



แผนยุทธศาสตร์ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2566 – 2570 (สำหรับปี 2569) และแผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประจำปี 2569

● วิสัยทัศน์ : พัฒนาอุตสาหกรรมโคนมเพื่อชีวิตที่ดีกว่า



แผนยุทธศาสตร์ ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2566 – 2570 (สำหรับปี 2569)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม



01.

ยุทธศาสตร์ อ.ส.ค. 20 ปี

สภาพแวดล้อมภายใน



แผนวิสาหกิจ อ.ส.ค.



McKinsey 7-S

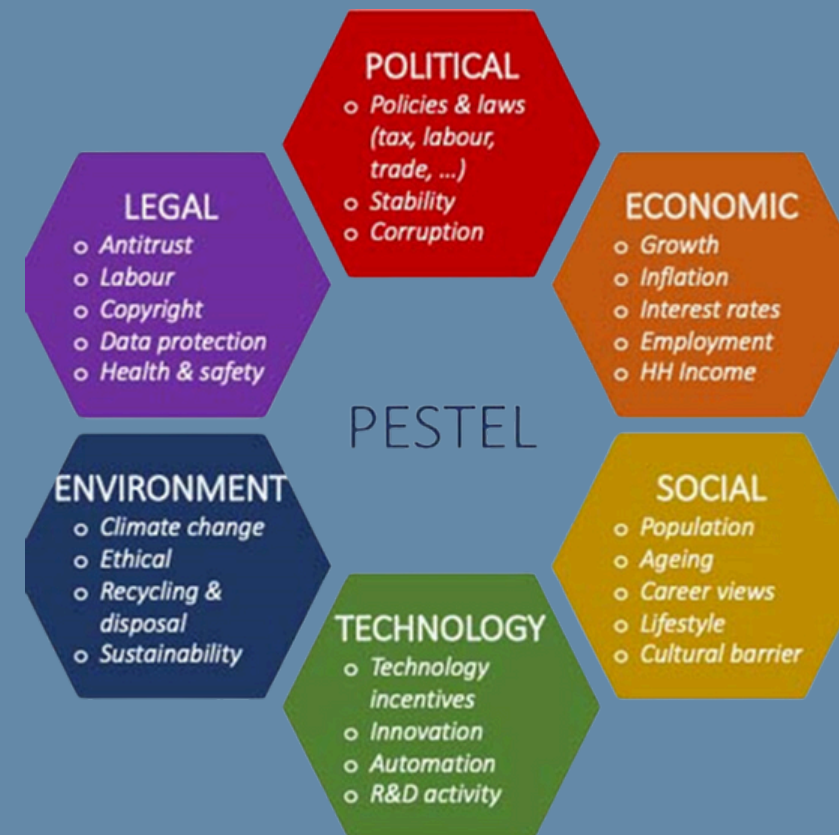
Framework



02.

สภาพแวดล้อมภายนอก

PESTEL Analysis



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2569



S

- **S1** มีวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพจากนมโคสดแท้ 100% จากแหล่งผลิตที่มีมาตรฐาน ในการผลิต General Milk สำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม โดยรับซื้อจากเกษตรกรไทย **(Edit)**
- **S2** ตราสินค้าไทย - เดนมาร์ค เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงมานานและผู้บริโภคเชื่อถือและไว้วางใจ **(Edit)**
- **S3** มีระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานการส่งออก และมาตรฐานสากล รวมทั้งมีโรงงานผลิตภัณฑ์นม ครบคลุมพื้นที่ทั้ง 4 ภาค ทำให้ใกล้แหล่งวัตถุดิบ และสะดวกในการขนส่งผลิตภัณฑ์นมถึงตัวแทนจำหน่าย **(Edit)**
- **S4** มีนโยบายและแนวปฏิบัติที่นำไปสู่การดำเนินงานต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดี คณะกรรมการ อ.ส.ค. และผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย **(Edit)**
- **S5** การบริหารจัดการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สนับสนุนการขับเคลื่อนแผนวิสาหกิจ **(NEW)**

