



ประกาศองค์การตลาด
เรื่อง นโยบายด้านส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรม
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๙

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ ในฐานะกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานและยกระดับขีดความสามารถขององค์กร สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการพัฒนาการกำกับดูแลและบริหารรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๖๒ และระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) ด้านการจัดการนวัตกรรม โดยมุ่งสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และผลักดันการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ร่วมกับทุกกระบวนการทำงาน เพื่อให้องค์การตลาดสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการทำงาน รวมถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ (Business Model) ที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สร้างคุณค่า (Value) ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และนำองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่ยั่งยืน จึงกำหนดนโยบายด้านส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรม ดังนี้

๑. วิสัยทัศน์การจัดการนวัตกรรม

องค์การตลาดยกระดับการบริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างยั่งยืน

๒. พันธกิจการจัดการนวัตกรรม

๒.๑ พัฒนาบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร (People) ส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีความคิดและองค์ความรู้ที่พร้อมรองรับต่อการเปลี่ยนแปลง ปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture) และยกระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อการสร้างนวัตกรรมบนฐานความรู้เพื่อองค์กรที่ยั่งยืน

๒.๒ พัฒนาระบวนการทำงาน (Process) สนับสนุนให้มีการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ ผ่านกระบวนการนวัตกรรมที่เป็นระบบตั้งแต่การกำหนดกระบวนการต้นน้ำของการพัฒนานวัตกรรม (Front End Innovation) จนถึงการพัฒนาตามแนวทางกระบวนการพัฒนานวัตกรรมแบบแบ่งช่วงและมีจุดตัดสินใจ (Stage-Gate Model) โดยเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์องค์กร

๒.๓ สร้างพันธมิตรนวัตกรรมและมุ่งเน้นลูกค้า (Stakeholder & Customer) บูรณาการกับเครือข่ายพันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการแสวงหาความร่วมมือความคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการเข้าใจความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unmet Need) ของลูกค้าและตลาด เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงให้แก่เศรษฐกิจและสังคม

๒.๔ บริหารชุดโครงการและทรัพยากรนวัตกรรม (Portfolio & Resource) บริหารชุดโครงการนวัตกรรม (Innovation Portfolio) โดยจัดประเภทเป็นนวัตกรรมหลัก (Core) นวัตกรรมต่อยอด (Adjacent) และนวัตกรรมพลิกโฉม (Transformational) เชื่อมโยงกับห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์กร พร้อมจัดสรรทรัพยากรด้านนวัตกรรมอย่างเหมาะสมและคุ้มค่า

/๓.นโยบาย...

๓.๑๑ วัดและรายงานผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมทั้งที่เป็นการเงินและไม่ใช้การเงิน ตามแนวทางการใช้เครื่องมือบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ (Balanced Scorecard : BSC) ที่ใช้ในการแปลงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรให้เป็นเป้าหมาย ตัวชี้วัด (KPI) และแผนงานที่สามารถนำไปปฏิบัติและติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรมครอบคลุมทั้ง ๔ มิติ ได้แก่ การเงิน (Financial), ลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Customer), กระบวนการภายใน (Internal Process) และการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning & Growth) เพื่อสะท้อนคุณค่าและผลตอบแทนจากการลงทุนด้านนวัตกรรมอย่างเป็นรูปธรรม

๔. โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

องค์การตลาดกำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การกำกับดูแล และติดตามงานด้านส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรม โดยมีลำดับชั้น ดังนี้

๔.๑ คณะกรรมการองค์การตลาด มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลเชิงนโยบายให้การดำเนินงานตามนโยบายด้านส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรมสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด พิจารณาให้ความเห็นชอบนโยบายและทิศทาง และกำกับดูแล ติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

๔.๒ คณะอนุกรรมการด้านนวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล มีบทบาทหน้าที่ในการพิจารณากลับกรองและกำหนดทิศทาง นโยบาย และแนวทางการขับเคลื่อนการบริหารจัดการนวัตกรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนวิสาหกิจขององค์การตลาด รวมถึงระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ก่อนนำเสนอคณะกรรมการองค์การตลาด และกำกับติดตามการดำเนินงานในระดับนโยบาย ทั้งนี้ เพื่อให้การขับเคลื่อนการบริหารจัดการนวัตกรรมขององค์การตลาดเป็นไปอย่างมีระบบ มีความต่อเนื่อง และเกิดผลสัมฤทธิ์อย่างยั่งยืน

