



การยาสูบแห่งประเทศไทย
Tobacco Authority of Thailand

แผนแม่บท ด้านการจัดการนวัตกรรม

พ.ศ. 2566 - 2570

(ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3)



กองวิจัยและนวัตกรรม ฝ่ายวิจัยและพัฒนาธุรกิจ
การยาสูบแห่งประเทศไทย

สิงหาคม 2568

บทที่ 4

การกำหนดยุทธศาสตร์

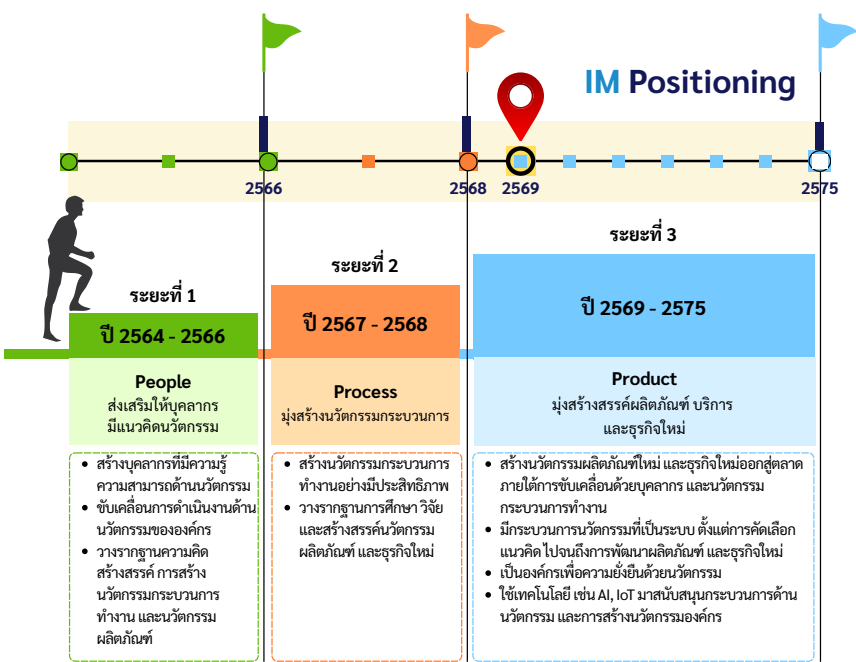
4.1. ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรม

เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนแม่บทด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรมการยาสูบแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2566 - 2570) มีการถ่ายทอดจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ ดำเนินการได้ตามกรอบระยะเวลา และสอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ จึงได้นำแผนที่นำทางด้านนวัตกรรม (Innovation Roadmap) มาช่วยวางแผนติดตามและวัดผลตามเป้าประสงค์ของการจัดทำแผนงานด้านการจัดการนวัตกรรม และได้กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรมของ ยสท. ให้สอดคล้องกับกรอบระยะเวลาดำเนินงานระยะยาว ปีงบประมาณ 2561 – 2575 ตามแผนยุทธศาสตร์ของการยาสูบแห่งประเทศไทย

ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของ ยสท.



ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรม ของ ยสท.



ตารางแสดง ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์การจัดการนวัตกรรรม

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์องค์กร
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาสภาพแวดล้อมและบุคลากรให้พร้อมต่อการขับเคลื่อนนวัตกรรรมขององค์กร	สร้างความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน กระบวนการจัดการส่งเสริมค่านิยม วัฒนธรรมความสามารถของบุคลากร	1.1 พัฒนาทักษะและความรู้ด้านนวัตกรรรม	- ผู้ผ่านเกณฑ์การประเมิน Post Test ของพนักงานกลุ่มเป้าหมายเข้ารับการพัฒนา (ร้อยละ)	SO4: บริหารสู่ความยั่งยืน
		1.2 เสริมสร้างให้เกิดวัฒนธรรมด้านนวัตกรรรม	- ผลสำรวจการรับรู้ด้านการจัดการนวัตกรรรม (ร้อยละ)	
ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนานวัตกรรรมกระบวนการ	เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลคุณภาพ และลดต้นทุนในการดำเนินการ	2.1 พัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต	- การสูญเสียเทียบต้นทุนผลิตภัณฑ์ทุกตรา (ร้อยละ) - จำนวนโครงการปรับปรุงด้านการลดต้นทุนหรือเพิ่มคุณภาพวัตถุดิบ (โครงการ)	SO1: ช่วงชิงตลาด SO2: เพิ่มศักยภาพการผลิตและการแข่งขัน
			- ความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ (ร้อยละ)	
		2.2 พัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน	- การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับทุกส่วนขององค์กร (กระบวนการ)	
ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรรมผลิตภัณฑ์บริการ และมุ่งสู่ธุรกิจใหม่	เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค	3.1 พัฒนานวัตกรรรมผลิตภัณฑ์/บริการ	- จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่/Rebrand (ผลิตภัณฑ์) - ความสำเร็จในการพัฒนาหรือปรับปรุงสูตรบุหรี่ (ร้อยละ)	SO1: ช่วงชิงตลาด SO3: พัฒนาและต่อยอดธุรกิจ
		3.2 มุ่งสู่ธุรกิจใหม่ด้วยนวัตกรรม	- โครงการนวัตกรรรมที่นำไปสู่ธุรกิจใหม่ (โครงการ)	

ยุทธศาสตร์ที่ 1: พัฒนาสภาพแวดล้อมและบุคลากรให้พร้อมต่อการขับเคลื่อนนวัตกรรมขององค์กร		
กลยุทธ์ที่ 1.1	พัฒนาทักษะและความรู้ด้านนวัตกรรม	ประกอบด้วย 1 แผนงาน
กลยุทธ์ที่ 1.2	เสริมสร้างให้เกิดวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม	ประกอบด้วย 1 แผนงาน
ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนานวัตกรรมกระบวนการ		
กลยุทธ์ที่ 2.1	พัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต	ประกอบด้วย 3 แผนงาน
กลยุทธ์ที่ 2.2	พัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน	ประกอบด้วย 1 แผนงาน
ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ และมุ่งสู่ธุรกิจใหม่		
กลยุทธ์ที่ 3.1	พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการ	ประกอบด้วย 2 แผนงาน
กลยุทธ์ที่ 3.2	มุ่งสู่ธุรกิจใหม่ด้วยนวัตกรรม	ประกอบด้วย 1 แผนงาน

การเชื่อมโยงยุทธศาสตร์องค์กร และยุทธศาสตร์ด้านการจัดการนวัตกรรม ปีงบประมาณ 2566 - 2570 (ทบทวนปี 2568)

