติส่งเสริมให้ยึดมั่นในระบอบประชาธิปไตยช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาและนึกถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ในขณะที่เดียวกันสังคมไทยในทุกๆภูมิภาคกำลังมีผู้สูงอายุเพิ่มจำนวนมากขึ้น ๆ จากผู้เกษียณอายุในแต่ละปีและก้าวเข้าสู่ความเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบนั้น เพื่อจัดการให้ผู้สูงอายุได้มีสุขภาวะที่ดีทั้งในระดับ สังคม ชุมชนไปจนถึงส่งเสริมในระดับครอบครัวให้เกิดความอยู่ดี มีสุข สมาชิกในครอบครัว มีความรัก ความอบอุ่นเอื้ออาทรต่อผู้สูงอายุ

ทัศนคติที่ดีหรือความเห็นอันเป็นสัมมาทิฐิคือความเห็นที่ถูกต้องเป็นธรรม คือทั้งดีและถูกต้องของคนในครอบครัวนั้นนับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างความสุขและความอบอุ่นในครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่เป็นหลักในการทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุที่จะต้องคลุกคลีใช้เวลาในดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับผู้สูงอายุ อยู่แทบจะตลอดเวลาในแต่ละวันละวัน ดังนั้น จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องส่งเสริมการสร้างคุณธรรมในใจของคนที่ทำหน้าที่นี้รวมถึงให้แก่สมาชิกของครอบครัวทุกคนให้มากยิ่งขึ้น

อ.ส.ค.ได้เห็นถึงความสำคัญในเรื่องของความสุขของผู้ที่ต้องดูแลผู้สูงอายุ ผู้สูงวัยใกล้เกษียณและผู้สูงอายุ จึงได้จัดทำโครงการธรรมะในฟาร์ม “สร้างสุขสมวัยเพื่อการดูแลตนเองและผู้สูงอายุ” ขึ้นโดยมีเป้าหมายให้เป็นโครงการเผยแพร่ธรรมะในหัวข้อธรรมที่เหมาะสม ให้แก่บุคคลทั่วไปที่กำลังดูแลบิดามารดาหรือผู้สูงอายุในครอบครัวโดยมุ่งเน้นในกลุ่มผู้มีอายุตั้งแต่ 25-60 ปี หรือผู้ทำงานในช่วงก่อนเกษียณอายุเพื่อเป็นการเตรียมการ และความพร้อมในการดูแลผู้สูงวัยอย่างมีคุณภาพรวมถึงให้ตนเอง มีความพร้อมมีธรรมะเพื่อที่จะก้าวไปสู่ความเป็นผู้สูงวัยที่มีธรรมะในอนาคต “สร้างสุขสมวัย”



## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน บุคลากร ประชาชน นักเรียน ผู้ปกครอง ได้เห็นคุณค่าทางคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์เพื่อสร้างใจคุณธรรม อ่อนโยน ไตรธรรมะอันควรใส่ใจให้เพิ่มศักยภาพแก่ตนเองรวมทั้งผู้ดูแลผู้สูงอายุทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ให้สามารถมีธรรมรองรับการเผชิญหน้ากับอารมณ์ของตนเองในการดำเนินชีวิตร่วมไปกับชีวิตของผู้สูงอายุและผู้อื่นในสังคมาบช้าง
2. เพื่อส่งเสริมค่านิยมและวัฒนธรรมเรื่องความกตัญญูต่อผู้สูงอายุ ผู้มีพระคุณ ทั้งในสถาบันครอบครัว และในสังคม
3. เพื่อเสริมสร้างครอบครัวให้มีคุณภาพ เข้มแข็ง รู้จักแบ่งปัน ไม่ทอดทิ้งผู้สูงอายุ
4. เพื่อเสริมสร้างสังคมแห่งการให้ และการช่วยเหลือซึ่งและกัน
5. เพื่อสร้างเครือข่ายของผู้ดูแลผู้สูงอายุ และเครือข่ายผู้สูงอายุขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นทางธรรมะ ในลำดับต่อไป

## 3. เป้าหมาย

- 3.1 พนักงาน อ.ส.ค./ประชาชนไตรธรรมะอันควรใส่ใจ เพิ่มศักยภาพแก่ตนเองรวมทั้งผู้ดูแลผู้สูงอายุทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ให้สามารถมีธรรมรองรับการเผชิญหน้ากับอารมณ์ของตนเองในการดำเนินชีวิตร่วมไปกับชีวิตของผู้สูงอายุและผู้อื่นในสังคมาบช้าง
- 3.2 ได้ส่งเสริมให้พนักงาน อ.ส.ค./ประชาชนคนไทยมีค่านิยมและวัฒนธรรมเรื่องความกตัญญู ต่อผู้สูงอายุ ผู้มีพระคุณ ทั้งในสถาบันครอบครัว และในสังคม
- 3.3 ได้เสริมสร้างครอบครัวให้มีคุณภาพ เข้มแข็ง รู้จักแบ่งปัน ไม่ทอดทิ้งผู้สูงอายุ
- 3.4 ได้เสริมสร้างสังคมแห่งการให้ และการช่วยเหลือซึ่งและกัน

## 4. ผู้รับผิดชอบ

แผนกกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม กองบริหารจัดการความยั่งยืน ฝ่ายอำนวยการ

## 5. สถานที่

วัดถนนโค้ง ตำบลพญาเย็น อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

## 6. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างเดือนตุลาคม 2565 ถึงเดือนกันยายน 2566

## 7. วิธีการดำเนินงาน

- 7.1 ขอความร่วมมือจากองค์กรในการจัดพนักงาน /ผู้ใกล้ชิดเกษียณ/บุคคลในครอบครัว ไปเข้ากิจกรรม ณ วัดถนนโค้ง
- 7.2 จัดการประชุมในรูปแบบของทางวัด โดยพิจารณารูปแบบให้เหมาะสมกับสถานการณ์
- 7.3 บันทึกผลหรือจัดทำแบบประเมินเพื่อเป็นข้อมูลในการอ้างอิงในการดำเนินงาน

รูปภาพ...



