

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘
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 ๒๕๖๗ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๒ (๑ มกราคม ๒๕๖๘ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๘)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๓ (๑ เมษายน ๒๕๖๘ - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๘)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๔ (๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘)

๔. วัตถุประสงค์

๔.๑ เพื่อกำหนดรูปแบบของรหัส Digital Post ID และผลักดันให้เป็นมาตรฐานที่ใช้กันโดยทั่วไปภายในประเทศ

๔.๒ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลของ Digital Post ID และข้อมูลในมิติอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งภายใน ปณท และกับหน่วยงานต่าง ๆ

เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ปี ๒๕๖๘) 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

ระบบ Digital Post ID เชิงสังคม

๕.๒ ผลลัพธ์ (Outcome) ได้แก่

- ๑) มีจำนวนผู้ใช้งานระบบ Digital Post ID เป็นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เชื่อมต่อและใช้ประโยชน์จากระบบ Digital Post ID จำนวน ๓ หน่วยงาน
- ๒) ประชาชนที่ใช้บริการระบบ Digital Post ID จำนวน ๑๐๐,๐๐๐ ราย
- ๓) รายได้การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลที่อยู่ครัวเรือนจำนวน ๓ ล้านบาท

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

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

ที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกรรมออนไลน์ 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	ค่าเป้าหมาย
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๗	ปี พ.ศ. ๒๕๖๘
๑. จำนวนผู้ใช้งานระบบ Digital Post ID เป็นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เชื่อมต่อและใช้ประโยชน์จากระบบ Digital Post ID	จำนวน ๓ หน่วยงาน	จำนวน ๑๐ หน่วยงาน
๒. ประชาชนที่ใช้บริการระบบ Digital Post ID	จำนวน ๑๐๐,๐๐๐ ราย	จำนวน ๕๐๐,๐๐๐ ราย
๓. รายได้การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลที่อยู่ครัวเรือน	๓ ล้านบาท	-

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. การพัฒนาระบบ Digital Post เชิงสังคม	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗
๒. การพัฒนาระบบ Digital Post เชิงพาณิชย์	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗
๓. การจัดทำฐานข้อมูลที่อยู่หลัก (Master Data)	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗
๔. การกำหนดมาตรฐาน Digital Post ID	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗
๕. การทดสอบกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗
๖. การขับเคลื่อน Marketing และ Branding	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗
๗. การดำเนินการตามกรอบการรับทุน สดช.	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

๙. โครงการใช้งบประมาณ

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง

งบประมาณรวม ๘๕.๙๓ ล้านบาท

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ เบิกจ่ายงบประมาณแล้ว รวมจำนวน ๗๑.๕๕ ล้านบาท

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๗	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
๑. จำนวนผู้ใช้งานระบบ Digital Post ID เป็นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เชื่อมต่อและใช้ประโยชน์จากระบบ Digital Post ID	จำนวน ๓ หน่วยงาน	จำนวนผู้ใช้งานระบบ Digital Post ID เป็นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่ทดลองเชื่อมต่อและใช้ประโยชน์จากระบบ Digital Post ID จำนวน ๗ หน่วยงาน
๒. ประชาชนที่ใช้บริการระบบ Digital Post ID	จำนวน ๑๐๐,๐๐๐ ราย	อยู่ระหว่างดำเนินการ
๔. รายได้การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลที่อยู่ครัวเรือน	๓ ล้านบาท	อยู่ระหว่างดำเนินการ

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน (ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรม/ระยะเวลา ตามข้อ ๖)

มีกิจกรรมทั้งหมด จำนวน ๒ กิจกรรม

กิจกรรมที่ ๒ การพัฒนาระบบ Digital Post เชิงพาณิชย์

ผลการดำเนินงาน : คณะกรรมการ ปณท มีมติเห็นชอบแนวทางการพัฒนาบริการ D/ID ด้วยการร่วมทุนกับพันธมิตร ในการประชุมคณะกรรมการ ปณท ครั้งที่ ๙/๒๕๖๗ วันที่ ๑๖ กันยายน ๒๕๖๗ ขณะนี้อยู่ระหว่างการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อวางแผนกิจกรรมที่สอดคล้องกับการดำเนินโครงการเชิงพาณิชย์เพิ่มเติมก่อนแต่งตั้งกรรมการสรรหาการร่วมลงทุนโครงการ D/ID ต่อไป

กิจกรรมที่ ๖ การขับเคลื่อน Marketing และ Branding

ผลการดำเนินงาน : อยู่ระหว่างบูรณาการระบบ D/ID เข้ากับบริการ Prompt Post เพื่อพัฒนาเป็น Super APP และเตรียมการการสื่อสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อขับเคลื่อน Marketing และ Branding ร่วมกัน