W

- **W1** มีต้นทุนต่อหน่วยสูงเมื่อเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและ คู่แข่งขันหลัก
- **W2** แนวโน้มยอดขายลดลง ไม่ได้ตามเป้าหมาย และยังขาดรูปแบบการทำตลาดที่หลากหลาย เพื่อกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการใช้ช่องทางที่ตรงกับกลุ่มของลูกค้าค่อนข้างน้อย **(NEW)**
- **W3** โครงสร้างองค์กร ระบบงาน และบุคลากร ยังไม่สามารถรับรองการทำ Digital Marketing รวมทั้งรูปแบบธุรกิจหรือการตลาดใหม่แบบ มีอาชีพ และการทำงานด้านนวัตกรรม **(Edit)**
- **W4** การเชื่อมโยงข้อมูลภายในยังไม่ครอบคลุมทุกส่วนงาน ทำให้การใช้ประโยชน์จากข้อมูลภายในเพื่อวางแผน วิเคราะห์ คาดการณ์ผลการตัดสินใจ และการดำเนินธุรกิจใหม่ที่ต่อเนื่อง ค่อนข้างน้อยอาจส่งผลกระทบต่อพัฒนาระบบงาน และการดำเนินงานขององค์กร **(Edit)**
- **W5** การพัฒนาความรู้ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่มีความต่อเนื่อง **(NEW)**

O

- **O1** แนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า ให้ความสำคัญในเรื่องการดูแลสุขภาพสูงและคุณภาพสินค้ามากขึ้น โครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ **(Edit)**
- **O2** มีโอกาสในการเพิ่มอัตราการบริโภคนมของคนไทยให้เพิ่มสูงขึ้นได้ เนื่องจากอัตราการบริโภคนมของคนไทยยังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในระดับอาเซียน และระดับโลก
- **O3** รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมา ใช้ในทุกภาคส่วน ทั้งภาคการเกษตร อุตสาหกรรม และการพัฒนาองค์กร ประกอบกับลูกค้าเข้าถึงข้อมูล รวมทั้งมีโอกาสใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น
- **O4** อ.ส.ค.มีโอกาสในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชน ในด้านต่าง ๆ เช่น การวิจัยและพัฒนาการผลิต การบริหารจัดการองค์กร และนวัตกรรม ตลอดจนการพัฒนาธุรกิจที่ต่อเนื่องใหม่
- **O5** มีเครื่องอำนวยความสะดวกที่หลากหลายและมีศักยภาพ **(NEW)**

T

- **T1** ตลาดนมมีกลไกควบคุมราคา ทั้งราคาน้ำนมดิบและราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม
- **T2** ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว การปรับอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นส่งผลต่อการชะลอตัวของผู้บริโภค **(NEW)**
- **T3** ต้นทุนภาคเกษตรมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมรายย่อย ที่ไม่สามารถแบกรับภาระต้นทุนได้ส่งผลให้เกษตรกรลดลงจนถึงการเลิกเลี้ยงโคนม **(NEW)**
- **T4** การบังคับใช้มาตรการทางการค้าเสรี (FTA) ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ในปี 2568 ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและตลาดน้ำนมดิบของ อ.ส.ค. **(Edit)**
- **T5** การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change) การเสื่อมโทรมของทรัพยากร สิ่งแวดล้อมและมลภาวะ มีผลต่อสุขภาพ คุณภาพ และผลผลิตของแม่โคนม **(NEW)**

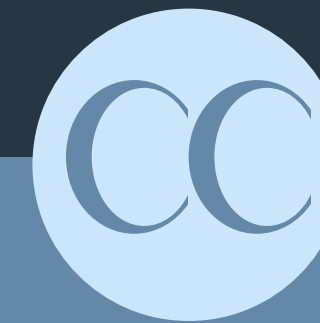
ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (SA) ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (SC) และสมรรถนะหลักของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (CC) ปี 2569



