



บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการยกระดับการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในทุกหน่วยงานภายในองค์กร เพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์ที่จะเป็น “ต้นแบบธุรกิจเพื่อสังคม” เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล บริษัทฯ จึงเลือกใช้เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพอย่างสูงสุด ในการบริหารจัดการงานอย่างเป็นระบบขององค์กรที่สอดคล้องกับนโยบาย 3P (People Planet Profit) ของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างความผูกพัน (People) สร้างสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Planet) และกำไรที่มีคุณภาพอย่างเหมาะสม (Profit) ทั้งนี้ องค์กรจะพัฒนาศักยภาพจากรางวัลบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC) ให้กลายเป็นรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (TQA) ในอนาคตข้างหน้าต่อไป

นายพีพัฒพงษ์ อิศรเสนา ณ อยุธยา
กรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

ลักษณะองค์กร

บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ก่อตั้งขึ้นจากแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ที่ทรงมีพระราชประสงค์ในการแก้ไขปัญหาความทุกข์ยากของราษฎรบนพื้นที่สูงทางภาคเหนือของประเทศ พระองค์ทรงก่อตั้งโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปขึ้นในพื้นที่การเกษตร เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๑๕ ดำเนินการส่งเสริม รับผิดชอบต่อสังคม และแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ในราคาเป็นธรรม โดยเริ่มต้นเพียง ๑๐ รายการ ใน ๒ กลุ่มสินค้า

ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๓๗ พระองค์ทรงมีพระราชดำริให้ปรับรูปแบบองค์กรโดยจดทะเบียนให้เป็นนิติบุคคล ดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูปด้วยการเป็นต้นแบบองค์กรภาคธุรกิจที่ดำเนินการตามศาสตร์แห่งพระราชอาทวศูไปกับการมุ่งพัฒนาชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน

เป้าหมายความสำเร็จของบริษัทฯ มี ๒ ด้าน คือ

๑) การเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโต และมีกำไรเพียงพอในการดำเนินการต่อไปในอนาคต โดยไม่ได้คำนึงถึงกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อโลกและสิ่งแวดล้อมตลอดจนการถือฤลทางสังคม เกษตรกร รวมถึงทำการค้าที่เป็นธรรมกับลูกค้าและคู่ค้า

๒) บริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ โดยที่บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จึงนำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาประยุกต์ใช้ โดยมีระบบการนำองค์กร ที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการนำองค์กรเพื่อความยั่งยืนผ่านการมองคุณค่าอย่างสมดุลกัน ใน ๓ มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยที่บริษัทฯ มีนโยบาย 3P: People ~ Planet ~ Profit เพื่อการขับเคลื่อนภาพแห่งความสำเร็จขององค์กร

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์จำแนกเป็น ๓ กลุ่ม รวมสินค้ากว่า ๒๐๐ รายการ จำหน่ายในร้านสาขา ๒๙ แห่ง และร้านร่วมจำหน่าย อีก ๑๕ สาขาทั่วประเทศ โดยดำเนินการผลิตผ่านโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูป ๓ แห่ง ได้แก่

๑. โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) จังหวัดเชียงใหม่
๒. โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๒ (แม่จัน) จังหวัดเชียงราย
๓. โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๓ (เต่างอย) จังหวัดสกลนคร



สิ่งสำคัญที่มีผลต่อวิธีการดำเนินงาน

บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ใช้แนวทางในการดำเนินงาน โดยใช้หลักการบริหารงานคุณภาพ คือ ระบบการบริหารจัดการคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 : 2015 และ ใช้หลักการในการปรับปรุงการทำงาน ด้วย วงจร P-D-C-A ซึ่งประกอบด้วย ๔ ขั้นตอน ดังนี้

๑. การวางแผน: ทุกหน่วยงานในองค์กรจะวางแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน โดยผู้นำระดับสูงจะเป็นผู้ที่กระตุ้น และเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคลากรในการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง

๒. การนำไปปฏิบัติ: ในแต่ละสายงานจะถ่ายทอดแผนงาน แผนปฏิบัติงาน พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลในการปฏิบัติงาน เพื่อการวิเคราะห์ ทบทวน ควบคุมการปฏิบัติงาน ในการประชุมในแต่ละสายงาน

๓. การตรวจสอบและประเมินผล: องค์กรจะนำผลจากการประเมินต่าง ๆ มาเข้าประชุมระดับผู้บริหารทุกเดือน และมีการตรวจประเมินตามระบบการบริหารจัดการคุณภาพมาตรฐาน ISO ปีละ ๒ ครั้ง

