

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการ โครงการ Digital Post ID

๒. ชื่อหน่วยงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใด งบประมาณลงทุน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

- ☒ ณ สิ้นไตรมาส ๑ (๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๖)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๒ (๑ มกราคม ๒๕๖๗ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๗)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๓ (๑ เมษายน ๒๕๖๗ - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๗)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๔ (๑ กรกฎาคม ๒๕๖๗ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)

๔. วัตถุประสงค์

- ๔.๑ เพื่อกำหนดรูปแบบของรหัส Digital Post ID และผลักดันให้เป็นมาตรฐานที่ใช้กันโดยทั่วไปภายในประเทศ
 - ๔.๒ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลของ Digital Post ID และข้อมูลในมิติอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งภายใน ปณท และกับหน่วยงานต่าง ๆ
 - ๔.๓ เพื่อดำเนินการพัฒนาส่วนเชื่อมต่อ หรือระบบอื่นใดที่เกี่ยวข้องในกระบวนการรับและจัดส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลและทำงานร่วมกับ Digital Post ID ได้ ซึ่งรวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ หรือเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องด้วย
 - ๔.๔ เพื่อดำเนินการทดสอบการดำเนินการรับและจัดส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ด้วย Digital Post ID โดยเริ่มในวงจำกัด (Pilot Testing Site) เพื่อนำไปขยายใช้งานในทุกภาคส่วนของ ปณท ต่อไป
- เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ปี ๒๕๖๖) ที่
- ☒ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐาน และนวัตกรรมดิจิทัล
 - ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : สร้างสังคมแห่งอนาคตและลดความเหลื่อมล้ำด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
 - ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ส่งเสริมการให้บริการประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล
 - ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล
 - ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๕ : สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

๕. เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ

๕.๑ ผลผลิต (Output) ได้แก่

- (๑) แบบร่างมาตรฐานรหัส Digital Post ID จำนวน ๑ ฉบับ
- (๒) ระบบสารสนเทศ Digital Post ID จำนวน ๑ ระบบ

๕.๒ ผลลัพธ์ (Outcome) ได้แก่

- (๑) การระบุข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ จะเกิดเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งประเทศ เมื่อ Digital Post ID ถูกนำมาใช้เป็นมาตรฐานในการระบุข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ เช่น การระบุตำแหน่งที่อยู่ของบุคคล บ้านเรือน บริษัท ห้างร้าน หรือ ที่ดิน เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องอาศัยการขับเคลื่อนทั้งจากทางภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกัน
- (๒) ประชาชนได้รับความสะดวกสบายและความปลอดภัยมากขึ้นในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ โดยเฉพาะธุรกรรมเกี่ยวกับธุรกิจ e-Commerce โดยสามารถใช้ Digital Post ID แทนที่อยู่ในการส่งไปรษณีย์ได้โดยไม่ต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่จำเป็น (ในลักษณะคล้ายคลึงกับการใช้ PromptPay แทนเลขบัญชีในการโอนเงินหรือชำระค่าสินค้า)
- (๓) ส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในธุรกิจ e-Commerce ที่ได้รับผลกระทบเชิงบวกโดยตรงจากการนำ Digital Post ID ไปใช้งานในกระบวนการทำธุรกรรมต่าง ๆ อันส่งผลให้ยอดขายเติบโตรวดเร็วขึ้น

- (๔) เจ้าหน้าที่จัดส่งสิ่งของ ทั้งในส่วนของผู้ส่งเอง และบริษัทเอกชนรายอื่น ได้รับความสะดวก ถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว ในการวางแผนและการนำจ่ายไปรษณีย์ไปยังผู้รับปลายทาง
- (๕) ก่อให้เกิดโอกาสสำหรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อันเนื่องมาจากโอกาสที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการจัดส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์โดยใช้ Digital Post ID เช่น บริการจัดส่งพัสดุด้วย Drone หรือการประมูลรหัส Digital Post ID เป็นต้น
- (๖) ฐานข้อมูล Digital Post ID จะกลายเป็นข้อมูลสำคัญที่เกิดขึ้นใหม่ที่เชื่อมโยงข้อมูลส่วนบุคคลเข้ากับข้อมูลตำแหน่งที่อยู่อย่างแม่นยำและเป็นปัจจุบัน และเกิดข้อมูลสถิติใหม่ ๆ สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายมิติ อาทิ กระบวนการทำสำมะโนประชากรและเคหะ การจัดเก็บสถิติที่สำคัญด้านประชากรศาสตร์และสังคมศาสตร์ของประเทศ การกำหนดเขตเลือกตั้ง การจัดสรรสวัสดิการจากทางภาครัฐ การวางแผนนโยบายทั้งภาครัฐ และเอกชน การศึกษาวิจัยต่าง ๆ และการช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยพิบัติ
- (๗) โครงการศึกษาวิจัยที่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้ง หรือข้อมูลเกี่ยวกับประชากร สามารถทำได้สะดวกรวดเร็วและเป็นไปตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยอาศัยข้อมูลจากฐานข้อมูล Digital Post ID ที่ทำการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลไว้