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)

เนื่องจากระบบเชิงพาณิชย์ เป็นการให้บริการเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่อยู่ และระบบต้องปรับเปลี่ยนตามความต้องการลูกค้าได้ ทำให้การดำเนินงานในรูปแบบเดิมไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

ปรับปรุงแบบการดำเนินงานใหม่เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพที่ดีกว่า โดยเลือกใช้แนวทางสรรหาพันธมิตรเพื่อร่วมลงทุน และใช้ศักยภาพของพันธมิตรในการพัฒนาระบบ การตลาด และการดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๑๓. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ

๑๓.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๔๘ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

๑๓.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๔๘ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๗

หมายเหตุ : รายงานผลการดำเนินงานตามรอบปีปฏิทิน

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๘
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการ โครงการบริหารจัดการช่องทางจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Omni-Channel

๒. ชื่อหน่วยงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใด งบประมาณลงทุนของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

- ☒ ณ สิ้นไตรมาส ๑ (๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๒ (๑ มกราคม ๒๕๖๘ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๘)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๓ (๑ เมษายน ๒๕๖๘ - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๘)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๔ (๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘)

๔. วัตถุประสงค์

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

เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ปี ๒๕๖๘) ที่

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

๕. เป้าหมาย/ผลผลิตของโครงการ

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

ผลลัพธ์ (Outcome) : รายได้จากการจำหน่ายสินค้า จำนวน ๓๓๕ 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 วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกรไทย ให้สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนกลับสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

๗. ตัวชี้วัด / ค่าเป้าหมาย (เชิงปริมาณ เช่น จำนวน, ร้อยละ)
(กรณีที่มิมีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๗
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	๓๓๕ ล้านบาท

๘. แผนระยะเวลาดำเนินงานทั้งโครงการ ๑ ปี ... เดือน (เช่น ๓๖๕ วัน, ๓ เดือน , ๒ ปี)
(๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗)

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
๑. วิเคราะห์การดำเนินงานและปรับปรุง/พัฒนา เพื่อให้ระบบการซื้อขายรูปแบบ Omni-Channel สามารถรองรับความต้องการและพฤติกรรมผู้ใช้บริการ/ร้านค้า ได้อย่างเหมาะสม	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๗
๒. คัดเลือกสินค้าที่มีโอกาสจำหน่ายภายใต้สโลแกน "ตัวท็อปใกล้ไกล ส่งให้ถึงมือ มาวางจำหน่ายผ่านช่องทางไปรษณีย์	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗
๓. จัดกิจกรรมการตลาด/ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นรายได้และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อ ปณท	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗
๔. ประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาด ปี ๒๕๖๗	๑ มีนาคม ๒๕๖๗ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗

น/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

๙. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ. ๒๕๖๗ (งบลงทุนผูกพันมาจากปี ๒๕๖๔)

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๑๓ ล้านบาท (งบลงทุนที่ใช้ในการดำเนินการ)

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๗	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	๓๓๕ ล้านบาท	๖๒๑.๕๒ ล้านบาท

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๒

ผลการดำเนินงาน : มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าตามรูปแบบและมาตรฐานที่ ปณท กำหนดไว้ ทั้งช่องทางออนไลน์ และการจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม ๒๕๖๗ เพิ่มขึ้น รวม ๒๘๘ ร้านค้า

กิจกรรมที่ ๓

ผลการดำเนินงาน : จัดกิจกรรมการตลาด/ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นรายได้และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อ ปณท เช่น จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายบนเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ThailandPostMart.com ได้แก่ แคมเปญส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ ช้อปของดี ราคาประหยัดกับพีพีโปรฯ เป็นต้น โดยสามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม ๒๕๖๗ เป็นเงิน ๖๒๑.๕๒ ล้านบาท โดยแบ่งเป็นรายได้จากช่องทาง Offline เป็นเงิน ๕๘๑.๒๔ ล้านบาท ช่องทาง Online เป็นเงิน ๔๐.๒๘ ล้านบาท

กิจกรรมที่ ๔

ผลการดำเนินงาน : จัดทำข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่จำหน่ายปัจจุบัน และสินค้าโครงการพิเศษ ได้แก่ สรุปข้อมูลลูกค้าที่เคยซื้อสินค้า, วิเคราะห์สินค้า, รวมทั้งคัดเลือกส่วนลดที่ร่วมกับแคมเปญต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์และจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นต่อไป

