

องค์การเภสัชกรรมนำองค์ความรู้ (Knowledge Management) และนวัตกรรม (Innovation Management) ขยายศักยภาพการเข้าถึงยาและรองรับความเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มและรวดเร็วขึ้น

องค์การเภสัชกรรม เป็น องค์กรหลักเพื่อความมั่นคงทางยาและเวชภัณฑ์ของประเทศ ดำเนินภารกิจ วิจัย พัฒนา ผลิต จัดหา สำรอง กระจาย ยา วัคซีน เวชภัณฑ์ สนับสนุนระบบสาธารณสุขไทย จากภารกิจดังกล่าว การจัดการองค์ความรู้ หรือ KM : Knowledge Management)และนวัตกรรมหรือ IM : Innovation Management นับเป็นสิ่งสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กร เพื่อสร้างโอกาสให้คนไทยได้เข้าถึงยา วัคซีน และเวชภัณฑ์ได้มากขึ้น ดังนั้นการนำ KM & IM มาใช้ที่เข้มข้นยิ่งขึ้น จึงเป็นปัจจัยในการผลักดัน ให้การดำเนินงานขององค์กรมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น สามารถรองรับ และทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างมากมายและรวดเร็ว และความต้องการและความคาดหวังของสังคมไทย

การจัดการความรู้นำไปสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมภายในองค์การเภสัชกรรม ทั้งในระดับองค์กร ระดับหน่วยงานภายใน จนถึงระดับบุคคล ครอบคลุมทุกประเภทนวัตกรรม ดังนี้

1. ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และบริการ (Product and service innovation) : การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และรูปแบบบริการใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับวิธีการรักษาหรือการดูแลสุขภาพ ตอบสนองต่อปัญหาสาธารณสุขของประเทศ สร้างความมั่นคงทางยาและเวชภัณฑ์ของประเทศต่อไป อาทิ ผลิตภัณฑ์ยาฟาเวียร์ หรือยาฟาวิพิราเวียร์ (Favipiravir tablets) และวัคซีนโควิด-19 HXP – GPOVac สำหรับรองรับการระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 และโรคอุบัติใหม่

2. ด้านนวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) ด้วยการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการบูรณาการระหว่างห่วงโซ่อุปทานการผลิตกับการบริหารจัดการเพื่อสร้างคุณค่าและตอบสนองความต้องการของตลาดและระบบสาธารณสุขของประเทศ อาทิ การนำเทคโนโลยีการผลิตวัคซีนจากไขไก่ฟักที่ใช้สำหรับผลิตวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ มาปรับมาใช้ผลิตวัคซีนป้องกันโควิด -19 HXP – GPOVac เทคโนโลยีนี้เป็นเทคโนโลยีที่ใช้กันมายาวนาน (Classical Platform) วัคซีน ที่ผลิตได้มีความปลอดภัยสูง มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพที่ดี

3. ด้านนวัตกรรมแนวคิดธุรกิจใหม่ (Business Innovation) เพื่อความมั่นคงด้านสาธารณสุขของประเทศ และการพัฒนาธุรกิจร่วมกับพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง อาทิ โรงงานผลิตยารักษามะเร็ง และโรงงานผลิตวัตถุบิทางยา เป็นต้น

การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปตามนโยบายการจัดการความรู้และนวัตกรรมที่ได้ประกาศแล้วเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2564 และดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ พร้อม ได้จัดทำ แผนแม่บทการจัดการความรู้และนวัตกรรม ปี 2565-2569 เพื่อให้องค์การเภสัชกรรมก้าวเข้าสู่มิติใหม่ในเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่ตอบสนองทุกกลุ่มความต้องการของลูกค้า รวมถึงสามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน จนนำไปสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนได้ต่อไป



Role model และนโยบายการจัดการความรู้และนวัตกรรม

นพ. วิฑูรย์ ด้านวิบูลย์ ผู้อำนวยการองค์การเภสัชกรรม

ทุกคนในองค์การเภสัชกรรม สร้างนวัตกรรมได้

Everyone at GPO is capable of innovation.

ร่วมกันพัฒนาองค์กร สอดคล้องกับวิสัยทัศน์

ดร.ภญ. นันทกาญจน์ ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ

เป็นแบบอย่าง (Role model) ในการขับเคลื่อน พัฒนา

การจัดการความรู้สู่นวัตกรรม

"นวัตกรรมที่มีคุณค่า นำพาองค์กรยั่งยืน"



โครงการสารสกัดกัญชาต้นแบบทาง
การแพทย์
ดึงเห็นโอกาสและศักยภาพในการนำ
กัญชามาใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ใน
ประเทศไทย

ยา Favipiravir ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรม

เริ่มผลิตและกระจายให้ผู้ป่วยใน
เดือนสิงหาคม 64 เป็นต้นไป

เป็นผู้นำการทำงานรูปแบบใหม่
"Agile" มาใช้กับโครงการสำคัญ
เช่น โครงการ Covid-19 vaccine

ส่งเสริม พัฒนาและสนับสนุนบุคลากร
รุ่นใหม่ที่มีศักยภาพของ GPO ให้มีเวที
แสดงศักยภาพ เช่น Enablers



GPO Enablers KMM Core Value

นโยบายการจัดการความรู้และนวัตกรรม



- ส่งเสริมการนำการจัดการความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยี มาสนับสนุนกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มผลิตภาพ
- ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สามารถคิดค้นและประยุกต์ใช้นวัตกรรม
- สร้างบรรยากาศด้านความคิดสร้างสรรค์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้
- สนับสนุนระบบทรัพยากรและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- ผู้บริหารทุกระดับต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการความรู้และนวัตกรรม
- ฝ่ายบริหารกำหนดแนวทางการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติในรายละเอียดให้เกิดความชัดเจนและเป็นรูปธรรม



กิจกรรมด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม (Knowledge Management - KM/IM)



01 Process Improvement

“เพื่อสนับสนุนให้เกิดความคล่องตัว และ ลดต้นทุนการดำเนินงานให้ต่ำไปสู่อุทธยาภิบาลทำงานที่เน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผล”



การติดตามความคืบหน้าโครงการอย่างต่อเนื่อง

จำนวน Process Improvement "บทบาทนวัตกรรม Values Chain"



จำนวน Process Improvement "แบบตามประเภทของการปรับปรุง"



จำนวน 283 โครงการ ทุกหน่วยงานร่วมโครงการ 100% และคิดยอดเป็น Process Innovation ในปี 2564

02 Wow Awards

“ส่งเสริมสร้างแรงจูงใจให้ ผู้ปฏิบัติงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาการบูรณาการทำงาน สร้างนวัตกรรม สร้างคุณค่าให้องค์กร และ ประสิทธิภาพ”



ประเภทความคิดสร้างสรรค์ (Creative Idea) **57** โครงการ
Improvement : 51 โครงการ
New Business : 6 โครงการ



ประเภทนวัตกรรม (Innovation) **20** โครงการ
โครงการพัฒนาเครื่องระดมเลือด



ประเภทการจัดการความรู้ (Knowledge Management) **13** โครงการ
โครงการ สดุดา สติปัญญา กับผลกระทบที่ฉายกับ Google Site

03 Community of Practice (COP)

- เรื่องอะไรบ้างที่เราจะแบ่งปันใน CoP?
- แก้ปัญหายาก ปรับปรุงผลการดำเนินงาน (Performance review)
 - ปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Process improvement)
 - หาแนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best practice)
 - ถอดบทเรียนรู้ (Lesson learned)
 - ยกระดับความรู้ (Knowledge-stewarding)
 - สร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation)

“มีการพัฒนาองค์ความรู้ ปรับทัศนคติการทำงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในทุกระดับ เพื่อเพิ่มศักยภาพทันการแข่งขัน”

Timeline: 1 มี.ค. 64 - 31 มี.ค. 64

- COP ที่ดำเนินการ
- Monthly Sharing KM/IM ครั้งที่ 1-4
 - พิธีมอบรางวัลของหลายสาขาองค์กร
 - จัดกำหนดพร้อมเครื่องมือ เครื่องจักร งบลงทุน
 - ERT_GPO โครงการเพื่อสังคม (Emergency Respond Team)
 - สนับสนุนการทำ AS แบบ WOW



แผนแม่บทการจัดการความรู้และนวัตกรรม ปี 2565-2569

Everyone at GPO is capable of innovation



VISION

เป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน



MISSION

- นำความรู้สู่การสร้างนวัตกรรมที่ให้คุณค่าต่อองค์กรและระบบสาธารณสุข และมีศักยภาพในการแข่งขัน
- นำองค์การเภสัชกรรม ก้าวสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

นโยบายการจัดการความรู้และนวัตกรรม

- ส่งเสริมการนำการจัดการความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีมาสนับสนุนกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มผลิตภาพ
- ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สามารถคิดค้นและประยุกต์ใช้นวัตกรรม
- สร้างบรรยากาศด้านความคิดสร้างสรรค์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้
- สนับสนุนระบบทรัพยากรและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- ผู้บริหารทุกระดับต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการความรู้และนวัตกรรม
- ฝ่ายบริหารกำหนดแนวทางการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติในรายละเอียดให้เกิดความชัดเจนและเป็นรูปธรรม

แผนแม่บทการจัดการความรู้และนวัตกรรม เชื่อมโยงยุทธศาสตร์องค์กร ปี 2565-2569

ยุทธศาสตร์องค์กร

SO3 นวัตกรรมที่สร้างคุณค่า (Business Innovation)

SO1 การจัดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

SO3 นวัตกรรมที่สร้างคุณค่า (Business Innovation)

	ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
	พัฒนาระบบการจัดการความรู้และนวัตกรรม	ยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยนวัตกรรม	ยกระดับกระบวนการทำงานด้วยนวัตกรรม	พัฒนานวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ
เป้าประสงค์	1. มีกระบวนการจัดการความรู้และนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ	1. ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น	1. เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ ด้วยนวัตกรรม	1. เกิดธุรกิจหรือบริการใหม่ให้ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของระบบสุขภาพ
กลยุทธ์	1. นำเทคโนโลยีมาใช้ยกระดับการจัดการความรู้และนวัตกรรม 2. พัฒนาระบบการส่งเสริมความรู้สู่นวัตกรรม	1. พัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ รองรับ การเติบโตขององค์กร 2. สร้างเครือข่ายการวิจัย เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่	1. ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต (TPS) 2. บริหารความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน และโรงงานผลิตรังสี ระยะเวลาที่สอง	1. สร้างความร่วมมือในการพัฒนาโครงการเพื่อความมั่นคงทางยา 2. พัฒนารูขีกรังสีร่วมกับพันธมิตร
ระยะสั้น ปี 2565	1. การพัฒนากระบวนการส่งเสริมการจัดการความรู้และนวัตกรรม รวมทั้งการนำเทคโนโลยีมาใช้	1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการเติบโต	1. การพัฒนาระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ (TPS) 2. การบริหารจัดการความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน 3. การก่อสร้างโรงงานผลิตรังสี ระยะเวลาที่สอง	1. ความร่วมมือในโครงการเพื่อสังคม (การสังเคราะห์วัตถุดิบยา หน้ากาก N95 วัคซีนใช้หัวใจใหญ่ ชนิด cell-based) 2. สร้างพันธมิตรในการพัฒนาธุรกิจ (วัคซีน COVID-19 สมุนไพร กัญชา ที่ดินหนองใหญ่ ยารักษาโรคมะเร็ง และอื่นๆ)
ระยะกลาง ปี 2566-2567	1. สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ นำไปต่อยอดเป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าแก่องค์กร	1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ (ธุรกิจใหม่ สำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง)	1. การพัฒนาระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ (TPS) 2. การบูรณาการห่วงโซ่อุปทาน และการจัดซื้อจัดจ้าง 3. การใช้งานโรงงานผลิตรังสี ระยะเวลาที่สอง	1. ความร่วมมือในโครงการเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง 2. สร้างพันธมิตรในการพัฒนาธุรกิจ เพื่อการเติบโต และตอบสนองต่อความเสี่ยง CPTPP (ที่ดินหนองใหญ่ และอื่นๆ)
ระยะยาว ปี 2568-2569	1. สร้างการจัดการความรู้และนวัตกรรม ให้เกิดคุณค่ากับองค์กรอย่างต่อเนื่อง	1. นวัตกรรมทางการแพทย์ (การบูรณาการระหว่างผลิตภัณฑ์ยาและการบริการ)	1. GPO Platform (การบูรณาการธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์ยาและการขนส่ง)	1. ความร่วมมือในโครงการเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง 2. สร้างพันธมิตรในการพัฒนาธุรกิจเพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางทางด้านผลิตภัณฑ์ยาและการขนส่ง (ยา รักษาโรคมะเร็ง และอื่นๆ)