๔. การปรับปรุง: องค์กรมีการปรับปรุงแผนงานและกลยุทธ์ทุกปี และมีการประชุมปรับปรุงกระบวนการทำงานระดับบริหารทุกเดือน

ความท้าทายสำคัญที่องค์กรเผชิญ

จากผลกระทบต่อเนื่องของการระบาดของโคโรนาไวรัส(โควิด-๑๙) มาตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ ส่งผลทำให้เศรษฐกิจตกต่ำ และทุกธุรกิจทั่วโลก ล้วนเผชิญกับคลื่นปัญหาของต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างมาก ซึ่งถึงแม้ในปี พ.ศ. ๒๕๖๕ บริษัทฯ จะยังสามารถบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายในภาพรวมได้ตามเป้าหมาย แต่ผลจากสภาวะการณ์เปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ จนส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นอย่างมาก จนบริษัทฯ จำเป็นต้องปรับราคาขายเพิ่มขึ้นในช่วงปลายปี เพื่อให้บริษัทฯ ยังรักษาเป้าหมายในการดำเนินการในการช่วยเหลือเกษตรกรของไทยต่อไปได้ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นพัฒนา และวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เน้นตอบโจทย์ผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นรายได้บริษัทฯ โดยการผลักดันผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่น ที่ยังคงใช้ผลไม้เป็นองค์ประกอบหลักในการผลิตเพื่อสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง และเพื่อแทนธุรกิจน้ำผลไม้ที่ซบเซาลง โดยยังคงให้ความสำคัญกับการรักษาสีเขียวผลไม้ โดยในปี พ.ศ.๒๕๖๖ มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่โดดเด่น ได้แก่ ดอยคำไอซ์ ป๊อป (ICE POP) ซึ่งได้รับรางวัล

“Creative Excellence Award 2023 (CE Awards) จากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมทหชน) นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสืบสานพระราชปณิธานของพระองค์ในการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบของการดำเนินกิจการธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) ส่งต่อผลกำไรของบริษัทฯ กลับสู่ชุมชน รอบโรงงานหลวงฯ ทั้ง ๓ แห่ง และสำนักงานใหญ่ โดยนำเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) มาประยุกต์ใช้ตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ จนถึงปัจจุบัน โดยน้อมนำศาสตร์พระราชามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานสู่การปฏิบัติอย่างยั่งยืน เช่น

- การส่งเสริมเกษตรกรให้ได้การรับรองผลผลิตปลอดภัย (Good Agricultural Practices: GAP) ให้กับกลุ่มเกษตรกร ในแถบพื้นที่รอบโรงงานหลวงฯ ทั้ง ๓ แห่ง
- บริษัทฯ ดำเนินโครงการ “ดอยคำเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ต่อยอดชุมชน” ร่วมกับภาคีเครือข่ายรวบรวมขวดพลาสติก PET นำสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกต้อง

การนำองค์กร

✧ วิสัยทัศน์

“เป็นต้นแบบของธุรกิจเพื่อสังคม ภายใต้ศาสตร์พระราชาศาสตร์ที่พัฒนาสร้างสรรค์สินค้าจากชุมชนด้วยคุณภาพระดับโลก เพื่อประโยชน์สุขของสังคมโดยรวม”

✧ พันธกิจ

มุ่งมั่นพัฒนาคน ~ หมายถึงพัฒนาองค์กร ~ เชื่อมันพัฒนาห่วงโซ่การ ~ ตั้งมั่นพัฒนาผลตอบแทนคุณค่า ~ ยึดมั่นองค์ความรู้ศาสตร์พระราชาศาสตร์

✧ วัตถุประสงค์

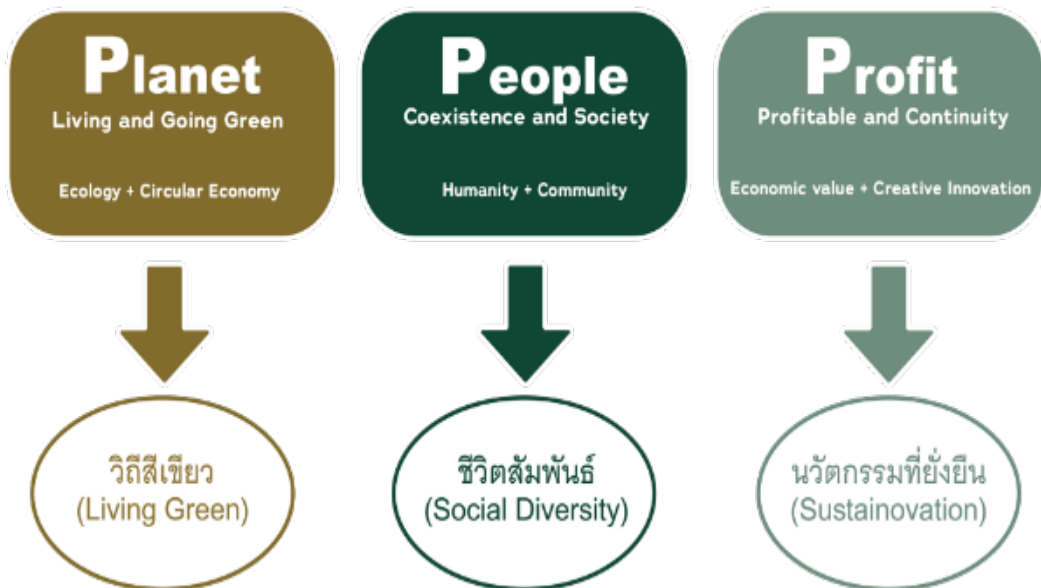
“เพื่อเป็นต้นแบบธุรกิจเพื่อสังคม ที่มีกระแสรายได้อย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง และเพียงพอให้สามารถดำเนินธุรกิจไปควบคู่กับการดำเนินถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านกระบวนการทำงานภายใน (CSR In Process) ทุกกระบวนการงานของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดการสืบสานรักษาและต่อยอด ศาสตร์พระราชาศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

✧ ค่านิยมองค์กร (Core Value)

“ร่วมแรงร่วมใจ ใฝ่ความเป็นเลิศ เกิดความสร้างสรรค์ จรรยาบรรณดีเด่น”

นโยบายการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความเป็นเลิศในบริบทของ 3P : People ~ Planet ~ Profit ที่สะท้อนถึงความยั่งยืนผ่านการมองคุณค่าและความสำเร็จขององค์กร อย่างสมดุลกัน ใน ๓ ด้าน คือ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และ มิติสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ

- People ~ การดำเนินธุรกิจโดยการเกื้อกูลผู้คนรอบข้าง ให้ความสำคัญต่อคนทำงานในองค์กร เสริมสร้างชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนท้องถิ่นโดยรอบ รวมไปถึงดำเนินการค้าที่เป็นธรรมกับลูกค้าและคู่ค้า
- Planet ~ การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อโลกและสิ่งแวดล้อมโดยรวม พยายามลดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด มีการหมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่และลดผลกระทบที่เกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด
- Profit ~ การทำให้ธุรกิจเติบโตมีกำไร โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียวแต่ต้องคำนึงถึง “ประโยชน์” และ “ต้นทุน” ที่มีผลต่อสังคมสิ่งแวดล้อมด้วย



ลูกค้า

บริษัทฯ ดำเนินงานที่มุ่งการตอบสนองให้เกินความคาดหวังของลูกค้าและการปรับปรุงการตลาด สร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นลูกค้ามากขึ้น รวมทั้งเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้า โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัตถุดิบทางการเกษตร และมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าที่ได้มาตรฐาน

ปลอดภัย ใช้วัตถุดิบสดแท้จากธรรมชาติ มุ่งหวังที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คุณค่าประโยชน์ และมีราคาที่เหมาะสมเพื่อผู้บริโภค ดังนั้น การจำแนกประเภทลูกค้าขององค์กร จึงเป็นการกำหนดตามพฤติกรรม การส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างกันของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

บุคลากร

บริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการบุคลากรภายใต้นโยบาย 3P ที่เน้นความกินดี อยู่ดี ความสุข ความเท่าเทียม ความเป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง โดยมีการวางแผนระบบการเรียนรู้และพัฒนาที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ระยะสั้นขององค์กร การใช้ ADDIE MODEL เป็นกรอบในการออกแบบกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากร โดยมีขั้นตอน ดังนี้ วิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรม ออกแบบแผนพัฒนาบุคลากร ดำเนินการจัดอบรมตามแผน และประเมินผลการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรหลังการอบรมและพัฒนา โดยใช้ผลการประเมินสมรรถนะ การสำรวจความต้องการจากบุคลากร และเป้าหมายการบรรลุผลสำเร็จของแผนกลยุทธ์ เป็นพื้นฐานในการวางแผนและดำเนินการ



ADDIE Model

บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด
117/1 ถนนพญาไท แขวงถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี
กรุงเทพมหานคร 10400