



บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)
National Telecom Public Company Limited

**แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม
บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐**



**คณะทำงานเพื่อยกระดับด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม
ตุลาคม ๒๕๖๕**

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	๕
บทที่ ๑. บทนำ	๖
๑.๑. หลักการและเหตุผล	๖
๑.๒. วัตถุประสงค์	๖
๑.๓. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๖
๑.๔. ขั้นตอนการดำเนินงานในการจัดทำและทบทวนแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม	๗
บทที่ ๒. ยุทธศาสตร์และนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจด้านนวัตกรรม	๘
๒.๑. หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	๘
๒.๒. แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี	๘
๒.๓. (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (ปี ๒๕๖๖-๒๕๗๐)	๙
๒.๔. เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)	๑๑
๒.๕. นโยบายประเทศไทย ๔.๐ (Thailand ๔.๐)	๑๑
๒.๖. แผนปฏิบัติการราชการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	๑๒
๒.๗. แผนวิสาหกิจ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	๑๒
๒.๘. นโยบายด้านการส่งเสริม บริหารจัดการนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ	๑๓
บทที่ ๓. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งปัจจัยภายในและภายนอกขององค์กร	๑๔
๓.๑. ข้อมูลสภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน	๑๔
๓.๒. ข้อมูลสภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก	๒๑
๓.๓. การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านนวัตกรรม (SWOT Analysis)	๒๓
๓.๔. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม	๒๕
บทที่ ๔. แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	๒๗
๔.๑. วิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรม	๒๗
๔.๒. แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ	๒๙
ภาคผนวก	๓๒
ภาคผนวก ก. นโยบายด้านการส่งเสริม บริหารจัดการนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์	๓๒
ภาคผนวก ข. แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ	๓๓



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ ๑ ตารางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านนวัตกรรม	๒๓
ตารางที่ ๒ ตารางการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงข้อมูลปัจจัยภายใน-ภายนอก	๒๖



สารบัญภาพ

	หน้า
รูปที่ ๑ วิสัยทัศน์ประเทศไทย ๒๕๘๐	๘
รูปที่ ๒ ๑๓ หมายเหตุเพื่อพลิกโฉมประเทศไทย ไปสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน	๑๐
รูปที่ ๓ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ ๙ อุตสาหกรรม, นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน	๑๑
รูปที่ ๔ ธุรกิจบริการ ๕ กลุ่มหลักของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ	๑๙
รูปที่ ๕ สรุปภาพรวมแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐	๓๑

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

การจัดทำแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม (Innovation Management Master Plan) มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานด้านนวัตกรรมของ บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) (บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ) ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ตอบสนองต่อเป้าประสงค์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ คณะทำงานเพื่อยกระดับด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม จึงได้ร่วมกันจัดทำแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ โดยศึกษา วิเคราะห์ และทบทวนข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญขององค์กร ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร เป้าประสงค์ องค์กรและยุทธศาสตร์ตามแผนวิสาหกิจ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ด้านอื่น ๆ ให้มีความสอดคล้อง เช่น แผนยุทธศาสตร์การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) แผนยุทธศาสตร์ด้านบริหารและพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Management: HCM) แผนยุทธศาสตร์พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology & Cyber Security: DT) แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด (Customer Management: CM) เป็นต้น

แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม จะเป็นกลไกที่สำคัญที่จะใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสร้างรากฐานสร้างโอกาส และสร้างอนาคตให้กับ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติด้านความสามารถในการแข่งขัน ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ตามวิสัยทัศน์ “องค์กรแห่งชาติที่เชื่อมต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อคนไทยทุกคน” โดยภายใต้แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรมนี้ได้กำหนดวิสัยทัศน์ คือ “ส่งเสริมและสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งชาติที่เชื่อมต่อเทคโนโลยีดิจิทัล” และได้กำหนดยุทธศาสตร์การจัดการนวัตกรรมไว้ ๓ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเพิ่มศักยภาพบุคลากร สร้างสภาพแวดล้อม และระบบสนับสนุนเพื่อสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างกระบวนการจัดการความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับบริการสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัล

บทที่ ๑. บทนำ

๑.๑ หลักการและเหตุผล

บริษัท โทคมอนาคตแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมทั่วทั้งองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดวิสัยทัศน์ “องค์กรแห่งชาติที่เชื่อมต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อคนไทยทุกคน” และค่านิยม I AM NT : I Innovation ส่งเสริมนวัตกรรมนำสมัย ตลอดจนสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมขึ้นในองค์กรอย่างเป็นระบบ และนำนวัตกรรมไปพัฒนาองค์กรทั้งในด้านการปรับปรุงกระบวนการทำงานตลอดจนงานด้านการบริการ

แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม (IM : Innovation Management Master Plan) นี้จึงเป็นกระบวนการจัดการนวัตกรรมของ บมจ.โทคมอนาคตแห่งชาติ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรโดยใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานอย่างเป็นระบบ ให้สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน สร้างรายได้ ลดค่าใช้จ่ายและสร้างความพึงพอใจด้วยผลิตภัณฑ์ บริการ หรือธุรกิจใหม่ ให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของตลาด ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้

๑.๒ วัตถุประสงค์

- ๑.) เพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของ บมจ.โทคมอนาคตแห่งชาติ
- ๒.) เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานขับเคลื่อนกระบวนการจัดการนวัตกรรมให้เชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ ทิศทางการดำเนินงานหรือนโยบาย รวมถึงเป้าหมายของ บมจ.โทคมอนาคตแห่งชาติ
- ๓.) เพื่อเป็นเครื่องมือการจัดการนวัตกรรม โดยนำองค์ความรู้และนวัตกรรมไปขยายผลอย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ
- ๔.) เพื่อสร้างการยอมรับต่อพนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๑.๓ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ๑.) บมจ.โทคมอนาคตแห่งชาติ มีการจัดการนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ
- ๒.) บมจ.โทคมอนาคตแห่งชาติ สามารถนำนวัตกรรมไปแลกเปลี่ยน ถ่ายทอด และขยายผลเพื่อนำไปใช้ทั้งองค์กรได้ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ทิศทางการดำเนินงานหรือนโยบายขององค์กร
- ๓.) บมจ.โทคมอนาคตแห่งชาติ มีนวัตกรรมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน และใช้นวัตกรรมเป็นหลักให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ตามความต้องการของประชาชนในประเทศ
- ๔.) สร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมขึ้นในองค์กรอย่างเป็นระบบ

๑.๔ ขั้นตอนการดำเนินงานในการจัดทำและทบทวนแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม

- ๑.) ศึกษาสถานการณ์ สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอก เช่น แผนยุทธศาสตร์องค์กร แผนแม่บทด้านอื่น ๆ นโยบายของผู้บริหาร ผลการดำเนินงานแนวโน้มด้านเทคโนโลยี ความต้องการของตลาด ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น
- ๒.) นำข้อมูลที่ได้มาเข้ากระบวนการวิเคราะห์ ผ่านเครื่องมือที่เกี่ยวข้อง
- ๓.) นำผลการวิเคราะห์มาจัดทำร่างยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม
- ๔.) ดำเนินการบูรณาการเพื่อเชื่อมโยงแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม กับแผนยุทธศาสตร์องค์กร และแผนยุทธศาสตร์/แผนแม่บทด้านอื่น ๆ ผ่านการโค้ชชิ่งและประชุมเชิงปฏิบัติการ (Coaching & Workshop)
- ๕.) จัดทำเป็นร่างแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม แผนปฏิบัติการระยะยาวและแผนปฏิบัติการประจำปี
- ๖.) นำเสนอแผนแม่บทฯ ตามลำดับชั้นตามโครงสร้างการบริหารจัดการนวัตกรรมต่อคณะกรรมการ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ
- ๗.) สื่อสาร ถ่ายทอดและเผยแพร่ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปดำเนินการ
- ๘.) รวบรวมข้อมูลผลการดำเนินการและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อนำมาเป็นข้อมูลนำเข้าสู่เพื่อทบทวนและปรับปรุงแผนแม่บทอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

บทที่ ๒. ยุทธศาสตร์และนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจด้านนวัตกรรม

๒.๑ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

“เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวทางการดำรงอยู่และการปฏิบัติของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและการบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ โดยมีหลักการสำคัญ คือ หลักพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ควบคู่ไปกับการมีความรู้และคุณธรรม ความพอเพียงหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

๒.๒ แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐ มาตรา ๖๕ กำหนดให้ รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน ซึ่งเป็นที่มาของการจัดทำกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี จากมีวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”



รูปที่ ๑ วิสัยทัศน์ประเทศไทย ๒๕๘๐

ทั้งนี้แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ คือ

- ๑.) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง
- ๒.) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- ๓.) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน
- ๔.) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมทางสังคม
- ๕.) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ๖.) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาค้นในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม โดยการประเมินผลการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติประกอบด้วย

- ๑.) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย
- ๒.) ชีตความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้
- ๓.) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ
- ๔.) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม
- ๕.) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ
- ๖.) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการให้บริการของภาครัฐ

๒.๓ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (ปี ๒๕๖๖-๒๕๗๐)

ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (ปี ๒๕๖๖-๒๕๗๐) เป็นแผนพัฒนาฯ ฉบับแรกที่เริ่มต้นกระบวนการยกร่างกรอบแผนภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติและจะมีผลในการใช้เป็นกรอบเพื่อกำหนดแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และแผนปฏิบัติการในช่วง ๕ ปีที่สองของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี โดยการกำหนดทิศทาง การพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ได้น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักนำทางในการขับเคลื่อนและวางแผนการพัฒนาประเทศไปสู่การบรรลุเป้าหมายในมิติต่าง ๆ ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติอย่างเป็นรูปธรรม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในแต่ละช่วงระยะเวลา ๕ ปี ที่คำนึงถึงความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนนโยบายแห่งรัฐ รวมถึงสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและโลก นอกจากนี้จะต้องคำนึงถึงความสำคัญของมิติการพัฒนาด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อภาพรวมของประเทศ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่ และความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งในการจัดทำร่างแผนฯ ฉบับที่ ๑๓ ได้กำหนดหมุดหมายการพัฒนา จำนวน ๑๓ ประการ โดยแบ่งเป็น ๔ มิติ ได้แก่

- ๑.) มิติภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย ประกอบด้วย
 - หมายเหตุที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
 - หมายเหตุที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน
 - หมายเหตุที่ ๓ ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก
 - หมายเหตุที่ ๔ ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง
 - หมายเหตุที่ ๕ ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค
 - หมายเหตุที่ ๖ ไทยเป็นฐานการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะที่สำคัญของโลก
- ๒.) มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย
 - หมายเหตุที่ ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้
 - หมายเหตุที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เด็ดขาดได้อย่างยั่งยืน
 - หมายเหตุที่ ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอ เหมาะสม
- ๓.) มิติความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย
 - หมายเหตุที่ ๑๐ ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ
 - หมายเหตุที่ ๑๑ ไทยสามารถลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยธรรมชาติและ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ๔.) มิติปัจจัยผลักดันการพลิกโฉมประเทศ ประกอบด้วย
 - หมายเหตุที่ ๑๒ ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต
 - หมายเหตุที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน



รูปที่ ๒ ๑๓ หมายเหตุเพื่อพลิกโฉมประเทศไทย ไปสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน

๒.๔ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs เป็นกรอบทิศทางพัฒนาของโลกภายหลังปี ๒๕๕๘ ที่องค์การสหประชาชาติ (United Nations : UN) กำหนดขึ้น ประกอบด้วย ๑๗ เป้าหมาย สำหรับการพัฒนาที่แบ่งเป็นมิติ (Dimensions) ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้มีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งในส่วนของประเทศไทยมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับ SDGs มาโดยตลอดและ SDGs เป็นแผนหนึ่งที่ใช้ในการจัดทำกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และแผนพัฒนา ฉบับที่ ๑๒ ด้วย เพื่อให้ทุกภาคส่วนร่วมสร้างสังคมที่เป็นสุข ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ขจัดปัญหาความยากจน ส่งเสริมการเป็นเศรษฐกิจสีเขียว และมีการผลิตและบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เป้าหมายที่ ๙ เป็นการสร้างและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และสนับสนุนนวัตกรรม



รูปที่ ๓ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ ๙ อุตสาหกรรม, นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน

๒.๕ นโยบายประเทศไทย ๔.๐ (Thailand ๔.๐)

นโยบายประเทศไทย ๔.๐ (Thailand ๔.๐) เป็นแนวคิดการเสริมสร้างศักยภาพและสร้างโอกาสในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy) เป็นการเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจที่ไม่เน้นการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาตัวเอง ต้องอาศัยการพึ่งพาการลงทุนต่างประเทศ มาเป็นรูปแบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการพัฒนาด้านการศึกษา ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาสร้างแนวคิดโครงสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าจากการสร้างความเข้มแข็งภายในและปรับเปลี่ยนวิธีการจากแนวคิด “ทำมากได้น้อย” เป็น “ทำน้อยได้มาก” เพื่อยกระดับประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดัก ๓ ประการ คือ ๑) กับดักรายได้ปานกลาง ๒) กับดักความเหลื่อมล้ำ และ ๓) กับดักความไม่สมดุล โดยขับเคลื่อนผ่านกลไก ๓ ด้าน ประกอบด้วย ก) มุ่งเน้นองค์ความรู้ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและปัญญาอย่างแท้จริง ตลอดจนแนวทางให้ไทยเติบโตอย่างกระจาย ไม่กระจุก เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนการสร้างและยกระดับผลิตภาพ (Productive Growth Engine) ข) กลไกขับเคลื่อน

เคลื่อนที่คนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง ด้วยการจัดสรรทรัพยากรรูปแบบใหม่ (Inclusive Growth Engine) และ ค) กลไกการขับเคลื่อนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ด้วยการเน้นความตระหนักและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Growth Engine)

โดยสรุปในการพัฒนาประเทศไทยใต้ “ประเทศไทย ๔.๐” เป็นอีกนโยบายหนึ่งที่เป็นการวางรากฐานการพัฒนาประเทศในระยะยาว เป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์รัฐบาลเป็นรูปแบบที่มีการผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและพัฒนาและการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อม ๆ กัน

๒.๖ แผนปฏิบัติการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ หมวด ๓ มาตรา ๙ (๑), (๒) ได้กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการไว้เป็นการล่วงหน้า และแผนปฏิบัติการดังกล่าวต้องมีรายละเอียดขั้นตอน ระยะเวลา และงบประมาณที่จะต้องใช้ในการดำเนินการของแต่ละขั้นตอน เป้าหมายของภารกิจ ผลสัมฤทธิ์ และตัวชี้วัดของภารกิจของหน่วยงาน ที่สอดคล้องกับนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐและนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภา อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ และพระราชบัญญัติแผนและขั้นตอนการดำเนินการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. ๒๕๖๐ เป็น ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ๑) ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรมดิจิทัล
- ๒) ยุทธศาสตร์ที่ ๒ สร้างสังคมแห่งอนาคตและลดความเหลื่อมล้ำด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- ๓) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมการให้บริการประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล
- ๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล
- ๕) ยุทธศาสตร์ที่ ๕ สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

๒.๗ แผนวิสาหกิจ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

การจัดทำแผนวิสาหกิจ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ได้วิเคราะห์ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและปัจจัยแวดล้อมภายในองค์กร เพื่อนำมาทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางการดำเนินงานในแผนวิสาหกิจ โดยได้ปรับทิศทางการดำเนินงานให้ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ “องค์กรแห่งชาติที่เชื่อมต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อคนไทยทุกคน” และได้กำหนดพันธกิจหรือภารกิจที่สำคัญ ๕ ประการเพื่อให้การขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ออกมาเป็นรูปธรรมไว้ดังนี้

๑. ตอบสนองนโยบายภาครัฐด้วยบริการสื่อสารและเทคโนโลยีดิจิทัลตามมาตรฐานสากลอย่างทั่วถึงและมีธรรมาภิบาล
๒. ยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
๓. ยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน และแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

๔. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
๕. พัฒนาการจัดการองค์กรและบุคลากร มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง

๒.๘ นโยบายด้านการส่งเสริม บริหารจัดการนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ ตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม ทั้งในส่วนของการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมแนวคิดธุรกิจใหม่ ให้เป็น กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน สร้างความสามารถในการแข่งขัน และต่อยอดไปสู่การสร้างธุรกิจใหม่ รวมทั้งยกระดับคุณภาพบริการ เพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ จึงได้กำหนดนโยบายด้านการบริหารจัดการนวัตกรรม ดังนี้

๑. มุ่งบริหารจัดการนวัตกรรมให้เป็นไปตามมาตรฐานการจัดการนวัตกรรมระดับสากล เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการดำเนินงานและขีดความสามารถขององค์กร ให้พร้อมตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการสร้างความสามารถด้านการแข่งขันของประเทศ
๒. สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาประยุกต์ใช้ในการบริหารและการปฏิบัติงาน เพื่อให้ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ สามารถสร้าง มูลค่าเพิ่มและลดต้นทุนของสินค้าและบริการ โดยเห็นแก่ประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ เป็นสำคัญ
๓. ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการแลกเปลี่ยนแบ่งปันองค์ความรู้ภายในองค์กร เพื่อร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรมและนำองค์ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ผ่านระบบ บริหารจัดการนวัตกรรม โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม และนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่ง นวัตกรรมที่เติบโตอย่างยั่งยืน
๔. พัฒนาศักยภาพ สนับสนุนทรัพยากรและสร้างบรรยากาศในการปฏิบัติงานให้พนักงานสามารถใช้ ความคิดสร้างสรรค์ พัฒนา และประยุกต์ใช้นวัตกรรม ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการทำงาน หรือแนวคิดธุรกิจใหม่ เพื่อรองรับการเป็นผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานด้าน โทรคมนาคมและดิจิทัลของประเทศชาติ
๕. ดูแลทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กรไม่ให้ถูกละเมิด เปิดเผย ทำซ้ำ ดัดแปลง หรือกระทำการใด ๆ โดยไม่ได้รับอนุญาตจาก บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ รวมทั้งการเคารพสิทธิทางกฎหมายใน ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
๖. จัดสรรสิทธิประโยชน์เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานผู้คิดค้นและสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่สามารถ ผลักดันและขยายผลนำไปให้บริการเชิงพาณิชย์ได้ รวมทั้งกำหนดให้นวัตกรรมของ บมจ. โทรคมนาคมแห่งชาติ เป็นตัวเลือกอันดับหนึ่งในการนำไปใช้งานอย่างต่อเนื่อง
๗. กำหนดให้คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน มีส่วนร่วมสนับสนุน และผลักดัน การจัดการนวัตกรรม โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นพื้นฐาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามเจตนารมณ์แห่ง นโยบายนี้ และตอบสนองต่อยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และยุทธศาสตร์ ชาติ ๒๐ ปี อย่างเป็นรูปธรรม

บทที่ ๓. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งปัจจัยภายในและภายนอกขององค์กร

๓.๑ ข้อมูลสภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน

๓.๑.๑ แผนวิสาหกิจ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐

วิสัยทัศน์ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

“องค์กรแห่งชาติที่เชื่อมต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อคนไทยทุกคน”

ค่านิยม (Core Value) “I AM NT”

- I : Innovation : ส่งเสริมนวัตกรรมนำสมัย
- A : Agility : ปรับตัวไว ไม่ยึดติด
- M : Momentum : คิดใหญ่ ก้าวไปข้างหน้า
- N : Nation-oriented : สร้างคุณค่าให้ประเทศ
- T : Trust : พึ่งพา วางใจได้

แผนวิสาหกิจ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ ปี ๒๕๖๖-๒๕๗๐ นั้นมีการมองภาพรวมและทิศทางทางองค์กร เป็น ๓ ระยะ สั้น กลาง ยาว โดยมีเป้าหมายดังนี้

- **ระยะสั้น พ.ศ. ๒๕๖๖ : สร้างรากฐาน**
 - ผู้ผลักดันนโยบายภาครัฐ ในการพัฒนาระบบงานภาครัฐไปสู่รัฐบาลดิจิทัล
 - ผู้ตอบสนองนโยบายภาครัฐในการปรับทัศนียภาพของเมือง และร่วมพัฒนาเมืองอัจฉริยะ
 - ผู้ให้บริการการสื่อสารและดิจิทัลแก่ลูกค้า อย่างทั่วถึงด้วยราคาเป็นธรรม
- **ระยะกลาง พ.ศ. ๒๕๖๗ – ๒๕๖๙ : สร้างโอกาส**
 - ผู้พัฒนาและสนับสนุนระบบการบริหารจัดการภาครัฐให้เป็นรัฐบาลดิจิทัล
 - ผู้พัฒนาเมืองอัจฉริยะให้ครอบคลุมเมืองและเขตเศรษฐกิจสำคัญทั่วประเทศ
 - ผู้ให้บริการการสื่อสารและดิจิทัลแบบครบวงจรและสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ร่วมกับเครือข่ายทางธุรกิจและพันธมิตรเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสังคม
- **ระยะยาว พ.ศ. ๒๕๗๐ เป็นต้นไป : สร้างอนาคต**
 - ผู้นำในการพัฒนาระบบจัดการและการวิเคราะห์ฐานข้อมูลภาครัฐให้เป็นรัฐบาลดิจิทัล ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม และขยายพื้นที่การพัฒนาเมืองอัจฉริยะให้ครอบคลุมเมืองและเขตเศรษฐกิจสำคัญทั่วประเทศ
 - ผู้ให้บริการการสื่อสารและดิจิทัลชั้นนำที่ยกระดับคุณภาพชีวิตและสังคมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม

กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives : SO) และยุทธศาสตร์ (Strategy) ดังนี้

SO๑: ตอบสนองนโยบายภาครัฐเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลอย่างยั่งยืน