๔.๓ ผู้บริหารระดับสูง มีบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติตนเป็นต้นแบบที่ดีด้านการบริหารจัดการนวัตกรรม กำหนดทิศทางและสนับสนุนการดำเนินการด้านนวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล จัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอ ขับเคลื่อนวัฒนธรรมนวัตกรรม กำกับดูแลให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ คุ่มค่า และถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และหลักธรรมาภิบาล พร้อมทั้งสื่อสาร ถ่ายทอดองค์ความรู้ และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับนโยบายแก่ผู้บริหาร พนักงาน และลูกค้าขององค์การตลาด

๔.๔ คณะกรรมการด้านนวัตกรรมขององค์การตลาด (ระดับองค์กร) มีบทบาทหน้าที่ในการเสนอกรอบแนวทางการบริหารจัดการนวัตกรรม กรอบนโยบายด้านส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรมขององค์การตลาด ออกแบบและกำกับระบบการจัดการนวัตกรรมองค์กร (CIS) บริหารชุดโครงการนวัตกรรม (Innovation Portfolio) กำกับกระบวนการพัฒนานวัตกรรมแบบแบ่งช่วงและมีจุดตัดสินใจ (Stage-Gate Model) ขับเคลื่อนและสนับสนุนการดำเนินงานด้านนวัตกรรม และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะอนุกรรมการด้านนวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งนี้ ให้มีการประชุมอย่างน้อยไตรมาสละ ๑ ครั้ง

๔.๕ คณะทำงานและหรือหน่วยงานขับเคลื่อนการจัดการนวัตกรรมขององค์การตลาด มีบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงานขับเคลื่อนการจัดการนวัตกรรมในระดับปฏิบัติการ ดูแลระบบรับและกลับกรองข้อเสนอนวัตกรรม (Innovation Pipeline) จัดกิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ รวบรวมและพัฒนาแนวคิดจัดการคลังความรู้และคลังนวัตกรรม ตลอดจนจัดทำหลักฐานและรายงานผลการดำเนินงานเสนอคณะกรรมการด้านนวัตกรรมขององค์การตลาด (ระดับองค์กร)

๔.๖ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างขององค์การตลาด มีบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนและสนับสนุนการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการนวัตกรรม การทำงานข้ามสาย การใช้ความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดองค์ความรู้ใหม่สู่นวัตกรรม ประยุกต์ใช้เครื่องมือและวิธีการพัฒนาระบบการเรียนรู้ร่วมกับทุกกระบวนการทำงาน เพื่อให้สามารถพัฒนากระบวนการทำงานและการบริหารจัดการนวัตกรรมผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕. การติดตาม ประเมินผล และรายงาน

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายที่กำหนด องค์การตลาดจัดให้มีการติดตาม ประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงานและการปฏิบัติตามนโยบายด้านส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรม โดยวัดผลลัพธ์ตามแนวทางการใช้เครื่องมือบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ (Balanced Scorecard : BSC) ผ่านสายการรายงานตามลำดับชั้น ดังนี้ (๑) คณะทำงานและหรือหน่วยงานขับเคลื่อนการจัดการนวัตกรรม (๒) คณะกรรมการด้านนวัตกรรมขององค์การตลาด (ระดับองค์กร) (๓) ผู้อำนวยการในฐานะหัวหน้าหน่วยงาน (๔) คณะอนุกรรมการด้านนวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และ (๕) คณะกรรมการองค์การตลาด โดยให้มีการทบทวนนโยบายฉบับนี้อย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

ทั้งนี้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานองค์การตลาด มีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายด้านส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ยกระดับผลการดำเนินงานในทุกมิติ และสนับสนุนให้องค์การตลาดก้าวไปสู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน

ประกาศ ณ วันที่ ๖ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙



(นายบูรณิศ ยุกตะนันท์)
ผู้อำนวยการองค์การตลาด