รูปภาพ...



โครงการนี้เป็นการดำเนินการในลักษณะการบรรยายธรรม โดยพระภิกษุสงฆ์และ/หรือผู้ที่มีความรู้ด้านการพัฒนาจิตใจให้เกิดความเห็นที่ถูกต้องในเรื่องราวต่างๆ ของผู้สูงอายุ และ/หรือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการดูแลใกล้ชิดผู้สูงอายุ มาให้ข้อคิดเห็นชี้นำความคิดและแนวทางปฏิบัติในรูปแบบของการไปไหว้พระ สวดมนต์ และรับฟังการบรรยายธรรม ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้ ประชาชนทั่วไป ทุกเพศทุกวัย รวมถึงพนักงาน อ.ส.ค.ที่จะได้เข้าร่วมโครงการนี้ โดย อ.ส.ค.จะสนับสนุนผลิตภัณฑ์นม ยู เอช ที ผลิตภัณฑ์นมเย็น และผลิตภัณฑ์นมตี๋มไทยเดนมาร์ค ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไหว้พระสวดมนต์ฟังธรรมะในโครงการ ธรรมะฟาร์ม อ.ส.ค.สร้างสุขสมวัยเพื่อการดูแลตนเองและผู้สูงอายุ”

## 8. แผนดำเนินงาน (ปีงบประมาณ 2566)

กิจกรรม	พ.ศ. 2565			พ.ศ. 2566								
	ไตรมาสที่ 1			ไตรมาสที่ 2			ไตรมาสที่ 3			ไตรมาสที่ 4		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. ประสานงานดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการโครงการ 1 ครั้ง	↔											
2. ส่งมอบผลิตภัณฑ์ฯ/เก็บข้อมูล ในทุกกิจกรรมของโครงการ 4 ครั้ง		↔			↔			↔			↔	
3. เข้าร่วมกิจกรรมโครงการฯ 1 ครั้ง										↔		
4. ติดตาม/รายงานผลการดำเนินงานรายไตรมาส 3 ครั้ง				↔			↔			↔		
5. ประเมินผลโครงการ/สรุปผลการดำเนินงาน พร้อมการรายงานผลการดำเนินงาน 1 ครั้ง												↔

## 9. งบประมาณ

9.1 ค่าใช้จ่ายเป็นตัวเงิน (ค่าดำเนินการ/ค่าใช้สอยเบ็ดเตล็ด ฯลฯ ) เป็นเงิน 10,000.- บาท

9.2 ค่าใช้จ่ายไม่เป็นตัวเงินสนับสนุนผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โครงการธรรมะในฟาร์ม “สร้างสุขสมวัย เพื่อการดูแลตนเองและผู้สูงอายุ” ประจำปี 2566 ตลอดโครงการ

1) ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ยู เอช ที / นมเย็น รวมเป็นมูลค่า 50,000 .-บาท

2) ผลิตภัณฑ์น้ำตาลไทย-เดนมาร์ค ขนาด 600 ซีซี จำนวน 200 โหล ( 2,400 ขวด)

ราคา 41.-บาท/โหล) รวมเป็นมูลค่า 8,200.- บาท

รวมค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงิน 58,200.-บาท

รวมค่าใช้จ่าย 9.1 เป็นตัวเงิน และ 9.2 ไม่เป็นตัวเงิน ทั้งสิ้น 68,200.- บาท

(หกหมื่นแปดพันสองร้อยบาทถ้วน)

## 10. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

10.1 เป็นการพัฒนาจิตใจ ให้เกิดความเข้มแข็งแก่ผู้ใกล้ชิดและเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิต ร่วมกับผู้สูงอายุ

10.2 คนในครอบครัวสามารถให้การดูแลผู้สูงอายุได้อย่างเข้าใจ มีคุณภาพมากขึ้นและส่งผลให้ผู้สูงอายุได้มีรอยยิ้ม มีชีวิตอยู่อย่างมีความสุข

10.3 เป็นแนวทางในการสร้างสังคมที่สันติสุขของผู้สูงอายุ

10.4 เป็นการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพของสถาบันครอบครัวระหว่างภาครัฐ ชุมชน และภาคเอกชน

11. ความยั่งยืน...

## 11. ความยั่งยืนของโครงการ

หลังจากที่มีการดำเนินงานโครงการแล้ว คาดว่าผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้งจะมีความรู้ความเข้าใจในคุณธรรม จริยธรรม เป็นการพัฒนาจิตใจ ให้เกิดความเข้มแข็งแก่ผู้ใกล้ชิดและเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตร่วมกับผู้สูงอายุ พร้อมทั้งตระหนักถึงความสำคัญของศาสนา การปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ก่อนที่จะอย่างเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ อีกทั้งคนในครอบครัวสามารถให้การดูแลผู้สูงอายุได้อย่างเข้าใจ มีคุณภาพมากขึ้นและส่งผลให้ผู้สูงอายุได้มีรอยยิ้ม มีชีวิตอยู่อย่างมีความสุข ให้รักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมอันดีงามให้ยั่งยืนสืบต่อไป