- ดำเนินโครงการสำคัญของประเทศตอบสนองนโยบายของรัฐ
- ยกระดับการดำเนินงานภาครัฐด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม

SO๒: พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมของประเทศผ่านสถานะความเป็นกลาง

- ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานแก่ผู้ประกอบการ ด้วยคุณภาพและมาตรฐานสากล

SO๓: สร้างนวัตกรรมและพัฒนาธุรกิจที่มีศักยภาพ

- สร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการใหม่
- พัฒนาธุรกิจใหม่ด้านการสื่อสารและดิจิทัล
- พัฒนาธุรกิจด้านอื่น

SO๔: พัฒนาการดำเนินงานสู่ระดับสากลตามหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (ESG) และการพัฒนาเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG)

- พัฒนาการดำเนินงานให้ทันสมัย
- พัฒนาการดำเนินงานโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

SO๕: บริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

- บริหารต้นทุนโครงสร้าง ผลิตภัณ์ท์และบริการ

SO๖: บริหารองค์กรและทรัพยากรบุคคลอย่างมีธรรมาภิบาลเพื่อรองรับการแข่งขัน

- จัดการองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความคล่องตัว
- บริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพ

๓.๑.๒ แผนยุทธศาสตร์ แผนแม่บทด้านต่าง ๆ ของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

- **แผนยุทธศาสตร์การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM)**

วิสัยทัศน์ “ศูนย์กลางการจัดการความรู้ที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านดิจิทัลและโทรคมนาคมที่เป็นระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคน พัฒนางานและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์อันนำไปสู่นวัตกรรม” กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives : SO) ดังนี้

- SO๑: เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับทิศทาง และยุทธศาสตร์ขององค์กรได้อย่างครบถ้วน
- SO๒: เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีการ ประสบการณ์ที่นำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงการทำงานและนวัตกรรมทั่วทั้งองค์กร
- SO๓: เพื่อพัฒนาระบบนิเวศการจัดการความรู้ขององค์กรอย่างเป็นระบบ
- SO๔: เพื่อนำองค์ความรู้เป็นฐานในการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร

- **แผนยุทธศาสตร์พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology & Cyber Security: DT)**

วิสัยทัศน์ “มุ่งสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจและส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตและสังคมที่ยั่งยืนให้กับประเทศ” กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives: SO) ดังนี้

- SO๑: บูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทุกระบบภายใต้กรอบสถาปัตยกรรมองค์กร Enterprise Architecture
- SO๒: พัฒนาระบบงานและมาตรฐานในการให้บริการลูกค้า
- SO๓: พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านดิจิทัล
- SO๔: ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลให้เป็นมาตรฐานสากล
- SO๕: ปรับปรุงการให้บริการลูกค้าให้ทันสมัย สะดวกรวดเร็ว
- SO๖: พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อปรับปรุงบริการให้มีศักยภาพในทุกมิติ
- SO๗ : สนับสนุนการให้บริการเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลในทุกมิติ

- **แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด (Customer Management: CM)**

วิสัยทัศน์ “เป็นหนึ่งในทางเลือกที่ดีที่สุดของลูกค้าในการใช้บริการด้านดิจิทัลและโทรคมนาคม” กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives: SO) ดังนี้

- SO๑: พัฒนาองค์กรและกระบวนการให้บริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
- SO๒: พัฒนาทุก Touch Point ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า ด้วยกระบวนการ Self Service เป็นหลักในการให้บริการ
- SO๓: สร้างระบบฐานข้อมูล Big Data ที่สามารถรวบรวมพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าได้ในทุกมิติ
- SO๔: สรรหาพันธมิตรเพื่อพัฒนาการให้บริการในรูปแบบ Application as a Services ที่ตรงตามความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้า
- SO๕: ให้บริการ Virtual NT Shop ที่ครอบคลุมทุกประเภทธุรกรรม มีสินค้าที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลและโทรคมนาคมที่ครบวงจร
- SO๖: นำศักยภาพของระบบ Big Data มาร่วมกับภาครัฐเพื่อให้ประชาชนใช้บริการจากภาครัฐได้อย่างสะดวก
- SO๗: เชื่อมโยงการดำเนินชีวิตให้เป็นหนึ่งเดียวกับบริการที่ตอบสนองให้ใช้ชีวิตง่ายขึ้นด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- SO๘: นำ Big Data มาใช้วิเคราะห์เพื่อหาโอกาสการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงอายุ และ Life Style

- SO๙: เป็นแหล่ง Data Center ที่เก็บข้อมูลส่วนตัวของประชาชน ที่รับรองโดยภาครัฐและนำมาใช้งานได้ตลอดเวลา
- **แผนยุทธศาสตร์ด้านบริหารและพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Management: HCM)**

วิสัยทัศน์ “บริหารและพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องการเป็นองค์กรดิจิทัลและนวัตกรรม” กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives: SO) ดังนี้

 - SO๑: บริหารจัดการโครงสร้างตำแหน่งเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ
 - SO๒: บริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อยกระดับขีดความสามารถทางดิจิทัลและนวัตกรรม
 - SO๓: มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในระบบบริหาร Human Resource
 - SO๔: ผู้บริหารสามารถนำข้อมูล HR มาใช้ในการตัดสินใจบริหารพัฒนาองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- **แผนแม่บทด้านบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource: HR)**

วิสัยทัศน์ “พัฒนาระบบการบริหารจัดการและให้บริการงานด้านบุคคลเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจขององค์กร” กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives: SO) ดังนี้

 - SO๑: เพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาด้านบริหารทรัพยากรบุคคล
 - SO๒: เพิ่มศักยภาพของบุคลากรและความผูกพันต่อองค์กร (Workforce Excellence & Engagement)
 - SO๓: เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี (Digitalization)
- **แผนแม่บทความเสี่ยง (Risk Management: RM)**

วิสัยทัศน์ “เป็นผู้สนับสนุนให้องค์กรมีการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในเพื่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี” กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives: SO) ดังนี้

 - SO๑: เสริมสร้างความรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในให้กับพนักงาน เพื่อสร้างความตระหนักและเป็นวัฒนธรรมในการทำงาน
 - SO๒: เพิ่มความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และด้านกฎหมาย กฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องให้กับบุคลากรในหน่วยงาน RM
 - SO๓: เพิ่มความรู้ด้าน GRC ให้กับพนักงาน
 - SO๔: ยกระดับทักษะความรู้ความสามารถ ให้กับบุคลากร RM Facilitator
 - SO๕: หน่วยงานเจ้าของความเสี่ยงนำ Intelligent Risk ไปต่อยอดเป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้
 - SO๖: พัฒนาบุคลากร RM Facilitator สู่อการเป็น RM Coaching

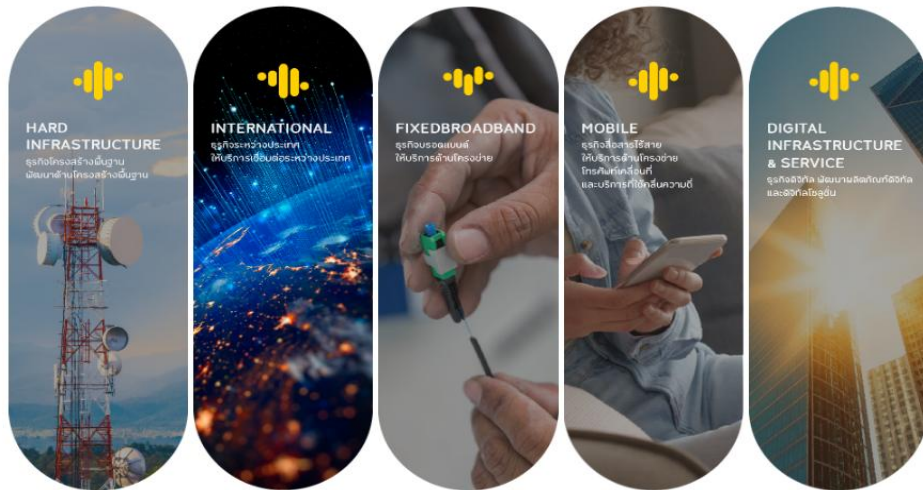
- แผนการตรวจสอบเชิงกลยุทธ์ (Internal Audit: IA)
วิสัยทัศน์ “เป็นหน่วยงานที่มีความเป็นอิสระ ทำหน้าที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) และที่ปรึกษาที่น่าเชื่อถือ (Trust Advisor) ในการปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร ส่งเสริมให้เกิดระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน รวมทั้งการปฏิบัติงานกฎระเบียบที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มคุณค่าและป้องกันการทุจริตให้กับองค์กร” กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives: SO) ดังนี้
 - SO๑: เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน โดยการนำ IT มาช่วยในงานตรวจสอบ ทำให้ใช้งบประมาณและระยะเวลาการตรวจสอบลดลง
 - SO๒: เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน สามารถตรวจสอบข้อมูลในเชิงลึกได้มากขึ้น มุ่งเน้นการทำ Data Analytic/ Big Data Analysis
 - SO๓: เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน สามารถตรวจสอบข้อมูลได้ทุกระบบงาน ทำ Robotic Process Automation (RPA)

๓.๑.๓ การดำเนินธุรกิจของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

บมจ. โทรคมนาคมแห่งชาติ กำหนดทิศทางธุรกิจ ดังนี้

๑. เป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันนโยบายภาครัฐ และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
 - เป็นตัวเร่ง (Catalyst) และผลักดันองค์กรภาครัฐให้ปรับเปลี่ยนสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล (Digital transformation)
 - เป็นผู้ให้บริการดิจิทัลแก่ภาครัฐ โดยเฉพาะบริการที่เกี่ยวข้องกับการบูรณาการข้อมูลภาครัฐ ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์
 - ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
๒. พัฒนาและขยายบริการโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและดิจิทัลผ่านสถานะความเป็นกลาง
 - มุ่งเน้นการใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดการลงทุนซ้ำซ้อน รักษาฐานรายได้จากการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม และดิจิทัล ผ่านสถานะความเป็นกลาง
 - พัฒนาและสร้างโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและดิจิทัล เพื่อรองรับการขยายตัวด้านเศรษฐกิจของประเทศ
๓. พัฒนาธุรกิจใหม่ และร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อต่อยอดธุรกิจ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
 - สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน
 - สรรหาพันธมิตรในธุรกิจ Retail เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว
 - ร่วมมือกับพันธมิตรในธุรกิจ เพื่อแสวงหาแหล่งรายได้เพิ่ม

ในการดำเนินธุรกิจของ บมจ. โทรคมนาคมแห่งชาติ มีการจัดกลุ่มธุรกิจออกเป็น ๕ กลุ่ม ดังนี้



รูปที่ ๔ ธุรกิจบริการ ๕ กลุ่มหลักของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