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

ประเทศไทยเริ่มใช้รหัสไปรษณีย์ (Postcode) มาตั้งแต่ปี ๒๕๒๕ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวเลขห้าหลัก แทนรายละเอียดพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้กระบวนการคัดแยก และส่งต่อสิ่งของทางไปรษณีย์ทำได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งสามารถจัดส่งสิ่งของถึงผู้รับปลายทางได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ด้วยกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีไปสู่ดิจิทัลวิถีการดำรงชีวิตแบบ New Normal และพฤติกรรมของประชาชนในปัจจุบันที่มีการทำธุรกรรมออนไลน์เพิ่มมากยิ่งขึ้นแบบก้าวกระโดด ส่งผลทำให้การระบุข้อมูลตัวตนบุคคล (Personal Identity) และการระบุตำแหน่งที่อยู่ (Position Identity) ที่ได้รับการรับรอง และเข้ารหัสเพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในธุรกิจ e-Commerce ที่มีการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย ทั้งในด้านการเงิน และโลจิสติกส์ที่ต้องการความถูกต้อง แม่นยำ สามารถตรวจสอบข้อมูลได้ทุกขั้นตอน ซึ่งจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือแก่ทั้งผู้ขาย ผู้ซื้อ และผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกรรมออนไลน์ อีกทั้งยังช่วยลดความยุ่งยากในกรออกแบบฟอร์ม/ให้ข้อมูลที่ยุ่งซ้ำ ๆ ก่อนดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ

ด้วยเหตุนี้ ปณท จึงได้เกิดแนวความคิดที่จะพัฒนาแนวทางในการยืนยันตัวตนบุคคล (Personal Identity) เชื่อมโยงเข้ากับการระบุตำแหน่งที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (Digital Address) โดยอาศัยเทคโนโลยีระบุตำแหน่ง (Location Base) ภายใต้โครงการชื่อ Digital Post ID ด้วยหลักการที่ต่อยอดมาจากการกำหนดรหัสไปรษณีย์ เพิ่มเติมด้วยองค์ประกอบชุดข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความละเอียดมากขึ้นจนสามารถระบุพิกัดที่ตั้ง และใช้เป็นข้อมูลในการยืนยันตัวตนได้ ตลอดจนต่อยอดในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มเติมเพื่อประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ สังคม และพาณิชย์ต่อไป

๗. ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย (เชิงปริมาณ เช่น จำนวน, ร้อยละ)

(กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๖
๑. ร้อยละความสำเร็จของการร่างรหัส Digital Post ID	ร้อยละ ๑๐๐
๒. ทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่องได้ตามจำนวนที่กำหนด (Use Case)	๓ Use Cases

๘. แผนระยะเวลาดำเนินงานทั้งโครงการ ๒ ปี ๓ เดือน วัน/เดือน/ปี (เช่น ๓๖๕ วัน, ๓ เดือน , ๒ ปี)

(๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ธันวาคม ๒๕๖๗)

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
๑. การยื่นขอรับการสนับสนุนทุนจากกองทุนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ธันวาคม ๒๕๖๕
๒. ด้านการกำหนดมาตรฐาน Digital Post ID ๒.๑ การร่างรหัสมาตรฐาน Digital Post ID ๒.๒ การกำหนดมาตรฐาน Digital Post ID ๒.๓ การทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่อง ๒.๔ การรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง	๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๖ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๖
๓. ด้านการจัดทำระบบหลัก - การดำเนินการพัฒนาระบบหลัก Digital Post ID	๔ มกราคม ๒๕๖๖ – ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๗
๔. ด้านกลยุทธ์และการขับเคลื่อน - การจัดทำแผนพัฒนา Digital Post ID เชิงสังคม	๔ มกราคม ๒๕๖๖ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

๙. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ ๒๕๖๖ - ๒๕๖๗

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๑๘๖.๖๑ ล้านบาท

ปี ๒๕๖๖ จำนวน ๑๔๓.๑๖๐ ล้านบาท แยกเป็น

- รายได้ ปณท ๑๐๐.๑๕๐๐ ล้านบาท (งบลงทุนผูกพันจากปี ๒๕๖๕)
- กองทุนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ๔๒.๙๖๐๐ ล้านบาท

ปี ๒๕๖๗ จำนวน ๔๓.๔๕๔๐ ล้านบาท แยกเป็น

- รายได้ ปณท ๑๔.๘๕๐๐ ล้านบาท
- กองทุนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ๒๘.๖๐๔๐ ล้านบาท

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ยังไม่มีการเบิกจ่ายเนื่องจากอยู่ระหว่างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

๑๐.๑ ผลลัพธ์ที่ได้ เปรียบเทียบกับตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย (เชิงปริมาณ) (ตอบผลจากข้อ ๕)

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๖	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
๑. ร้อยละความสำเร็จของการร่างรหัส Digital Post ID	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐
๒. ทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่องได้ตามจำนวนที่กำหนด (Use Case)	๓ Use Cases	๓ Use Case

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน (ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรม/ระยะเวลา ตามข้อ ๖)

มีกิจกรรมทั้งหมด จำนวน ๕ กิจกรรม

กิจกรรมที่ ๑ การกำหนดมาตรฐาน Digital Post ID

ผลการดำเนินงาน : ปณท ได้นำแบบร่างรหัสมาตรฐานที่อยู่ไปปรับปรุงความคิดเห็นจากประชาชน เมื่อวันที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๖๖ และสรุปมาตรฐาน Digital Post ID เสร็จเรียบร้อยแล้ว

กิจกรรมที่ ๒ การทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่อง

ผลการดำเนินงาน : สามารถดำเนินการทดสอบได้ครบถ้วนทั้ง ๔ Social Use Case เรียบร้อยแล้ว ดังนี้

๑) Social Use Case ที่ ๑ การจัดส่งแคตตาล็อกสมาชิกแสดมปีไทย

๒) Social Use Case ที่ ๒ การจัดส่งจำนวนใบแจ้งหนี้ บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) NT

๓) Social Use Case ที่ ๓ การจัดส่งบัตร PT MAX Card ด้วยบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ประเภทธรรมดาให้แก่ ลูกค้าของบริษัท พีทีที เ็นเนออี จำกัด (มหาชน)

๔) จัดส่งของสมนาคุณด้วยบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ประเภทมีหลักฐานให้แก่ลูกค้ากลุ่มสถาบันการเงินได้แก่ บริษัท อูธยา แคปปิตอล เซอร์วิส (AYCAPP) และบริษัท อีซี บาย จำกัด (Easy Buy)

การทดสอบ Social Use Case เกิดผลประโยชน์การทดสอบ เช่น สามารถนำรหัสมาตรฐาน Digital Post ID มาใช้กระบวนการขนส่ง สามารถใช้พิกัดจาก Digital Post ID เพื่อใช้ในการนำจ่ายสิ่งของได้ดียิ่งขึ้น เพิ่มค่าผลิตภาพของบุคลากรที่เกิดจากการลดชั่วโมงทำงาน และ เชื่อมโยงกับระบบพิมพ์จำหน่ายลูกค้ายรายใหญ่ไปรษณีย์ไทยได้ เป็นต้น

กิจกรรมที่ ๓ การรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง

ผลการดำเนินงาน : ปณท ได้จัดสัมมนารับฟังความคิดเห็นจากประชาชนทั่วไป เมื่อวันที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๖๖ ผลการสัมมนารับฟังความคิดเห็น ประชาชนมีความพึงพอใจต่อโครงการ Digital Post ID โดยรวมร้อยละ ๙๑ และมีความพึงพอใจต่อร่างรหัสมาตรฐาน ร้อยละ ๘๙

กิจกรรมที่ ๔ การดำเนินการพัฒนาระบบหลัก Digital Post ID

ผลการดำเนินงาน : ปณท ร่างแอปพลิเคชัน Digital Post ID ในเบื้องต้นเสร็จเรียบร้อยแล้ว

กิจกรรมที่ ๕ การจัดทำแผนพัฒนา Digital Post ID เชิงสังคม

ผลการดำเนินงาน : สร้างการรับรู้โครงการ Digital Post ID ให้แก่เจ้าหน้าที่ บุคลากร สำนักงานไปรษณีย์เขต ๑-๑๐ และสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงพื้นที่ ๑ - ๔ โดยลงพื้นที่สัมมนาเสร็จเรียบร้อยแล้วในปี ๒๕๖๖

๑๑. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ ของโครงการ

การระบุข้อมูลตำแหน่งที่อยู่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ เกิดความสะดวก ปลอดภัย ในการจัดส่งสิ่งของ โดยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคลมีความปลอดภัยยิ่งขึ้น และสามารถต่อยอดการเชื่อมโยงระบบ Digital Post ID กับระบบของภาครัฐ และเอกชน เพื่อประโยชน์อื่น ๆ ทั้งการวางผังเมือง การช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการเข้าถึงระบบการรักษายาบาล ฯลฯ

๑๒. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

ต้องให้ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เช่น ผู้ให้บริการจัดส่งสิ่งของ (Logistic Provider) หน่วยงานที่ควบคุม (Regulator) การออกมาตรฐานดิจิทัลของประเทศ หรือผู้ประกอบการ e-Commerce Platform และหน่วยงานภาครัฐ เข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนโครงการ Digital Post ID

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

การพัฒนาโครงการ Digital Post ID เป็นการเปลี่ยนที่อยู่แบบเดิมในรูปแบบตัวอักษรเป็นที่อยู่ดิจิทัล ด้วยการกำหนดรหัสมาตรฐาน Digital Post ID จำเป็นต้องมีการร่างรหัสมาตรฐาน และนำไปทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่อง เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของรหัสมาตรฐาน อุปสรรคปัญหาที่พบในกิจกรรมโลจิสติกส์ และความพึงพอใจของภาคประชาชน

๑๓. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ

๑๓.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๓๕ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

๑๓.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๖

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการ แผนงานการบริหารจัดการช่องทางจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Omni-Channel (ดำเนินการต่อเนื่องจากโครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail)).....