สถานะของแผน :  เป็นไปตามแผน  เร็วกว่าแผน  ล่าช้ากว่าแผน

ยุทธศาสตร์ที่ 1CG กับเกษตรกร/สหกรณ์								
เกษตรกร/สหกรณ์ ร่วมคิด ร่วมพัฒนา	เป้าหมาย ไตรมาส ที่ 1	ผลงาน	เป้าหมาย 6 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย 9 เดือน	ผลงาน	เป้าหมาย ปี 65	ผลงาน
<p><b>ชื่อโครงการ</b></p> <p>Thai-Denmark ส่งเสริมสุขภาพเด็กและผู้สูงอายุด้วยโอกาสในสังคม</p> <p><b>วัตถุประสงค์ :</b></p> <p>1. เสริมให้เด็กด้วยโอกาสในสถานศึกษาเพื่อส่ง 1 หรือสถานสงเคราะห์ สุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น</p> <p>2. เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ มีสุขภาพร่างกายที่ดีจากการได้รับ อาหารเสริม (น้ำนม)</p> <p>3. เพื่อให้ครอบครัวและผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในภาวะยากลำบาก มีกำลังใจที่จะสู้ชีวิ ยยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น</p> <p>4. เพื่อตอบโจทยนโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (CSR) และเป็นการสนับสนุนด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับเด็ก โอกาสในสภาวะเศรษฐกิจถดถอยรวมทั้งสถานสงเคราะห์</p> <p><b>งบประมาณ :</b> งบประมาณของหน่วยงาน</p>	20		30		50		100	
	<b>ผลงานโดยสรุป :</b>							
	<b>สาเหตุ /ปัจจัยบวก)อุปสรรค ข้อจำกัด (</b>							

ยุทธศาสตร์ที่ 1CG กับเกษตรกร/สหกรณ์

หน่วยงานรับผิดชอบ : ฝ่ายอำนวยการ

แนวทางแก้ไขหรือประเด็นที่ต้องดำเนินการต่อไป :

ตัวชี้วัด : ฟาร์มโคนมที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ Lumpy Skin Disease  
ในพื้นที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนม อ.ค.ส.

เป้าหมายปี 2566 :  
เด็กนักเรียนผู้ด้อยโอกาสที่ครอบครัวประสบ  
ปัญหาเศรษฐกิจ ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ และ  
ประสบปัญหาจากเศรษฐกิจ และหรือ  
ผู้ด้อยโอกาสในสถานสงเคราะห์มีสุขภาพที่ดี

ผลงานตามตัวชี้วัด :  
การรับรู้ (Brand Perceive) ขององค์การ  
ส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย  
(อ.ส.ค.) ควบคู่กับการแสดงความ  
รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม  
ส่งเสริมให้เด็กด้อยโอกาสในสถานศึกษา/  
สถานสงเคราะห์/ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้  
มีสุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น

แผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) พ.ศ.2566 - 2570 สำหรับปี 2566  
ยุทธศาสตร์ที่ 6 : CSR กับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG)

1. ชื่อโครงการ

โครงการวิจัยนวัตกรรมการผลิตอิฐบล็อกประสานและกระถางต้นไม้จากมูลโคเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนภายใต้โครงการร่วมกับ) บพข(.

2. หลักการและเหตุผล

3. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อผลิตอิฐบล็อกประสานและกระถางจากมูลโคเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกากมูลโค
- 2 .เพื่อออกแบบแบรนด์และสร้างโมเดลธุรกิจเพื่อการสร้างมูลค่าจากวัตถุดิบมูลโค ที่ได้จากฟาร์มในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน
- 3เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินของการลงทุนระบบ .ผลิตอิฐบล็อกประสานและกระถางจากมูลโคเชิงพาณิชย์
- 4เพื่อเป็นแหล่งบริการให้ความรู้ อบรม และสาธิตการทำอิฐบล็อกและกระถางจากกากมูลโคแก่ .เกษตรกรและผู้สนใจ

4. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายวิจัยและพัฒนาการเลี้ยงโคนม

5. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ

ระยะเวลาตลอดโครงการ(2566 งบประมาณ) ปี 1 เริ่มโครงการวิจัยเมื่อเดือน ตุลาคม พ .ศ.2565 ถึงเดือน กันยายน 2566

6. แผนงาน/กิจกรรมหลัก/กิจกรรมรอง

กิจกรรมหลัก :

กิจกรรมรอง :

7. สนองแผนกลยุทธ์องค์กรประเด็นยุทธศาสตร์

8. เป้าประสงค์

เพื่อออกแบบแบรนด์และสร้างโมเดลธุรกิจเพื่อการสร้างมูลค่าจากวัตถุดิบมูลโค ที่ได้จากฟาร์มในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

9. กลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์องค์กร ด้าน Learning : มุ่งบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม ควบคู่ไปกับหลักธรรมาภิบาล



## 10. สนองแผนกลยุทธ์ส่วนงาน

กลยุทธ์องค์กร KPI ด้าน Learning : มุ่งบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม ควบคู่ไปกับหลักธรรมาภิบาล

### 11. สถานที่ดำเนินโครงการ

พื้นที่ของฟาร์มโคนมของเกษตรกร ใน อ.มวกเหล็ก จ. สระบุรี โดยดำเนินการวิจัยร่วมกับวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจหมุนเวียนในฟาร์มโคนม อ มวกเหล็กภายใต้.CG/CSRและ BCG Model

## 12. วิธีดำเนินการ

1. ออกแบบส่วนผสมและขึ้นรูปอิฐบล็อกประสาน
2. การกำหนดลูกค้าเชิงกลยุทธ์เพื่อการสร้างฐานราคา และการเปิดตัวแบรนด์ การทำวิจัยความต้องการ (Insight, focus group and demand estimation)
3. การระบุประเด็นเพื่อการออกแบบ )design principle on brand and product model)
4. การทวนสอบกับฝ่ายออกแบบเทคโนโลยีการผลิต การขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์
5. การออกแบบช่องทางการตลาดแผนการสร้างแบรนด์ การขาย ผ่านช่องทาง :online and offline และการทวนสอบด้วยจำนวนสมาชิกในชุมชน
6. การทวนสอบระบบจัดจำหน่ายและการออกแบบโครงสร้างระบบข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางการใช้ประโยชน์เชิงกลยุทธ์นวัตกรรม
7. การกำหนดแผนวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน ผลการออกแบบแบรนด์และการประเด็นสื่อสารมีผลต่อการยินดีจ่ายในราคาสินค้าที่ต่างกัน
8. ข้อเสนอแนะการใช้แบรนด์เพื่อการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าชุมชน ที่ได้จากฟาร์มเศรษฐกิจหมุนเวียน
9. เก็บข้อมูลภาคสนามด้านต้นทุนการลงทุน
10. วิเคราะห์ข้อมูลหาความคุ้มค่าทางการเงิน
11. ทำคู่มือการลงทุนผลิตกระถางต้นไม้จากมูลโคและของเสียทางการเกษตรในเชิงพาณิชย์