- SA1** โรงงานมีระบบการผลิตที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐานสากลในการผลิต GENERAL MILK สำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ครบทั้ง 4 ภาค สอดคล้องกับ BCG MODEL (S1, S3, O2, O3) **(EDIT)**
- SA2** ตราสินค้าไทย - เดนมาร์ก เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง มานานและผู้บริโภคเชื่อถือและไว้วางใจ อ.ส.ค.มีโอกาส ในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและ เอกชนในด้านต่างๆ เช่น การวิจัยและพัฒนาการผลิต การบริหารจัดการองค์กร และนวัตกรรม ตลอดจน การพัฒนารูปร่างที่ต่อเนื่องใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ ใส่ใจเรื่องสุขภาพและคุณภาพสินค้า รวมทั้งผู้สูงอายุ เพื่อเพิ่มอัตราการบริโภคของคนไทยและสร้างมูลค่า เพิ่มให้กับองค์กร (S2, O1, O3, O4) **(EDIT)**
- SA3** มีนโยบายและแนวปฏิบัติที่นำไปสู่การดำเนินงานต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดี คณะกรรมการ อ.ส.ค. และผู้ บริหารระดับสูงให้ ความสำคัญกับการบริหาร จัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการบริหารจัดการด้านผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย สนับสนุนการขับเคลื่อนแผนวิสาหกิจ (S4, S5, O5) **(EDIT)**



- SC1** การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อผลผลิต ของแม่โคนม ทำให้ต้นทุนภาคเกษตรกรรมมีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมลดลง วัตถุประสงค์ ที่ใช้ในระบบการผลิตจึงมีแนวโน้มลดลง ประกอบกับ ผลกระทบจาก FTA ทำให้ อ.ส.ค. มีต้นทุนต่อหน่วยสูง เมื่อเทียบกับคู่แข่ง อีกทั้งปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอ ตัวจึงส่งผลให้สภาพคล่องของ อ.ส.ค. ลดลง (T3, T4, T5, W1, W2) **(EDIT)**
- SC2** ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว กลไกการควบคุมราคาของ ตลาดนม สินค้าทดแทนที่หลากหลาย และสถานการณ์ การเกิดสงครามของประเศเพื่อนบ้าน ส่งผลต่อยอด จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมทั้งในและต่างประเทศ และ ความสามารถในการทำกำไรของ อ.ส.ค. (T1, T2, T5, W1, W2) **(EDIT)**
- SC3** บุคลากรยังมีทักษะที่ยังไม่สามารถรองรับรูปแบบธุรกิจ หรือการตลาดใหม่ ทำให้การพัฒนาองค์กรและ ผลผลิตที่ใหม่ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าค่อนข้างน้อยและขาดการพัฒนาความรู้ด้านผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียไม่มีความต่อเนื่อง (W3, W4, W5) **(EDIT)**



- สมรรถนะหลักขององค์กรในปัจจุบัน**
- CC1** ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบคุณภาพ เพื่อสุขภาพ สำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และเฉพาะกลุ่มโดยรับ ชื่อจากเกษตรกรไทย (S1, S3) **(EDIT)**
- CC2** ตราสินค้าไทย - เดนมาร์ก เป็นแบรนด์ที่ผู้บริโภคไว้วางใจ และเชื่อถือในเรื่องคุณประโยชน์ที่ดีต่อสุขภาพ (S2,O1)
- สมรรถนะหลักขององค์กรที่ต้องพัฒนาในอนาคต**
- CC3** ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือ ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงหรือรูปแบบธุรกิจใหม่ ที่จะ ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์ SM : เป็นองค์กรที่พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

พันธกิจ : 1. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อบรรลุเป้าหมายและที่ยั่งยืน

SO 1 มีแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
จำนวน 10 โครงการ

**SO 1 : สร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Stakeholder Engagement)**

เป้าประสงค์ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ และความผูกพัน
กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ 1. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ
2. ยกระดับศักยภาพ กลุ่มเป้าหมาย

