

INNOVATION

To start with, we are always restless. That's why we like to fuel the right brain all the time. Leading to innovation and experiments. You'll find the never-say-die attitude here in plenty. Apart from all the encouragement that we give to innovation, we also let employees devote 10% of their office time to an innovative idea that they see light in. Eureka!



เกณฑ์ประเมินผล Enabler ด้านการจัดการนวัตกรรม (Innovation Management: IM)

สำหรับระบบประเมินผลการ
ดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ
ปี 2563

ประเด็นนำเสนอ

ด้านการจัดการนวัตกรรม (Innovation Management: IM)

01 หลักการ/แนวคิดในการพัฒนา

ทฤษฎี แนวความคิด มาตรฐาน และข้อมูลต่าง ๆ ที่นำมาประยุกต์ใช้ ในการพัฒนาเกณฑ์ประเมินผลฯ ด้านการจัดการนวัตกรรม

02 เกณฑ์ประเมินผลฯ ด้าน IM

รายละเอียดเกณฑ์ประเมินผลฯ การจัดการนวัตกรรม
(Innovation Management: IM)



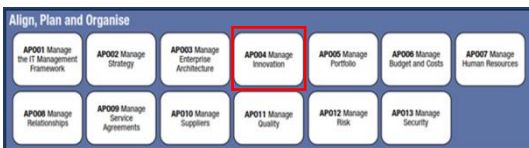
SPRING Model (SQA)



CEN/TS 16555-1: 2013

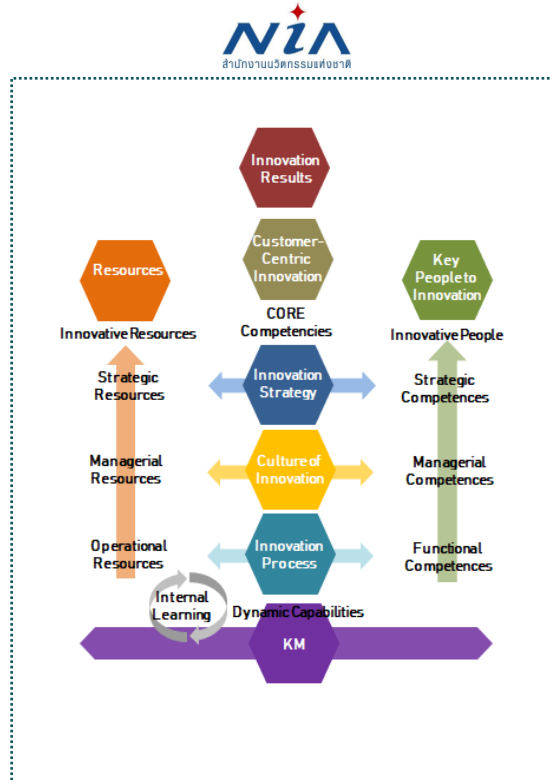


COBIT 5



เกณฑ์การจัดการนวัตกรรม (ใหม่)

Innovation Capabilities Assessment Model



SEPA



กรอบรางวัลนวัตกรรมดีเด่น



Definition of Innovation

1. ความใหม่ (Newness)

- การคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ กระบวนการผลิตหรือกระบวนการบริการใหม่
- การปรับปรุงหรือดัดแปลง ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการผลิต หรือกระบวนการบริการที่มีอยู่เดิม
- โดยใช้ความรู้ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือการจัดการมาพัฒนา

2. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity)

- เพื่อให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน การบริหารจัดการ การให้บริการ และยกระดับศักยภาพการแข่งขันขององค์กรสู่ความยั่งยืน

3. ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Sustainable Benefits)

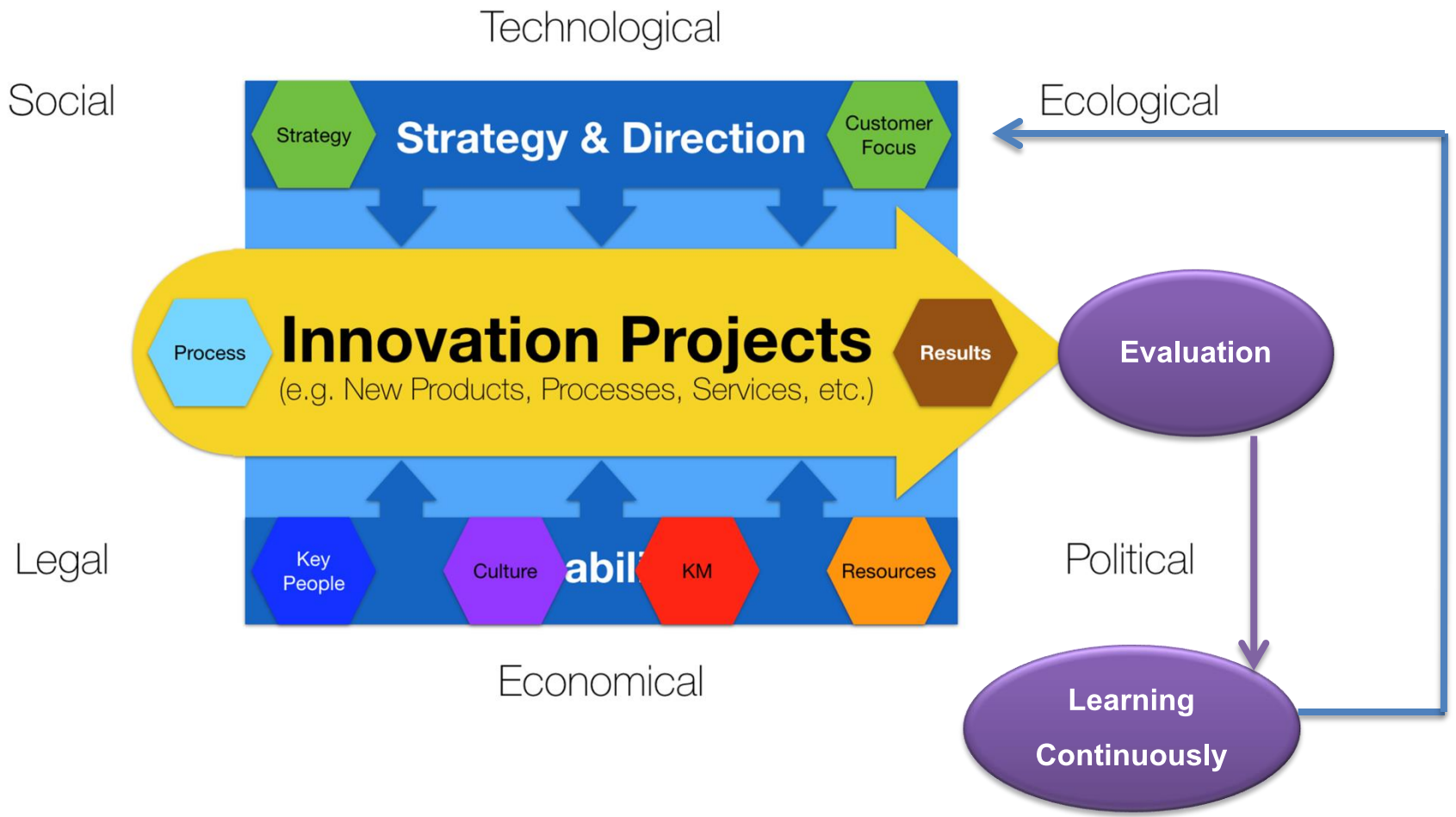
Innovation Process

The innovation Process is a set of activities that transforms inputs into higher value outputs. In general the innovation process can be classified into 4 stages, Search, Select, Implement and Capture Value. An organization's ability in structuring and managing the process affects its performance. An effective innovation process is aligned with the overall strategic direction and includes the customer perspective into each stage. To be successful the process needs to be integrated into the ongoing operations of an organization.

Innovation Capabilities

A Firm ability to generate innovation through continuous learning, Knowledge management, creativity and exploitation of internal and external resource available to the firm





1. Key People to Innovation (10%)

- 1.1 บทบาทผู้บริหารระดับสูง
- 1.2 บทบาทคณะกรรมการ/คณะทำงาน ด้านนวัตกรรม
- 1.3 การกำหนดค่านิยมและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

3. Customer-Centric Innovation (5%)

- 3.1 นวัตกรรมเพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

5. Culture of Innovation (5%)

- 5.1 การสร้างวัฒนธรรมเพื่อมุ่งเน้นนวัตกรรม
- 5.2 การยกระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม

7. Resource Allocation for Innovation (5%)

- 7.1 การจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอและเหมาะสม

2. Innovation Strategy (5%)

- 2.1 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม
- 2.2 การถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรมสู่การปฏิบัติ

4. Knowledge-Based Innovation (5%)

- 4.1 การจัดการความรู้สู่การสร้างนวัตกรรม

6. Innovation Processes (10%)

- 6.1 ภาพรวมกระบวนการนวัตกรรม
- 6.2 กระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์สู่การสร้างนวัตกรรม
- 6.3 กระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
- 6.4 กระบวนการนวัตกรรมกระบวนการทำงาน
- 6.5 กระบวนการนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ/ภารกิจ

8. Innovation Results (15%)

- 8.1 ผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม

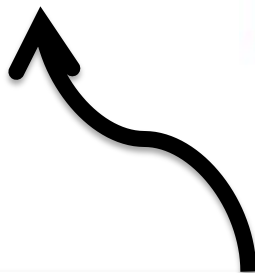
1. Key People to Innovation (10%)

1.1 บทบาทผู้บริหารระดับสูง

1.2 บทบาทคณะกรรมการ/คณะทำงาน ด้านนวัตกรรม

1.3 การกำหนดค่านิยมและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้น
ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

- ❑ ผู้บริหารระดับสูงมีการทบทวน/กำหนด วิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยมีการระบุการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการจัดการนวัตกรรมในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างชัดเจน พร้อมกำหนด KPIs เพื่อผลสำเร็จเชิงยุทธศาสตร์ทั่วทั้งองค์กร
- ❑ ผู้บริหารระดับสูงรับมอบนโยบายด้านส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการจัดการนวัตกรรมจากคณะกรรมการเป็นนโยบายหลักขององค์กร รวมถึงสื่อสารนโยบายให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างครบถ้วน (เช่น บุคลากร ผู้ส่งมอบ คู่ค้า ลูกค้า เป็นต้น)



❑ การกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายด้านการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และการจัดทำนวัตกรรมทั้งด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน เพื่อกำกับดูแลและประเมินผลสำเร็จเชิงยุทธศาสตร์ ในรูปแบบบูรณาการตั้งแต่ระดับองค์กร สายงาน/ฝ่ายงาน และระดับบุคคล

1. Key People to Innovation (10%)

1.1 บทบาทผู้บริหารระดับสูง

1.2 บทบาทคณะกรรมการ/คณะทำงาน ด้านนวัตกรรม

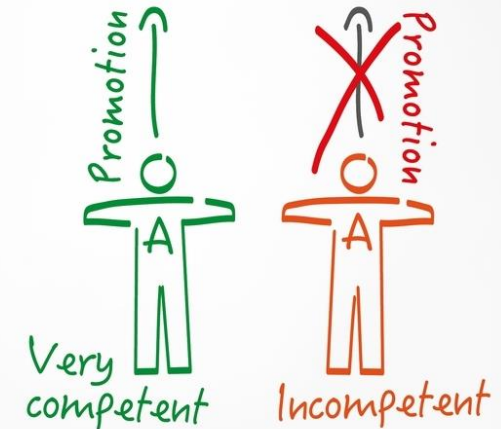
1.3 การกำหนดค่านิยมและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้น
ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม



- ❑ รส. มีการกำหนด คณะอนุกรรมการด้านนวัตกรรมระดับองค์กร ที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดและกำกับดูแลการดำเนินงานตามนโยบายด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กรในภาพรวม ทั้งการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา ยุกระดับการจัดการนวัตกรรม รวมทั้งการจัดให้ฝ่ายจัดการจัดทำ ยุทธศาสตร์/แผนแม่บทการจัดการความรู้และนวัตกรรม ระยะยาว เพื่อถ่ายทอดสู่แผนปฏิบัติการ/โครงการ/แผนงานในทุกระดับขององค์กร
- ❑ รส. มีการกำหนด คณะทำงาน/หน่วยงาน ในระดับกระบวนการทำงานที่สำคัญ อย่างครบถ้วน ได้แก่ ระดับสายงาน/ฝ่ายงาน หรือระดับหน่วยงานภายใน เช่น ระดับภาค/เขต และระดับแผนก เป็นต้น ที่มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการส่งเสริม อำนวยความสะดวก พร้อมติดตามและรายงานผลการดำเนินการตามนโยบายและยุทธศาสตร์ที่องค์กรกำหนด

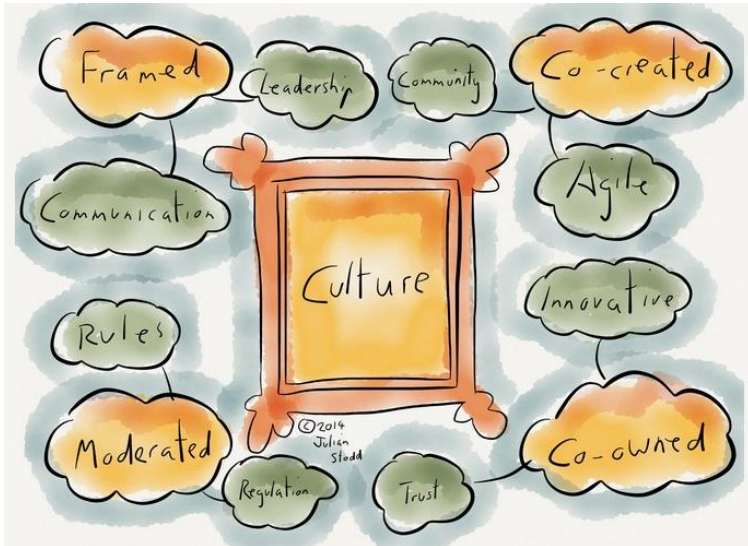
THE PETER PRINCIPLE

Say NO! to incompetence at work



1. Key People to Innovation (10%)

- 1.1 บทบาทผู้บริหารระดับสูง
- 1.2 บทบาทคณะกรรมการ/คณะทำงาน ด้านนวัตกรรม
- 1.3 การกำหนดค่านิยมและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม



- ❑ ผู้บริหารระดับสูง กำหนดให้มีค่านิยมที่มุ่งเสริมสร้างให้เกิดพฤติกรรมที่มุ่งเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการจัดการนวัตกรรมเป็นกลไกพื้นฐานในการสร้างความสำเร็จ โดยจะมีการสื่อสารให้พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกทุกกลุ่มรับรู้ เข้าใจ และนำไปปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน
- ❑ จัดทำและดำเนินการตามแผนเสริมสร้างค่านิยมทั้งระยะยาว และประจำปี จนได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกว่าเป็นองค์กรที่มีความแข็งแกร่งตามค่านิยมที่กำหนด

2. Innovation Strategy (5%)

2.1 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม

2.2 การถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรมสู่การปฏิบัติ

02 เกณฑ์ประเมินผล ด้าน IM

- ✓ Input อย่างน้อย 1. แผนยุทธศาสตร์ รส. 2. แผนแม่บทที่เกี่ยวข้อง 3. ทิศทางการเปลี่ยนแปลงระยะยาวและระยะสั้นด้านตลาด ด้านธุรกิจ ความต้องการลูกค้า ผู้ส่งมอบ คู่ค้า คู่ ความร่วมมือ บุคลากร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ การแข่งขัน และสภาพแวดล้อมด้านกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ 4. ทิศทาง เทคโนโลยี และเทคโนโลยีดิจิทัล ในอนาคต 5. ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่สำคัญ ทั้งในระดับองค์กร สายงาน/ฝ่ายงาน และอื่นๆ ตามมิติ LeTCI 6. ผลการดำเนินงาน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ KM และ Innovation
- ✓ เนื้อหาของแผนแม่บทฯ/ยุทธศาสตร์ครอบคลุมประเด็นและรายละเอียดตามเกณฑ์ประเมิน IM ทั้ง 8 ด้าน



- ❑ รส. มีการกำหนดยุทธศาสตร์/แผนแม่บทฯ และเป้าประสงค์ เป้าหมายด้านนวัตกรรม ทั้งระยะยาวและระยะสั้นขององค์กรที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และเป้าหมายหลักขององค์กรอย่างชัดเจน และมีการตอบสนองต่อปัจจัยภายในและภายนอกขององค์กร โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจหรือตลาด การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล ความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โอกาสการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ โอกาสการกำหนดหรือนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กฎหมายและกฎระเบียบ รวมถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
- ❑ แผนแม่บทฯ/ยุทธศาสตร์ มีสาระสำคัญครบถ้วนครอบคลุมทั้งการพัฒนา กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการ รูปแบบการตลาดและการประกอบกิจการ การจัดการความรู้ การคิดสร้างสรรค์ โครงสร้างการปฏิบัติงาน และการสร้างวัฒนธรรมองค์กร
- ❑ จัดสรรทรัพยากร พร้อมประเมินความคุ้มค่า ความเสี่ยง และจัดลำดับความสำคัญของแผนงาน/โครงการด้านนวัตกรรมอย่างเหมาะสม
- ❑ จัดทำแผนปฏิบัติการ ถ่ายทอดให้เกิดการรับรู้ทั้งกลุ่มบุคลากร ผู้ส่งมอบ คู่ค้า และคู่ความร่วมมือ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิผล

2. Innovation Strategy (5%)

2.1 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม

2.2 การถ่ายทอดยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรมสู่การปฏิบัติ

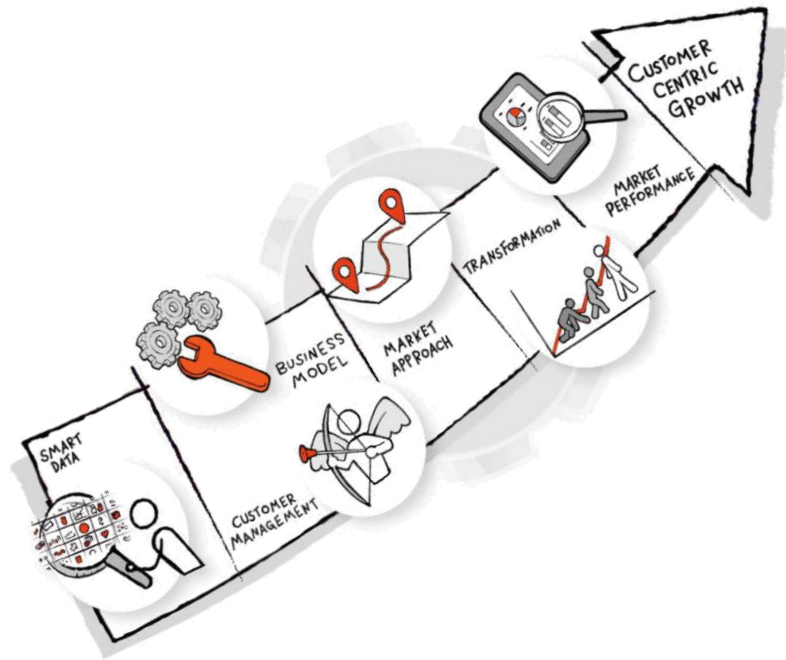


REMEMBER M&E INFORMATION IS USEFUL
ONLY IF IT IS USED!

- ❑ การกำกับติดตามให้การดำเนินงานประจำปีในภาพรวมเป็นไปตามเป้าหมาย โดยพิจารณาให้มีการกำหนดกรอบการประเมิน output และ outcome ด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน และ รส. ดำเนินการได้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายของแผนปฏิบัติการประจำปีอย่างครบถ้วนสมบูรณ์
- ❑ เก็บรวบรวมผลการดำเนินงานในระบบ Digital เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้อง แม่นยำ และทันกาล

3. Customer-Centric Innovation (5%)

3.1 นวัตกรรมเพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

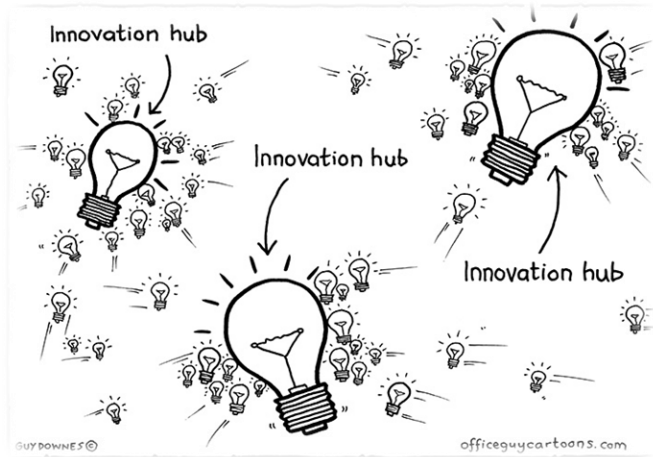


- ❑ การรวบรวม VOC ของลูกค้าทุกกลุ่มลูกค้าและตลาด (ลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า ลูกค้าคู่แข่ง และลูกค้าในอนาคต) และแบ่งประเภท VOC ตามผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านการประยุกต์ใช้ระบบดิจิทัลเป็นกลไกหลักในการดำเนินงาน
- ❑ การจัดอันดับความสำคัญ คัดเลือก วิเคราะห์ VOC ที่เป็นระบบ เพื่อนำสู่การจัดการนวัตกรรม
- ❑ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ และการปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยครอบคลุมตาม Life-Cycle และ Touch Point ที่สำคัญ
- ❑ การมีกระบวนการที่เป็นระบบในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการนวัตกรรมเพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด (พิจารณาจากการทำ Enterprise Architecture : EA) รวมทั้งการมีส่วนร่วมของลูกค้า

4. Knowledge-Based Innovation (5%)

4.1 การจัดการความรู้สู่การสร้างนวัตกรรม

- ❑ การวัดและวิเคราะห์ผลสำเร็จเชิงเปรียบเทียบในกลุ่ม KPIs ที่สำคัญขององค์กร (ระดับยุทธศาสตร์ ระดับกระบวนการทำงาน ที่มีการเทียบเป้าหมาย แนวโน้ม คู่แข่งคู่เทียบ และพิจารณาความสอดคล้องตามบริบทองค์กร)
- ❑ กำหนดแนวทางการค้นหา จัดการความรู้ เปลี่ยนแปลง ดูดซับความรู้จากทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการทำงาน การตลาด และรูปแบบธุรกิจใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรบรรลุเป้าหมายของตัวชี้วัดที่กำหนดหรือดีกว่า



5. Culture of Innovation (5%)

5.1 การสร้างวัฒนธรรมเพื่อมุ่งเน้นนวัตกรรม

5.2 การยกระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม

การประเมิน Gap และจัดทำแผนการเสริมสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ที่ครอบคลุมคุณลักษณะสำคัญ ได้แก่

- การมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และนวัตกรรม
- การกล้าลงมือทำ คิดเชิงระบบ และไม่กลัวความล้มเหลวจนเกินไป
- การร่วมมือกัน
- การแบ่งปันทักษะของบุคลากร ทั้งภายในและข้ามหน่วยงาน
- การสื่อสารแบบ 2 ทิศทาง ระหว่างพนักงานกับหัวหน้างาน และผู้บริหาร
- การให้อำนาจในการตัดสินใจ
- การไม่ละเมิดลิขสิทธิ์หรือลอกเลียนแบบ

แผนการเสริมสร้างวัฒนธรรมฯ ควรมุ่งเน้น

- การสร้างบรรยากาศในการทำงาน การสร้างความร่วมมือความคิดสร้างสรรค์ และจัดการนวัตกรรม ร่วมกับ Stakeholders ภายนอก
- การทบทวน/ปรับปรุง โครงสร้างองค์กร หรือโครงสร้างการทำงาน ให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างสายงาน/ฝ่ายงาน
- การให้ค่าตอบแทน รางวัล ยกย่องชมเชย และให้แรงจูงใจแก่บุคลากรที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและเกิดผลกระทบเชิงบวกกับองค์กร



5. Culture of Innovation (5%)

5.1 การสร้างวัฒนธรรมเพื่อมุ่งเน้นนวัตกรรม

5.2 การยกระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม

- ❑ การประเมิน Gap ความรู้ความสามารถและศักยภาพ
การใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเปรียบเทียบกับ Best Practices คู่เทียบหรือ เป้าหมายที่องค์กร
คาดหวัง พร้อมนำผลดังกล่าวไปจัดทำแผนพัฒนา
ความรู้ความสามารถสมรรถนะด้านการใช้ความคิด
สร้างสรรค์และนวัตกรรมทั้งระยะยาวและประจำปี
- ❑ ดำเนินการและบรรลุได้ตามเป้าหมายหรือดีกว่า
เป้าหมายของแผนพัฒนาความรู้ความสามารถ
สมรรถนะด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์และ
นวัตกรรม
- ❑ จัดเก็บข้อมูลการพัฒนาผ่านระบบ Digital เพื่อให้
เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และการพัฒนาตั้งแต่ระดับ
บุคคลถึงระดับองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง



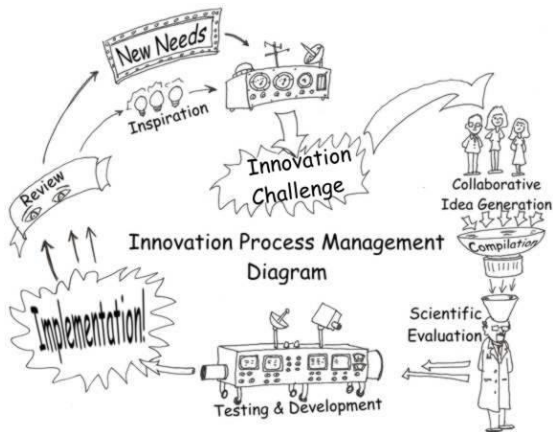
REMEMBER M&E INFORMATION IS USEFUL
ONLY IF IT IS USED!

ONLY IT IS USED!
REMEMBER M&E INFORMATION IS USEFUL

6. Innovation Processes (10%)

- 6.1 ภาพรวมกระบวนการนวัตกรรม
- 6.2 กระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์สู่การสร้างนวัตกรรม
- 6.3 กระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
- 6.4 กระบวนการนวัตกรรมกระบวนการทำงาน
- 6.5 กระบวนการนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ/ภารกิจ

02 เกณฑ์ประเมินผล ด้าน IM



- ❑ การออกแบบ กำหนด และจัดให้มีกระบวนการนวัตกรรมขององค์กรในภาพรวมอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ กระบวนการรวบรวมความคิดสร้างสรรค์, กระบวนการวิเคราะห์ คัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์, กระบวนการนำความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ไปสู่การสร้างนวัตกรรม, กระบวนการเชื่อมโยงความรู้ไปสู่การสร้างนวัตกรรม, กระบวนการจดสิทธิบัตร, กระบวนการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อรองรับ IM โดยเป็นกระบวนการที่สอดคล้องกับหลักการ/แนวคิด แนวปฏิบัติ มาตรฐานสากล และยุทธศาสตร์การจัดการนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- ❑ รวบรวมและคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำมาทดลอง วิจัยและพัฒนา ให้เกิดเป็นนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการปฏิบัติงานที่มีคุณค่า
- ❑ พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการปฏิบัติงาน และแบบจำลองทางธุรกิจใหม่ ที่สามารถสร้างประโยชน์ทั้งด้านการเงินและไม่ใช้การเงินจนบรรลุได้ตามเป้าหมายที่กำหนดหรือดีกว่า

7. Resource Allocation for Innovation (5%)

7.1 การจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอและเหมาะสม

- ❑ การกำหนด แนวทางการจัดสรรทรัพยากรทางการเงิน การลงทุน และด้านอื่นๆ เช่น ทรัพยากรคน ระบบดิจิทัล ระยะเวลา ทรัพยากรพื้นฐานต่างๆ (เช่น อาคาร สถานที่ เป็นต้น) ที่เป็นระบบ และเหมาะสม
- ❑ มีการวัด ติดตาม วิเคราะห์ บริหารความเสี่ยง และ ผลการดำเนินงานของโครงการ/แผนงาน/กิจกรรม ประจำปีอย่างน้อยรายไตรมาส
- ❑ มีการทบทวน วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค และจุดแข็ง จากการดำเนินงาน และเก็บผลการทบทวนวิเคราะห์ในระบบ Digital ขององค์กร



8. Innovation Results (15%)

8.1 ผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม

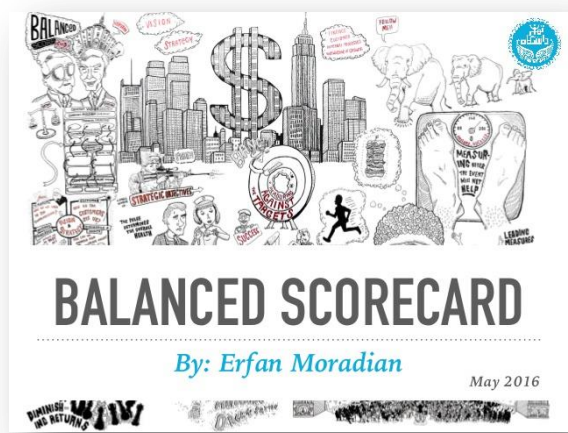
02 เกณฑ์ประเมินผลฯ ด้าน IM

Innovation Result

- การกำหนดและยกระดับผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมในทุกมิติทั้ง 4 ด้าน ตาม BSC ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านการเงิน ผลลัพธ์ด้านลูกค้าและผลิตภัณฑ์และบริการ ผลลัพธ์ด้านกระบวนการภายใน ผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

- F1 - รายได้ที่เพิ่มขึ้น/ค่าใช้จ่ายที่ลดลง จากนวัตกรรม ในภาพรวมของ รส.
- F2 - รายได้ที่เพิ่มขึ้น/ค่าใช้จ่ายที่ลดลง จากนวัตกรรม ในแต่ละ BU/สายงาน
- F3 - ร้อยละการใช้จ่ายงบประมาณด้านนวัตกรรม
- C1 - ความพึงพอใจของลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก จากการจัดการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ใหม่
- C2 - ความพึงพอใจของบุคลากรภายใน/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น จากการจัดการนวัตกรรมกระบวนการทำงานใหม่
- C3 - ความสำเร็จการจัดทำ/ทบทวนและดำเนินงาน ตามแผน/โครงการ ความร่วมมือด้านนวัตกรรม กับ หน่วยงานรัฐ/เอกชน/สถาบันการศึกษา
- I1 - ความสำเร็จการดำเนินงานตามแผนแม่บทฯ นวัตกรรม (ประจำปี) ขององค์กร
- I2 - รอบระยะเวลาเฉลี่ยตาม SLA ของกระบวนการจัดการนวัตกรรม จนออกสู่การใช้งานจริง
- I3 - จำนวนทรัพย์สินทางปัญญา ขององค์กร ที่ทำการจดและได้รับการคุ้มครองทางกฎหมาย ตามแผนประจำปี

- LG1 - ร้อยละจำนวนบุคลากรภายใน ที่มีส่วนร่วมในการให้ความคิดสร้างสรรค์ ที่เป็นประโยชน์ เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม ต่อจำนวนบุคลากรภายในทั้งหมด
- LG2 - ร้อยละจำนวนหน่วยงาน (ที่ย่อยที่สุด) ที่มีนวัตกรรม ของหน่วยงาน
- LG3 - ความสำเร็จการนำระบบดิจิทัล/IT มาใช้ในกระบวนการจัดการนวัตกรรม ได้ตามเป้าหมาย





ขอขอบคุณ