๒. ชื่อหน่วยงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....

๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใดงบประมาณลงทุนของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....

- ☒ ๑. ณ สิ้นไตรมาส ๑ (๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๖)
- ☐ ๒. ณ สิ้นไตรมาส ๒ (๑ มกราคม ๒๕๖๗ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๗)
- ☐ ๓. ณ สิ้นไตรมาส ๓ (๑ เมษายน ๒๕๖๗ - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๗)
- ☐ ๔. ณ สิ้นไตรมาส ๔ (๑ กรกฎาคม ๒๕๖๗ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)

๔. วัตถุประสงค์

เพื่อให้การบริหารช่องทางจำหน่ายสินค้าของ ปณท สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในลักษณะของ Omni-Channel ผสมผสานช่องทางรูปแบบที่มีหน้าร้าน (Offline) และไม่มีหน้าร้าน (Online) เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถกระตุ้นให้ผู้จำหน่ายสินค้าเลือกใช้ช่องทางของ ปณท ในการวางจำหน่ายสินค้าและผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางของ ปณท ตลอดจนตอบสนองพฤติกรรม สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สร้างภาพลักษณ์ต่อแบรนด์ของ ปณท ในระยะยาวอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มธุรกิจค้าปลีกของ ปณท อย่างยั่งยืน เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ปี ๒๕๖๗) ที่

- ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐาน และนวัตกรรมดิจิทัล
- ☒ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : สร้างสังคมแห่งอนาคตและลดความเหลื่อมล้ำด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ส่งเสริมการให้บริการประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล
- ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล
- ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๕ : สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

๕. เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ

ผลผลิต (Output) : มีรูปแบบของช่องทางการจำหน่ายบูรณาการช่องทางรูปแบบที่มีหน้าร้าน (Offline) และไม่มีหน้าร้าน (Online) เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกันอย่างมีความทันสมัย

ผลลัพธ์ (Outcome) : รายได้จากการจำหน่ายสินค้า จำนวน ๓๐๐ ล้านบาท

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

ปณท ได้บริหารจัดการช่องทางจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Omni-Channel โดยพัฒนาปรับปรุงช่องทางการจำหน่ายแบบมีหน้าร้าน (Offline) ผ่านที่ทำการไปรษณีย์ ร้าน ThailandPostMart และแบบไม่มีหน้าร้าน (Online) ผ่านเว็บไซต์ ThailandPostMart ที่เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกันอย่างมีความทันสมัย และมีการเชื่อมโยงกับบริการกลุ่มอื่นๆ ของ ปณท ที่มีอยู่เพื่อสร้างบริการในลักษณะ Solution Service รองรับการให้บริการแบบครบวงจรแก่ลูกค้าได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งคัดเลือกสินค้าที่เป็นความต้องการซื้อของผู้ใช้บริการมาวางจำหน่ายผ่านช่องทางของ ปณท พร้อมทั้งจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อกระตุ้นรายได้และสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ วิชาชีพ ชุมชน และเกษตรกรไทย ให้สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนกลับสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

๗. ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย (เชิงปริมาณ เช่น จำนวน, ร้อยละ)

(กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๖
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	๓๐๐ ล้านบาท

๘. แผนระยะเวลาดำเนินงานทั้งโครงการ ๑ ปี ๓ เดือน (เช่น ๓๖๕ วัน, ๓ เดือน , ๒ ปี)

(๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗)

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
๑. ดำเนินการปรับปรุง/พัฒนาแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๖
๒. จัดกิจกรรมการตลาด/ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นรายได้และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อ ปณท	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๖
๓. ประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาด ปี ๒๕๖๗	๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๖

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

๙. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ (งบลงทุนผูกพันมาจากปี ๒๕๖๔)

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๒๒ ล้านบาท (งบลงทุนที่ใช้ในการดำเนินการ)

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ - ล้านบาท

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

๑๐.๑ ผลลัพธ์ที่ได้ เปรียบเทียบกับตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย (เชิงปริมาณ) (ตอบผลจากข้อ ๕)

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๖	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	๓๐๐ ล้านบาท	๓๓๓.๕๔ ล้านบาท