1. ผลคะแนนการรับรู้แบรนด์ Brand Perceive
2. จำนวน Agent ที่ทำได้ตามเป้าหมาย



SO 2 มีแผนปฏิบัติการด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
จำนวน 36 โครงการ

**SO 2 : พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานรองรับ
การบริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Stakeholder Management)**

เป้าประสงค์ 1) เพื่อสร้างฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2) เพื่อให้การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
สอดคล้องกับมาตรฐาน AA1000
เกณฑ์ประเมินผล Enablers ด้านการมุ่งเน้น
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ พัฒนาระบบบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

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

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ อ.ส.ค. ทั้ง 7 กลุ่ม



ลูกค้า



หน่วยงานกำกับดูแล



คณะกรรมการ อ.ส.ค.



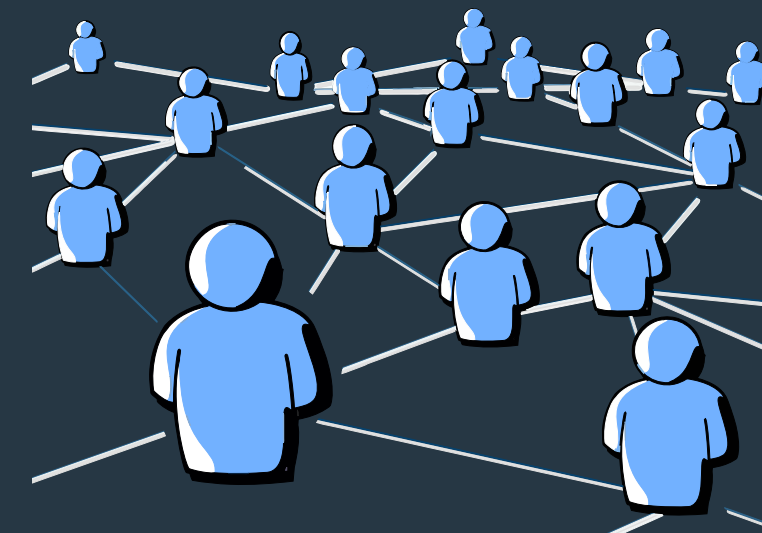
บุคลากร



ผู้ส่งเสริม/ผู้ค้า/ผู้ความร่วมมือ



เจ้าหนี้



ชุมชนสังคม/สื่อมวลชน



แผนปฏิบัติการ ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ อ.ส.ค. ประจำปี 2569

กิจกรรม (ผู้รับผิดชอบแต่ละขั้นตอน)		น้ำหนัก (%)	ตัวชี้วัดผลผลิต	ผลผลิต/ เอกสารหลักฐาน	%ความก้าวหน้า		ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68	มี.ค. 68	เม.ย. 68	พ.ค. 68	มิ.ย. 68	ก.ค. 68	ส.ค. 68	ก.ย. 68
					เป้าหมาย	ผลงาน												
1)	จัดให้มีการสื่อสารและถ่ายทอดแผนแม่บทฯ และแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	12.00	อย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง		12.00		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
						0.00												
2)	ทบทวนแผนแม่บทด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	7.00	จำนวน 1 เล่ม		7.00			1.00	2.00	2.00	2.00							
						0.00												
3)	สำรวจความต้องการ ความคาดหวังทั้งเชิงบวกและเชิงลบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 7 กลุ่ม ที่มีต่อ อ.ส.ค. และสำรวจรับรู้และการตระหนัก รวมถึงสรุปผลการสำรวจ	12.00	รายงานผลสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผลสำรวจ ปี 2568 (7 กลุ่ม) และรายงานผลการรับรู้		12.00								3.00	3.00	3.00	3.00		
						0.00												
4)	กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ขอบเขต บทบาทและความรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4.00	ผลสำเร็จการจัดทำเล่มแผนแม่บทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		4.00			1.00	1.00	1.00	1.00							
						0.00												
5)	การจัดลำดับความสำคัญและรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4.00	ผลสำเร็จการจัดทำเล่มแผนแม่บทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย		4.00			1.00	1.00	1.00	1.00							
						0.00												
6)	จัดทำแผนปฏิบัติการและกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร	14.00	ผลสำเร็จในการจัดทำแผนและกระบวนการ		14.00		2.00	2.00					1.00	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00
						0.00												
7)	ระบุและเตรียมความพร้อมการจัดการความเสี่ยงในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสื่อสารเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ	16.00	อย่างน้อย 1 ด้าน (4 ด้าน SOFC)		16.00		2.00	2.00					2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
						0.00												
8)	ติดตามและรายงานผลการดำเนินงาน รายไตรมาส	12.00	รายงานการประชุมรายไตรมาส		12.00			3.00			3.00			3.00			3.00	
						0.00												
9)	การยกระดับความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (การระบุทรัพยากรและการปิด GAP)	4.00	ปิด Gap ได้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70		4.00						2.00	2.00						
						0.00												
10)	การประเมินผลลัพธ์กระบวนการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจัดทำแบบสอบถามประจำปี (เพื่อนำเสนอ สคร.)	15.00			15.00		5.00	5.00										5.00
						0.00												
รวมผล		100.00			100.00	0.00												
รวมเป้าหมายรายเดือน							10.00	16.00	5.00	5.00	10.00	3.00	7.00	10.00	8.00	8.00	8.00	10.00
รวมผลรายเดือน							0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมเป้าหมายรายไตรมาส							31.00			18.00			25.00			26.00		
รวมผลรายไตรมาส							0.00			0.00			0.00			0.00		



