



ประกาศคณะกรรมการองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)

เรื่อง นโยบายการบริหารงาน อ.ส.ค.

ในปี ๒๕๖๔ เป็นปีที่มีความท้าทายยิ่งสำหรับ อ.ส.ค. ทั้งปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ที่มีความผันผวนอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนเกิดสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบไปทั่วโลก และกระทบต่อการดำเนินงานของ อ.ส.ค. ด้วยเช่นกัน ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเกินกว่าครึ่งปีงบประมาณ ๒๕๖๔ พบว่ารายได้และผลประกอบการจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยังไม่ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่มีความต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ส่งผลต่อการบริโภคของประชาชนโดยทั่วไป รวมถึงการบริโภคผลิตภัณฑ์นม ทั้งนี้หากการบริโภคลดลงย่อมส่งผลต่อยอดขายผลิตภัณฑ์นมลดลงด้วย แต่องค์กรยังคงต้องรับซื้อน้ำนมดิบจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอย่างเป็นปกติ จึงส่งผลให้มีสต็อกผลิตภัณฑ์นมสะสมเป็นจำนวนมาก เหตุผลดังกล่าวเป็นความจำเป็นที่องค์กรต้องระมัดระวังการบริหารจัดการให้มีความคล่องตัวทางการเงินในช่วงเวลาปัจจุบัน ควบคู่กับการวางรากฐานของการบริหารจัดการองค์กรที่มีความเป็นเลิศ ให้ อ.ส.ค. อยู่รอดและมีการเจริญก้าวหน้าเป็นองค์กรชั้นนำของประเทศด้านอุตสาหกรรมโคนมแบบครบวงจรในอนาคต พร้อมกับการสืบสานอาชีพการเลี้ยงโคนม ให้เกษตรกรมีความเข้มแข็งและเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงที่เกิดขึ้นจากจำนวนคู่แข่งทางการค้า รวมถึงการเปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) และวิถีชีวิตใหม่ของคนไทย โดยมีแนวนโยบายที่มอบให้กับฝ่ายบริหารของ อ.ส.ค. รับดำเนินการ ดังนี้

๑. นโยบายเร่งด่วน

เร่งรัดแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาด เพื่อนำการผลิต จัดทำแผนตลาดเชิงรุก มุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์นมถึงผู้บริโภคได้สะดวก รวดเร็ว กระจายสินค้าให้ครอบคลุมทุกช่องทางจำหน่ายและทุกพื้นที่ มีการระบายผลิตภัณฑ์นมที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสต็อกผลิตภัณฑ์นมที่มีปริมาณมาก และเกิดประโยชน์ต่อองค์กรสูงสุด โดยดำเนินการใน ๓ ด้าน ดังนี้

๑.๑ การจัดทำแผนการตลาดเชิงรุกโดยวางแผนร่วมกับเอเยนต์เพื่อระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นม

๑.๒ เร่งรัดการดำเนินงานขององค์กรในด้านการลดค่าใช้จ่าย ปรับแผนงานปี ๒๕๖๔ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการจัดการภายในองค์กร

๑.๓ เพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในด้านบุคลากรและแผนธุรกิจ สนับสนุนบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถให้ทำงานตามความรู้ความสามารถของตนเอง ปรับการจัดทำแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

๒. การพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรชั้นนำด้านอุตสาหกรรมโคนมแบบครบวงจรในอนาคต

องค์กรให้ความสำคัญตลาดนำการผลิตเป็นการปรับเปลี่ยนต่อ ยอดธุรกิจ เพื่อเพิ่มตลาดสินค้าด้วยนวัตกรรม การเพิ่มจำนวนคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศ หรือการสร้าง New S-curve ควบคู่กับการสร้างความมั่นคงและยั่งยืนของอาชีพการเลี้ยงโคนมแก่เกษตรกรโคนมให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ในด้านบุคลากรให้มีความชาญฉลาด กระบวนการทำงานที่ได้มาตรฐานสากล และเทคโนโลยีอัจฉริยะ เพื่อให้ อ.ส.ค. มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยต้นทุนที่ต่ำ รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าและกำไรต่อหน่วยที่สูงขึ้น โดยมีนโยบายในแต่ละด้าน ดังนี้