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๑ ดำเนินการปรับปรุง/พัฒนาแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน : ปณท มีช่องทางการจำหน่ายรูปแบบ Omni-Channel เชื่อมโยงการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพที่มีความทันสมัยเชื่อมโยงกันทั้ง online offline แบบ Omni Channel เพื่อให้ลูกค้าใช้งาน ทั้งเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน โดยมีการปรับปรุงแบบหน้าการใช้งานให้มีความทันสมัยและมีความ Friendly ต่อการใช้งานของลูกค้ามากขึ้น

กิจกรรมที่ ๒ จัดกิจกรรมการตลาด/ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นรายได้และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อ ปณท

ผลการดำเนินงาน : จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของคู่ค้าจำนวน ๗ ราย ได้แก่ ๑. บริษัท ดอกเตอร์ เรย์ กรุ๊ป จำกัด ๒. บริษัท โตชิโน ซัพพลาย จำกัด ๓. บริษัท ไทย-สตาร์ฟู้ดส์แอนด์เบฟเวอเรจ จำกัด ๔. บริษัท นาทีทอง ๙๙๙ จำกัด ๕. ร้านมั่นคงพาณิชย์ ๖. บริษัท อิมท็อง จำกัด และ ๗. บริษัท ไนน์ แอนด์ ไนน์ อินโนเวชั่น จำกัด

กิจกรรมที่ ๓ ประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาด ปี ๒๕๖๗

ผลการดำเนินงาน : ใช้ข้อมูลจากการดำเนินงานมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำกิจกรรมให้เหมาะสมกับพฤติกรรมลูกค้าของเว็บไซต์ ThailandPostMart ได้แก่ แสตมป์และสิ่งสะสมทรงคุณค่า Birthday Gift สำหรับการสั่งซื้อสินค้า แพนธเมื่อง ๒ แปรณต์ดัง เฉพาะวันอังคาร พุธ พฤหัส, Promotion Flash Sale ในช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้าชมเว็บไซต์มากที่สุด เพื่อกระตุ้นยอดขาย และการจัดโปรโมชั่นผลไม้ที่มียอดขายสูง เป็นต้น

๑๑. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ของโครงการ

พัฒนา/ปรับปรุงช่องทางการจำหน่ายที่มีหน้าร้าน (Offline) และไม่มีหน้าร้าน (Online) เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกันอย่างมีความทันสมัย และมีการเชื่อมโยงกับบริการกลุ่มอื่นๆ ของ ปณท ที่มีอยู่เพื่อสร้างบริการในลักษณะ Solution Service รองรับบริการให้บริการแบบครบวงจรแก่ลูกค้าได้เพิ่มขึ้น

๑๒. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

๑๒.๑ ด้านผู้ผลิต

- ผู้ผลิตยังไม่มีความรู้ในการบริหารจัดการระบบ Back office ของร้านค้า

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา ทีมงานให้ความรู้ในการใช้งาน Back office กับผู้ผลิตผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ช่องทางออฟไลน์ หรือผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร

๑๒.๒ ด้านการพัฒนาสินค้า

- สินค้าชุมชนบางแห่ง ยังไม่ได้พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา ร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐ/เอกชน ให้ความรู้กับร้านค้าในเรื่องดังกล่าว

๑๒.๓ การตลาดและการประชาสัมพันธ์

- ชุมชนขาดความเข้าใจในการตลาด

- สินค้าชุมชนบางแห่ง เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า จึงมียอดการจำหน่ายค่อนข้างน้อย

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าชุมชนที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก

๑๓. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ*

๑๓.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๑๑๑.๑๘ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการโครงการพัฒนาระบบจัดการด้านเอกสารอิเล็กทรอนิกส์แบบครบวงจร.(Total Document Handling : TDH).....

๒. ชื่อหน่วยงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....

๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใดงบประมาณลงทุนของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....

- ณ สิ้นไตรมาส ๑ (๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๖)
- ณ สิ้นไตรมาส ๒ (๑ มกราคม ๒๕๖๗ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๗)
- ณ สิ้นไตรมาส ๓ (๑ เมษายน ๒๕๖๗ - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๗)
- ณ สิ้นไตรมาส ๔ (๑ กรกฎาคม ๒๕๖๗ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)

๔. วัตถุประสงค์

๔.๑ เพื่อให้ภาครัฐมีการลงทุนด้านการบริหารจัดการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ซ้ำซ้อนและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีระบบที่เป็นมาตรฐานสามารถพัฒนาต่อยอดได้ และก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ในการดำเนินงานระยะยาว

๔.๒ เพื่อให้ภาคธุรกิจมีความเชื่อมั่นต่อระบบการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กับภาครัฐและภาคประชาชนว่ามีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy) ให้ความปลอดภัย (Security) สามารถยืนยันตัวตนของผู้ส่งและผู้รับสาร (Verification) และมีการรับรองความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล (Certifiable) ด้วยตัวกลางที่มีความน่าเชื่อถือ (Trusted Third Party)

๔.๓ เพื่อให้ภาคประชาชนสามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของประชาชนทุกกลุ่ม และแก้ไขปัญหาด้านข้อจำกัดในการเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของประชาชนในระยะเปลี่ยนผ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๔ เพื่อให้การกำกับดูแลระบบการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และลดปัญหาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภาครัฐที่เป็นเท็จ (Fake News) โดยกลุ่มผู้ไม่หวังดี ด้วยการส่งข้อมูลข่าวสารไปสู่อำเภอประชาชนได้ในระดับบุคคลผ่านตัวกลางที่น่าเชื่อถือและให้บริการได้ทั้งช่องทางแบบดั้งเดิมและช่องทางสมัยใหม่

เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ปี ๒๕๖๗) ที่

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐาน และนวัตกรรมดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : สร้างสังคมแห่งอนาคตและลดความเหลื่อมล้ำด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ส่งเสริมการให้บริการประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ที่ ๕ : สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

๕. เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ

ผลผลิต (Output) : ได้ระบบที่สนับสนุนให้การทำธุรกรรมดิจิทัลมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ได้แก่

- (๑) บริการพิสูจน์และยืนยันตัว (e-KYC/Authentication)
- (๒) บริการลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature)
- (๓) บริการประทับรับรองเวลาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Timestamp)
- (๔) บริการประทับตรานิติบุคคลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Seal)
- (๕) บริการสร้างเส้นทางเอกสารแบบอัตโนมัติ (Document Workflow)
- (๖) บริการกล่องจดหมาย (Digital Mailbox)
- (๗) บริการพื้นที่เก็บรักษาเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Document Management)
- (๘) บริการจ่ายชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)

(๙) บริการจัดพิมพ์และนำส่งเอกสารถึงผู้รับทางไปรษณีย์ (Print & Post)

(๑๐) บริการระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตน (e-KYC/Authentication)

(๑๑) บริการ Postcard Online

ผลลัพธ์ (Outcome) : ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ได้รับประโยชน์จากระบบ ดังนี้

- (๑) ภาคประชาชนสามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจได้อย่างสะดวก และแก้ปัญหาด้านข้อจำกัดในการเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของประชาชนในระยะเปลี่ยนผ่านได้
- (๒) ภาคธุรกิจมีความเชื่อมั่นว่าการทำธุรกรรมดิจิทัลกับภาครัฐและภาคประชาชนมีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy) ให้ความปลอดภัย (Security) สามารถยืนยันตัวตนของผู้ส่งและผู้รับสาร (Verification) และมีการรับรองความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล (Certifiable) ด้วยตัวกลางที่มีความน่าเชื่อถือ (Trusted Third Party)
- (๓) ภาครัฐมีการลงทุนด้านการบริหารจัดการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ซ้ำซ้อนและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ได้ระบบที่มีมาตรฐานเดียวกันสามารถพัฒนาต่อยอดได้ และก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ในการดำเนินงานระยะยาว
- (๔) การกำกับดูแลธุรกรรมดิจิทัลของประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และลดปัญหาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภาครัฐที่เป็นเท็จ (Fake News) โดยกลุ่มผู้ไม่หวังดี ด้วยการส่งข้อมูลข่าวสารไปสู่ภาคประชาชนได้ในระดับบุคคลผ่านตัวกลางที่น่าเชื่อถือและให้บริการได้ทั้งช่องทางแบบดั้งเดิมและช่องทางสมัยใหม่

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) ดำเนินกิจการไปรษณีย์ต่อเนื่องมากว่า ๑๔๐ ปี มีบทบาทในการเป็นสื่อกลางที่น่าเชื่อถือ ด้วยเครือข่ายที่ทำการไปรษณีย์ บุรุษไปรษณีย์ ที่เชี่ยวชาญด้านการส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และเป็นที่รู้จักของประชาชนเป็นอย่างดี จากนโยบายของภาครัฐที่ต้องการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยภายใต้ “แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ที่จะ “ปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand)” โดยหนึ่งในแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ของภาครัฐ คือ การยกระดับการทำธุรกรรมระหว่างประชาชนกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจในปัจจุบันไปสู่การทำธุรกรรมผ่านสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมุ่งหวังให้ประชาชนสามารถใช้งานได้โดยสะดวก ทัวถึง และเท่าเทียมกัน บนพื้นฐานสำคัญด้านการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy) ให้ความปลอดภัย (Security) สามารถยืนยันตัวตนของผู้ส่งและผู้รับ (Verification) และรับรองได้ว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ (Certifiable)