urlkub.co/czAkWL

แผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ประจำปี 2569

เป้าหมายปี 2568-2570 SO1 สร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Engagement) จำนวน 10 โครงการ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี		แผนงาน / โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
		69	70		
1. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	1. กิจกรรมร้านไทย-เดนมาร์ค มิลล์แลนด์ สาขาท่องเที่ยว	กบท.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	2. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค	กบพ.
	ผลการรับรู้แบรนด์	เพิ่มขึ้น 0.25	เพิ่มขึ้น 0.25	3. โครงการ Top of Mind Brand สื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ (AP14)	กทต.
2. ยกระดับศักยภาพกลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	4. โครงการปลูกป่าเพิ่มออกซิเจนกักเก็บคาร์บอนให้กับสังคมโดยรวม	กอก.
	จำนวนเกษตรกร	2,447	2,500	5. โครงการพัฒนาเกษตรกรโคนมสู่ Smart Farmers	กพค.
	จำนวนฟาร์มพี่เลี้ยง	60	75	6. โครงการพัฒนาและขยายผลฟาร์มประสิทธิภาพสูงสู่เกษตรกรรายย่อย	กทพ.

เป้าหมายปี 2568-2570 SO1 สร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Engagement) จำนวน 10 โครงการ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี		แผนงาน / โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
		69	70		
2. ยกระดับศักยภาพกลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	7. โครงการให้บริการตรวจสอบระบบเครื่องรีดนมให้ได้ค่ามาตรฐาน	กสส.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	8. โครงการรณรงค์การบริโภคนมของคนไทยภายในประเทศ	กกต.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	9. โครงการเพิ่มมูลค่าทางการตลาด และ Digital Marketing	กกพ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	10. โครงการ Thai-Denmark Speed team	กกต.

เป้าหมายปี 2568-2570 SO2 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานรองรับการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management)

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี		แผนงาน / โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
		69	70		
พัฒนาฐานข้อมูลการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	1. ยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของคณะกรรมการ	กถว.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	2. แผนสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	กปร.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	3. แผนการตรวจสอบภายใน (Audit Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2568	กตอ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	4. แผนปฏิบัติการตรวจสอบ อ.ส.ค. ด้านบัญชีการเงิน	กตบ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	5. จัดทำแผนวิสาหกิจ อ.ส.ค.	กฉพ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	6. โครงการสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (รองรับเกณฑ์ Enablers)	กบพ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	7. แผนงานพัฒนาฐานข้อมูล Stakeholder	กบพ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100		