- กลุ่มธุรกิจโครงสร้างพื้นฐาน (Hard Infrastructure) – เน้นให้บริการในสินทรัพย์โครงสร้างพื้นฐานแบบ Passive ที่มีมูลค่าการลงทุนสูง แต่ความต้องการในการบริหารจัดการต่ำ โดยมีบริการหลัก คือ
 - บริการท่อร้อยสาย เป็นบริการให้เช่าท่อเพื่อร้อยสายสื่อสาร ซึ่งมีทั้งแบบใต้ดิน และแบบในพื้นที่เฉพาะ
 - บริการเสาโทรคมนาคม เป็นบริการให้เช่าพื้นที่บนเสาโทรคมนาคม (Tower) เพื่อติดตั้งสายอากาศ (Antenna) สำหรับส่งสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่/วิทยุคมนาคม ในอนาคตจะขยายบริการไปสู่การให้เช่าพื้นที่บน Smart Pole เพื่อติดตั้งอุปกรณ์ (Smart Device) ต่าง ๆ
 - บริการ Dark Fiber เป็นบริการให้เช่าสายใยแก้วนำแสงที่ NT ไม่ได้ใช้งาน (Dark Fiber) โดยผู้เช่าอาจจัดหาอุปกรณ์มาเองเพื่อให้สายดังกล่าวใช้ในการส่งสัญญาณได้ และรวมถึงบริการให้เช่าสายใยแก้วนำแสงที่เข้าสู่บ้านลูกค้า (last mile)
 - บริการพัฒนาสินทรัพย์ เป็นการนำอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่มาสร้างรายได้เพิ่ม
- กลุ่มธุรกิจระหว่างประเทศ (International) – เน้นให้บริการเชื่อมต่อระหว่างประเทศ และบริหารจัดการกลุ่มลูกค้าที่เน้นบริการระหว่างประเทศ โดยมีบริการหลักคือ วงจรเช่าระหว่างประเทศ บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ (IDD) บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเกตเวย์ และบริการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างผู้ให้บริการ (Internet Exchange Point)
 - บริการ IDD เป็นบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ทั้งแบบกดรหัส ๐๐๑, ๐๐๙ และผ่าน calling card สัญญาณอาจถูกส่งผ่านชุมสายโทรศัพท์ได้ทั้งแบบดั้งเดิม และแบบ IP (Internet Protocol)

- บริการ Connectivity ประกอบด้วย บริการวงจรสื่อสารข้อมูลระหว่างประเทศ ทั้งแบบ circuit switching และ packet switching ด้วย protocol รูปแบบต่าง ๆ เช่น SDH, ATM, Ethernet, MPLS (เทียบได้กับธุรกิจวงจรถ่าย)
- บริการ IIG (International Internet Gateway) เป็นบริการสำหรับผู้ให้บริการ Internet (ISP) ที่ต้องการเชื่อมต่อไปยัง Internet Hub ที่สำคัญทั่วโลก ช่วยให้ ISP ขนาดกลาง และเล็ก ประหยัดค่าใช้จ่าย (ISP ขนาดใหญ่จะมี IIG เป็นของตนเอง)
- บริการ IX (Internet Exchange) เป็นบริการจุดเชื่อมต่อสำหรับลูกค้าขนาดใหญ่ที่มี network หรือ content เป็นของตนเองและต้องการเชื่อมต่อระหว่างกัน พัฒนาต่อยอดมาจากบริการ NIX (National Internet Exchange) ที่เป็นจุดเชื่อมต่อสำหรับผู้ให้บริการ ISP แลกเปลี่ยนทราฟฟิก Internet ภายในประเทศ
- กลุ่มธุรกิจโทรศัพท์ประจำที่และบรอดแบนด์ (Fixed Line & Broadband) – เน้นให้บริการด้านโครงข่าย และรวมศูนย์การจัดการโครงข่ายและทรัพยากรโครงข่ายที่ใช้ร่วมกัน โดยมีบริการหลักคือ โทรศัพท์ประจำที่ ขายปลีกบริการบรอดแบนด์ วงจรเช่า Datacom บริการบรอดแบนด์ และบริการสื่อสารผ่านดาวเทียม
 - บริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed line) คือบริการโทรศัพท์แบบดั้งเดิม ให้บริการกับประชาชนทั่วไป และลูกค้าองค์กร ปัจจุบันให้บริการโดยใช้ชุมสายแบบ SPC ซึ่งต้องมีการปรับเปลี่ยนต่อไป
 - บริการ Internet Retail เป็นบริการ Internet ความเร็วสูง ทั้งแบบผ่านใยแก้วนำแสง (FTTx) หรือผ่านคู่สายทองแดง (xDSL)
 - บริการวงจรถ่าย (Datacom) เป็นบริการวงจรสื่อสารให้กับลูกค้าองค์กร ทั้งแบบ circuit switching และ packet switching ด้วย protocol รูปแบบต่าง ๆ เช่น SDH, ATM, Ethernet, MPLS
 - บริการ Satellite ประกอบไปด้วยบริการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ผ่านสื่อต่าง ๆ (ดาวเทียม, วงจรระหว่างประเทศ) บริการวงจรสื่อสารผ่านสัญญาณผ่านดาวเทียม และบริการโครงข่าย (facility) ดาวเทียม
 - บริการ USO การจัดทำมีบริการโครงสร้างพื้นฐานทั่วถึงและบริการสังคมตามกำหนดของ กสทช.
- กลุ่มธุรกิจสื่อสารไร้สาย (Mobile) – เน้นให้บริการในด้านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการที่ใช้คลื่นความถี่ โดยมีบริการหลักคือ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการบริหารจัดการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
 - บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (retail) เป็นบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ขายให้กับลูกค้ารายย่อย
 - บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (wholesale) เป็นบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ขายส่งให้กับผู้ประกอบการโทรคมนาคม

- บริการให้เช่าโครงข่ายและอุปกรณ์ และระบบสื่อสารสัญญาณ เป็นบริการที่ให้เช่าโครงข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ สายใยแก้วนำแสงที่มาจากการรับมอบสินทรัพย์สัมปทาน
- บริการ Trunk radio เป็นบริการวิทยุติดต่อสื่อสารที่คล้ายๆ กับวิทยุ walkie talkie แต่เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องวิทยุกับเสาโทรคมนาคมทำให้ได้ระยะในการสื่อสารได้ไกลกว่าวิทยุ walkie talkie
- กลุ่มธุรกิจดิจิทัล (Digital) – เน้นการให้บริการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ดิจิทัลและดิจิทัลโซลูชัน ทั้งต่อยอดจากกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ และการต่อยอดธุรกิจดิจิทัล โดยมีบริการหลักคือ บริการศูนย์ข้อมูล บริการความปลอดภัยทางไซเบอร์ บริการโซลูชันและแพลตฟอร์ม บริการโซลูชัน IoT และบริการ Big Data
 - บริการ Data Center & Cloud เป็นบริการให้เช่าพื้นที่พร้อมการเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ต ระบบไฟฟ้า ระบบรักษาความปลอดภัยเพื่อวางอุปกรณ์ Server หรือเป็นการให้บริการ Server เสมือน Platform เสมือน และ Application เสมือน
 - บริการ Cyber Securities เป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัยให้กับอุปกรณ์ที่เชื่อมโยงกับระบบอินเทอร์เน็ต รวมถึงการให้บริการกับลูกค้าที่ต้องดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบรักษาความปลอดภัยทาง Cyber
 - บริการ Digital Platform & Solution, IoT และ Big Data เป็นบริการที่จัดทำ Solution ให้ตามความต้องการของลูกค้า

๓.๒ ข้อมูลสภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก

๓.๒.๑ นโยบายของภาครัฐและองค์กรด้านนวัตกรรม

การจัดทำแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม จัดทำขึ้นโดยเชื่อมโยงกับนโยบายของภาครัฐและองค์กรด้านนวัตกรรม (ตาม ๒. ยุทธศาสตร์และนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจด้านนวัตกรรม) เช่น

- นโยบายของรัฐบาล
 - ร่างแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓
 - ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี
 - แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
 - นโยบายประเทศไทย ๔.๐
- นโยบายองค์กรด้านนวัตกรรม
 - แผนกลยุทธ์การพัฒนาศูนย์วิจัยและนวัตกรรม ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๗๙) สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
 - ยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

๓.๒.๒ ธุรกิจโทรคมนาคมไทย ไตรมาส ๒ ปี ๒๕๖๕

รายงานการวิเคราะห์ธุรกิจโทรคมนาคมไทย ไตรมาส ๒ ปี ๒๕๖๕ โดยฝ่ายวางแผนกลยุทธ์องค์กร บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ (กันยายน ๒๕๖๕) สรุปภาพรวมภาวะเศรษฐกิจโลกในไตรมาสที่สอง ปี ๒๕๖๕ มีแนวโน้มชะลอตัวลง ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศหลัก ได้แก่ สหรัฐฯ ยุโรป และจีน โดยเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ ๒ ของปี ๒๕๖๕ ขยายตัวร้อยละ ๒.๕ ปรับตัวดีขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ ๒.๓ ในไตรมาสแรก ของปี ๒๕๖๕ โดยเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สองของปี ๒๕๖๕ ขยายตัวจากไตรมาสแรกของปี ๒๕๖๕ ร้อยละ ๐.๗ รวมครึ่งแรกของปี ๒๕๖๕ เศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ ๒.๔ และเมื่อพิจารณาภาพรวมธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทยในไตรมาสที่ ๒ ปี ๒๕๖๕ ผลการศึกษาพบว่า มูลค่ารายได้รวมของธุรกิจโทรคมนาคมไทยเท่ากับ ๓๐๐,๙๗๙.๑๙ ล้านบาท เทียบกับ ๒๙๗,๕๕๘.๙๘ ล้านบาทในไตรมาสที่ ๒ ปี ๒๕๖๔ คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑.๑๕ ขณะที่กำไรสุทธิของตลาดในครึ่งแรกของปี ๒๕๖๕ มีมูลค่าเท่ากับ ๓๐,๘๓๒.๔๓ ล้านบาท เทียบกับมูลค่า ๓๒,๒๖๐.๖๑ ล้านบาทในครึ่งแรกของปี ๒๕๖๔ คิดเป็นลดลงร้อยละ ๔.๔๔

ในไตรมาสที่สองของปี ๒๕๖๕ วิกฤตสถานการณ์โควิด-๑๙ ยังคงมีการระบาดแต่ไม่รุนแรงจึงมีการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการระบาดอย่างต่อเนื่อง และมีการติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ และโรคฝีดาษลิง (Monkeypox) โดยประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิด ธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยต่าง ๆ ได้มีการปรับเปลี่ยนอย่างมากตามสถานการณ์ พฤติกรรมของผู้คนในสังคมเปลี่ยนไปสู่การดำเนินชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) จากยุค ๔.๐ ที่เป็นยุค Data เข้าสู่ยุค ๕.๐ ซึ่งเป็นยุคที่ต้องขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่ทันสมัยแท้จริง ผู้ให้บริการด้านสื่อสารโทรคมนาคมรายใหญ่จึงมีการพัฒนาเป็นผู้ให้บริการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและเพิ่มบริการต่าง ๆ มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามารองรับการใช้งาน อาทิ ๕G, IoT, AI, Cloud และ Edge Computing มาประยุกต์ใช้งาน ฯลฯ ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้จะช่วยยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน เพิ่มอัตราการเข้าถึงข้อมูลให้รวดเร็ว ส่งเสริมการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ ระบบออนไลน์ และเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาบริการ โดยการมุ่งไปที่ธุรกิจ/บริการที่อยู่บนโครงสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่ง เป็นการต่อยอดจากเดิม คือโฟกัสเข้าไปในเรื่องของ AI, ดิจิทัลมีเดียแพลตฟอร์ม, IoT, คลาวด์เทคโนโลยี, เทคโนโลยีอวกาศ เป็นต้น เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจ และสร้างรายได้ใหม่ๆ ให้กับองค์กร

