



แผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์
และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสีย
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙



คำนำ

แผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ จัดทำขึ้นภายใต้แผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙) ได้ดำเนินการทบทวนเพิ่มเติมตามข้อเสนอแนะของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ และจัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบทิศทางการบริหารจัดการองค์กรด้านความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ โดยการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร พนักงาน รวมทั้งได้คัดเลือกข้อมูลสารสนเทศจากกระบวนการสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า รวมถึงข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาวิเคราะห์เป็นปัจจัยนำเข้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานองค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรต่อไป

คณะทำงานฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสียประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการนวัตกรรมขององค์การจัดการน้ำเสีย เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม

คณะทำงานส่งเสริมการจัดการด้านนวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสีย

คณะทำงาน WMA IM Team

กันยายน ๒๕๖๘

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	๑
ภารกิจอำนาจหน้าที่องค์การจัดการน้ำเสีย.....	๑
ยุทธศาสตร์แผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย.....	๑
ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมการจัดการน้ำเสีย	๒
การจัดทำแผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมการจัดการน้ำเสียปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙.....	๙
๑.๑ ผลจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis.....	๙
๑.๒ วิสัยทัศน์ ค่านิยมองค์กร วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม.....	๑๘
๑.๓ ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	๒๑
๑.๔ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์ฯ ของ อจน. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘.....	๒๔

บทนำ

ภารกิจอำนาจหน้าที่ขององค์การการจัดการน้ำเสีย

องค์การการจัดการน้ำเสีย (Wastewater Management Authority : WMA) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การการจัดการน้ำเสีย เมื่อวันที่ ๑๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๓๘ โดยมีวัตถุประสงค์ การจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียรวมสำหรับการบำบัดน้ำเสียในเขตพื้นที่จัดการน้ำเสีย และการให้บริการรับบริหารหรือจัดการระบบบำบัดน้ำเสียทั้งในและนอกเขตพื้นที่จัดการน้ำเสียรวมทั้งบริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ โดยเมื่อวันที่ ๒๒ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๓ คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการกำหนดเขตพื้นที่จัดการ น้ำเสียขององค์การการจัดการน้ำเสียให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภารกิจขององค์กรในการแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำของประเทศ ให้สามารถเข้าดำเนินการบริหารจัดการน้ำเสียชุมชนให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

วิสัยทัศน์

บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ค่านิยม

มุ่งมั่นผลสัมฤทธิ์ จิตบริการ เชี่ยวชาญในหน้าที่

พันธกิจ

๑. การออกแบบก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบรวบรวม และบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
๒. การปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวบรวม และบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ+
๓. การให้บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ
๔. การพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์แผนวิสาหกิจองค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙) สรุปได้ดังนี้

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ เสริมสร้างประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ เพิ่มขีดความสามารถการก่อสร้างและการลงทุน

กลยุทธ์ที่ ๑.๑ เพิ่มการก่อสร้างและประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสีย

กลยุทธ์ที่ ๑.๒ ร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ที่ ๒.๑ เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการด้านการบริหารจัดการน้ำเสียกับลูกค้า

กลยุทธ์ที่ ๒.๒ เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ ๓.๑ พัฒนางค์ความรู้และนวัตกรรมองค์กร

กลยุทธ์ที่ ๓.๒ พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ วิจัยและพัฒนา

กลยุทธ์ที่ ๔.๑ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

กลยุทธ์ที่ ๔.๒ พัฒนาระบบการบริหารจัดการน้ำเสียตามหลักเศรษฐกิจแบบองค์รวม (Bio-Circular-Green Economy: BCG)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนางค์กรสู่ความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนางค์กรให้มีขนาดเหมาะสมและมีขีดสมรรถนะสูง

กลยุทธ์ที่ ๕.๑ ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและอัตรากำลังให้มีความเหมาะสม

กลยุทธ์ที่ ๕.๒ ส่งเสริมกระบวนการปฏิบัติงาน การจัดการองค์กร อย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์ที่ ๕.๓ พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและพัฒนาเครือข่ายอย่างบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ ๖.๑ เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

กลยุทธ์ที่ ๖.๒ พัฒนาเครือข่ายและการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์แผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมการจัดการน้ำเสีย ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการน้ำเสียด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

๑. มีการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และพัฒนางค์ความรู้ด้านนวัตกรรมให้บุคลากรในองค์กร
๒. มีกิจกรรม สร้างสภาพแวดล้อม และโครงการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม
๓. มีระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่รองรับและสนับสนุนการเกิดนวัตกรรม
๔. มีค่านิยมก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรด้านนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนานวัตกรรมขององค์กร

ประกอบด้วยโครงการ กิจกรรม จำนวน ๒ โครงการ ดังนี้

(๑) การพัฒนานวัตกรรมองค์กร

ตัวชี้วัด จำนวนนวัตกรรมที่สนับสนุนกระบวนการหลัก และกระบวนการสนับสนุน

(๒) การขอรับรางวัลนวัตกรรม

ตัวชี้วัด จำนวนโครงการที่ขอรับนวัตกรรมองค์กร

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาและยกระดับกระบวนการจัดการนวัตกรรมให้เป็นแนวปฏิบัติที่ดี

ประกอบด้วยโครงการ จำนวน ๒ โครงการ ดังนี้

(๑) การรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาวัตกรรม

ตัวชี้วัด จำนวนความคิดสร้างสรรค์ที่รวบรวมทั้งภายใน และภายนอกองค์กร นำมาพัฒนาวัตกรรม

(๒) การพัฒนาบุคลากรด้านความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดนวัตกรรม (ผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการทำงาน และรูปแบบจำลองธุรกิจใหม่

ตัวชี้วัด ร้อยละของบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการเกิดนวัตกรรมองค์กร

กลยุทธ์ที่ ๓ การเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร

ประกอบด้วยโครงการ จำนวน ๓ โครงการ ดังนี้

(๑) การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

ตัวชี้วัด ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม

(๒) การพัฒนากระบวนการเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรม

ตัวชี้วัด ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม

(๓) การพัฒนาระบบแรงจูงใจสำหรับการพัฒนาวัตกรรม

ตัวชี้วัด ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมนวัตกรรม

ความเชื่อมโยงของแผน

SO การพัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง				
แผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙)				
เป้าประสงค์ : ส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรม				
แผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมการจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙				
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง				
กลยุทธ์ที่ ๑ การพัฒนานวัตกรรมองค์กร		กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาและยกระดับกระบวนการจัดการนวัตกรรมให้เป็นแนวปฏิบัติที่ดี		กลยุทธ์ ๓ การเสริมสร้างค่านิยมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร
แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลาดำเนินการ	ตัวชี้วัด		งบประมาณ (หน่วย:บาท)
		ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator)	ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicator)	
๑. การพัฒนานวัตกรรมองค์กร	ต.ค.๖๘-ก.ย.๖๙	มีกิจกรรมสร้างสภาพแวดล้อมและโครงการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม	จำนวนนวัตกรรมที่สนับสนุนกระบวนการหลัก กระบวนการสนับสนุน	-
๒. การขอรับรางวัลนวัตกรรมองค์กร	ต.ค.๖๘-ก.ย.๖๙	มีกิจกรรมสร้างสภาพแวดล้อมและโครงการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม	จำนวนโครงการขอรับนวัตกรรมองค์กร	-
๓. การรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ทั้งจากภายใน ภายนอกองค์กรเพื่อนำไปสู่วิธีการพัฒนานวัตกรรม	ต.ค.๖๘-ก.ย.๖๙	มีกิจกรรมสร้างสภาพแวดล้อมและโครงการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม มีระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่รองรับและสนับสนุนการเกิดนวัตกรรม	มีการดำเนินงานตามกระบวนการจัดการนวัตกรรมที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดี	-
๔. การพัฒนาบุคลากรในด้านความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดนวัตกรรม (ผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการทำงาน และรูปแบบจำลองธุรกิจใหม่)	ต.ค.๖๘-ก.ย.๖๙	มีการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมให้บุคลากรในองค์กร	ร้อยละของบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการเกิดนวัตกรรมแก่องค์กร	-
๕. การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	ต.ค.๖๘-ก.ย.๖๙	มีค่านิยมก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรด้านนวัตกรรม	ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม	-
๖. การพัฒนากระบวนการเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรม	ต.ค.๖๘-ก.ย.๖๙	มีค่านิยมก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรด้านนวัตกรรม	ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม	-
๗. การพัฒนาระบบแรงจูงใจสำหรับการพัฒนานวัตกรรม	ต.ค.๖๘-ก.ย.๖๙	มีค่านิยมก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรด้านนวัตกรรม	ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม	-

ความเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙)



ความเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจองค์การการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙)

แผนวิสาหกิจองค์การการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

(ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙)

SO๑ ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ ๓.๑ พัฒนานองค์ความรู้และนวัตกรรมขององค์กร

กลยุทธ์ที่ ๓.๒ พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ วิจัยและพัฒนา

กลยุทธ์ที่ ๔.๑ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้องค์กร

แผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การการน้ำเสีย พ.ศ.

๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙)

SO ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการน้ำเสียด้วยนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ ๑ การพัฒนานวัตกรรมองค์กร

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนา และยกระดับกระบวนการจัดการนวัตกรรมให้เป็นแนวปฏิบัติที่ดี

กลยุทธ์ที่ ๓ การเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ ๑ การพัฒนานวัตกรรมองค์กร

- การพัฒนานวัตกรรมองค์กร
- การขอรับรางวัลนวัตกรรมองค์กร

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนา และยกระดับกระบวนการกระบวนการจัดการนวัตกรรมให้เป็นแนวปฏิบัติที่ดี

- การรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ทั้งจากภายใน ภายนอกองค์กรเพื่อนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรม
- การพัฒนาบุคลากรด้านความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดนวัตกรรม (ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการทำงาน และรูปแบบจำลองธุรกิจใหม่)

กลยุทธ์ที่ ๓ การเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร

- การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
- การพัฒนากระบวนการเสริมสร้างค่านิยมความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรม
- การพัฒนาระบบแรงจูงใจสำหรับนวัตกรรม

ความเชื่อมโยงแผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนํ้าเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙)
และแผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนํ้าเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ แผนพัฒนาการจัดการ ความรู้การจัดการ นํ้าเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวน ปี ๒๕๖๙)	ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐				แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓				แผนวิสาหกิจองค์การการนํ้าเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙)					
	ด้านสร้างขีด ความสามารถ ในการแข่งขัน	ด้านการพัฒนา และเสริมสร้าง ศักยภาพ ทรัพยากร มนุษย์	ด้านการสร้าง การเติบโตบน คุณภาพชีวิตที่ เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม	ด้านการปรับสมดุล และพัฒนาระบบ การบริหารจัดการ ภาครัฐ	ด้านการผลิต และบริการ เป้าหมาย	โอกาสและ ความเสมอ ภาคทาง เศรษฐกิจและ สังคม	ความยั่งยืนของ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม	ปัจจัย ผลักดันและ พลิกโฉม ประเทศ	เพิ่มการ ก่อสร้างและ ประสิทธิภาพ ระบบบำบัด นํ้าเสีย	ร่วม ลงทุน ระหว่าง รัฐและ เอกชน	เพิ่มขีด ความสามารถ ในการ ให้บริการด้าน การบริหาร จัดการนํ้าเสีย กับลูกค้า	เสริมสร้าง ความสัมพันธ์ ที่ดีเพื่อ ยกระดับ ความพึง พอใจของ ลูกค้า	ส่งเสริม การวิจัย และ พัฒนา เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม ให้กับ องค์กร	พัฒนา กระบวนการ บริหาร จัดการนํ้าเสีย ตามหลัก เศรษฐกิจ แบบองค์รวม
๑. การพัฒนาการ จัดการความรู้ของ ระบบงานที่สำคัญ	✓	✓		✓	✓			✓	✓	✓	✓		✓	✓
๒. การพัฒนาบุคลากร ด้านการจัดการความรู้ ขององค์กร		✓		✓	✓						✓		✓	✓
๓. เสริมสร้างศักยภาพ ด้านดิจิทัลให้บุคลากร ทั่วองค์กร	✓	✓			✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
๔. ส่งเสริมวิจัยและ พัฒนาเพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์แผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙)
และนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับการประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers)

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ แผนพัฒนาการจัดการความรู้ องค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับ ทบทวนปี ๒๕๖๙)	นโยบายหลักด้านการประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers)												
	๑. ด้านการ กำกับดูแล กิจการที่ดี และการนำ องค์กรของ องค์การ จัดการน้ำ เสีย	๒. ด้าน การตลาดที่ เป็นธรรม อย่างยั่งยืน ขององค์กร จัดการน้ำ เสีย	๓. การแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมใน กระบวนการของ องค์การจัดการน้ำ เสีย (CSR in Process)	๔. ด้านการ พัฒนาอย่าง ยั่งยืนของ องค์การจัดการ น้ำเสีย	๕. ด้านการกำกับ ดูแลองค์กร การ บริหารจัดการ ความเสี่ยง และ การปฏิบัติการ ตามกฎระเบียบ ขององค์การ จัดการน้ำเสีย (GRC)	๖. ด้านการ ควบคุมภายใน ขององค์การ จัดการน้ำเสีย	๗. ด้านการ บริหารความ เสี่ยงของ องค์การจัดการ น้ำเสีย	๘. ด้านการ ปฏิบัติต่อ ลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์ และบริการ	๙. ด้านการ บริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วน เสียของ องค์การจัดการ น้ำเสีย	๑๐. ด้าน ดิจิทัลเพื่อ บริหารจัดการ ขององค์การ จัดการน้ำเสีย	๑๑. ด้าน การบริหาร ทุนมนุษย์	๑๒. ด้านการ ส่งเสริมความคิด สร้างสรรค์ และ บริหารจัดการ นวัตกรรมของ องค์การจัดการ น้ำเสีย	๑๓. ด้านการ บริหารจัดการ ความรู้ของ บุคลากร องค์การจัดการ น้ำเสีย
๑. การพัฒนาการจัดการความรู้ ของระบบงานที่สำคัญ	✓		✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓
๒. การพัฒนาบุคลากรด้าน การจัดการความรู้ขององค์กร	✓		✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓	✓
๓. เสริมสร้างศักยภาพด้าน ดิจิทัลให้บุคลากรทั่วองค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
๔. ส่งเสริมวิจัยและพัฒนาเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓

การจัดทำแผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การการจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

แผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การการจัดการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ดำเนินงานภายใต้แผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙) จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบ ทิศทาง และกลไกในการขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของ อจน. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์ ค่านิยม วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ที่สอดคล้องตามแผนวิสาหกิจองค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙)

๑.๑ ผลจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis

การจัดทำแผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การการจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๙) ได้ดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมของผู้บริหาร พนักงานในองค์กร โดยทำการประเมิน คัดเลือก SWOT ที่ทำการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร โดยให้ความสำคัญกับการพิจารณาสภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความสามารถขององค์กรที่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมจากการดำเนินงานที่ผ่านมา อีกทั้งให้ความสำคัญกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง เพื่อขับเคลื่อนภารกิจด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์การการจัดการน้ำเสีย ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงได้ต่อไป โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์องค์กรในด้านนวัตกรรมด้วย SWOT Analysis ดังนี้

IM SWOT	Fact based
จุดแข็ง (Strength: S)	
S๑ มีการกำหนดกระบวนการทำงานที่สำคัญทั้งกระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุน	อจน. มีการทบทวนกระบวนการหลัก ๗ กระบวนการ กระบวนการสนับสนุน ๒๖ กระบวนการ และนโยบายด้านการบริหารจัดการองค์กรเป็นประจำทุกปี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน ลดการใช้ทรัพยากร สร้างความเข้าใจ ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และสนองความต้องการลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งจัดทำแผนที่ความรู้ (KM Mapping) ที่สอดคล้องกับกระบวนการหลัก กระบวนการสนับสนุน
S๒ มีองค์ความรู้ที่สนับสนุนการดำเนินงานตามภารกิจหลักของ อจน. จากภายในและภายนอกองค์กร	อจน. มีการกำหนดองค์ความรู้ที่สำคัญประจำปี ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และสามารถ

IM SWOT	Fact based
	บรรลุเป้าหมายขององค์กร มีการจัดอบรมความรู้ที่สำคัญ ก่อนจัดเก็บรวบรวมในระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่สนับสนุนกระบวนการจัดการความรู้ เช่น ระบบ iDoxcons WorkD e-Saraban เป็นต้น
S๓ มีนโยบาย เป้าหมายการจัดการความรู้ที่ชัดเจน	ผู้บริหารกำหนดนโยบาย ทิศทาง (KM Roadmap) แผนการจัดการความรู้ระยะยาว ระยะสั้นด้านการจัดการความรู้ รวมทั้งแต่งตั้งคณะทำงาน WMA KM Team ที่มาจากตัวแทนของหน่วยงานภายใน ซึ่งได้กำหนดบทบาทหน้าที่และแนวทางการบริหารจัดการการจัดการความรู้และนวัตกรรมที่ชัดเจน
S๔ มีการกำหนดองค์ความรู้ที่สำคัญขององค์กร	คณะทำงาน WMA KM Team และคณะทำงาน WMA IM Team จัดประชุมพิจารณาองค์ความรู้ที่สำคัญขององค์กร ตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายขององค์กร
จุดอ่อน (Weakness: W)	
W๑ การบูรณาการองค์ความรู้ยังไม่ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร	องจ. ยังไม่มีการเชื่อมโยงองค์ความรู้ที่มีอยู่ให้เป็นระบบที่ชัดเจน และยังไม่มีการนำองค์ความรู้มาถ่ายทอดให้กับส่วนงานอื่นๆ ให้รับทราบ
W๒ โครงสร้างองค์การจัดการน้ำเสียยังไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจนด้านการจัดการความรู้และความคิดสร้างสรรค์	โครงสร้าง องจ. และอัตรากำลังของ องจ. ในปัจจุบัน ยังไม่มีหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงด้านการจัดการความรู้ ประกอบกับพนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการจัดการความรู้โดยตรงยังไม่มี
W๓ กระบวนการจัดการองค์ความรู้ยังเป็นระบบขององค์กรยังไม่สมบูรณ์	กระบวนการจัดการความรู้ของ องจ. ในขั้นตอนการแสวงหาความรู้ที่สำคัญจากบุคคล หรือหน่วยงานภายนอก เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของ องจ. ยังตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างเต็มที่
W๔ การสื่อสารทำความเข้าใจกับบุคลากรของ องจ. ในการเชื่อมโยงการจัดการความรู้กับการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมยังไม่สมบูรณ์	องจ. ยังไม่มีช่องทางสื่อสารที่หลากหลายในการสื่อสารการนำองค์ความรู้ไปคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สามารถประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิด

IM SWOT	Fact based
	ความคิดสร้างสรรค์และสร้างเป็นผลงานนวัตกรรมต่อไป
โอกาส (Opportunities: O)	
O๑ รัฐบาลส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสีย มีความร่วมมือแลกเปลี่ยนด้านความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมที่สำคัญกับหน่วยงานภายนอก	๑. นโยบายตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (มีอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศ พัฒนาแล้ว ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี แห่งอนาคต) และยุทธศาสตร์ที่ ๖ ด้านการปรับ สมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ (การนำนวัตกรรม เทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ และระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามา ประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า) ๒. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ นโยบายและแผนวิทยาศาสตร์ ที่สนับสนุน ให้รัฐวิสาหกิจมีการวิจัยและพัฒนาวัตกรรม (R&D) และให้หน่วยงานนำนวัตกรรมเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น
O๒ มีความร่วมมือแลกเปลี่ยนแนวทางการดำเนินการ ด้านการจัดการนวัตกรรมกับหน่วยงานภายนอก	อจน. ได้ขอความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อพัฒนางานด้านการบริหารจัดการองค์กร รวมทั้งการร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการดำเนินงานบริหารจัดการนวัตกรรมระบบ บำบัดน้ำเสีย
ภัยคุกคาม (Threats: T)	
T๑ มีข้อจำกัดด้านงบประมาณในการพัฒนานวัตกรรม	งบประมาณสนับสนุนกระบวนการส่งเสริม นวัตกรรมของ อจน. ยังไม่เพียงพอในการ ดำเนินการ
T๒ มีผู้เชี่ยวชาญอย่างจำกัดที่มีองค์ความรู้หลักเกณฑ์ การประเมินผลด้านการจัดการนวัตกรรมซึ่งส่งผล ต่อการพัฒนางานนวัตกรรมขององค์กร	โครงสร้างของ อจน. และอัตรากำลังของ อจน. มี จำนวน ๑๖๗ อัตรา (ยังไม่เต็มอัตรากำลัง ปัจจุบัน ๑๑๗ อัตรา) ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานที่มี หน้าที่รับผิดชอบงานจัดการความรู้และนวัตกรรม โดยตรง ปัจจุบันไม่มีบุคลากรที่จบการศึกษา มี

IM SWOT	Fact based
	ประสบการณ์ ทักษะ ความเชี่ยวชาญด้านการวิจัย และนวัตกรรม
T๓ การดำเนินงานภาครัฐที่มีความยุ่งยากซับซ้อน และเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมนวัตกรรม เช่น การขอรับรองทรัพย์สินทางปัญญา	อจน. ยังไม่สามารถจดสิทธิบัตรนวัตกรรมขององค์กรได้

การจัดลำดับความสำคัญของ SWOT

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรด้านความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมสามารถจัดลำดับความสำคัญของ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ดังนี้

๑) การจัดลำดับจุดแข็ง (Strength: S)

ลำดับที่	รหัส	จุดแข็ง (Strength: S)
๑	S๑	มีนวัตกรรมในการออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ด้านบนที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า
๒	S๒	ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมด้านนวัตกรรม ทั้งในส่วนของการจัดประกวดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การประกวดพนักงานดีเด่น การประกวดสำนักงานจัดการน้ำเสียสาขาดีเด่น กิจกรรม WMA Showcase รวมทั้งกำหนดให้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็น KPI ของบุคลากร
๓	S๓	ผู้บริหารมอบนโยบายและสนับสนุน ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

๒) การจัดลำดับจุดอ่อน (Weaknesses: W)

ลำดับที่	รหัส	(Weaknesses: W)
----------	------	-----------------

๑	W๓	ยังขาดทีมงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมจัดการน้ำเสียที่มีศักยภาพโดยเฉพาะตามโครงสร้างองค์กรยังไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยตรง
๒	W๑	พนักงานยังให้ความสำคัญด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในระดับปานกลาง
๓	W๒	กระบวนการนวัตกรรมยังไม่ครบถ้วนทั้ง ๔ ด้าน ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมธุรกิจใหม่ตามเกณฑ์การประเมิน Core Business Enablers

๓) การจัดลำดับโอกาส (Opportunities: O)

ลำดับที่	รหัส	โอกาส (Opportunities: O)
๑	O๑	รัฐบาลส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียมีความร่วมมือแลกเปลี่ยนด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่สำคัญกับหน่วยงานภายนอก
๒	O๒	มีความร่วมมือแลกเปลี่ยนแนวทางการดำเนินการด้านการจัดการนวัตกรรมกับหน่วยงานภายนอก

๔) การจัดลำดับข้อจำกัด (Threats: T)

ลำดับที่	รหัส	ภัยคุกคาม (Threats: T)
๑	T๒	มีข้อจำกัดด้านงบประมาณในการพัฒนานวัตกรรม
๒	T๓	มีผู้เชี่ยวชาญอย่างจำกัดที่มีองค์ความรู้หลักเกณฑ์การประเมินผลด้านการจัดการนวัตกรรมซึ่งส่งผลต่อการพัฒนางานนวัตกรรมขององค์กร
๓	T๔	การดำเนินงานภาครัฐที่มีความยุ่งยากซับซ้อนและเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมนวัตกรรม เช่น การขอรับรองทรัพย์สินทางปัญญา

สมรรถนะหลักด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Core Competency: CC)

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ภายนอกให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ในการกำหนดสมรรถนะหลักด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้ ดังนี้

สมรรถนะด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Core Competency: CC)

CC	มีนวัตกรรมการออกแบบและก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
----	---

ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages: SA)

SWOT ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมสามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ได้ ดังนี้

ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantages: SA)	
SA	S๑ S๒ X O๑ O๒ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๓.๑.๔ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC)

SWOT ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมสามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ได้ ดังนี้

ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC)	
SC	W๑ W๓ X T๒ T๓ มีข้อจำกัดด้านพนักงาน โครงสร้างองค์กร และงบประมาณสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective: SO)

คณะทำงานส่งเสริมการจัดการด้านนวัตกรรมขององค์การจัดการน้ำเสีย (WMA IM Team) ได้นำผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage: SA) ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges: SC) และสมรรถนะหลักขององค์กร (Core Competency:CC) มาวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Strategic Objective: SO) ดังนี้

องค์ประกอบ	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
SA X SC X CC	ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการน้ำเสียด้วยนวัตกรรม

การวิเคราะห์ความเสี่ยงการบริหารจัดการนวัตกรรม

การจัดทำแผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสีย พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๘) และแผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การจัดการน้ำเสีย ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจมีผลทำให้

การดำเนินงานตามไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยศึกษาและวิเคราะห์ความเสี่ยงที่สอดคล้องกับหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารเชิงกลยุทธ์ รวมถึงมาตรฐานการควบคุมภายใน ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสและช่วยให้ อนาคต. บรรลุเป้าประสงค์และพันธกิจที่ตั้งไว้ โดยมีหลักการดำเนินงาน ดังนี้

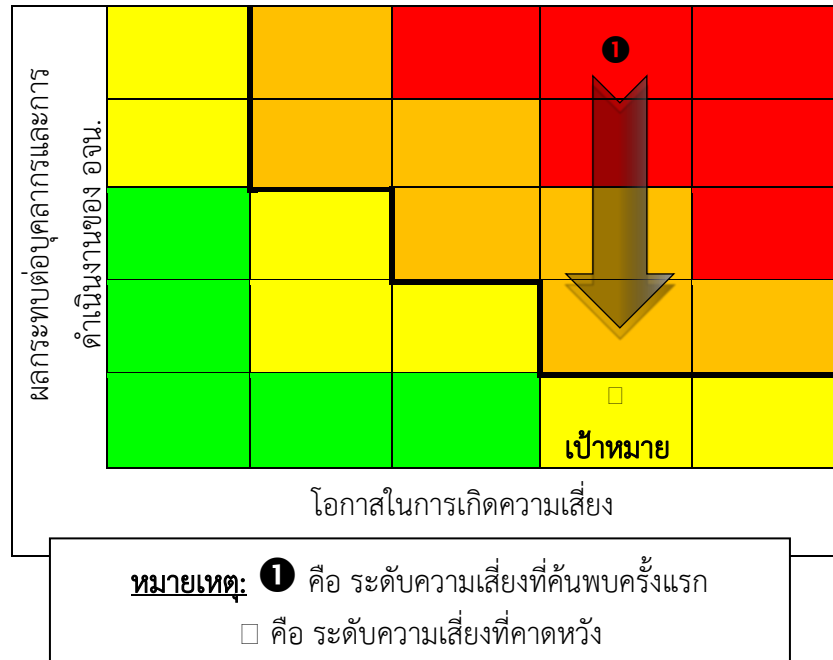
๑. การรวบรวมและประมวลผลข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงที่องค์กรต้องเผชิญ (Exposure to risks) ซึ่งจะช่วยให้องค์กรตัดสินใจกำหนดแนวทางในการบริหารความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม

๒. การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) โดยกระบวนการระบุหาความเสี่ยงที่สำคัญขององค์กร ประเมินผลกระทบของความเสี่ยง พัฒนาแนวทางการจัดการกับความเสี่ยงและนำไปปฏิบัติอย่างเป็นระบบ โดยมีการบูรณาการ และความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์ บุคลากร กระบวนการและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มคุณค่าสูงสุดให้กับองค์กร

ประเภท	ปัจจัยเสี่ยง
Strategic Risk: S	๑. การเตรียมความพร้อมขององค์การการจัดการน้ำเสียดำเนินการด้านการจัดการความรู้ ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
Operational Risk: O	๒. การดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
Financial Risk: F	๓. งบประมาณในการดำเนินการด้านการจัดการความรู้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
Compliance Risk: C	๔. การพัฒนาบุคลากรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

ปัจจัยเสี่ยง	สาเหตุความเสี่ยง
RF๑ การเตรียมความพร้อมขององค์การการจัดการน้ำเสียดำเนินการด้านการจัดการความรู้ ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	RC๑.๑ ขาดการเตรียมความพร้อมในการดำเนินการด้านการจัดการความรู้ RC๑.๒ ขาดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการดำเนินการด้านการจัดการความรู้
RF๒ การดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	RC๒.๑ ขาดความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินการด้านการจัดการความรู้ RC๒.๒ พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการจัดการความรู้ที่ถูกต้อง
RF๓ งบประมาณในการดำเนินการด้านการจัดการความรู้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	RC๓.๑ ขาดการจัดตั้งงบประมาณล่วงหน้า RC๓.๒ เกิดเหตุการณ์ภายนอกที่ส่งผลให้รายได้ขององค์การน้ำเสียลดลง
RF๔ การพัฒนาบุคลากรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	RC๔.๑ พนักงานขาดความรู้เฉพาะด้าน RC๔.๒ ขาดการทบทวนแผนการพัฒนาทรัพยากรบุคคล RC๔.๓ ขาดการใช้ระบบสารสนเทศช่วยสนับสนุนอย่างเป็นระบบ

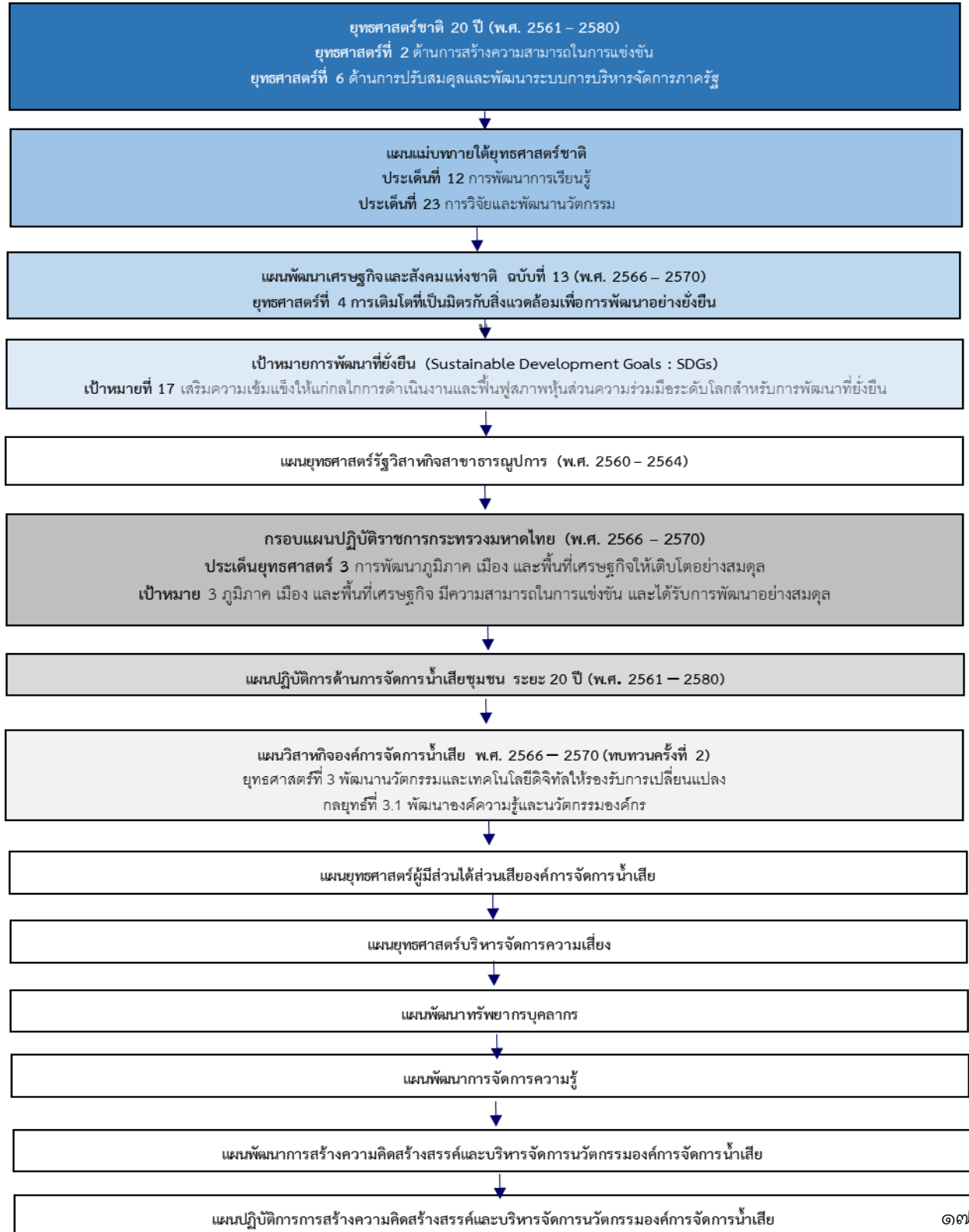
Risk Profile แสดงค่าระดับความเสี่ยงขององค์การจัดการน้ำเสีย มีโอกาสไม่มีกระบวนการจัดการความรู้



ตารางแสดงค่าโอกาสเกิดความเสี่ยง (Likelihood : L)	
ระดับ ๕ สูงมาก	มีโอกาstที่องค์กรไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างง่ายดาย
ระดับ ๔ สูง	มีโอกาstไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร
ระดับ ๓ ปานกลาง	พนักงานไม่สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ขององค์กร
ระดับ ๒ ต่ำ	มีโอกาstที่องค์ความรู้จะกระจายในองค์กร
ระดับ ๑ ต่ำมาก	องค์กรไม่มีระบบการจัดการความรู้

ตารางแสดงค่าผลกระทบความเสี่ยง (Impact : I)	
ระดับ ๕ สูงมาก	มีผลกระทบต่อกระบวนการและการพัฒนาองค์กรรุนแรงมาก
ระดับ ๔ สูง	มีผลกระทบต่อกระบวนการพัฒนาคน พัฒนางาน พัฒนางค์กร
ระดับ ๓ ปานกลาง	มีการชะงักงันอย่างมีนัยสำคัญของการมีส่วนร่วมของผู้มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการจัดการความรู้ขององค์กร
ระดับ ๒ ต่ำ	มีผลกระทบเล็กน้อยต่อกระบวนการและการดำเนินงานภายในองค์กร
ระดับ ๑ ต่ำมาก	ไม่มีการชะงักงันของกระบวนการและการดำเนินงานภายในองค์กร

ยุทธศาสตร์ความเชื่อมโยงด้านความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรม



๑.๒ วิสัยทัศน์ ค่านิยมองค์กร วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม

วิสัยทัศน์

บริหารจัดการน้ำเสียชุมชนเพื่อสังคมด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

พันธกิจ

๑. ออกแบบ ก่อสร้าง และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
๒. ปรับปรุงฟื้นฟู และบริหารจัดการระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียชุมชนทั่วประเทศ
๓. ให้บริการหรือกิจการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

ในเชิงเศรษฐกิจ

๔. การพัฒนานวัตกรรมระบบบำบัดน้ำเสียที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

ค่านิยมองค์กร

มุ่งมั่นผลสัมฤทธิ์ จิตบริการ เชี่ยวชาญในหน้าที่

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

ส่งเสริมและพัฒนาด้านการบริหารจัดการน้ำเสียด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

๑. มีการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมให้บุคลากรในองค์กร
๒. มีกิจกรรม สร้างสภาพแวดล้อม และโครงการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม
๓. มีระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่รองรับและสนับสนุนการเกิดนวัตกรรม
๔. มีค่านิยมก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรด้านนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง	
กลยุทธ์ที่ ๑ การพัฒนานวัตกรรมขององค์กร	แผนงาน/โครงการ ๑. การพัฒนานวัตกรรมองค์กร ๒. การขอรับรางวัลนวัตกรรมองค์กร
ตัวชี้วัด ๑. การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้เป็นนวัตกรรมที่สนับสนุนกระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุน - ปี ๒๕๖๖ จำนวน ๒ นวัตกรรม - ปี ๒๕๖๗ จำนวน ๒ นวัตกรรม - ปี ๒๕๖๘ จำนวน ๓ นวัตกรรม - ปี ๒๕๖๙ จำนวน ๓ นวัตกรรม - ปี ๒๕๗๐ จำนวน ๔ นวัตกรรม ๒. จำนวนโครงการเข้าประกวดรางวัลนวัตกรรมองค์กร - ปี ๒๕๖๖ จำนวน ๒ โครงการ - ปี ๒๕๖๗ - - ปี ๒๕๖๘ จำนวน ๑ โครงการ - ปี ๒๕๖๙ จำนวน ๑ โครงการ - ปี ๒๕๗๐ จำนวน ๑ โครงการ	
กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาและยกระดับกระบวนการจัดการนวัตกรรมให้เป็นแนวปฏิบัติที่ดี	แผนงาน/โครงการ ๑. การรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปสู่การพัฒนา นวัตกรรม ๒. การพัฒนาบุคลากรด้านความคิดสร้างสรรค์ ในการต่อยอดนวัตกรรม (ผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการทำงาน และนวัตกรรมรูปแบบจำลอง อีธุรกิจ)
ตัวชี้วัด ๑. จำนวนความคิดสร้างสรรค์ที่รวบรวมทั้งภายในและภายนอกองค์กร นำมาพัฒนาเป็นนวัตกรรม - ปี ๒๕๖๖ จำนวน ๒ นวัตกรรม - ปี ๒๕๖๗ จำนวน ๒ นวัตกรรม - ปี ๒๕๖๘ จำนวน ๒ นวัตกรรม	

- ปี ๒๕๖๙ จำนวน ๒ นวัตกรรม - ปี ๒๕๗๐ จำนวน ๒ นวัตกรรม ๒. ร้อยละของบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการเกิดนวัตกรรมองค์กร - ปี ๒๕๖๖ ร้อยละ - - ปี ๒๕๖๗ ร้อยละ ๗๐ - ปี ๒๕๖๘ ร้อยละ ๗๕ - ปี ๒๕๖๙ ร้อยละ ๘๐ - ปี ๒๕๗๐ ร้อยละ ๘๐	
กลยุทธ์ที่ ๓ การเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร	แผนงาน/โครงการ ๑. การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ๒. การพัฒนากระบวนการเสริมสร้างค่านิยมความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรม ๓. การพัฒนาระบบแรงจูงใจสำหรับการพัฒนานวัตกรรม
ตัวชี้วัด ๑. ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม - ปี ๒๕๖๖ ร้อยละ - - ปี ๒๕๖๗ ร้อยละ ๗๐ - ปี ๒๕๖๘ ร้อยละ ๗๕ - ปี ๒๕๖๙ ร้อยละ ๘๐ - ปี ๒๕๗๐ ร้อยละ ๘๐ ๒. ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม - ปี ๒๕๖๖ ร้อยละ - - ปี ๒๕๖๗ ร้อยละ ๗๐ - ปี ๒๕๖๘ ร้อยละ ๗๕ - ปี ๒๕๖๙ ร้อยละ ๘๐ - ปี ๒๕๗๐ ร้อยละ ๘๐ ๓. ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม	

- ปี ๒๕๖๖ ร้อยละ -	
- ปี ๒๕๖๗ ร้อยละ ๗๐	
- ปี ๒๕๖๘ ร้อยละ ๗๐	
- ปี ๒๕๖๙ ร้อยละ ๘๐	
- ปี ๒๕๗๐ ร้อยละ ๘๐	

๑.๓ ขั้นตอนการดำเนินงาน

กระบวนการออกแบบนวัตกรรม	ประโยชน์ที่ได้รับ
๑. การนำองค์กรสู่การจัดการนวัตกรรมที่ยั่งยืน ผู้บริหารให้ความสำคัญ ส่งเสริมสนับสนุน มอบนโยบาย วิสัยทัศน์ แนวทางการดำเนินงานการจัดการนวัตกรรมผ่านการปฏิบัติตนที่เป็นแบบอย่าง (Role Model) มีเป้าหมาย ตัวชี้วัด การจัดการนวัตกรรม การสร้างวัฒนธรรมมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม ส่งเสริมค่านิยม สร้างแรงจูงใจ แรงกระตุ้นให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ ส่วนร่วมในกระบวนการการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งการแต่งตั้งคณะทำงานบริหารจัดการนวัตกรรม เพื่อขับเคลื่อนกระบวนการ และสนับสนุนการดำเนินงานด้านการจัดการนวัตกรรมให้เกิดเป็นรูปธรรม	สร้างความเชื่อมั่น กระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรเกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม องค์กร มีค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร ที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
๒. จัดทำแผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรม องค์การการจัดการน้ำเสีย ระยะยาว และแผนปฏิบัติการประจำปี แผนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์กรมีองค์ประกอบที่ครบถ้วน ได้แก่ วิสัยทัศน์ ค่านิยม เป้าประสงค์ แผนงาน/โครงการ ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงิน การติดตามประเมินผล การประเมินความเสี่ยง ความคุ้มค่า รวมทั้งการจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็น	องค์กรมีกรอบการดำเนินงานด้านนวัตกรรม ช่วยให้องค์กรเปลี่ยนแปลง เกิดสิ่งใหม่ ๆ ทั้งมิติด้านผลิตภัณฑ์ มิติบริการ มิติกระบวนการทำงาน รวมถึงมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจ
๓. การพัฒนานวัตกรรมเพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด การรวบรวมเสียงของลูกค้า (Voice of customer VOC) ของลูกค้าทุกกลุ่ม แบ่งประเภท VOC ตามผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) ผ่านระบบดิจิทัลที่เป็นฐานข้อมูลกลางขององค์กร รวมทั้งจัดอันดับความสำคัญ คัดเลือกวิเคราะห์ VOC ที่เป็นระบบสู่การจัดการนวัตกรรม และปรับปรุงนวัตกรรมที่ครอบคลุมในทุกผลิตภัณฑ์และบริการหลัก รวมทั้งครอบคลุมตาม Life-Cycle และ Touch Point ที่สำคัญ ประกอบกับการมีกระบวนการที่เป็นระบบ	องค์กรมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานที่มุ่งเน้นความต้องการ ความพึงพอใจ ความคาดหวังของลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ บริการที่ตรงตามความต้องการมากที่สุด

กระบวนการออกแบบนวัตกรรม	ประโยชน์ที่ได้รับ
ในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในนวัตกรรม เพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด รวมทั้งการมีส่วนร่วมของลูกค้า	
๔. การกำหนดแนวทางการเรียนรู้สู่การปรับปรุงและสร้างนวัตกรรม การเชื่อมโยงผลการวัด วิเคราะห์ และจัดการความรู้ ทั้งจาก KPIs ที่สำคัญขององค์กร (ระดับยุทธศาสตร์ ระดับกระบวนการ ทำงาน ที่มีการเทียบเป้าหมาย แนวโน้ม คู่แข่งคู่เทียบ และพิจารณาความสอดคล้องตามบริบทองค์กร) และความรู้ที่ได้จากการจัดการความรู้จากแหล่งอื่น ๆ ในภาพรวม และบูรณาการกับความรู้ที่ได้จากการจัดการความรู้จากแหล่งอื่น ๆ ในภาพรวม และไปใช้ในการสร้างนวัตกรรม ผ่านกระบวนการจัดการนวัตกรรมที่เป็นระบบ ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ การปรับปรุงกระบวนการทำงานที่สำคัญ การตลาด และรูปแบบธุรกิจใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับองค์กร	องค์กรมีกระบวนการเชื่อมโยงการวัดผล ตัวชี้วัดที่สำคัญขององค์กร และเกิดองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน มีการบูรณาการความรู้จากแหล่งอื่น ๆ ส่งผลให้องค์กรมีการพัฒนาคน พัฒนางาน พัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
๕. การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม จัดทำแผนการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร มีแนวทางปฏิบัติ/แผนงาน/โครงการ ในการส่งเสริมสนับสนุนสร้างบรรยากาศ ให้เกิดวัฒนธรรม การสร้างความร่วมมือความคิดสร้างสรรค์ และจัดการนวัตกรรมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุกกลุ่ม มีการทบทวนปรับปรุงโครงสร้าง จัดประกวดให้คำรางวัล ยกย่องชมเชย และให้แรงจูงใจแก่บุคลากรที่คิดสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรม และเกิดผลกระทบเชิงบวกกับองค์กร การยกระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม โดยการประเมินช่องว่างความรู้ความสามารถและศักยภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และจัดการนวัตกรรมของบุคลากรภายในองค์กร รวมทั้งประเมินผลลัพธ์ว่าการพัฒนาดังกล่าวจะสามารถตอบสนองตามความคาดหวังได้ตามเป้าหมายครบถ้วนทุกคน	วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการเรียนรู้เพื่อสร้างวัฒนธรรม และเป็นการพัฒนาความรู้ความสามารถสมรรถนะด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของบุคลากรระยะยาว และถ่ายทอดเป็นแผนดำเนินการประจำ
๖. กระบวนการนวัตกรรม การออกแบบกระบวนการนวัตกรรมขององค์กรในภาพรวม อย่างเป็นรูปธรรม ตั้งแต่กระบวนการรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการวิเคราะห์ คัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ กระบวนการนำความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ไปสู่การสร้างนวัตกรรม กระบวนการเชื่อมโยงความรู้ ไปสู่การสร้างนวัตกรรม กระบวนการจดสิทธิบัตร กระบวนการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลสู่การสร้างนวัตกรรมที่รวบรวมความคิด สร้างสรรค์จากบุคลากรและหน่วยงานภายใน ทั้งทั้งองค์กร และจากภายนอกทุกกลุ่มและอยู่ในระบบ	มีกระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการทำงาน และรูปแบบ ธุรกิจใหม่ โดยดำเนินการอย่างมีคุณภาพ เป็นไปตามเป้าหมาย รวมทั้งบุคลากรได้เรียนรู้ แนวปฏิบัติการจัดการความรู้ขององค์กร เกิดประโยชน์ต่อตนเองและองค์กร ในระยะยาว

กระบวนการออกแบบนวัตกรรม	ประโยชน์ที่ได้รับ
ฐานข้อมูล Digital รวมถึงไปสู่การตลาด/วิจัย/นำร่อง และออกสู่ตลาดตามแผนการกำหนดและบริหารกระบวนการนวัตกรรมขององค์กรอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมในทุกงานหรือกระบวนการทำงานที่สำคัญ	
๗. การจัดสรรทรัพยากร การกำหนดแนวทางการจัดสรรทรัพยากรทางการเงิน การลงทุน และด้านอื่น ๆ เช่น ทรัพยากรคน ระบบดิจิทัล ระยะเวลา ทรัพยากรพื้นฐานต่าง ๆ (เช่น อาคาร สถานที่ เป็นต้น) ที่เป็นมาตรฐานและเหมาะสมกับองค์กร มีการวัด ติดตาม วิเคราะห์ บริหารความเสี่ยง ผลการดำเนินงาน โครงการ/แผนงาน/กิจกรรม ประจำปีอย่างน้อย รายไตรมาส รวมถึงทบทวน วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค และจุดแข็งจากการดำเนินงาน และเก็บผลการทบทวนวิเคราะห์ใน ระบบ Digital ขององค์กร	องค์กรได้มีการทบทวน วิเคราะห์ วางแผน เพื่อเตรียมจัดสรรทรัพยากรรองรับการดำเนินงานการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้น รวมทั้งการประเมินความเสี่ยง แผนงาน/โครงการในการดำเนินงาน
ผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม การกำหนดและยกระดับผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมในทุกมิติทั้ง ๔ ด้านตาม Balanced Scorecard: BSC ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านการเงิน ผลลัพธ์ด้านลูกค้าและผลิตภัณฑ์และบริการ ผลลัพธ์ด้านกระบวนการภายใน ผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ซึ่งผลที่ได้จะนำมาปรับแผนกลยุทธ์องค์กร	การดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรโดยอาศัยการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมาย เป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

๑.๔ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมองค์การการจัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

รายละเอียดแผนงานภายใต้แผนปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์และบริหารจัดการนวัตกรรมขององค์การ

 จัดการน้ำเสีย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ มีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง													
กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนานวัตกรรมขององค์กร													
โครงการภายใต้กลยุทธ์													
ชื่อโครงการ : ๑. การพัฒนานวัตกรรมองค์กร													
ตัวชี้วัด จำนวนนวัตกรรม ๒ นวัตกรรมที่สนับสนุนกระบวนการหลัก และกระบวนการสนับสนุน													
การดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ปี ๒๕๖๘			ปี ๒๕๖๙								
		๑๐	๑๑	๑๒	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙
๑. เสนอขอจัดกิจกรรมการประกวดความคิดสร้างสรรค์สู่นวัตกรรมองค์กร	กสป./ ฝพอ./ คณะทำงานฯ												
๒. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่													
๓. สนับสนุนทรัพยากรดำเนินโครงการ/กิจกรรม													
๔. พิจารณาคัดเลือกนวัตกรรมที่สนับสนุนกระบวนการหลัก และกระบวนการสนับสนุน													
๕. ประกาศผล มอบรางวัล													
๖. บันทึกเป็นประวัติพนักงาน													

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนานวัตกรรมขององค์กร โครงการภายใต้กลยุทธ์ ชื่อโครงการ : ๒. การขอรับรางวัลนวัตกรรมองค์กร ตัวชี้วัด จำนวนโครงการ ๒ โครงการสนับสนุนกระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุน													
การดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ปี ๒๕๖๘			ปี ๒๕๖๙								
		๑๐	๑๑	๑๒	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙
๑. เสนอขอจัดกิจกรรมประกวดความคิดสร้างสรรค์สู่นวัตกรรมองค์กร/คัดเลือกโครงการที่ดำเนินงานตามกระบวนการจัดการนวัตกรรมที่ดี	กสป./ ฝพอ./ คณะทำงานฯ												
๒. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรม													
๓. สนับสนุนทรัพยากร													
๔. พิจารณาคัดเลือกโครงการนวัตกรรม													
๕. รวบรวมข้อมูล/ผลงาน ส่งเข้าประกวด													

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาและยกระดับกระบวนการจัดการนวัตกรรมให้เป็นแนวปฏิบัติที่ดี โครงการภายใต้กลยุทธ์ ชื่อโครงการ : ๑. การทบทวนพัฒนาการสร้างความคิดสร้างสรรค์และจัดการนวัตกรรม ตัวชี้วัด จำนวนนวัตกรรม ๒ นวัตกรรมที่สนับสนุนกระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุน													
การดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ปี ๒๕๖๘			ปี ๒๕๖๙								
		๑๐	๑๑	๑๒	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙
๑.ขอความเห็นชอบเผยแพร่ แบบประเมิน SWOT Analysis ด้านนวัตกรรม อจน. ๒. คณะทำงานฯ ประชุม ทบทวน SWOT และผลการ ดำเนินงาน ๓. เสนอ ผอ.อจน.ขอความ เห็นชอบแผนพัฒนานวัตกรรม (แผนระยะยาว แผนระยะสั้น) ก่อนเสนอคณะอนุกรรมการฯ พิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนเสนอคณะกรรมการ อจน. ๓. ดำเนินงานตามแผนพัฒนา นวัตกรรมฯ ๔. รายงานผลการดำเนินงาน รายไตรมาสต่อ คณะอนุกรรมการฯ	กสป./ ฝพอ./ คณะทำงานฯ												
													
													
													
													

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาและยกระดับกระบวนการจัดการนวัตกรรมให้เป็นแนวปฏิบัติที่ดี โครงการภายใต้กลยุทธ์ ชื่อโครงการ : ๒. การพัฒนาบุคลากรด้านความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดนวัตกรรม (ผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการทำงาน และนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ/ภารกิจใหม่) ตัวชี้วัด ร้อยละ ๗๐ ของบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการเกิดนวัตกรรมองค์กร													
การดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ปี ๒๕๖๘			ปี ๒๕๖๙								
		๑๐	๑๑	๑๒	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙
๑. คัดเลือกพนักงาน(ฝ่าย/สำนัก) ร่วมเป็นคณะทำงาน IM Team ๒. เสนอแต่งตั้งคณะทำงานฯ และกำหนดบทบาทหน้าที่ สอดคล้องตามเกณฑ์การประเมิน ๓. จัดกิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยคณะทำงานฯ เป็นผู้แทนเข้าร่วมกิจกรรม และพนักงานแต่ละกอง ๔. ติดตามและรายงานผลการเข้าร่วมกิจกรรม	กทบ./ผอภ. คณะทำงานฯ												
													
													

กลยุทธ์ที่ ๓ การเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร														
โครงการภายใต้กลยุทธ์														
ชื่อโครงการ : ๑. การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม														
ตัวชี้วัด ร้อยละ ๗๐ ของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม														
การดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ปี ๒๕๖๘			ปี ๒๕๖๙									
		๑๐	๑๑	๑๒	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙	
๑. วิเคราะห์ ประเมินช่องว่างค่านิยม และพฤติกรรมด้านนวัตกรรม	กทบ./ฟอก. คณะทำงานฯ													
๒. ปรับปรุงแผนการดำเนินงานเสนอ ผอ.อจน. คณะอนุพัฒนา และ คณะกรรมการฯ														
๓. จัดกิจกรรม/สร้างบรรยากาศในองค์กรที่เอื้อต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์														
๔. ติดตามและประเมินผล														
๕. ค่าอบรมและจัดกิจกรรมสนับสนุนทรัพยากร ๒ ครั้งต่อปีจำนวน ๕๐,๐๐๐ บาท														

กลยุทธ์ที่ ๓ การเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร

โครงการภายใต้กลยุทธ์

ชื่อโครงการ : ๒. การพัฒนากระบวนการเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรม
ตัวชี้วัด ร้อยละ ๗๐ ของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม

การดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ปี ๒๕๖๘			ปี ๒๕๖๙								
		๑๐	๑๑	๑๒	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙
๑. วิเคราะห์ ประเมินช่องว่าง ค่านิยมด้านนวัตกรรม	กทบ./ฟลอก. คณะทำงานฯ												
๒. กำหนด Role model เพื่อ เสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม													
๓. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ค่านิยมด้านนวัตกรรม													
๔. ติดตามและประเมินผล													

กลยุทธ์ที่ ๓ การเสริมสร้างค่านิยม ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร

โครงการภายใต้กลยุทธ์

ชื่อโครงการ : ๓. การพัฒนาระบบแรงจูงใจสำหรับการพัฒนานวัตกรรม

ตัวชี้วัด ร้อยละ ๗๐ ของบุคลากรที่ได้รับการเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม

การดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ปี ๒๕๖๘			ปี ๒๕๖๙								
		๑๐	๑๑	๑๒	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙
๑. วิเคราะห์ ประเมินช่องว่างค่านิยมด้านนวัตกรรม	กทบ./ฟอก. คณะทำงานฯ	→											
๒. กำหนด Role model เพื่อเสริมสร้างค่านิยมด้านนวัตกรรม			→										
๓. ทบทวนแผนการเสริมสร้างค่านิยม													
๔. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ค่านิยมด้านนวัตกรรม					→								
๕. ติดตามและประเมินผล												→	