

ตามยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจที่สนับสนุนการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาพัฒนา/ปรับปรุงกระบวนการทำงานและการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มแก่ประชาชนและสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 คณะกรรมการธนาคารออมสิน จึงได้เห็นชอบให้มีการกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรม แผนแม่บทด้านการจัดการนวัตกรรม ระยะ 5 ปี และแผนปฏิบัติการประจำปี 2565 โดยกำหนดเป้าหมายและตำแหน่งทางยุทธศาสตร์การจัดการนวัตกรรมแต่ละช่วงเวลา เพื่อ “ขับเคลื่อนธนาคารออมสิน...สู่องค์กรแห่งนวัตกรรม” รวมทั้งเป็นแนวทางการปฏิบัติตนเป็นต้นแบบ (Role Model) ด้านการจัดการนวัตกรรมของผู้บริหารแต่ละระดับ

Innovation Management

VISION

เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เพื่อขับเคลื่อนธนาคารเพื่อสังคม สู่การเป็นธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

MISSION

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

ยุทธศาสตร์ที่ 1

การพัฒนาระบบนวัตกรรมองค์กร เพื่อขับเคลื่อนการจัดการนวัตกรรมขององค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 2

การยกระดับความรู้ และศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 3

การพัฒนานวัตกรรมที่มุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

แผนงาน

- ทบทวนโครงสร้างหน่วยงานและคณะทำงานด้านการจัดการนวัตกรรม
- ทบทวนนโยบาย แผนแม่บทด้านการจัดการนวัตกรรม และการจัดสรรทรัพยากร
- พัฒนาระบบการจัดการนวัตกรรม (Corporate Innovation System : CIS)
- ออกแบบและบริหาร Innovation Portfolio
- จัดระเบียบทรัพย์สินทางปัญญา

- พัฒนาระบบการวัด วิเคราะห์ และจัดการความรู้จาก Lesson Learned ตัวชี้วัดที่สำคัญ
- เสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
- ยกระดับความรู้ ความสามารถด้านการจัดการนวัตกรรม องค์กรให้กับทีมงานและคณะทำงานด้านนวัตกรรม
- ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ต่อยอดเพื่อใช้งานจริง

- วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและ ตลาดเชิงลึกจากฐานข้อมูล Big Data มาพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด
- พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์บริการทางการเงิน สนับสนุนการขับเคลื่อนภารกิจธนาคารเพื่อสังคม

Innovation Management Positioning 2565-2569