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี		แผนงาน / โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
		69	70		
พัฒนาฐานข้อมูลการบริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	8. โครงการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลสำหรับปี 2569 ของ อ.ส.ค.	กกด.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	9. โครงการอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	กคพ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	10. โครงการความปลอดภัยในการทำงาน	กกบ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	11. การกำกับดูแลด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (Compliance)	กกม.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	12. โครงการความสำเร็จในการจัดทำงานการเงิน	กบช.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	13. แผนงานบริหารจัดการเจ้าหนี้	กกง.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	14. การจัดซื้อจัดจ้างอัจฉริยะ (Smart Procurement)	กพด.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100		

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี		แผนงาน / โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
		69	70		
พัฒนาฐานข้อมูลการบริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	15. งานตามภารกิจแผนกปัจจัยการเลี้ยงโคนม	กบป.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	16. การจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคกลาง (สภก.)	กบท.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	17. งานตามภารกิจด้านการตลาดและการขาย (สภก.)	กตจ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	18. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สภก.)	กรย.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	19. งานตามภารกิจ แผนกผลิตนมมออร์แกนิกและน้ำดื่ม ผลิตผลิตภัณฑ์นมชนิดพาสเจอร์ไรส์ ชนิดจืด, โยเกิร์ต และน้ำบริโภคน้ำในภาชนะบรรจุปิดสนิท ระบบ RO (สภก.)	กสว.
	จำนวนโรงงาน	4	5	20. โครงการรับการตรวจประเมิน (Audit) เพื่อการรับรองระบบมาตรฐานสากล/และเพื่อรักษาระบบมาตรฐานสากลที่ได้รับการรับรอง (สภก.)	กฉพ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	21. งานตามภารกิจพัสดุและบริการ (สภก.)	กบท.

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี		แผนงาน / โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
		69	70		
พัฒนาฐานข้อมูลการบริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	22. งานตามภารกิจด้านการตลาดและการขาย (สภต.)	กตง.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	23. งานตามภารกิจแผนกส่งเสริมการเลี้ยงโคนม (สภต.)	กสส.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	24. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สภต.)	กรง.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	25. งานตามภารกิจแผนกพัสดุและบริการ (สภอ.)	กบท.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	26. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขาย (Marketing & Sale Promotion) (สภอ.)	กตง.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	27. งานตามภารกิจแผนกส่งเสริมการเลี้ยงโคนม (สภอ.)	กสส.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	28. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สภอ.)	กรง.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	29. แผนการสานเสวนาร่วมกับชุมชนโดยรอบ (สภนล.)	กบท.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100		

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี		แผนงาน / โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
		69	70		
พัฒนาฐานข้อมูลการบริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	30. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขาย (Marketing & Sale Promotion) (สภนอ.)	กตจ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	31. งานตามภารกิจแผนส่งเสริมการเลี้ยงโคนม (สภนอ.)	กสส.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	32. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สภนอ.)	กรง.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	33. งานภารกิจพัสดุและบริการ (สภนบ.)	กบก.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	34. งานตามภารกิจด้านการตลาดและการขาย (สภนบ.)	กตจ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	35. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สภนบ.)	กรง.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100	36. โครงการบริหารจัดการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน	กคณ.
	ร้อยละความสำเร็จตามแผน	100	100		

แผนงานที่ตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้รับผิดชอบ

แผนงาน/โครงการ	ตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย								
	1. ลูกค้า	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3. คณะกรรมการ อ.ส.ค.	4. บุคลากร	5. ผู้ส่งมอบ ลูกค้า คู่ความร่วมมือ	6. เจ้าหนี้	7. ชุมชน/ สังคม/ สื่อมวลชน	กอง	ฝ่าย/ สำนักงาน
1. ยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของคณะกรรมการ			✓					กณ.	ฟอก.
2. แผนสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	กปป.	
3. แผนปฏิบัติการอำนวยความสะดวก/งานการตรวจสอบ อ.ส.ค. ด้านสารสนเทศ			✓	✓				กตอ.	ฟตส.
4. แผนปฏิบัติการตรวจสอบ อ.ส.ค. ด้านบัญชีการเงิน	✓			✓		✓		กตบ.	
5. จัดทำแผนวิสาหกิจ อ.ส.ค.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	กฉพ.	ฟนย.
6. โครงการสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (รองรับเกณฑ์ Enablers)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	กบพ.	

แผนงาน/โครงการ	ตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย								
	1. ลูกค้า	2. หน่วย งาน กำกับดูแล	3. คณะ กรรมการ อ.ส.ค.	4. บุคลากร	5. ผู้ส่ง มอบ คู่ค้า คู่ความ ร่วมมือ	6. เจ้าหนี้	7. ชุมชน/ สังคม/ สื่อมวลชน	กอง	ฝ่าย/ สำนักงาน
7. แผนงานพัฒนาฐานข้อมูล Stakeholder	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	กบพ.	ผนย.
8. โครงการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลสำหรับปี 2570 ของ อ.ส.ค.		✓	✓	✓	✓			กกด.	ฝกด.
9. โครงการอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล				✓				กคพ.	
10. โครงการความปลอดภัยในการทำงาน				✓				กกบ.	ฝกบ.
11. การกำกับดูแลด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (Compliance)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	กกบ.	
12. ความสำเร็จในการจัดทำงานการเงิน	✓							กบช.	ฝบช.
13. แผนงานบริหารจัดการเจ้าหนี้						✓		กกง.	

แผนงาน/โครงการ	ตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย								
	1. ลูกค้า	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3. คณะ กรรมการ อ.ส.ค.	4. บุคลากร	5. ผู้ส่ง มอบ คู่ค้า คู่ความ ร่วมมือ	6. เจ้าหนี้	7. ชุมชน/ สังคม/ สื่อมวลชน	กอง	ฝ่าย/ สำนักงาน
14. การจัดซื้อจัดจ้างอัจฉริยะ (Smart Procurement)					✓			กพด.	ฟพบ.
15. การปลูกป่าเพิ่มออกซิเจนกักเก็บคาร์บอนให้กับสังคมโดยรวม				✓			✓	กอก.	
16. การพัฒนาเกษตรกรโคนมสู่ Smart Farmers	✓	✓	✓					กพค.	ฟพพ.
17. การพัฒนาและขยายผลฟาร์มประสิทธิภาพสูงสู่เกษตรกรรายย่อย	✓	✓						กขฟ.	
18. งานตามภารกิจแผนกบริการปัจจัยการเลี้ยงโคนม	✓							กบป.	ฟสส.
19. การให้บริการตรวจสอบระบบเครื่องรีดนมให้ได้ค่ามาตรฐาน	✓							กสส.	

แผนงาน/โครงการ	ตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย								
	1. ลูกค้า	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3. คณะ กรรมการ อ.ส.ค.	4. บุคลากร	5. ผู้ส่ง มอบ คู่ค้า คู่ความ ร่วมมือ	6. เจ้าหนี้	7. ชุมชน/ สังคม/ สื่อมวลชน	กอง	ฝ่าย/ สำนักงาน
20. กิจกรรมร้านไทย-เดนมาร์ก มิลล์แลนด์ สาขาท่องเที่ยว	✓							กบท.	ฟกต.
21. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก	✓							กบพ.	
22. โครงการ Top of Mind Brand สื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์	✓	✓	✓	✓	✓		✓	กตต.	ฟกต.
23. โครงการรณรงค์การบริโภคนมของคนไทยภายในประเทศ	✓								
24. โครงการเพิ่มคู่ค้าทางการตลาด และ Digital Marketing					✓			กกท.	ฟกต.
25. โครงการ Thai - Denmark Speed Team	✓								