ดังนั้น บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ จำเป็นต้องเร่งปฏิรูปองค์กรในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงาน เตรียมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใหม่ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ ธุรกิจที่จะอยู่รอดได้ต้องเร่งปรับตัว จึงมีการควบรวมในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมโดยการใช้กลยุทธ์การควบรวมกิจการ (Mergers and Acquisitions: M&A) ถือเป็นตัวอย่างการเตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบจากเศรษฐกิจทั่วโลก โดยผู้ให้บริการมือถือทั่วโลกได้ใช้วิธีการควบรวมเพื่อเตรียมพร้อมรับผลกระทบทางการเงิน ลดต้นทุนซ้ำซ้อน และเตรียมการในการพัฒนาศักยภาพใหม่ เพื่อรองรับรูปแบบตลาดและเศรษฐกิจใหม่ในยุคต่อไป

๓.๓ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

ตารางที่ ๑ ตารางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านนวัตกรรม

จุดแข็ง Strength		เชื่อมโยงยุทธศาสตร์
S๑	วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมขององค์กรมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญ และมีโครงสร้างองค์กรที่ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม	CG, SP
S๒	องค์กรมีโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมทั้งเทคโนโลยีมีสายและไร้สาย มีสำนักงานบริการลูกค้าอยู่ในทุกพื้นที่ของประเทศ ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลาย ซึ่งสามารถนำมาสร้างนวัตกรรมตอบโจทย์ลูกค้า และสามารถเป็นช่องทางในการนำทดสอบตัวอย่างนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ	SP, HCM RM&IC
S๓	องค์กรมีการรวบรวมข้อมูลลูกค้า ตลาด ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลองค์ความรู้ในรูปแบบดิจิทัลสามารถต่อยอดในการพัฒนานวัตกรรมได้	SCM, DT
S๔	องค์กรมีการจัดการความรู้และเครือข่ายพันธมิตรด้านนวัตกรรมซึ่งเอื้อต่อการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และขยายขอบเขตความร่วมมือด้านวิชาการและนวัตกรรมกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน	KM, HCM IA SP
S๕	บุคลากรมีองค์ความรู้ในด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี ทั้ง horizontal และ vertical พร้อมทั้งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	DT, RM&IC
S๖	องค์กรมีเครื่องมือ และห้องปฏิบัติการเฉพาะด้านที่มีการรับรองมาตรฐาน สู่การ สร้างผลงานนวัตกรรมเป็นที่ยอมรับ	SP, RM&IC
S๗	องค์กรมีงานวิจัยที่ได้รับรางวัลหลากหลายผลงาน ซึ่งสามารถผลักดันสู่นวัตกรรมเพื่อนำไปให้บริการได้	KM, SCM
จุดอ่อน Weaknesses		เชื่อมโยงยุทธศาสตร์
W๑	ขาดการสร้างบรรยากาศและแรงจูงใจให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน เช่น การให้ค่าตอบแทน จัดสรรสิทธิประโยชน์กับผลงานด้านนวัตกรรมที่นำไปสร้างคุณค่าได้ การผลักดันในการนำผลงานที่พนักงานสร้างขึ้นเป็นทางเลือกแรกสู่การนำไปใช้งานอย่างเป็นรูปธรรม	SP, HCM
W๒	การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรยังไม่สามารถเชื่อมโยงไปสู่แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมที่เป็นรูปธรรม และยังไม่มีการกำหนดตัวชี้วัดด้านนวัตกรรมในระดับองค์กร/สายงาน	SP, KM

จุดอ่อน Weaknesses		เชื่อมโยงยุทธศาสตร์
W๓	ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างด้านงานนวัตกรรม ใช้ระเบียบเดียวกับการจัดซื้อจัดจ้างปกติ ทำให้ไม่เอื้อต่อการจัดซื้อหาวัสดุ อุปกรณ์ เพื่อนำมาวิจัยและพัฒนาต้นแบบฯ ได้ทันต่อความต้องการ	SP, RM HCM
W๔	การจัดสรรทรัพยากร เช่น ด้านการเงิน ไม่มีการกำหนดวงเงินสนับสนุนด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน และต่อเนื่อง ด้านบุคลากร ขาดการรับคนรุ่นใหม่	SP, HCM
W๕	กระบวนการรวบรวมความคิดสร้างสรรค์และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เป็นกระบวนการสำคัญยังไม่มีเชื่อมโยงกัน ขาดการสื่อสารและนำไปใช้อย่างเป็นรูปธรรมทั่วทั้งองค์กร	KM, DT SCM
โอกาส Opportunities		เชื่อมโยงยุทธศาสตร์
O๑	การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และสถานการณ์ปัจจุบัน (การระบาดของโควิด-๑๙) ทำให้ผู้บริโภคมีการดำเนินชีวิตในรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่พึ่งพาช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น เป็นโอกาสให้ NT นำเสนอบริการด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	SP, SCM DT
O๒	ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และยุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยเฉพาะนโยบาย Thailand ๔.๐ ให้ความสำคัญกับการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศเป็นโอกาสของ NT ในการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อนโยบายรัฐ NT โดยเข้าไปดำเนินโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐ	SP, CG HCM
O๓	ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีโทรคมนาคม เช่น ๕G อินเทอร์เน็ตผ่านดาวเทียมเป็นโอกาสให้ NT นำเสนอบริการด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	SP, KM SCM, DT
O๔	ความร่วมมือ “National Telecom Cloud Talent Development and Co-Marketing” มีระบบประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data & Data Analytics) และ Cyber Security เป็นโอกาสในการพัฒนาบริการเพื่อยกระดับความก้าวหน้าในการเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล	SP, SCM DT, KM
O๕	ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นโอกาสให้ NT ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาบริการด้านสาธารณสุขของประเทศ	SP, SCM DT

อุปสรรค Threats		เชื่อมโยงยุทธศาสตร์
T๑	ภาพลักษณ์เป็นหน่วยงานราชการที่ถูกมองว่าให้บริการล่าช้า ไม่ทันสมัยและด้อยกว่าเอกชน เป็นอุปสรรคให้แข่งขันกับคู่แข่งได้ยาก	SP, HCM CG RM&IC
T๒	Digital Disruption เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) และรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งบริษัทคู่แข่งในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมมีอัตราเร็วในการพัฒนานวัตกรรมมากกว่า	SCM, DT RM
T๓	การควมรวมกิจการ การเข้าซื้อหุ้นบริการด้านบรอดแบนด์ จะเป็นการขยายตลาดและช่องทางธุรกิจของบริษัทคู่แข่งนอกจากอินเทอร์เน็ต ยังมีธุรกิจดิจิทัลต่าง ๆ ที่คู่แข่งนานไป	CG, SCM IA
T๔	ตลาดการให้บริการด้านโทรศัพท์ประจำที่เข้าสู่ภาวะอิ่มตัว เป็นอุปสรรคต่อการขยายฐานลูกค้าของ NT	SP, SCM
T๕	เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว พนักงานใช้ระยะเวลา ในการสร้างนวัตกรรมนาน ทำให้ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	KM, HCM

๓.๔ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม

๓.๔.๑ การวิเคราะห์ปัจจัยบวกอันเป็นความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์/ปัจจัยลบอันเป็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์

- **ความท้าทายด้านการจัดการนวัตกรรม**

- SC๑: การปรับปรุงกฎระเบียบ วิธีปฏิบัติและกระบวนการทำงานที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และพัฒนานวัตกรรมที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก
- SC๒: ขาดแนวทางการจัดสรรทรัพยากร สร้างสภาพแวดล้อม และแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรม
- SC๓: บูรณาการข้อมูลด้านต่าง ๆ ทั้งเทคโนโลยี ลูกค้า ตลาด คู่แข่ง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ฯลฯ เพื่อรวบรวมและสร้างฐานข้อมูลดิจิทัลไม่เป็นระบบเดียวกัน
- SC๔: เทคโนโลยีดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว คู่แข่งมีอัตราการปรับตัวไวพร้อมเสนอธุรกิจใหม่
- SC๕: การพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการ

● **ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ Strategic Advantage**

- SA๑: องค์กรรัฐเพียงแห่งเดียวที่มีโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมครบและครอบคลุมทั่วประเทศที่เป็นกลไกสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์นโยบายของรัฐ
- SA๒: ใช้ประโยชน์จากการรวบรวม ทั้งด้านสินทรัพย์ บุคลากร องค์ความรู้และฐานข้อมูลลูกค้าสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการและรูปแบบธุรกิจใหม่ได้
- SA๓: ต่อยอดเครือข่ายนวัตกรรมเดิมและขยายความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

๓.๔.๒ การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรมจากข้อมูลปัจจัยภายใน-ภายนอก

ตารางที่ ๒ ตารางการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงข้อมูลปัจจัยภายใน-ภายนอก

ความเชื่อมโยง วัตถุประสงค์ เชิงยุทธศาสตร์ นโยบาย/ ยุทธศาสตร์ชาติ ต่อแผนแม่บทการ จัดการนวัตกรรม	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของ แผนยุทธศาสตร์/แม่บทด้านอื่น ๆ								นโยบาย/ยุทธศาสตร์ชาติ		
	SP	KM	DT	CM	HCM	HR	RM	IA	แผนพัฒนา เศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๓	เป้าหมาย SDGs	แผนปฏิบัติ การ DE ๖๖-๗๐
	SO ๓	SO ๔	SO ๑,๓ ,๘	SO ๑,๔ ,๘	SO ๒	SO ๓	SO ๕	SO ๒	ยุทธฯ ๘	เป้าหมาย ๙	ทุก ยุทธศาสตร์

บทที่ ๔. แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

๔.๑ วิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรม

วิสัยทัศน์ Vision

“ส่งเสริมและสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งชาติที่เชื่อมต่อเทคโนโลยีดิจิทัล”

พันธกิจ Mission

๑. บูรณาการระบบบริหารจัดการนวัตกรรมที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม
๒. ส่งเสริมบุคลากรให้มีค่านิยมความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์นวัตกรรม
๓. สร้างกระบวนการที่เป็นรูปธรรม สู่ผลลัพธ์องค์กรแห่งนวัตกรรมที่ยั่งยืน

ค่านิยม Core value

R : Reskill	: ปรับทักษะวัฒนธรรมนวัตกรรม
N : Networking	: สร้างเครือข่ายความร่วมมือ
D : Digital Technology	: พัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล

ยุทธศาสตร์นวัตกรรม Strategy

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเพิ่มศักยภาพบุคลากร สร้างสภาพแวดล้อมและระบบสนับสนุนเพื่อสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืน
เป็นการมุ่งเน้นให้เกิดความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมขององค์กร โดยพัฒนาศักยภาพบุคลากร สร้างสภาพแวดล้อม ระบบสนับสนุน และมุ่งเน้นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสร้างแรงจูงใจ ยกระดับเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างกระบวนการจัดการความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม
การออกแบบกระบวนการในการขับเคลื่อนการจัดการนวัตกรรมขององค์กร เพื่อให้รองรับทิศทางการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์กร ที่ครอบคลุมกระบวนการนำความคิดสร้างสรรค์ไปสู่การสร้างนวัตกรรม ทั้งในรูปแบบนวัตกรรมแบบปิดและนวัตกรรมแบบเปิด โดยเชื่อมโยงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามระบบนิเวศธุรกิจ ซึ่งเป็นแหล่งองค์ความรู้ เทคโนโลยี เทคนิคหรือความสามารถอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร รวมถึงการสร้างความร่วมมือกันทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับบริการสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัล
เพื่อพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการด้านดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในการสร้างรายได้ ลดค่าใช้จ่าย เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการขององค์กรและสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ตลาด พร้อมสร้างธุรกิจใหม่และเพิ่มความสามารถการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ Strategic Objective

- วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ๑: พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญ
ของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

การพัฒนาพนักงานให้มีทักษะ ยกระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม กล้าที่จะ
คิดนอกกรอบ กล้าทดลองทำสิ่งใหม่ๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สู่การพัฒนานวัตกรรม

- วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ๒: สร้างสภาพแวดล้อมและแรงจูงใจ ทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการทำงาน
และวัฒนธรรมในองค์กร

การสร้างบรรยากาศให้บุคลากรภายในองค์กรทุกระดับมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดย
การปลูกฝังค่านิยมและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นนวัตกรรม โดยสร้างแรงจูงใจประกอบด้วย
ค่าตอบแทนผลงาน การนำผลงานส่งประกวดภายในประเทศหรือประกวดต่างประเทศ การ
ประกาศชมเชย การมอบประกาศเกียรติบัตร การมอบโล่ประกาศเกียรติคุณ หรืออื่น ๆ ตาม
ระเบียบบริษัทฯ เป็นต้น ส่งผลทำให้บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติเป็นองค์กรนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

- วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ๓: สร้างกระบวนการความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม

การพัฒนาปรับปรุงกระบวนการสร้างสรรค์ความคิด การกลั่นกรองและประเมิน
ความคิดและนำไปสู่การวิเคราะห์คัดเลือกความคิดสร้างสรรค์สู่การสร้างนวัตกรรมอย่างเป็น
ระบบ การพัฒนาระบบสนับสนุน เช่น ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัลด้าน
นวัตกรรม ระบบบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการ
นำไปขยายผล ต่อยอด หรือสร้างนวัตกรรมต่อไป

- วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ๔: พัฒนาความร่วมมือพันธมิตรทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อสร้าง
นวัตกรรม

การร่วมมือกับพันธมิตร หรือเครือข่ายนวัตกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กรในการ
พัฒนานวัตกรรม นำเอาเทคโนโลยีอื่น ๆ มาวิจัยเพิ่มต่อยอดศักยภาพขององค์กร และปรับให้
เข้ากับการดำเนินธุรกิจ เพื่อใช้ในองค์กรและขยายผลเชิงพาณิชย์นำมาซึ่งการเติบโตอย่างยั่งยืน
และเพิ่มความสามารถให้สามารถแข่งขันในธุรกิจได้อย่างมั่นคง

- วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ๕: พัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับบริการสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัล
ด้วยเทคโนโลยีสีเขียว

การวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรม (กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการและธุรกิจใหม่)
เพื่อยกระดับบริการสื่อสารโทรคมนาคมและดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีสีเขียว (Green Technology)
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างคุณค่าให้สังคมและประเทศชาติ

๔.๒ แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ นั้นมีการมองภาพรวมและทิศทางทางองค์กรโดยจัดทำแผนปฏิบัติการเป็น ๓ ระยะ ๗ แผนงาน ดังนี้

- **ระยะสั้น พ.ศ. ๒๕๖๖ : ปรับทักษะวัฒนธรรมนวัตกรรม**
 - แผนยกระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมของบุคลากร
 - วัตถุประสงค์ : เพื่อส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพและยกระดับบุคลากรทั้ง Soft skill Hard skill
 - รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S๑ / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO๑
 - เป้าหมาย : บุคลากรมีความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์นวัตกรรม
 - ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ร้อยละจำนวนบุคลากรที่เข้ารับการอบรมฯ, จำนวนข้อเสนอแนะ, จำนวนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
 - แผนปลูกฝังค่านิยมและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
 - วัตถุประสงค์ : เพื่อส่งเสริมการรับรู้และมีพฤติกรรมตามวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
 - รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S๑ / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO๒
 - เป้าหมาย : บุคลากรรับรู้และมีพฤติกรรมพึงประสงค์ด้านนวัตกรรม
 - ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินแผนงาน, ผลการประเมินการรับรู้ของบุคลากรต่อวัฒนธรรมนวัตกรรม
 - แผนพัฒนาระบบแรงจูงใจและเสริมสร้างบรรยากาศแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสังคมนวัตกรรม
 - วัตถุประสงค์ : เพื่อสร้างแรงจูงใจ ส่งเสริมและเสริมสร้างบรรยากาศเพื่อสร้างนวัตกรรม
 - รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S๑ / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO๒
 - เป้าหมาย : ระบบแรงจูงใจและการจัดสรรสิทธิประโยชน์สำหรับการพัฒนานวัตกรรม
 - ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินแผนงาน, ผลการประเมินการรับรู้ของบุคลากรต่อวัฒนธรรมนวัตกรรม
- **ระยะต่อเนื่อง พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๖๘ : สร้างเครือข่ายความร่วมมือ**
 - แผนรวบรวม วิเคราะห์และคัดเลือกความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเชิงพาณิชย์ และสังคม
 - วัตถุประสงค์ของแผน : เพื่อสร้างกระบวนการรวบรวมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
 - รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S๒ / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO๓
 - เป้าหมาย : รวบรวมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทั้งภายในองค์กรและภายนอกสู่การพัฒนา นวัตกรรม
 - ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงาน, จำนวนความคิดสร้างสรรค์

- แผนพัฒนาระบบฐานข้อมูลเทคโนโลยีดิจิทัลด้านนวัตกรรม
 - วัตถุประสงค์: เพื่อสร้างกระบวนการจัดการความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม
 - รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S๒ / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO๓
 - เป้าหมาย : ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทั้งภายในองค์กรและภายนอกสู่การพัฒนานวัตกรรม
 - ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินแผนงาน, จำนวนความคิดสร้างสรรค์, ความสำเร็จในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเทคโนโลยีดิจิทัล
- แผนสร้างและพัฒนานวัตกรรมจากเครือข่ายความร่วมมือ
 - วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์บริการด้วยความร่วมมือของหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร
 - รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S๒ / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO๔
 - เป้าหมาย : ได้ผลิตภัณฑ์ บริการใหม่/ต่อยอดบริการเดิมหรือรูปแบบธุรกิจใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่องค์กร
 - ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ความสำเร็จของแผนงาน และจำนวนโครงการ/นวัตกรรม} รายได้จากการนำนวัตกรรมไปให้บริการ
- ระยะเวลา พ.ศ. ๒๕๖๗ เป็นต้นไป : พัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล
 - แผนงานพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีสีเขียว
 - วัตถุประสงค์ : พัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างรายได้ ลดรายจ่าย เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
 - รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S๓ / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO๕
 - เป้าหมาย : ได้ผลิตภัณฑ์ บริการหรือธุรกิจใหม่ด้านดิจิทัลที่สามารถสร้างรายได้หรือมีกระบวนการเพื่อลดรายจ่าย
 - ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ความสำเร็จของแผนงาน, จำนวนโครงการ/นวัตกรรม, รายได้จากการนำนวัตกรรมไปให้บริการ,ลดรายจ่ายและต้นทุนการดำเนินงาน



รูปที่ ๕ สรุปภาพรวมแผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. นโยบายด้านการส่งเสริม บริหารจัดการนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ



ประกาศบริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)

เรื่อง นโยบายด้านการบริหารจัดการนวัตกรรม

บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม ทั้งในส่วนของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมแนวคิดธุรกิจใหม่ ให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน สร้างความสามารถในการแข่งขัน และต่อยอดไปสู่การสร้างธุรกิจใหม่ รวมทั้งยกระดับคุณภาพบริการ เพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) จึงได้กำหนดนโยบายด้านการบริหารจัดการนวัตกรรม และคู่มือการบริหารจัดการนวัตกรรม ดังนี้

ข้อ ๑ มุ่งบริหารจัดการนวัตกรรมขององค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงานและขีดความสามารถขององค์กร ให้พร้อมตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการสร้างขีดความสามารถด้านการแข่งขันขององค์กร

ข้อ ๒ สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาประยุกต์ใช้ในการบริหารและการปฏิบัติงาน เพื่อให้ บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและลดต้นทุนของสินค้าและบริการ โดยให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

ข้อ ๓ ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการแลกเปลี่ยนแบ่งปันองค์ความรู้ภายในองค์กร เพื่อร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรมและนำองค์ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ผ่านระบบบริหารจัดการนวัตกรรม เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่เติบโตอย่างยั่งยืน

ข้อ ๔ พัฒนาศักยภาพ สนับสนุนทรัพยากรและสร้างบรรยากาศในการปฏิบัติงานให้พนักงานสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ พัฒนา และประยุกต์ใช้นวัตกรรม ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการทำงาน หรือแนวคิดธุรกิจใหม่ เพื่อรองรับการเป็นผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมและดิจิทัลของประเทศชาติ

ข้อ ๕ ดูแลทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กรไม่ให้ถูกละเมิด เปิดเผย ทำซ้ำ ดัดแปลง หรือกระทำการใดๆ โดยไม่ได้รับอนุญาตจาก บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) รวมทั้ง การเคารพสิทธิทางกฎหมายในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

ข้อ ๖ จัดสรรสิทธิประโยชน์เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานผู้คิดค้นและสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่สามารถผลักดันและขยายผลนำไปให้บริการเชิงพาณิชย์ได้ รวมทั้งกำหนดให้พนักงานของ บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) เป็นตัวเลือกอันดับหนึ่งในการนำไปใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ข้อ ๗ กำหนดให้ คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน มีส่วนร่วมสนับสนุน และผลักดันการจัดการนวัตกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามเจตนารมณ์แห่งนโยบายนี้ และตอบสนองต่อยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี อย่างเป็นรูปธรรม

ประกาศ ณ วันที่ ตุลาคม ๒๕๖๕

พลเอก

(สุชาติ ผ่องแผ้ว)

ประธานกรรมการบริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน)

ภาคผนวก ข. แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

แผนการยกระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมของบุคลากร																							
ผู้รับผิดชอบแผนงาน/โครงการ หลัก : คณะทำงานยกระดับฯ KM-IM องค์กร										ผู้สนับสนุน : สถาบันวิชาการ/ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล													
วัตถุประสงค์ของแผน : เพื่อส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพและยกระดับบุคลากรทั้ง Soft skill + Hard skill										รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S1 / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO1													
เป้าหมายของแผน : บุคลากรมีความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์นวัตกรรม										ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน : ร้อยละจำนวนบุคลากรที่เข้ารับการอบรมฯ, จำนวนข้อเสนอแนะ, จำนวนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม													
ระยะเวลาเริ่มต้น : 1 ม.ค.66 ระยะเวลาสิ้นสุด : 31 ธ.ค.70										งบประมาณ (ทั้งการเงินและไม่ใช้การเงิน) : xxx ล้านบาท													
ความเสี่ยงของแผนปฏิบัติการ : งบประมาณ, ความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง																							
ขั้นตอน/กิจกรรมการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลาดำเนินการ																ผลลัพธ์กิจกรรม เป้าหมาย ตัวชี้วัด Output KPI / Outcome KPI					
		2566				2567				2568				2569					2570				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4	
1	วิเคราะห์และประเมินช่องว่างความรู้ความสามารถและศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และมุ่งเน้นนวัตกรรม	สายงาน ก.																					ผลการประเมินบุคลากรด้านการใช้ความคิด
2	สร้างความรู้เบื้องต้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แนวคิดเชิงออกแบบและนวัตกรรม	พท.1, สก.2																					เพิ่มบุคลากรที่มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์
3	สื่อสาร ประชาสัมพันธ์การพัฒนากระบวนการ และการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนางาน (Creativity for Improvement)	ปต., ปล.																					การรับรู้เรื่องการใช้ความคิดสร้างสรรค์
4	สร้างข้อเสนอแนะเชิงความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนานวัตกรรมต้นแบบและแนวคิดเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงาน	ทุกสายงาน																					จำนวนข้อเสนอแนะเชิงความคิดสร้างสรรค์
การวัดผลเป้าหมาย/ตัวชี้วัด																							
ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	เป้าหมาย					หมายเหตุ																
		2566	2567	2568	2569	2570																	
1	ร้อยละจำนวนบุคลากรที่เข้ารับการอบรมด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมต่อพนักงานในสายงาน	%	20	40	60	80	100																
2	จำนวนข้อเสนอแนะเชิงความคิดสร้างสรรค์สู่การพัฒนาเป็นนวัตกรรม	เรื่อง	10	12	14	16	18																

ภาคผนวก ข. แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

แผนการปลูกฝังค่านิยมและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม																							
ผู้รับผิดชอบแผนงาน/โครงการ หลัก : คณะทำงานยกระดับฯ KM-IM และ HCM องค์กร							ผู้สนับสนุน : กลุ่มทรัพยากรบุคคล/กลยุทธ์องค์กร/ฝ่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์																
วัตถุประสงค์ของแผน : เพื่อส่งเสริมการรับรู้และมีพฤติกรรมตามวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์							รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S1 / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO2																
เป้าหมายของแผน : บุคลากรรับรู้และมีพฤติกรรมพึงประสงค์ด้านนวัตกรรม							ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงาน																
ระยะเวลาเริ่มต้น : 1 ม.ค.66 ระยะเวลาสิ้นสุด : 31 ธ.ค.70							แผนงาน, ผลการประเมินการรับรู้ของบุคลากรต่อวัฒนธรรมนวัตกรรม																
ความเสี่ยงของแผนปฏิบัติการ : นโยบายบริษัท/วัฒนธรรมองค์กร, ความร่วมมือพนักงานในองค์กร							งบประมาณ (ทั้งการเงินและไม่ใช้การเงิน) : 2 ล้านบาท																
ขั้นตอน/กิจกรรมการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลาดำเนินการ																				ผลลัพธ์กิจกรรม เป้าหมาย ตัวชี้วัด Output KPI / Outcome KPI	
		2566				2567				2568				2569				2570					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	การสำรวจค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นนวัตกรรม	สายงาน ก., HCM																					ข้อมูลการรับทราบ ค่านิยม/วัฒนธรรมองค์กร
2	กำหนดให้มีจัดทำค่านิยมที่สะท้อนถึงการใช้ความคิด สร้างสรรค์และการจัดการนวัตกรรม	สายงาน ก., HCM																					ค่านิยมความคิด สร้างสรรค์/นวัตกรรม
3	ประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม และค่านิยมองค์กร	ปต., ปล.																					ประชาสัมพันธ์ค่านิยม/ วัฒนธรรมนวัตกรรม
4	ศึกษาดูงานในองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการจัดทำ วัฒนธรรม และค่านิยมขององค์กร	สายงาน ก., HCM																					ข้อมูลการศึกษาดูงาน
5	จัดทำแบบสำรวจการรับรู้และความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรม องค์กรและค่านิยมองค์กร	สายงาน ก., HCM																					ผลการสำรวจการรับรู้
6	ประเมิน ทบทวนกิจกรรมและรายงานผลการดำเนินงาน	สายงาน ก., HCM																					ผลการปรับปรุงและ รายงานผล
การวัดผลเป้าหมาย/ตัวชี้วัด																							
ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	เป้าหมาย					หมายเหตุ																
		2566	2567	2568	2569	2570																	
1	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงาน	%	100	100	100	100	100																
2	ผลการประเมินการรับรู้ของบุคลากรต่อวัฒนธรรมนวัตกรรม	คะแนน	>3.50	>3.50	>3.75	>4.00	>4.00	จากคะแนนเต็ม 5															

ภาคผนวก ข. แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

แผนการพัฒนาระบบแรงจูงใจและเสริมสร้างบรรยากาศแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสังคมนวัตกรรม																							
ผู้รับผิดชอบแผนงาน/โครงการ หลัก : คณะทำงานยกระดับฯ KM-IM อังคร										ผู้สนับสนุน : สายงานกฎหมาย/กลุ่มงานกลยุทธ์/กลุ่มทรัพยากรบุคคล													
วัตถุประสงค์ของแผน : เพื่อสร้างแรงจูงใจ ส่งเสริมและเสริมสร้างบรรยากาศเพื่อสร้างนวัตกรรม										รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S1 / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO2													
เป้าหมายของแผน : ระบบแรงจูงใจและการจัดสรรสิทธิประโยชน์สำหรับการพัฒนานวัตกรรม										ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนิน													
ระยะเวลาเริ่มต้น : 1 ม.ค.66 ระยะเวลาสิ้นสุด : 31 ธ.ค.70										แผนงาน, ผลการประเมินการรับรู้ของบุคลากรต่อวัฒนธรรมนวัตกรรม													
ความเสี่ยงของแผนปฏิบัติการ : กฎ ระเบียบ/ ขั้นตอนการดำเนินงาน										งบประมาณ (ทั้งการเงินและไม่ใช้การเงิน) : 2 ล้านบาท													
ขั้นตอน/กิจกรรมการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลาดำเนินการ																ผลลัพธ์กิจกรรม เป้าหมาย ตัวชี้วัด Output KPI / Outcome KPI					
		2566				2567				2568				2569					2570				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4	
1	ศึกษา วิเคราะห์ รวบรวมปัญหาและอุปสรรคของการสร้างแรงจูงใจด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรม	สายงาน ม., ย.,																					ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ
2	พัฒนารูปแบบของการสร้างแรงจูงใจและการจัดสรรสิทธิประโยชน์ (จัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติ) พร้อมสื่อสารให้บุคลากรรับรู้และมีความเข้าใจ	สายงาน ย., ก. และ ง.																					รูปแบบของการสร้างแรงจูงใจ, ประชาสัมพันธ์แรงจูงใจ
3	ออกแบบ แนวทางและดำเนินกิจกรรมการแบ่งปันความรู้/ข้อมูลด้านการวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม	สายงาน ร., ด. และ ก.																					รูปแบบกิจกรรมแบ่งปันความรู้/ข้อมูล
4	สร้างแนวทางและจัดสรรทรัพยากรเพื่อสร้างบรรยากาศแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เช่น การจัดเตรียมห้องปฏิบัติการ/เครื่องมือ/อุปกรณ์ Sandbox Co-Working space เป็นต้น	สายงาน ง., ร., และ ด.																					ทรัพยากรสอดคล้องกับโครงการ
5	ประเมิน สำนวความพึงพอใจ และทัศนคติ ที่มีต่อระบบแรงจูงใจ การแบ่งปันความรู้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เกิด	สายงาน ร., และ ด.																					ข้อมูลผลสำรวจความพึงพอใจ
6	ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อนำมาทบทวน และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	สายงาน ง., ร., และ ด.																					ผลการประเมิน

การวัดผลเป้าหมาย/ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	เป้าหมาย					หมายเหตุ	
		2566	2567	2568	2569	2570		
1	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงาน	%	100	100	100	100	100	
2	จำนวนกิจกรรมและแนวทางการแบ่งปันความรู้	ครั้ง	4	4	4	4	4	
3	ผลการประเมินความพึงพอใจของบุคลากรต่อระบบแรงจูงใจ	คะแนน	>3.50	>3.50	>3.75	>4.00	>4.00	จากคะแนนเต็ม 5

ภาคผนวก ข. แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

แผนงานรวบรวม วิเคราะห์และคัดเลือกความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเชิงพาณิชย์ และสังคม																				
ผู้รับผิดชอบแผนงาน/โครงการ หลัก : คณะทำงานยกระดับฯ KM-IM องค์กร										ผู้สนับสนุน : สายงานผลิตภัณฑ์/เทคโนโลยี/ดิจิทัล										
วัตถุประสงค์ของแผน : เพื่อสร้างกระบวนการรวบรวมความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม										รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S2 / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO3										
เป้าหมายของแผน : ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทั้งภายในองค์กรและภายนอกสู่การพัฒนานวัตกรรม										ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนิน										
ระยะเวลาเริ่มต้น : 1 ม.ค.66 ระยะเวลาสิ้นสุด : 31 ธ.ค.70										แผนงาน, จำนวนความคิดสร้างสรรค์										
ความเสี่ยงของแผนปฏิบัติการ : ขาดความร่วมมือทุกภาคส่วน, ขั้นตอนการดำเนินงาน										งบประมาณ (ทั้งการเงินและไม่ใช้การเงิน) : 4 ล้านบาท										
ขั้นตอน/กิจกรรมการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลาดำเนินการ															ผลลัพธ์กิจกรรม เป้าหมาย ตัวชี้วัด Output KPI / Outcome KPI			
		2566			2567			2568			2569			2570						
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3		4		
1 รวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ภายในองค์กรในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง	ทุกสายงาน																			ข้อมูลความคิดสร้างสรรค์ภายใน
2 สืบหาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ภายนอกองค์กร	ทุกสายงาน																			ข้อมูลความคิดสร้างสรรค์ภายนอก
3 คัดเลือกความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ เพื่อการพัฒนาวัตกรรม	ทุกสายงาน																			ข้อมูลความคิดสร้างสรรค์ที่คัดเลือกแล้ว
4 สร้างและดำเนินการ "โครงการประกวดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม"	สายงาน ร. และ ด.																			ดำเนินการตามโครงการสำเร็จ
5 บันทึกข้อมูลในระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัลด้านนวัตกรรม	สายงาน ท., ร. และ ด.																			บันทึกข้อมูลความคิดสร้างสรรค์ในระบบฯ
การวัดผลเป้าหมาย/ตัวชี้วัด																				
ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	เป้าหมาย					หมายเหตุ													
		2566	2567	2568	2569	2570														
1 ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงาน	%	100	100	100	100	100														
2 จำนวนความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม	เรื่อง/ผลงาน	15	20	25	25	30														
3 จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากการบ่มเพาะนวัตกรรม	เรื่อง/ผลงาน	5	5	5	5	5														