๒.๑ ด้านการบริหารจัดการองค์กร

บริหารงานองค์กรด้วยหลักธรรมาภิบาล ช่วยสร้างสรรค์และส่งเสริมองค์กรให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพ พัฒนาศักยภาพมุ่งเน้นการสร้างบริบทงานเชิงกลยุทธ์และนวัตกรรม ซึ่งเป็นบริบทงานการสร้างมูลค่าใหม่ และการขับเคลื่อนงานกลยุทธ์ไปสู่อนาคตตามเป้าหมาย พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลรองรับการปรับเปลี่ยนธุรกิจ และการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพบุคลากรขององค์กร พัฒนาให้มีการจัดการนวัตกรรมภายในองค์กรให้เป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานและการบริหารงานองค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ และเป็นแนวทางในการคลี่คลายปัญหา ลดความสูญเสียหรือพลิกวิกฤติสู่โอกาสให้กับองค์กร บริหารจัดการองค์กรเริ่มตั้งแต่การเตรียมความพร้อมกระบวนการที่ดีเป็นระบบ ทำจริงอย่างทั่วถึง และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีและชัดเจน

๒.๒ ด้านการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม

สร้างความมั่นคงและยั่งยืนของอาชีพการเลี้ยงโคนมแก่เกษตรกรโคนมให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยส่งเสริมนวัตกรรมและเทคโนโลยีพร้อมด้วยยกระดับให้เป็นฟาร์มมาตรฐาน รวมถึงสนับสนุนการเลี้ยงโคนมรูปแบบเชิงรุกด้วยระบบสารสนเทศข้อมูลโคนม การลดต้นทุนการเลี้ยงโคนมและพัฒนาเกษตรกรโคนมให้ผ่านหลักเกณฑ์ฟาร์มตัวอย่างประสิทธิภาพสูง เพื่อนำไปสู่การผลิตน้ำนมดิบที่มีคุณภาพดี เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ให้มีรายได้จากการขายน้ำนมเพิ่มขึ้น มีการลดต้นทุน และกำไรเพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้

๒.๓ ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์นม

มุ่งมั่นพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์นมที่ทันสมัยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และได้รับการรับรองด้วยมาตรฐานระดับสากล ส่งเสริมกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีอย่างคุ้มค่าปลอดภัยต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจในระยะยาว ทั้งในการประหยัดต้นทุนการผลิตและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อันทรงคุณค่า ต่อยอดจากงานวิจัย เพื่อตอบสนองความต้องการและสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค เน้นการบริหารจัดการด้านอุตสาหกรรมที่เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

๒.๔ ด้านการตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม

มุ่งเน้นตลาดนำการผลิตพร้อมส่งมอบคุณค่าที่ดีเยี่ยมให้แก่ลูกค้า เป็นการสร้างความประทับใจ และสร้างความสัมพันธ์อันยาวนานกับลูกค้า ทั้งระดับเอเยนต์และผู้บริโภค และความภักดีต่อตราสินค้า เชื่อมโยงสะท้อนภาพลักษณ์ต่างๆ ควบคู่กับกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร และรักษารฐานลูกค้าเก่าไว้ให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว ปรับเปลี่ยนต่อยอดธุรกิจเพื่อเพิ่มตลาดสินค้าด้วยนวัตกรรม การเพิ่มจำนวนคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศ พัฒนาช่องทางสื่อสารการตลาด เพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในสื่อสังคมออนไลน์กับผู้บริโภค ตลอดเวลาอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด หาความแตกต่างในตัวสินค้าหรือมีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทำให้สินค้าดูโดดเด่นกว่าสินค้าในตลาด รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง (High Value Added Product) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้เพิ่มให้กับ อ.ส.ค. อย่างยั่งยืน

ท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่านโยบายบริหารงานที่ได้มอบให้ อ.ส.ค. จะได้รับความร่วมมือจากผู้บริหารและพนักงาน อ.ส.ค. ทุกท่านเป็นอย่างดี เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน รู้และรับผิดชอบลงมือทำทั้งระดับนโยบายและระดับบริหาร เพื่อผลักดันให้ อ.ส.ค. ผ่านพ้นวิกฤติการณ์ที่กำลังส่งผลกระทบต่อองค์กรอยู่ในขณะนี้ และเป็นการเตรียมการวางรากฐานความแข็งแกร่งให้กับองค์กรในทุกๆ ด้าน เพื่อให้ อ.ส.ค. เป็นองค์กรชั้นนำด้านอุตสาหกรรมโคนมแบบครบวงจรในอนาคตต่อไป

ประกาศ ณ วันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๖๔



(นายปริญญ์ เพ็งสมบัติ)

ประธานกรรมการ

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย