

GSB INNOVATION MANAGEMENT MASTER PLAN



แผนแม่บทด้านการจัดการนวัตกรรม
ปี 2566-2570



ธนาคาร

ออมสิน

Government Savings Bank

แผนแม่บทด้านการจัดการนวัตกรรม ปี 2566-2570

แผนแม่บทด้านการจัดการนวัตกรรม ปี 2566-2570 จัดทำขึ้นโดยพิจารณาความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาสถาบันการเงิน และแผนวิสาหกิจธนาคารออมสิน ปี 2566-2570 รวมทั้งนโยบายด้านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรม

กระบวนการจัดทำแผนแม่บทด้านการจัดการนวัตกรรม สอดคล้องกับกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ธนาคารออมสินระยะ 5 ปี โดยเริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านการจัดการนวัตกรรม มีการศึกษามาตรฐาน/กรอบการบริหารจัดการนวัตกรรม Best Practice เกณฑ์ประเมินผล Core Business Enablers ด้านการจัดการนวัตกรรม ปี 2565 และผลประเมิน Base Line ปี 2564 สัญญาณบ่งชี้/ทิศทาง การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ตลาด ความนิยมของลูกค้า การแข่งขันในตลาด ความร่วมมือทางนวัตกรรมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ปัจจัยยั่งยืน ปัจจัยขับเคลื่อนและปัจจัยเสี่ยงด้านการจัดการนวัตกรรม รวมถึงความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ธนาคารและแผนแม่บทด้านต่างๆ เป็นปัจจัยนำเข้าในการทำ SCOC Analysis โดยสรุปเป็นจุดแข็ง (Strengths) ความท้าทายภายใน (Internal Challenges) โอกาส (Opportunities) และความท้าทายภายนอก (External Challenges) เพื่อมาวิเคราะห์ความได้เปรียบและความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages & Strategic Challenge) โดยใช้ TOWS Matrix และจัดทำแผนแม่บทด้านการจัดการนวัตกรรม ปี 2566-2570 โดยมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Innovation Management Positioning) ตามเกณฑ์ระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model : SE-AM) ด้าน Core Business Enablers หัวข้อการจัดการนวัตกรรม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงานด้านการจัดการนวัตกรรม

Strengths : S		Internal Challenges : CI	
NEW	S1 คณกรรมการและผู้บริหารให้ความสำคัญในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยกำหนดนโยบายและแผนแม่บทด้าน IM เพื่อสนับสนุนทิศทางการเป็นธนาคารเพื่อสังคม	CI1 การรวบรวม/วิเคราะห์ Big Data ข้อมูลลูกค้าและตลาดเชิงลึก (Customer/Market Insight) เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนอง Unmet Need	NEW
	S2 มีโครงสร้างคณะทำงานและผู้รับผิดชอบหลักด้านการจัดการนวัตกรรม ที่มีการกำหนดคุณสมบัติและบทบาทในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการจัดการนวัตกรรมอย่างชัดเจน	CI2 การขับเคลื่อนระบบนวัตกรรมองค์กร และกระบวนการนวัตกรรมสู่การปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการนวัตกรรมที่ดี	
	S3 มีฐานลูกค้ารายย่อยจำนวนมาก ที่ใช้บริการทางการเงินของธนาคาร สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและบริการต่อยอดได้	CI3 การผลักดันความคิดสร้างสรรค์ (IDEA) ของบุคลากร สู่การพัฒนาตัวต้นแบบ (Prototype) และนวัตกรรมที่นำไปใช้งานได้จริง	
	S4 โครงสร้างพื้นฐานและระบบเทคโนโลยีของธนาคาร มีความพร้อมใช้และรองรับ Digital Transformation	CI4 การพัฒนาขีดความสามารถด้านนวัตกรรมและทักษะในอนาคตของบุคลากร รองรับทิศทางธนาคาร	
	S5 มีระบบ GSB WISDOM เป็นช่องทางสนับสนุนการเรียนรู้ แลกเปลี่ยน และจัดการความรู้ ซึ่งสนับสนุนการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรม	CI5 การสร้างสภาพแวดล้อม บรรยากาศ รูปแบบการทำงาน และแรงจูงใจที่ส่งเสริมให้บุคลากรใช้ความคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรตามค่านิยม GSB Way	
	S6 มีพันธมิตร/คู่ค้า ที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม สามารถสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และธุรกิจรูปแบบใหม่ ได้อย่างรวดเร็วและคล่องตัว	CI6 การวัด วิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่สำคัญ สรุปบทเรียนจัดการความรู้ และจัดเก็บในฐานข้อมูลดิจิทัล เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ และรูปแบบธุรกิจใหม่	
	S7 มีช่องทางการให้บริการรูปแบบ Digital ที่หลากหลาย สามารถสนับสนุนการให้บริการเพื่อสังคม และตอบสนอง Life Style ผู้บริโภคในปัจจุบัน	CI7 การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเชื่อมโยงกับ Platform ต่างๆ ของพันธมิตร เพื่อขยายฐานลูกค้า และสร้างผลิตภัณฑ์/บริการรูปแบบใหม่	
		CI8 การจัดสรรทรัพยากรรองรับแผนงาน/โครงการด้านนวัตกรรมอย่างเพียงพอและเหมาะสม	
Opportunities : O		External Challenges : CE	
O1 สัญญาณบ่งชี้/การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน หลังสถานการณ์ COVID-19 เป็นปัจจัยขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาวัตกรรมการอย่างก้าวกระโดด	O2 พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เป็นโอกาสในการพัฒนาการให้บริการบน Mobile Banking	CE1 พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) กำหนดให้ต้องได้รับความยินยอม (Consent) จากลูกค้าก่อนนำข้อมูล Big Data มาวิเคราะห์ เพื่อจัดทำ Customer Persona, Customer Journey, Market Insights สำหรับการพัฒนานวัตกรรมเพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด	
O3 มาตรฐาน/กรอบการบริหารจัดการนวัตกรรม และเกณฑ์ Enablers ด้าน IM ที่ปรับปรุงใหม่ สนับสนุนการวางโครงสร้างพื้นฐานระบบนวัตกรรมองค์กรและการปรับปรุงกระบวนการนวัตกรรม	O4 ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/พันธมิตรภายนอก ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแบ่งปันทรัพยากรด้านนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน	CE2 ภาระเบียดเบียนของหน่วยงานกำกับที่ส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค ส่งผลให้มีผู้ให้บริการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้น (truemoney, Line, Grab, AirPay, Shopee)	
O5 ยุทธศาสตร์ชาติ มาตรการของหน่วยงานภาครัฐ ยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ และเกณฑ์การกำกับของหน่วยงานภายนอก เป็นโอกาสในการพัฒนานวัตกรรมเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์		CE3 คู่แข่งในตลาดเร่งพัฒนานวัตกรรมทางการเงินเชิงรุก และมีการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการภายในโดยร่วมทุนกับ Tech Fin ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้สามารถออกผลงานนวัตกรรมสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว	
		CE4 อาชญากรรมทางไซเบอร์ และความกังวลของลูกค้าในความปลอดภัยในการทำธุรกรรมดิจิทัล ส่งผลต่อการยินยอมเปิดเผยข้อมูล เพื่อการวิเคราะห์และคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าและตลาด	

วิสัยทัศน์ ด้านการจัดการนวัตกรรม

“เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เพื่อขับเคลื่อนการเป็นธนาคารเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน”

พันธกิจด้านการจัดการนวัตกรรม

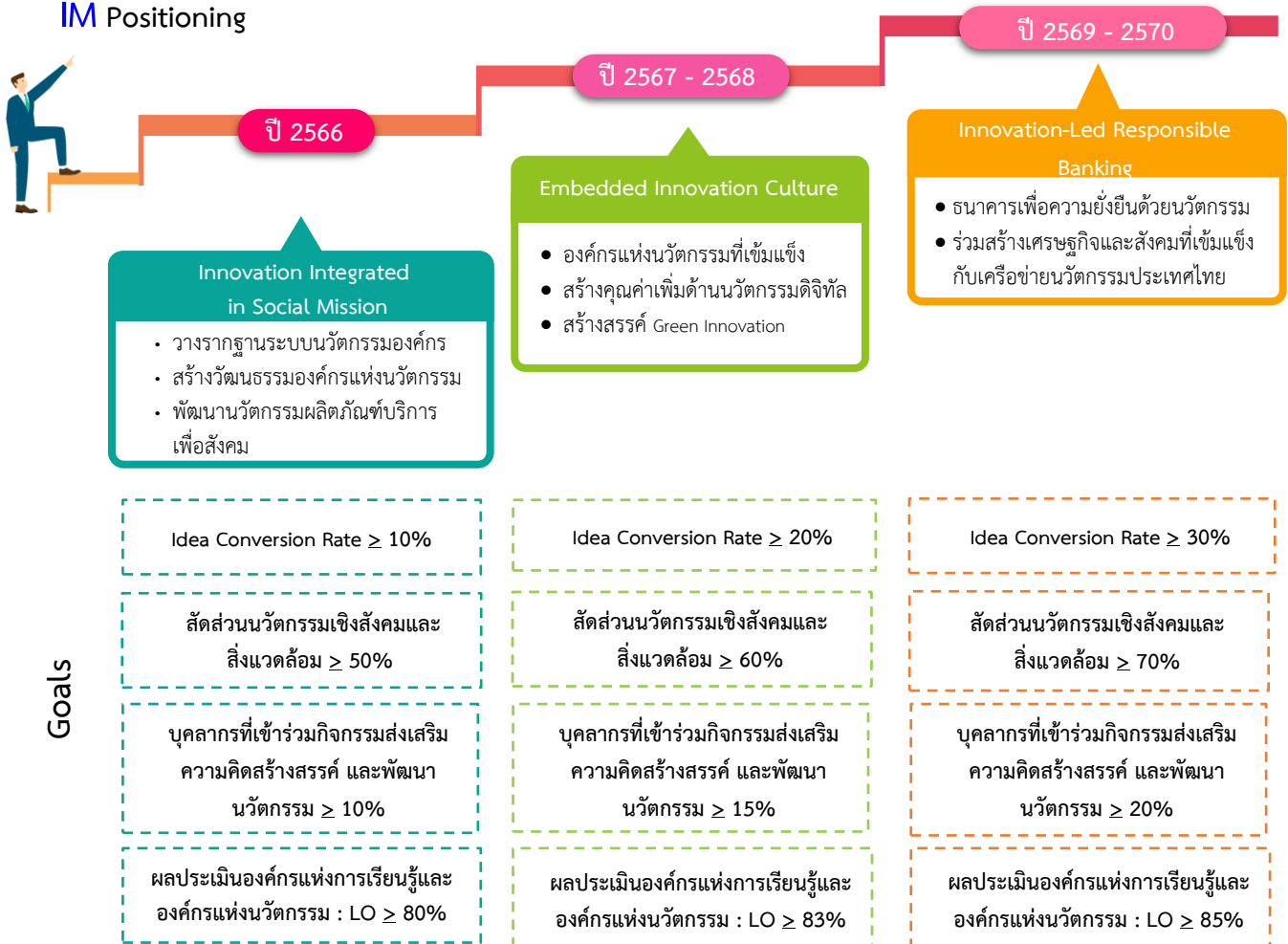
1. พัฒนาโครงสร้าง ระบบบริหารจัดการ และกระบวนการด้านการจัดการนวัตกรรม
2. เสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
3. พัฒนาบุคลากรและยกระดับด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
4. พัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ และรูปแบบธุรกิจใหม่ (New business Model) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาด จากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กร

Innovation Management Positioning 2566-2570

GSB Strategic Positioning



IM Positioning



แผนแม่บทด้านการจัดการนวัตกรรม ปี 2566-2570



แผนแม่บทด้านการจัดการนวัตกรรม ปี 2566-2570 มีทั้งหมด 3 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
9 กลยุทธ์ 13 แผนงาน ดังนี้

SO1. การพัฒนานวัตกรรมที่มุ่งเน้นลูกค้าและตลาด จากฐานความรู้ ข้อมูลและสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ 1.1 การวัด วิเคราะห์ และจัดการความรู้ สู่การปรับปรุง และนวัตกรรม

- แผนงานที่ 1 วัด วิเคราะห์ และจัดการความรู้ในองค์กร

กลยุทธ์ที่ 1.2 การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า เพื่อหา Unmet Need จาก Data Analytic และ Customer Persona & Journey

- แผนงานที่ 1 วิเคราะห์ คาดการณ์ ความต้องการลูกค้า จาก Big Data

กลยุทธ์ที่ 1.3 การพัฒนานวัตกรรมทั้งรูปแบบ Closed-Open Innovation เพื่อสนับสนุนภารกิจเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์

- แผนงานที่ 1 พัฒนานวัตกรรมสนับสนุนภารกิจเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์
- แผนงานที่ 2 ผลักดันความคิดสร้างสรรค์ไปสู่การสร้างนวัตกรรม

SO2. การเสริมสร้างวัฒนธรรมและศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

กลยุทธ์ที่ 2.1 การเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

- แผนงานที่ 1 ปลุกฝังค่านิยม และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นนวัตกรรม
- แผนงานที่ 2 โครงการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม
 - GSB Innovation Hackathon
 - GSB Innovation Grand Slam
 - GSB Idea Challenge
 - GSB Innovation Club

กลยุทธ์ที่ 2.2 การยกระดับความรู้ ความสามารถ และศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการจัดการนวัตกรรมองค์กร

- แผนงานที่ 1 การยกระดับความรู้ ความสามารถ และศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการจัดการนวัตกรรม

SO3. การพัฒนาโครงสร้างการขับเคลื่อนการจัดการนวัตกรรมขององค์กร เพื่อรองรับทิศทางการดำเนินงานให้ก้าวไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม

กลยุทธ์ที่ 3.1 การขับเคลื่อนศักยภาพองค์กรด้านนวัตกรรมองค์กร

- แผนงานที่ 1 ขับเคลื่อนระบบนวัตกรรมองค์กร (Corporate Innovation System : CIS)
- แผนงานที่ 2 ยกระดับศักยภาพองค์กรตาม Innovation Organization Model : IOM

กลยุทธ์ที่ 3.2 การปรับปรุงกระบวนการนวัตกรรม

- แผนงานที่ 1 ปรับปรุงกระบวนการนวัตกรรมและนำไปปฏิบัติ

กลยุทธ์ที่ 3.3 การบริหารจัดการ Innovation Portfolio และการจัดสรรทรัพยากร

- แผนงานที่ 1 วางแผนและบริหาร Innovation Portfolio
- แผนงานที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรด้านนวัตกรรม

กลยุทธ์ที่ 3.4 การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)

- แผนงานที่ 1 บริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

IM VISION

เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม
เพื่อขับเคลื่อนการเป็นธนาคารเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน



ธนาคาร

ออมสิน

Government Savings Bank