## 14. เป้าหมาย

เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Perceive) ขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ควบคู่กับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้เด็กด้อยโอกาสในสถานศึกษา/สถานสงเคราะห์/ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ มีสุขภาพด้านร่างกายที่ดีเพิ่มมากขึ้น

## 15. แผนปฏิบัติการ (Action plans)

การดำเนินการหลัก	น้ำหนักกิจกรรม (%)	(เอกสารหลักฐาน) รายงานประชุม,รายงานวิเคราะห์, ผลสำรวจ,รายงานผลงาน,ภาพถ่าย, ประกาศ,อื่นๆ	ปีงบประมาณ 2565				
			กันยายน- พฤศจิกายน 2565	ธันวาคม 2565-มกราคม 2566	มกราคม - มีนาคม 2566	เมษายน - มิถุนายน 2566	กรกฎาคม - กันยายน 2566
.1พิจารณาคัดเลือกสถานที่เพื่อดำเนินโครงการและกำหนดกิจกรรม	30		→				
.2ขออนุมัติโครงการต่อผู้อำนวยการ	20		→				
.3ดำเนินโครงการตามแนวทางที่กำหนด	30				→		→
4. สรุปผลการดำเนินงานพร้อมการรายงานผลการดำเนินงาน	20				→		→

## 16. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ

- ค่าใช้จ่ายเป็นเงินสด )ค่าดำเนินการกิจกรรม /ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ฯลฯ) จำนวน 50 , -.000บาท
- ค่าใช้จ่ายไม่เป็นเงินสดสนับสนุนผลิตภัณฑ์นมไทยเดนมาร์ค-ตลอดโครงการ
  - ที่ คณะรส.เอส.ผลิตภัณฑ์นม ยู-จำนวน 2,160 กล่อง
  - หรือ)60\*363.25 หีบ คิดเป็นมูลค่า 21,795-.00. บาท(
  - ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา อ 600 ขนาด.ค.ส.ค. จำนวน 60 41\*แพค -.2,460.00 คิดเป็นมูลค่า) บาท(
  - ค่าใช้จ่ายรวม -.74,255บาท

## 17. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุทั้งในและนอกสถานสงเคราะห์ได้รับการพัฒนาการเจริญเติบโตทางด้านร่างกาย
2. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกิดขึ้นแก่ อและเป็นส่วนหนึ่งของ .ค.ส.ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม )CSR)
3. ตอบโจทย์นโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม )CSR) และเป็นการสนับสนุนด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับเด็กและผู้สูงอายุผู้ด้อยโอกาสในสังคมเพื่อให้ครอบครัวและผู้ที่เกี่ยวข้องในภาวะยากลำบาก มีกำลังใจและยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
4. สร้างการรับรู้แบรนด์นมไทยเดนมาร์กในสังคม

## เอกสารอ้างอิง

1. กองวางแผนยุทธศาสตร์ ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. (2565).  
แผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ประจำปี 2566-2570 (สำหรับปี พ.ศ. 2566).
2. กองวางแผนยุทธศาสตร์ ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. (2560).  
ยุทธศาสตร์ อ.ส.ค. ระยะ 20 ปี (2560 - 2579)
3. แผนกกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม (แผนกรรมมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม) ฝ่ายอำนวยการ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. (2565).  
นโยบายด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2565.
4. ฝ่ายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. (2565)  
แผนส่งเสริมการเลี้ยงโคนม ประจำปีงบประมาณ 2565.
5. แผนกกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม (แผนกรรมมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม) ฝ่ายอำนวยการ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. (2565).  
แผนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ 2565.
6. กองบริหารจัดการความยั่งยืน ฝ่ายอำนวยการ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (2565).  
รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2564.
7. องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. จาก <http://www.dpo.go.th> สืบค้นเดือนสิงหาคม 2565.

## **ภาคผนวก ก**

**กฎบัตร คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate : CG)  
และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม  
(Corporate Social Responsibility : CSR) ปี 2566**



### ๓. องค์ประกอบและคุณสมบัติ

๓.๑ คณะกรรมการ อ.ส.ค. เป็นผู้แต่งตั้งประธานอนุกรรมการและอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)

๓.๒ คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ประกอบด้วย

- ๑) กรรมการ อ.ส.ค. หรืออนุกรรมการบริหารงาน อ.ส.ค. จำนวนไม่เกิน ๓ คน
- ๒) ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวนไม่เกิน ๓ คน
- ๓) ผู้อำนวยการ อ.ส.ค.
- ๔) ผู้บริหารของ อ.ส.ค. ระดับรองผู้อำนวยการ/ผู้ช่วยผู้อำนวยการ หรือคนใดคนหนึ่งเป็น

อนุกรรมการและเลขานุการ

๓.๓ เป็นผู้มีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ มีความเป็นอิสระ สามารถอุทิศเวลาและให้ความคิดเห็นอย่างเพียงพอในการปฏิบัติงานในฐานะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)

### ๔. วาระการดำรงตำแหน่ง

๔.๑ อนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) จะพ้นตำแหน่งเมื่อ

- ๑) ขาดคุณสมบัติของอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- ๒) ตาย
- ๓) ลาออก
- ๔) ถูกปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมโดยคณะกรรมการ อ.ส.ค.
- ๕) ครบวาระการดำรงตำแหน่งคณะกรรมการ อ.ส.ค.

๔.๒ เมื่ออนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) พ้นจากตำแหน่ง ให้คณะกรรมการ อ.ส.ค. แต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)

### ๕. หน้าที่ความรับผิดชอบ

คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) มีหน้าที่และความรับผิดชอบตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ อ.ส.ค. ให้ดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- ๑) กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance : CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR)
- ๒) ส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานดำเนินการตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) อย่างเป็นรูปธรรม

๓) กำกับ...

๓

๓) กำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) โดยให้มีการเผยแพร่ข้อมูลและกิจกรรมให้พนักงานและสาธารณชนทราบโดยทั่วกัน

๔) ติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนการดำเนินงานและรายงานผลต่อคณะกรรมการ อ.ส.ค. ทุกไตรมาส พร้อมรายงานคณะกรรมการตรวจสอบ อ.ส.ค. (Audit Committee) ทราบ

๕) เสนอแต่งตั้งคณะทำงานได้ตามความเหมาะสม

๖) เรื่องอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการ อ.ส.ค.มอบหมาย

## ๖. หลักการและแนวทางปฏิบัติ

คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) กำหนดหลักการและแนวทางการปฏิบัติด้านต่างๆ ให้เกิดความเท่าเทียมกัน เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี มีระบบการทำงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎ ข้อบังคับ คำสั่ง ประกาศ วิธีปฏิบัติและมาตรการต่าง ๆ ที่ทางการ หรือ อ.ส.ค. กำหนด เปิดโอกาสให้เกษตรกร ประชาชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการกำหนดนโยบายการบริหาร การตรวจสอบและการประเมินผลอย่างจริงจังและดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจ มีส่วนร่วมในการเสริมสร้างวัฒนธรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ร่วมดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ตามหลักการและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) ในรัฐวิสาหกิจของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ๙ ประการ ดังนี้

๑) ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่

๒) สำนึกในหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ

๓) การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสุจริตและพิจารณาให้เกิดความเท่าเทียมกัน

๔) ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส

๕) การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มมูลค่าใด ๆ นั้น จะต้องเป็นการเพิ่มความสามารถในทุกด้านเพื่อการแข่งขัน

๖) การส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ

๗) การส่งเสริมให้เกิดการกระจายโอกาสแก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานใด ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน หรือท้องถิ่น

๘) ส่งเสริมงานนวัตกรรมเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานขององค์กรให้เกิดความยั่งยืน

๙) มีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

และมีแนวทางในการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติมาตรฐานทางจริยธรรม พ.ศ.๒๕๖๒ ซึ่งกำหนดมาตรฐานทางจริยธรรมในการปฏิบัติตนของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ๗ ประการ ดังนี้



๔

- ๑) ยึดมั่นในสถาบันหลักของประเทศ อันได้แก่ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข
- ๒) ซื่อสัตย์สุจริต มีสำนึกที่ดี และรับผิดชอบต่อหน้าที่
- ๓) กล้าตัดสินใจ และกระทำในสิ่งที่ถูกต้องชอบธรรม
- ๔) คิดถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว และมีจิตสาธารณะ
- ๕) มุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน
- ๖) ปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ
- ๗) ดำรงตนเป็นแบบอย่างที่ดีและรักษาภาพลักษณ์ของทางราชการ

## ๗. การประชุม

๗.๑ คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) กำหนดการประชุมอย่างน้อยไตรมาสละ ๑ ครั้ง หรือตามความเหมาะสม

๗.๒ ในการประชุมคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ต้องมีอนุกรรมการเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) จึงจะครบองค์ประชุม

๗.๓ ในกรณีที่ประธานอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ไม่อยู่ในที่ประชุม หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้อนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ที่มาประชุม เลือกอนุกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

๗.๔ การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มอีกหนึ่งเสียงเป็นเสียงชี้ขาด

๗.๕ ในการประชุมให้เชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม เพื่อให้ข้อมูลประกอบการพิจารณาได้ตามความจำเป็นและเหมาะสม

## ๘. ค่าตอบแทน

ค่าเบี้ยประชุมจ่ายตามหลักเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติตามที่กระทรวงการคลังกำหนด

## ๙. การรายงาน

ให้คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)

๑) นำเสนอรายงานผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ให้คณะกรรมการ อ.ส.ค. ทราบ ในแต่ละไตรมาส

## ๕

๒) เผยแพร่รายงานผลการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ตามช่องทางการประชาสัมพันธ์ของ อ.ส.ค. เพื่อให้ครอบคลุมผลการดำเนินงาน ดังนี้

- ๒.๑) ข่าวประชาสัมพันธ์ อ.ส.ค.
- ๒.๒) Website ของ อ.ส.ค.
- ๒.๓) แจกเวียนให้พนักงานทราบโดยทั่วกัน
- ๒.๔) บรรจุไว้ในศูนย์ข้อมูลข่าวสารของ อ.ส.ค.
- ๒.๕) ช่องทางโฆษณาประชาสัมพันธ์ของ อ.ส.ค.
- ๒.๖) ช่องทางอื่น ๆ

๓) นำเสนอผลการดำเนินงานด้าน CG/CSR ในรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี

#### ๑๐. หลักเกณฑ์อื่น ๆ

กรณีอื่นใดที่ไม่ได้กำหนดในกฎบัตรฉบับนี้ ให้คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ใช้ดุลยพินิจในการนำแนวปฏิบัติที่กำหนดตามมาตรฐานและแนวทางในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมาประยุกต์ใช้

#### ๑๑. การทบทวนกฎบัตร

คณะอนุกรรมการ CG/CSR จะสอบทานและพิจารณาความเหมาะสมของกฎบัตรอย่างน้อยปีละครั้ง

ทั้งนี้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป วันที่

## **ภาคผนวก ข**

**นโยบายการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม**  
(Corporate Social Responsibility : CSR)



**ประกาศ**  
**นโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)**  
**ของ**  
**องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย**  
**ปี 2566**

คณะกรรมการองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ยึดมั่นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งในกระบวนการ และกิจกรรมเสริมสร้างสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR in process & CSR after process) เทียบเท่ากับหลักการสากลตามแนวทาง ISO 26000 และปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals (SDGs) จึงกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงาน อ.ส.ค. ทุกคนยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ การดำเนินงานตามภารกิจบนพื้นฐานของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและภายใต้หลักการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Model) โดยสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กร สอดคล้องตามนโยบายแห่งชาติและคำขวัญ “รักนม รักฟาร์ม สืบสาน รักษา ต่อยอดโคนมอาชีพพระราชทานสู่ความยั่งยืน” และรายงานผลการดำเนินงาน ด้วยมาตรฐาน GRI Standard ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Organizational governance) โดยดำเนินการและพัฒนาธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ประกอบกิจการด้วยความซื่อสัตย์สุจริตต่อต้านการทุจริต คอรัปชั่น และการให้สินบนทุกรูปแบบ อ.ส.ค. ดำเนินงานอย่างโปร่งใส เปิดเผย ตรวจสอบได้และปฏิบัติตามมาตรฐานการกำกับดูแลที่ดี และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ประเทศชาติชุมชนและสังคม พนักงานลูกค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้ หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงการผูกขาดและการดำเนินกิจการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน

2. การเคารพสิทธิมนุษยชน (Human rights) โดยตระหนักถึงความสำคัญต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนของบุคคลทุกคน โดยปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม ปราศจากการเลือกปฏิบัติ สนับสนุน ส่งเสริมสิทธิมนุษยชน หลีกเลี่ยงการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน

3. การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor practices) โดยปฏิบัติต่อพนักงานภายในองค์กรอย่างเป็นธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่พนักงานพึงได้รับตามกฎหมายและหลักจริยธรรม โดยการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

4. การดูแล...

## 2

4. การดูแลสิ่งแวดล้อม (The environment) โดย อ.ส.ค. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักและให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมโคนม และบริการ มีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนากระบวนการผลิต สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น มีการกำหนดเป้าหมายการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า และลดการใช้พลังงานธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา การส่งเสริมการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

5. การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม (Fair Operating practices) โดย อ.ส.ค. ได้ให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้เสียภายใน ได้แก่ พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ ชุมชน สังคม ภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจได้ว่า สิ่งจำเป็นพื้นฐานของผู้มีส่วนได้เสียเหล่านี้ได้รับการคุ้มครอง และดูแลเป็นอย่างดีตามข้อกำหนดกฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียได้รับความเสียหายจากการละเมิดสิทธิ

6. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Consumer issues) โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และให้บริการที่รับผิดชอบต่อผู้บริโภค

7. การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community involvement and development) โดยการพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนที่สำคัญของ อ.ส.ค. เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมโดยยึดแนวทางให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานกับ อ.ส.ค.

เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจองค์กรจึงจะต้องดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมโคนมอย่างยั่งยืนโดยก่อให้เกิดผลต่อ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และสุขภาพ กล่าวคือ

#### 1. พัฒนาการผลิต และงานบริการ

การผลิต : อ.ส.ค. จะส่งเสริมและยกระดับน้ำนมคุณภาพสูง (Premium) เป็นคุณค่าที่ยั่งยืนสู่สังคมไทยให้เข้มแข็ง สร้างงานวิจัยและนวัตกรรมผลิตน้ำนม ที่มีคุณภาพสูง อย่างต่อเนื่องโดยรักษาความสมดุลระหว่างทรัพยากรมนุษย์และเครื่องจักรกลที่นำความทันสมัยมาสู่กระบวนการเลี้ยง ผลิตนม หรือการตลาด เพื่อคุณภาพชีวิต สร้างสุขภาวะที่ดีแก่ประชากรไทย การผลิตน้ำนมที่เน้นการอนุรักษ์พลังงาน ต้นทุนเหมาะสม ลดของเสียจากกระบวนการผลิต กระบวนการบำบัดน้ำเสียที่พัฒนาและปรับปรุงให้มีความปลอดภัยสูงกว่ามาตรฐานที่อุตสาหกรรมกำหนด สร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการผลิตน้ำนมให้มีคุณค่า และมูลค่าอย่างยั่งยืน

งานบริการ : การเปิดกว้างทางความคิด ทั้งพนักงาน ผู้ใช้บริการ พร้อมมอบองค์ความรู้เรื่องระบบการบริหาร การเลี้ยงโคนม และการผลิตน้ำนม ให้มีคุณภาพ การบริหารการขนส่งยุคใหม่ เน้นความรวดเร็ว ความทั่วถึงในการขนส่ง ผ่านกิจกรรมและระบบ IT ที่พัฒนาในรูปแบบ อ.ส.ค. Application & อ.ส.ค. Call Center เพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ

#### 2. เสริมสร้าง...

2. เสริมสร้างจิตสำนึก ทักษะ ความสามารถของพนักงาน อ.ส.ค. ให้เกิดความเข้าใจ เข้าถึง ที่ชัดเจน ลงพื้นที่ชุมชนรับฟังความคิดเห็น ให้คำปรึกษา สร้างวินัยจิตอาสาพร้อมขยายเครือข่าย ผ่านกิจกรรม และการพัฒนามาตรฐาน CSR-DIW เพื่อสร้างสรรค์ CSR New Model ด้วยแรงบันดาลใจ แรงจูงใจ ส่งเสริมให้ ตระหนักถึงคุณค่าตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรมโคนม ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ อันเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จขององค์กร

3. ประยุกต์ความเชี่ยวชาญขององค์กร พัฒนาคุณภาพวงจรการผลิต และการตลาด นำนม การบริหารความเสี่ยงเรื่องแหล่งน้ำสำรองเพื่อมิให้เกิดภาวะขาดแคลนน้ำอันมีต้นเหตุจากการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศของโลก

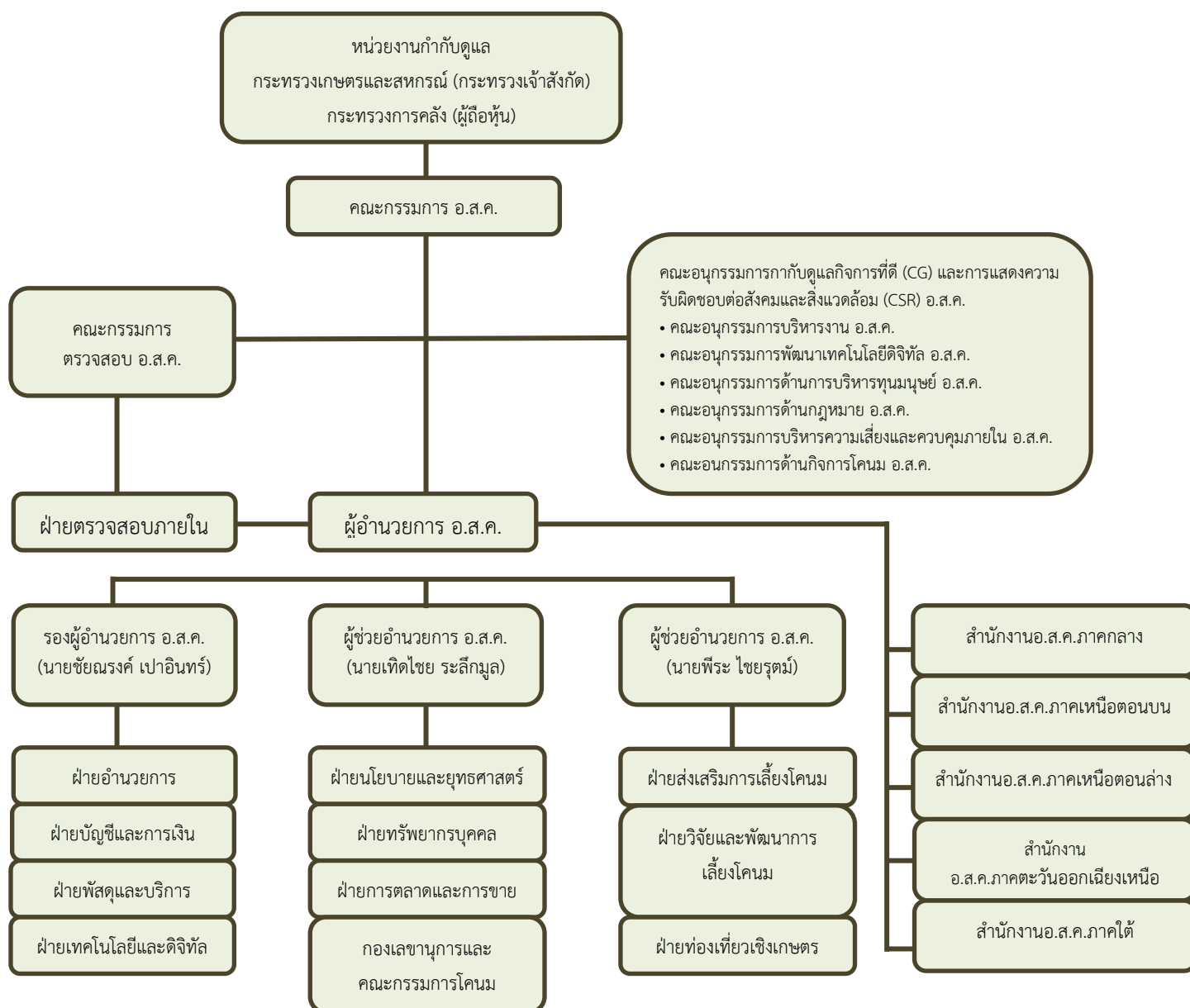
4. พัฒนาระบบกำกับงาน โครงสร้างการอัตรากำลัง และนวัตกรรม ส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน จากกิจกรรม CSR สู่ Sustainable Development (SD) สร้างเครือข่าย SD ในกลุ่มผู้ร่วมงานของ อ.ส.ค. ทั้ง ภายในองค์กร และความสัมพันธ์กับองค์กรภายนอก ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม คู่สมดุคใหม่

5. ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนของอุตสาหกรรมนํ้านมให้ถูกนำมาใช้ในวงกว้าง Circular Economy อุปกรณ์ที่ประกอบในการบริโภคนม ร้านค่านม สร้างกิจกรรม 7R ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก กำจัด ฝุ่นละออง pm 2.5 การบำบัดน้ำเสีย รวมถึงการนำนํ้านมที่สูญเสียจากกระบวนการผลิตหรือนํ้ากล่องผลิตภัณฑ์นม หลังจากดื่มแล้วเก็บพบบมารีไซเคิลกลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ เช่น ผลิต แอลกอฮอล์จากนํ้านมที่หมดอายุ ปุ๋ยที่แปรรูป จากนํ้านม หลังคาเขียว และวัสดุเหลือใช้จากการผลิต นำมาแปรรูปเพื่อนํ้ากลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ รักษาความ หลากหลายทางชีวภาพ ระบบนิเวศน์ ดิน น้ำ ป่า พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ พร้อมสืบสาน ถ่ายทอดกระบวนการอย่างมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่ความยั่งยืน