ภาคผนวก ข. แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

แผนพัฒนาระบบฐานข้อมูลดิจิทัลด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล																				
ผู้รับผิดชอบแผนงาน/โครงการ หลัก : คณะทำงานยกระดับฯ DT และ KM-IM องค์กร										ผู้สนับสนุน : สายงานเทคโนโลยี/สายงานดิจิทัล										
วัตถุประสงค์ของแผน : เพื่อสร้างกระบวนการจัดการความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม										รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S2 / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO4										
เป้าหมายของแผน : ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทั้งภายในองค์กรและภายนอกสู่การพัฒนานวัตกรรม										ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนิน										
ระยะเวลาเริ่มต้น : 1 ม.ค.66 ระยะเวลาสิ้นสุด : 31 ธ.ค.70										แผนงาน, จำนวนความคิดสร้างสรรค์										
ความเสี่ยงของแผนปฏิบัติการ : ขาดความร่วมมือทุกภาคส่วน, ขั้นตอนการดำเนินงาน										งบประมาณ (ทั้งการเงินและไม่ใช้การเงิน) : 4 ล้านบาท										
ขั้นตอน/กิจกรรมการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลาดำเนินการ															ผลลัพธ์กิจกรรม เป้าหมาย ตัวชี้วัด Output KPI / Outcome KPI			
		2566			2567			2568			2569			2570						
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3				
1 ออกแบบแนวทางการรวบรวมฐานข้อมูลลูกค้า ตลาด นวัตกรรม ทริพย์สินทางปัญญา ฯลฯ	สายงาน ท., รฐ. และ ค.																			แนวทางการรวบรวมข้อมูล
2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัลด้าน นวัตกรรม และปรับปรุงระบบให้ทันสมัย	สายงาน ท., รฐ. และ ค.																			ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ
3 รวบรวมและปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยเป็นประจำอย่าง ต่อเนื่อง พร้อมสื่อสารให้บุคลากรเพื่อกระตุ้นให้เกิดการติดตาม	ทุกสายงาน																			บันทึกข้อมูลระบบ ฐานข้อมูลสารสนเทศ
4 ตรวจสอบ ติดตามและประเมินการนำความรู้ที่จัดเก็บไว้ในระบบ ไปใช้ประโยชน์ และสำรวจความพึงพอใจในการใช้ระบบ	สายงาน รฐ. และ ค.																			ผลประเมินการนำความรู้ ไปใช้ประโยชน์
5 ทบทวนการดำเนินงานเป็นประจำทุกปีเพื่อปรับปรุงและ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง	สายงาน รฐ. และ ค.																			ผลการปรับปรุงทบทวน พร้อมพัฒนา
การวัดผลเป้าหมาย/ตัวชี้วัด																				
ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	เป้าหมาย					หมายเหตุ													
		2566	2567	2568	2569	2570														
1 ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัลด้านนวัตกรรม	%	80	90	100	100	100														
2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบฯด้านนวัตกรรม	คะแนน	>3.50	>3.50	>3.75	>4.00	>4.00	จากคะแนนเต็ม 5													
3 จำนวนข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฯ	เรื่อง	-	30	40	50	60														



ภาคผนวก ข. แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

แผนงานสร้างและพัฒนานวัตกรรมจากเครือข่ายความร่วมมือ																						
ผู้รับผิดชอบแผนงาน/โครงการ (หลัก) : คณะทำงานยกระดับฯ KM-IM องค์กร										ผู้สนับสนุน : สายงานผลิตภัณฑ์/ขาย/ลูกค้า												
วัตถุประสงค์ของแผน : เพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์บริการด้วยความร่วมมือของหน่วยงานภายในและ										รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S3 / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO4												
เป้าหมายของแผน : ได้ผลิตภัณฑ์ บริการใหม่/ต่อยอดบริการเดิมหรือรูปแบบธุรกิจใหม่ที่สามารถสร้างรา										ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน : ความสำเร็จของแผนงาน และจำนวน												
ระยะเวลาเริ่มต้น : 1 ม.ค.67 ระยะเวลาสิ้นสุด : 31 ธ.ค.70										โครงการ/นวัตกรรม) รายได้จากกรรณำนวัตกรรมไปให้บริการ												
ความเสี่ยงของแผนปฏิบัติการ : งบประมาณ/บุคลากรไม่เพียงพอ, ความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง										งบประมาณ (ทั้งการเงินและไม่ใช้การเงิน) : xxx ล้านบาท												
ขั้นตอน/กิจกรรมการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลาดำเนินการ																ผลลัพธ์กิจกรรม เป้าหมาย ตัวชี้วัด Output KPI / Outcome KPI				
		2566				2567				2568				2569					2570			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4
1	ศึกษากระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการและธุรกิจใหม่ๆ สู่การพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับการทำงานและบริการ	ทุกสายงาน																			ข้อมูลปัญหา ความต้องการนวัตกรรม	
2	ร่วมหาหรือ แสวงหาพันธมิตรนวัตกรรมจากเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรม	สายงาน ย., ม.																			ผลการหาหรือ, พันธมิตรนวัตกรรม	
3	จัดทำข้อตกลง/จัดทำแผนงาน-โครงการร่วมดำเนินงานพัฒนานวัตกรรม	สายงาน ม.																			ข้อตกลงความร่วมมือ MOU/แผนงาน-โครงการ	
4	ดำเนินการร่วมมือพัฒนานวัตกรรมตามข้อตกลง/แผนงาน-โครงการ	ทุกสายงาน																			นวัตกรรมจากความมือ	
5	ส่วนงานที่เกี่ยวข้องนำไปขยายผลใช้งานและการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	สายงานตลาด, ขาย, ผลิตภัณฑ์																			กระบวนการ, ผลิตภัณฑ์, บริการ, ธุรกิจใหม่	
การวัดผลเป้าหมาย/ตัวชี้วัด																						
ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	เป้าหมาย					หมายเหตุ															
		2566	2567	2568	2569	2570																
1	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงาน	%	100	100	100	100	100															
2	จำนวนโครงการ/นวัตกรรมที่นำไปใช้งาน หรือใช้ประโยชน์	โครงการ	-	2	3	4	5															
3	รายได้จากการนำนวัตกรรมไปให้บริการ	ล้านบาท	-	xxx	xxx	xxx	xxx															
4	ลดรายจ่ายและต้นทุนการดำเนินงาน	ล้านบาท	-	xxx	xxx	xxx	xxx															

ภาคผนวก ข. แผนปฏิบัติการด้านนวัตกรรมของ บมจ.โทรคมนาคมแห่งชาติ

แผนงานพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีสีเขียว																						
ผู้รับผิดชอบแผนงาน/โครงการ (หลัก) : คณะทำงานยกระดับฯ KM-IM องค์กร							ผู้สนับสนุน : สายงานผลิตภัณฑ์/ขาย/ลูกค้า															
วัตถุประสงค์ของแผน : พัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างรายได้ ลดรายจ่าย เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน							รองรับ/สนับสนุน : ยุทธศาสตร์ S3 / วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ SO5															
เป้าหมายของแผน : ได้ผลิตภัณฑ์ บริการหรือธุรกิจใหม่ด้านดิจิทัลที่สามารถสร้างรายได้หรือมีกระบวนการ							ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนงาน : ความสำเร็จของแผนงาน, จำนวน															
ระยะเวลาเริ่มต้น : 1 ม.ค.67 ระยะเวลาสิ้นสุด : 31 ธ.ค.70							โครงการ/นวัตกรรม, รายได้จากการนำนวัตกรรมไปให้บริการ,ลดรายจ่าย															
ความเสี่ยงของแผนปฏิบัติการ : งบประมาณ/บุคลากรไม่เพียงพอ, เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงเร็ว							งบประมาณ (ทั้งการเงินและไม่ใช้การเงิน) : xxx ล้านบาท															
ขั้นตอน/กิจกรรมการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลาดำเนินการ																				ผลลัพธ์กิจกรรม เป้าหมาย ตัวชี้วัด Output KPI / Outcome KPI
		2566				2567				2568				2569				2570				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	ศึกษาแนวโน้มเทคโนโลยีที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนานวัตกรรม สำรวจและรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อ ธุรกิจขององค์กร	ทุกสายงาน																				ข้อมูลแนวโน้มเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์
2	วิเคราะห์ จัดลำดับความคิดสร้างสรรค์ ประเมินความคุ้มค่า และคัดเลือกเทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ	ทุกสายงาน																				ผลการคัดเลือกเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์
3	จัดทำแผนงาน-โครงการพัฒนานวัตกรรม (กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการ ธุรกิจใหม่)	ทุกสายงาน																				แผนงาน-โครงการ นวัตกรรม
4	ดำเนินการพัฒนานวัตกรรมตามแผนงาน-โครงการ	ทุกสายงาน																				นวัตกรรมจากแผนงาน- โครงการ
5	ส่วนงานที่เกี่ยวข้องนำไปขยายผลใช้งานและการใช้ประโยชน์ เชิงพาณิชย์	สายงานตลาด, ขาย, ผลิตภัณฑ์																				การดำเนินธุรกิจ
การวัดผลเป้าหมาย/ตัวชี้วัด																						
ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	เป้าหมาย					หมายเหตุ															
		2566	2567	2568	2569	2570																
1	จำนวนโครงการ/นวัตกรรมที่นำไปใช้งานหรือใช้ประโยชน์	โครงการ	-	2	3	4	5															
2	ร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าต่อนวัตกรรมที่นำไปใช้งาน	%	> 80	> 80	> 80	> 80	> 80															
3	รายได้จากการนำนวัตกรรมไปให้บริการ	ล้านบาท	-	xxx	xxx	xxx	xxx															
4	ลดรายจ่ายและต้นทุนการดำเนินงาน	ล้านบาท	-	xxx	xxx	xxx	xxx															



จัดทำโดย
คณะทำงานเพื่อยกระดับด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม