

## แบบรายงานที่ ๑

### ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ณ ลิ้นไตรมาสที่ ๑ (๑ ตุลาคม ๒๕๖๑ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๑)

๑. ชื่อหน่วยงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

๒. ชื่อแผนงาน/โครงการ โครงการดิจิทัลชุมชนด้าน e-Commerce

๓. ประเภท แผนงาน/โครงการ เป็นโครงการภายใต้งบประมาณใด ใช้งบประมาณของ ปณท เอง

#### ๔. วัตถุประสงค์

๔.๑ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชน ร้านค้าประชารัฐรักษามัคคี กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศูนย์ดิจิทัลชุมชน ใช้ประโยชน์จากโครงการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ตามโครงการติดตั้งโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือ “เน็ตประชารัฐ”

๔.๒ เพื่อพัฒนารูปแบบการจำหน่ายสินค้าและบริการจากชุมชนทั่วระบบออนไลน์และอฟไลน์ที่มีมาตรฐาน มีระบบการชำระเงินที่สะดวก ปลอดภัย และระบบการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

๔.๓ เพื่อให้ร้านค้าชุมชนสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารสต็อกสินค้า การจำหน่ายสินค้า การลงทุนขยายสาขา ทำการตลาดและต้นทุนในการจัดเก็บสต็อกสินค้า ช่วยลดภาระและต้นทุนในการจัดเก็บสต็อกสินค้า

๔.๔ เพื่อสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการของชุมชน สู่ตลาดภายนอกท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน ทำให้เกิดการจ้างงาน การสร้างอาชีพ

เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : เพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศไทย โดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล

#### ๕. ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย (เชิงปริมาณ เช่น จำนวน, ร้อยละ)

(กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ปี พ.ศ. ๒๕๖๐	ปี พ.ศ.๒๕๖๑	ปี พ.ศ.๒๕๖๒	ปี พ.ศ.๒๕๖๓	ปี พ.ศ.๒๕๖๔
จำนวนจุดติดตั้งระบบ POS หรือจุดให้บริการ e-Commerce ชุมชน (จุด)	๒๐๐	๖๐๐	๘๐๐	๑,๐๐๐	๑,๒๐๐	

๖. แผนระยะเวลาดำเนินงานทั้งโครงการ ๕ ปี

เริ่ม เดือนตุลาคม ๒๕๖๐

เลขที่สัญญา -

วัน/เดือน/ปี ( เช่น ๓๖๕ วัน, ๓ เดือน, ๒ ปี)

สิ้นสุด เดือนธันวาคม ๒๕๖๔

ลงนามในสัญญาวันที่ -

### แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
กิจกรรมที่ ๑ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการลงทะเบียนจำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านเว็บไซต์	๑ ต.ค. ๒๕๖๑ - ๓๑ ธ.ค. ๒๕๖๑
กิจกรรมที่ ๒ อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ/วิธีการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์	๑ ม.ค. ๒๕๖๒ - ๓๑ ม.ค. ๒๕๖๒ ๑ ก.ค. ๒๕๖๒ - ๓๑ ก.ค. ๒๕๖๒
กิจกรรมที่ ๓ โฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้	๑ ต.ค. ๒๕๖๑ - ๓๐ ก.ย. ๒๕๖๑
กิจกรรมที่ ๔ ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าชุมชนแบบออนไลน์	๑ ต.ค. ๒๕๖๑ - ๓๐ ก.ย. ๒๕๖๑
กิจกรรมที่ ๕ ทำความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน	๑ มี.ค. ๒๕๖๒ - ๓๑ มี.ค. ๒๕๖๒ ๑ มี.ย. ๒๕๖๒ - ๓๐ มี.ย. ๒๕๖๒ ๑ ก.ย. ๒๕๖๒ - ๓๐ ก.ย. ๒๕๖๒

### ๗. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ. ๒๕๖๒

๗.๑ ได้รับจัดสรรงบประมาณ จำนวน - บาท

๗.๒ งบประมาณตามสัญญาจ้าง หรืองบประมาณสำหรับดำเนินการเอง

- อญูระหว่างบททวนงบประมาณ

### ๘. สรุปผลการดำเนินงาน

๘.๑ ผลลัพธ์ที่ได้ เปรียบเทียบกับตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย (เชิงปริมาณ) (ตอบผลจากข้อ ๕ ในส่วนที่ ๑)

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๐		ปี พ.ศ. ๒๕๖๑		ปี พ.ศ. ๒๕๖๒	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้	เป้าหมาย	ผลที่ได้	เป้าหมาย	ผลที่ได้
จำนวนจุดติดตั้งระบบ POS หรือจุดให้บริการ e-Commerce ชุมชน (จุด)	๒๐๐	๒๐๐	๖๐๐	-	๘๐๐	-

๘.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน (ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรม/ระยะเวลา ตามข้อ ๖)

มีกิจกรรมทั้งหมด จำนวน ๑ กิจกรรม

กิจกรรมที่ ๑ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการลงทะเบียนจำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านเว็บไซต์

มีผลการดำเนินงาน คือ มีผู้ประกอบการที่เข้าลงทะเบียนเพื่อจำหน่ายสินค้าชุมชน รวม ๘๙๕ ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ผู้ประกอบการที่เข้าลงทะเบียนเป็นผู้จำหน่ายสินค้าผ่านจุด POS ที่ ปณท ติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ไปแล้วจำนวน ๒๐๐ จุด มีจำนวน ๓๔ ราย
- ผู้ประกอบการที่เข้าลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ www.thailandpostmart.com จำนวน ๕๕๓ ราย ซึ่งอยู่ระหว่างการตรวจสอบความพร้อมในเรื่องผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิต สต็อกสินค้า ในการจำหน่ายของแต่ละแห่ง โดย ปณท จะอนุมัติให้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าชุมชนบนเว็บไซต์ เป็นราย ๆ อีกร้อยหนึ่ง

### ๙. ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น) / ข้อเสนอแนะ

๙.๑ การตัดเลือกสินค้า

- สินค้าชุมชนส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ไม่พร้อมที่จะนำออกจำหน่าย
- ผู้ผลิตยังต้องการอยู่ในระบบแบบเดิม ๆ ไม่ต้องการขายตรงไปถึงผู้บริโภค

- รายชื่อที่ผู้ผลิตได้มาจากการสำรวจการเป็นผู้ผลิตจริงแต่ไม่พร้อมที่จะเข้ามายื่นในระบบ

#### ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

ทีมงานลงสำรวจสินค้าจริงในพื้นที่ เพื่อหาสินค้าเข้าร่วมโครงการ และเจรจาทำความเข้าใจกับผู้ผลิต

#### ๙.๒ จุด POS (Point of Sale)/จุดให้บริการ e-commerce ชุมชน

- ชุมชน กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนไม่ได้อยู่ในพื้นที่ของเน็ตประชาธิรัฐที่ติดตั้ง ทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น
- กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ใช้เวลาในช่วงที่ว่างจากงานเกษตร ผลิตสินค้า ทำให้มีสินค้าจำหน่ายไปมากพอ
- ชุมชนขาดความเข้าใจในการตลาด
- สินค้าชุมชนบางแห่ง ยังไม่ได้พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ

#### ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

ทีมงานลงสำรวจสินค้าจริงในพื้นที่ เพื่อหาสินค้าเข้าร่วมโครงการ และเจรจาทำความเข้าใจกับผู้ผลิต

#### ๙.๓ การพัฒนาสินค้า สินค้าที่จำหน่ายมีน้อย และเป็นสินค้าซ้ำ ๆ กัน ทำให้สินค้าไม่มีจุดเด่น

#### ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

ให้มีคณะกรรมการดับจังหวัดขึ้นเคลื่อนโครงการ และติดตามตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง,

ทีมงานลงสำรวจสินค้าจริงในพื้นที่ เพื่อหาสินค้าเข้าร่วมโครงการ และเจรจาทำความเข้าใจกับผู้ผลิต

#### ๑๐. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ\*

๑๐.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๕.๒๖ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

๑๐.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๐.๐๐ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ (กรณีโครงการมีแผนต่อเนื่องมากกว่า ๑ ปี)

#### หมายเหตุ

- \* - กรณีเป็นโครงการที่มีแผนภายในปีเดียวให้กรอกเฉพาะข้อ ๑๐.๑
- กรณีมีแผนมากกว่า ๑ ปีให้กรอกทั้งข้อ ๑๐.๑ - ๑๐.๒
- ความก้าวหน้า (%) ให้ประมาณการคิดเป็นร้อยละเบริ่งกับเป้าหมายตามแผนงาน/โครงการ
- โครงการที่จ้างดำเนินงาน มีเกณฑ์ประมาณการร้อยละ คือ อนุมัติ TOR = ๑๐%, จัดซื้อจัดจ้าง = ๑๕%, ลงนามในสัญญาแล้ว = ๒๐% จากนั้นร้อยละ ๒๑ - ๑๐๐ จะเป็นความก้าวหน้าของการดำเนินงานต่อจนเสร็จสิ้นตามแผน

ผู้ประสานรายงานข้อมูลโดย นางสาวสุนตรา เนตราคม

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายกลยุทธ์องค์กร

เบอร์โทรศัพท์ ๐-๒๔๓๑-๓๑๑๖