ปณท ตระหนักดี และเล็งเห็นว่า ด้วยบทบาทของผู้ให้บริการสื่อสารผ่านระบบงานไปรษณีย์ซึ่งถือเป็นช่องทางสำคัญที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจให้ความเชื่อถือและใช้เชื่อมโยงการทำธุรกรรมกับประชาชนโดยทั่วไปมาอย่างยาวนาน และด้วยคุณลักษณะเฉพาะของระบบงานไปรษณีย์ซึ่งสามารถนำเทคโนโลยีในปัจจุบันมาพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นสื่อกลางในการรับส่งเอกสารทางดิจิทัลให้มีคุณลักษณะเช่นเดียวกันได้ ปณท จึงมีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถทำหน้าที่เป็นตัวกลางของการพัฒนาในระยะเปลี่ยนผ่านจากระบบการทำธุรกรรมแบบดั้งเดิมไปสู่การทำธุรกรรมสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่าน “โครงการพัฒนาระบบจัดการด้านเอกสารอิเล็กทรอนิกส์แบบครบวงจร (Total Document Handling : TDH)” ที่มีกรอบแนวคิดในการพัฒนาระบบกลางสำหรับใช้รับส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันด้านการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์

นอกจากนี้ ปณท ยังมีคุณลักษณะด้านเครือข่ายให้บริการที่กระจายตัวอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ทั่วประเทศที่สามารถนำมารองรับกลุ่มประชาชนที่ยังไม่มั่นใจหรือมีข้อจำกัดในการเข้าถึงการทำธุรกรรมผ่านอิเล็กทรอนิกส์ได้ ด้วยการใช้ที่ทำการไปรษณีย์เป็นช่องทางให้บริการรับส่งข่าวสารผ่านบริการในรูปแบบใหม่โดยจะมีการแปลงไปสู่รูปแบบดิจิทัล เพื่อไม่ให้กระทบกับพฤติกรรมของประชาชนในทันที เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านระบบการส่งข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจไปสู่ภาคประชาชนเป็นไปโดยสะดวก ทัวถึง และเท่าเทียมกันผ่านตัวกลางที่ได้รับความเชื่อถือ (Trusted Third Party) และสามารถเป็นสะพานเชื่อมโยงทั้งการสื่อสารสำหรับคนยุคดั้งเดิม และคนยุคสมัยใหม่ได้ไปพร้อมกัน

(กรณีที่มียุทธศาสตร์ดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๕	ปี พ.ศ. ๒๕๖๖
จำนวนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ใช้ระบบงาน (สะสม)	๕ หน่วยงาน	๕ หน่วยงาน

๘. แผนระยะเวลาดำเนินงานทั้งโครงการ ๖ ปี ๔ เดือน (เช่น ๓๖๕ วัน, ๓ เดือน , ๒ ปี)

(๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๔ - ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๕)

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
๑. ประกาศเชิญชวนผู้ประกอบการเพื่อยื่นข้อเสนอ (Request for Proposal – RFP)	๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๔ – ๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๔
๒. ประเมินผลการคัดเลือกและประกาศผลการคัดเลือกพันธมิตรทางธุรกิจ	๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ – ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕
๓. ดำเนินการเจรจาและลงนามสัญญาความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ	๑๙ มกราคม ๒๕๖๕ – ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๕
๔. หาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพันธมิตรของ ปณท วางแผนในการนำเสนอบริการ และประชาสัมพันธ์บริการ	๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๕ – ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๕
๕. พันธมิตรวางแผนและดำเนินการพัฒนาระบบ (ระยะเวลา ๑๔ เดือนตามที่กำหนดไว้ในสัญญา)	๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๕ – ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖
๖. เสนอบริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ หน่วยงานภาครัฐ โรงพยาบาล บริษัทโทรคมนาคม ธนาคาร และ บริษัทประกัน และดำเนินการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์	๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๕ – ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖
๗. เริ่มทดสอบการให้บริการนำร่อง (บางบริการ)	๒๒ กันยายน ๒๕๖๕ – ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๖
๘. อบรม พัฒนาบุคลากร	๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๕ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๖
๙. เริ่มให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (FULL SERVICE)	๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๖ – ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๗

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

๙. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ (งบลงทุนผูกพันมาจากปี ๒๕๖๔)

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๒๓๕ ล้านบาท (งบลงทุนที่ใช้ในการดำเนินการ)

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ๒๒๒.๕๖ ล้านบาท

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

๑๐.๑ ผลลัพธ์ที่ได้ เปรียบเทียบกับตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย (เชิงปริมาณ) (ตอบผลจากข้อ ๕)

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๕		ปี พ.ศ. ๒๕๖๖	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้	เป้าหมาย	ผลที่ได้
จำนวนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ใช้ระบบงาน (สะสม)	๕ หน่วยงาน	๑๓ หน่วยงาน	๕ หน่วยงาน	๑๕ หน่วยงาน

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๕ พันธมิตรวางแผนและดำเนินการพัฒนาระบบ (ระยะเวลา ๑๔ เดือนตามที่กำหนดไว้ในสัญญา)

ผลการดำเนินงาน : ดำเนินการพัฒนาระบบ โดยมีความคืบหน้าของโครงการแบ่งเป็น ๒ ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ การออกแบบและพัฒนาระบบ มีความคืบหน้าที่ ๑๐๐ %