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 ปัญหาด้านสินค้า

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา ปัจจุบันมีการคัดเลือกสินค้าที่เป็นกระแสนิยม และสินค้าแบรนด์ที่มีชื่อเสียงเพื่อเพิ่ม Traffic การเข้าเว็บไซต์และอัตราการสั่งซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ กระป๋องข้าง โคมไฟ แลมป์ตัน มากส์หน้าขาวข้าวหอมมะลิ ร้าน Finn Shop เป็นต้น

๑๒.๒ ปัญหาด้านการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา นำเสนอบริการ ThailandPostMart พร้อมกับบริการอื่นๆ ของ ปณท ได้แก่ ช่องทางจำหน่ายผ่านที่ทำการไปรษณีย์และเครือข่ายเจ้าหน้าที่บริการขนส่งและบริการคลังสินค้าแบบครบวงจร เพื่อสร้าง ecosystem สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันระยะยาว

๑๒.๓ ปัญหาด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา เน้นการใช้ Data ลูกค้าของ ปณท ในการทำการวิเคราะห์และใช้กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบ Personalize แบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการบริหารต้นทุนการโฆษณาให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งการใช้เครือข่ายพันธมิตรทั้งหน่วยงานรัฐ/เอกชน ในการสื่อสาร ThailandPostMart ผ่านโครงการต่างๆ ร่วมกัน

๑๓. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ*

๑๓.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

*หมายเหตุ : รายงานผลการดำเนินงานตามรอบปีปฏิทิน

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๘
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

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

๒. ชื่อหน่วยงานบริษัท ไพรซ์นิยไทย จำกัด.....

๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใดงบประมาณของบริษัท ไพรซ์นิยไทย จำกัด.....

- ☒ ณ สิ้นไตรมาส ๑ (๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๒ (๑ มกราคม ๒๕๖๘ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๘)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๓ (๑ เมษายน ๒๕๖๘ - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๘)
- ☐ ณ สิ้นไตรมาส ๔ (๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘)

๔. วัตถุประสงค์

4.1 เพื่อให้ภาครัฐมีการลงทุนด้านการบริหารจัดการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ซ้ำซ้อนและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีระบบที่เป็นมาตรฐานสามารถพัฒนาต่อยอดได้ และก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ในการดำเนินงานระยะยาว

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

4.3 เพื่อให้ภาคประชาชนสามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของประชาชนทุกกลุ่ม และแก้ไขปัญหาด้านข้อจำกัดในการเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของประชาชนในระยะเปลี่ยนผ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 เพื่อให้การกำกับดูแลระบบการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และลดปัญหาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภาครัฐที่เป็นเท็จ (Fake News) โดยกลุ่มผู้ไม่หวังดี ด้วยการส่งข้อมูลข่าวสารไปสู่ภาคประชาชนได้ในระดับบุคคลผ่านตัวกลางที่น่าเชื่อถือและให้บริการได้ทั้งช่องทางแบบดั้งเดิมและช่องทางสมัยใหม่

เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ปี ๒๕๖๘) 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) : พัฒนาช่องทางการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service : OSS) อย่างน้อย ๑ บริการ

ผลลัพธ์ (Outcome) : รายได้จากการให้บริการ Prompt Post ไม่น้อยกว่า ๑๕๔ ล้านบาท

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

บริษัท ไพรซ์นิยไทย จำกัด (ปณท) ดำเนินกิจการไพรซ์นิยต่อเนื่องมากกว่า ๑๔๐ ปี มีบทบาทในการเป็นสื่อกลางที่น่าเชื่อถือ ด้วยเครือข่ายที่ทำการไพรซ์นิย บุรุษไพรซ์นิย ที่เชี่ยวชาญด้านการส่งไพรซ์นิยภัณฑ์และเป็นที่รู้จักของประชาชนเป็นอย่างดี จากนโยบายของภาครัฐที่ต้องการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยภายใต้ “แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ที่จะ “ปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand)” โดยหนึ่งในแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ของภาครัฐ คือ การยกระดับการทำธุรกรรมระหว่างประชาชนกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจในปัจจุบันไปสู่การทำธุรกรรมผ่านสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมุ่งหวังให้ประชาชนสามารถใช้งานได้โดยสะดวก ทัวถึง และเท่าเทียมกัน บนพื้นฐานสำคัญด้านการเก็บรักษา

ข้อมูลส่วนบุคคล (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 เพื่อไม่ให้เกิดกระทบกับพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านระบบการส่งข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจไปสู่ภาคประชาชนเป็นไปโดยสะดวก ทั่วถึง และเท่าเทียมกันผ่านตัวกลางที่ได้รับความเชื่อถือ (Trusted Third Party) และสามารถเป็นสะพานเชื่อมโยงทั้งการสื่อสารสำหรับคนยุคดั้งเดิม และคนยุคสมัยใหม่ได้ไปพร้อมกัน