ประกาศ ณ วันที่

## โครงสร้างองค์กรเพื่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) กำหนดโครงสร้างองค์กรเพื่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ประกอบด้วย คณะกรรมการ อ.ส.ค.มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ นโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยหรือคณะอนุกรรมการเพื่อช่วยพิจารณาประเด็นเฉพาะเรื่อง กลั่นกรองข้อมูลและข้อเสนอแนะ แนวทางที่เป็นประโยชน์ มีคณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่สอบทานให้ อ.ส.ค. มีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสม มีการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง และมีการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ วิธีปฏิบัติงาน มติคณะรัฐมนตรี ประกาศ หรือคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ อ.ส.ค.ให้เป็นไปอย่างมีจริยธรรม เปิดเผย โปร่งใส รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเคารพสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของทุกฝ่าย



## **ภาคผนวก ค**

**คณະอนุกรรมกรกำกัับคูละกัจการที่ดี (Corporate : CG)  
และการแสดงควำมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม  
(Corporate Social Responsibility : CSR)**



๒

โดยให้คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance : CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR) อ.ส.ค. มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำองค์กร (Corporate Governance & Leadership : CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR)

๒. พิจารณาแผนงาน โครงการด้าน CG/CSR และแผนงาน Governance Risk and Compliance : GRC ให้มีความสอดคล้องตามบริบทองค์กร ก่อนนำเสนอคณะกรรมการ อ.ส.ค.

๓. ส่งเสริมสนับสนุนให้ทุกหน่วยงานดำเนินการตามนโยบาย CG/CSR อย่างเป็นรูปธรรม

๔. กำกับดูแลให้มีการจัดทำคู่มือการส่งเสริม CG/CSR และให้มีการเผยแพร่ข้อมูลและกิจกรรมให้พนักงานและสาธารณชนทราบโดยทั่วกัน

๕. ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้าน CG/CSR ด้าน GRC และรายงานคณะกรรมการ อ.ส.ค. เพื่อทราบ

๖. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการ อ.ส.ค. มอบหมาย

ให้คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance : CG) และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR) อ.ส.ค. ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกได้รับคำตอบแทนตามหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๖๕



(นายอำพันธ์ เวฬุตันติ)

ประธานกรรมการ

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

## **ภาคผนวก ง**

**คณะกรรมการขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate : CG)**

**และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม**

**(Corporate Social Responsibility : CSR)**



คำสั่งองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

ที่ ๔๖ /๒๕๖๔

เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนด้าน CG/CSR

เพื่อให้การดำเนินงานด้าน CG/CSR บรรลุวัตถุประสงค์และเป็นไปตามแผนวิสาหกิจของ อ.ส.ค. และยุทธศาสตร์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ตั้งไว้

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๓ และมาตรา ๒๔ แห่งพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การ พ.ศ. ๒๕๑๔ และที่แก้ไขเพิ่มเติม จึงยกเลิคำสั่ง อ.ส.ค. ที่ ๗๖/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๑๐ มกราคม ๒๕๖๓ และแต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนด้าน CG/CSR ประกอบด้วย

- |   |                     |
|---|---------------------|
| ๑. รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค.<br>(ผู้กำกับสายงาน CG/CSR)                 | ประธานคณะทำงาน      |
| ๒. ผู้ช่วยผู้อำนวยการ อ.ส.ค.<br>(ผู้กำกับสายงานกิจการโคนม)          | รองประธานคณะกรรมการ |
| ๓. หัวหน้าฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์                                   | คณะทำงาน            |
| ๔. หัวหน้าฝ่ายทรัพยากรบุคคล   | คณะทำงาน            |
| ๕. หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย                                      | คณะทำงาน            |
| ๖. หัวหน้าฝ่ายพัสดุและบริการ  | คณะทำงาน            |
| ๗. หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม                                 | คณะทำงาน            |
| ๘. หัวหน้าฝ่ายวิจัยและพัฒนาการเลี้ยงโคนม                            | คณะทำงาน            |
| ๙. หัวหน้าฝ่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร                                   | คณะทำงาน            |
| ๑๐. หัวหน้าสำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง                                  | คณะทำงาน            |
| ๑๑. หัวหน้าสำนักงาน อ.ส.ค. ภาคใต้                                   | คณะทำงาน            |
| ๑๒. หัวหน้าสำนักงาน อ.ส.ค. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ                    | คณะทำงาน            |
| ๑๓. หัวหน้าสำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนบน                            | คณะทำงาน            |
| ๑๔. หัวหน้าสำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง                          | คณะทำงาน            |
| ๑๕. หัวหน้ากองบริหารจัดการและพัฒนาองค์กร<br>ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ | คณะทำงาน            |

๑๖. หัวหน้ากอง....

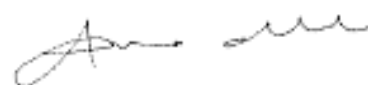
-๒-

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| ๑๖. หัวหน้ากองบริหารงานท่องเที่ยว ฝ่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร         | คณะทำงาน                    |
| ๑๗. หัวหน้ากองบริการปัจจัยการเลี้ยงโคนม ฝ่ายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม | คณะทำงาน                    |
| ๑๘. หัวหน้ากองโรงงานนม ยู.เอช.ที. สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง         | คณะทำงาน                    |
| ๑๙. หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ   | คณะทำงานและเลขานุการ        |
| ๒๐. หัวหน้าแผนกธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ฝ่ายอำนวยการ    | คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ |

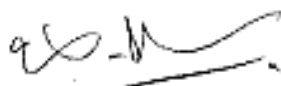
โดยให้คณะทำงานฯ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. ขับเคลื่อนงานด้าน CG/CSR ให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ CG/CSR และแผนวิสาหกิจของ อ.ส.ค.
  ๒. สรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค ด้าน CG/CSR ให้คณะอนุกรรมการ CG/CSR ทราบ
  ๓. งานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๓



(นายสุชาติ จงวัฒนา)  
รองผู้อำนวยการ ทำการแทนผู้อำนวยการ  
องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย



ฝ่ายทรัพยากรบุคคล