ส่วนที่ ๒ การตลาดและการขาย มีความคืบหน้าอยู่ที่ ๑๐๐ %

กิจกรรมที่ ๖ เสนอบริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ หน่วยงานภาครัฐ โรงพยาบาล บริษัทโทรคมนาคม ธนาคาร และบริษัทประกัน รวมทั้งแผนดำเนินการด้านการตลาด และการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ผลการดำเนินงาน : นำเสนอบริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น หน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงองค์การมหาชน โดยมีลูกค้าลงนามในสัญญาการให้บริการแล้ว จำนวน ๕ ราย

๑. บริการ Prompt Post ได้เข้าร่วมงาน ๑๔๐ ปี บริษัท ไปรษณีย์ไทยจำกัด (POSTINVERSE) ระหว่างวันที่ ๒๗

พฤศจิกายน ๒๕๖๖ - ๓ ธันวาคม ๒๕๖๖ เพื่อประชาสัมพันธ์และให้ทดลองใช้งาน Postcard Online ภายในงาน

๒. ปณท ได้รับการสนับสนุนเป็นหนังสือจาก คส. ถึงผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อลงพื้นที่อบรมทีมขายและประชาสัมพันธ์ บริการ Prompt Post ในพื้นที่ภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน ดังนี้

- วันที่ ๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ อบรมให้กับทีมขาย และผู้ที่สนใจบริการในจังหวัดอุบลราชธานี
- วันที่ ๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ แนะนำบริการ และสาธิตการใช้งานเบื้องต้นให้กับหน่วยงานราชการในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี
- วันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ อบรมให้กับทีมขาย และผู้ที่สนใจบริการในจังหวัดสงขลา
- วันที่ ๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ แนะนำบริการ และสาธิตการใช้งานเบื้องต้นให้กับหน่วยงานราชการในพื้นที่จังหวัดสงขลา
- วันที่ ๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ อบรมให้กับทีมขาย และผู้ที่สนใจบริการในจังหวัดเชียงราย
- วันที่ ๒๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ แนะนำบริการ และสาธิตการใช้งานเบื้องต้นให้กับหน่วยงานราชการในพื้นที่จังหวัดเชียงราย

กิจกรรมที่ ๗ เริ่มทดสอบการให้บริการนำร่อง

ผลการดำเนินงาน : สามารถเปิดให้บริการแล้ว ดังนี้

- ๑) บริการลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature)
- ๒) บริการประทับรับรองเวลาอิเล็กทรอนิกส์ (e -Timestamp)
- ๓) บริการสร้างเส้นทางเอกสารแบบอัตโนมัติ (Document Workflow)
- ๔) บริการจัดเก็บข้อมูลธุรกรรม (Document Management)
- ๕) บริการประทับตราอิเล็กทรอนิกส์ (e-Seal)
- ๖) บริการกล่องจดหมายดิจิทัล (Digital Mailbox)
- ๗) บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)
- ๘) บริการจัดพิมพ์และส่งเอกสาร (Print & Post)
- ๙) บริการระบบประชาสัมพันธ์ (Public Relation)
- ๑๐) บริการพิสูจน์และยืนยันตัว (e-KYC/Authentication)
- ๑๑) บริการ Postcard Online

กิจกรรมที่ ๘ อบรม พัฒนาบุคลากร

๑) อบรมวิธีการใช้งานของระบบต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว ดังนี้

- ระบบลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature)
- ระบบประทับรับรองเวลาอิเล็กทรอนิกส์ (e -Timestamp)
- ระบบสร้างเส้นทางเอกสารแบบอัตโนมัติ (Document Workflow)
- ระบบจัดเก็บข้อมูลธุรกรรม (Document Management)
- ระบบประทับตราอิเล็กทรอนิกส์ (e-Seal)
- ระบบกล่องจดหมายดิจิทัล (Digital Mailbox)
- ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)
- ระบบจัดพิมพ์และส่งเอกสาร (Print & Post)
- ระบบประชาสัมพันธ์ (Public Relation)
- ระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตน (e-KYC/Authentication)

๒) อบรมวิธีการใช้งานบริการ Prompt Post และ Postcard Online ให้กับ call center ของ ปณท

๓) อบรมบริการ Prompt Post ให้กับทีมขาย ปณท

กิจกรรมที่ ๙ เริ่มให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (FULL SERVICE)

ผลการดำเนินงาน : ตรวจรับมอบระบบแล้วเสร็จ และพร้อมเปิดให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (FULL SERVICE)

๑๑. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ ของโครงการ

ปณท เป็นหน่วยงานกลางในการรับ - ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางระบบดิจิทัล ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน

๑๒. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

คู่แข่งในตลาดที่เป็น Digital Provider ค่อนข้างมาก

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

ต้องปรับปรุงระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันกับ Digital Provider อื่น

๑๓. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ*

๑๓.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๖๐ ของเป้าหมายทั้งโครงการ (ปี ๒๕๖๕ - ๒๕๗๑)

๑๓.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๖