(กรณีที่มิมีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๗	ปี พ.ศ. ๒๕๖๘
เปิดให้บริการระบบ One Stop Service : OSS	๑ บริการ	๑ บริการ

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

(๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๔ - ๒๑ สิงหาคม ๒๕๗๑)

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
๑. ทหารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพันธมิตรของ ปณท วางแผนการตลาด และการประชาสัมพันธ์บริการ	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๗
๒. ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องสร้างการรับรู้ให้กับเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายใต้โครงการ Prompt Post สามารถปฏิบัติงานได้อย่าง ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ	๑ มกราคม ๒๕๖๗ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗
๓.อบรม พัฒนาศักยภาพ	๑ เมษายน ๒๕๖๗ – ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๗
๔. ให้บริการ Prompt Post แก่กลุ่มลูกค้า ในอุตสาหกรรมหลักที่มีความสนใจใช้บริการ	๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗
๕. ให้บริการ One Stop Service : OSS แก่ลูกค้ากลุ่มประชาชน	๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗
๖. ทหารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพันธมิตรของ ปณท วางแผนในการนำเสนอบริการ และการประชาสัมพันธ์บริการ	๑ เมษายน ๒๕๖๗ – ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๗
๗. สรุปและประเมินผล	๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๗ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

๘. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ. ๒๕๖๗

๘.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๓๘๕ ล้านบาท

๘.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ เบิกจ่ายงบประมาณแล้ว จำนวน ๒๙๔.๕๕ ล้านบาท

๙. สรุปผลการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๗	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
เปิดให้บริการระบบ One Stop Service : OSS	๑ บริการ	๓ บริการ

๙.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๒

ผลการดำเนินงาน :

กิจการค้าร่วมเอสพีซี จัดทำคู่มือ PromptPost - Digital Postbox ขั้นตอนการการลงทะเบียนและยืนยันตัวตน และคู่มือ PromptPost - Thailand Top Vote ๒๐๒๔ ขั้นตอนการการลงทะเบียนและยืนยันตัวตน

กิจกรรมที่ ๓

ผลการดำเนินงาน : อบรม Workshop Business Plan Prompt Post ระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๗

กิจกรรมที่ ๔

ผลการดำเนินงาน : ๑. เข้าพบลูกค้าเพื่อนำเสนอบริการ PromptPost เพิ่มเติม ได้แก่ กรมบังคับคดี, MCOT (ช่อง ๙), กระทรวงศึกษาธิการ และโรงพยาบาลราชบุรี

๒. ลงนามบันทึกความร่วมมือกับ DBD (กรมการค้าภายใน) และองค์การสวนสัตว์แห่งประเทศไทย

๓. มีลูกค้าทดลองใช้บริการเพิ่ม จำนวน ๔ ราย คือ องค์การบริหารส่วนตำบลวังจุกา องค์การบริหารส่วนตำบลชะแมบ องค์การบริหารส่วนตำบลสนับทึบ และองค์การบริหารส่วนตำบลหันตะเภา

๔. ปัจจุบันมีลูกค้าที่ใช้บริการแล้ว จำนวน ๕ ราย คือ

๔.๑ ธนาคารเกียรตินาคินภัทร

๔.๒ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

๔.๓ สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย

๔.๔ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

๔.๕ บริษัท ซีเอสไอ โปรเฟสชั่นนอล จำกัด

กิจกรรมที่ ๕

ผลการดำเนินงาน : พัฒนาช่องทางการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service : OSS) จำนวน ๓ Use Case ได้แก่

๑. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ใช้บริการ Digital Mailbox และ e-Timestamp

๒. Prompt Pass Application Form การขอสินเชื่อประชาชนผ่านทางสถาบันการเงิน/ธนาคาร

๓. e-Transcript ระหว่างสถานศึกษากับนิสิต นักศึกษา

๑๐. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ ของโครงการ

ปณท เป็นหน่วยงานกลางในการรับ - ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางระบบดิจิทัล ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน

๑๑. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

คู่แข่งในตลาดที่เป็น Digital Provider ค่อนข้างมาก

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

ต้องปรับปรุงระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันกับ Digital Provider อื่น

๑๒. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ*

๑๒.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๗๐ ของเป้าหมายทั้งโครงการ (ปี ๒๕๖๕ - ๒๕๖๗)

๑๒.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๗

หมายเหตุ : รายงานผลการดำเนินงานตามรอบปีปฏิทิน