แผนงาน/โครงการ	ตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย								
	1. ลูกค้า	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3. คณะกรรมการ อ.ส.ค.	4. บุคลากร	5. ผู้ส่งมอบ คู่ค้า คู่ความร่วมมือ	6. เจ้าหนี้	7. ชุมชน/ สังคม/ สื่อมวลชน	กอง	ฝ่าย/ สำนักงาน
26. การจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคกลาง (สภก.)					✓			กบก.	สภก.
27. งานตามภารกิจด้านการตลาดและการขาย (สภก.)	✓							กตจ.	
28. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สภก.)		✓					✓	กสย.	
29. งานตามภารกิจ แผนกผลิตนมมออร์แกนิกและน้ำดื่ม : ผลิตผลิตภัณฑ์นมชนิดพาสเจอร์ไรส์ ชนิดจืด , โยเกิร์ต และน้ำบริโภคน้ำในภาชนะบรรจุปิดสนิท ระบบ RO (สภก.)	✓							กสว.	
30. โครงการรับการตรวจประเมิน (Audit) เพื่อการรับรองระบบมาตรฐานสากล/และเพื่อรักษาระบบมาตรฐานสากลที่ได้รับการรับรอง(สภก.)	✓						✓	กฉพ.	

แผนงาน/โครงการ	ตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย								
	1. ลูกค้า	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3. คณะกรรมการ อ.ส.ค.	4. บุคลากร	5. ผู้ส่งมอบ คู่ค้า คู่ความร่วมมือ	6. เจ้าหนี้	7. ชุมชน/ สังคม/ สื่อมวลชน	กอง	ฝ่าย/ สำนักงาน
31. งานตามภารกิจพัสดุและบริการ (สภต.)					✓			กบก.	สภต.
32. งานตามภารกิจด้านการตลาดและการขาย (สภต.)	✓							กตง.	
33. งานตามภารกิจแผนส่งเสริมการเลี้ยงโคนม (สภต.)	✓							กสส.	
34. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สภต.)		✓					✓	กรง.	
35. งานตามภารกิจพัสดุและบริการ (สภอ.)					✓			กบก.	สภอ.
36. งานตามภารกิจด้านการตลาดและการขาย (สภอ.)	✓							กตง.	

แผนงาน/โครงการ	ตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย								
	1. ลูกค้า	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3. คณะกรรมการ อ.ส.ค.	4. บุคลากร	5. ผู้ส่งมอบ คู่ค้า คู่ความร่วมมือ	6. เจ้าหนี้	7. ชุมชน/ สังคม/ สื่อมวลชน	กอง	ฝ่าย/ สำนักงาน
37. งานตามภารกิจแผนส่งเสริมการเลี้ยงโคนม (สกอ.)	✓							กสส.	สกอ.
38. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สกอ.)		✓					✓	กรง.	
39. แผนเสวนากับชุมชนโดยรอบ (สภนล.)							✓	กบท.	สภนล.
40. งานตามภารกิจด้านการตลาดและการขาย (สภนล.)	✓							กตย.	
41. งานตามภารกิจแผนส่งเสริมการเลี้ยงโคนม (สภนล.)	✓							กสส.	
42. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สภนล.)		✓					✓	กรง.	

แผนงาน/โครงการ	ตอบสนองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย								
	1. ลูกค้า	2. หน่วยงาน กำกับดูแล	3. คณะกรรมการ อ.ส.ค.	4. บุคลากร	5. ผู้ส่งมอบ คู่ค้า คู่ความร่วมมือ	6. เจ้าหนี้	7. ชุมชน/ สังคม/ สื่อมวลชน	กอง	ฝ่าย/ สำนักงาน
43. งานตามภารกิจพัสดุและบริการ (สภทบ.)	✓							กบก.	สภทบ.
44. งานตามภารกิจด้านการตลาดและการขาย (สภทบ.)	✓							กตข.	
45. โครงการยกระดับมาตรฐานโรงงานด้านสิ่งแวดล้อม CSR-DIW Continuous (สภทบ.)		✓					✓	กธง.	
46. การบริหารจัดการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน		✓						กคณ.	

Stakeholders

- แผนกพัฒนาองค์กร
กองบริหารจัดการและพัฒนาองค์กร
ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์