

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

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

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 ด้วยกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีไปสู่ดิจิทัล วิธีการดำรงชีวิตแบบ 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 ตลอดจนถึงต่อยอดในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มเติมเพื่อประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ สังคม และพาณิชย์ต่อไป

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

(กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๗
๑. จำนวนผู้ใช้งานระบบ Digital Post ID เป็นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เชื่อมต่อและใช้ประโยชน์จากระบบ Digital Post ID	จำนวน ๓ หน่วยงาน
๒. ประชาชนที่ใช้บริการระบบ Digital Post ID	จำนวน ๑๐๐,๐๐๐ 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

ปี ๒๕๖๗ จำนวน ๑๖.๔๘ ล้านบาท

ปี ๒๕๖๘ จำนวน ๖.๔๘ ล้านบาท

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ยังไม่มีการเบิกจ่ายเนื่องจากอยู่ระหว่างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

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	อยู่ระหว่างดำเนินการ
๒. ประชาชนที่ใช้บริการระบบ Digital Post ID	จำนวน ๑๐๐,๐๐๐ ราย	อยู่ระหว่างดำเนินการ
๔. รายได้การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลที่อยู่ครัวเรือน	๓ ล้านบาท	อยู่ระหว่างดำเนินการ

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน (ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรม/ระยะเวลา ตามข้อ ๖)

มีกิจกรรมทั้งหมด จำนวน ๗ กิจกรรม

กิจกรรมที่ ๑ การพัฒนาระบบ Digital Post เชิงสังคม

ผลการดำเนินงาน : บริษัทผู้พัฒนาระบบได้นำเสนอฟังก์ชัน Digital Post ID และการออกแบบระบบส่วนผู้ดูแลระบบ (Admin Portal) ส่วนนักพัฒนา (Developer Portal) ให้แก่คณะมาตรฐานและเทคนิค พิจารณาเรียบร้อยแล้ว รวมถึงได้ออกแบบการกำหนดสิทธิ์ และการเข้าถึงข้อมูลผู้ใช้งาน Digital Post ID

กิจกรรมที่ ๒ การพัฒนาระบบ Digital Post เชิงพาณิชย์

ผลการดำเนินงาน : อยู่ระหว่างการพัฒนาฟังก์ชัน/ระบบการใช้งานให้รองรับปริมาณงาน จำนวนลูกค้า จำนวน Transaction เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ และกำหนดชื่อ DeID ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับเชิงพาณิชย์

กิจกรรมที่ ๓ การจัดทำฐานข้อมูลที่อยู่หลัก (Master Data)

ผลการดำเนินงาน : อยู่ระหว่างร่างรายละเอียดขอบเขตของงาน (TOR) การออกแบบระบบให้สามารถรองรับการปฏิบัติงาน Post Man Cloud

กิจกรรมที่ ๔ การกำหนดมาตรฐาน Digital Post ID

ผลการดำเนินงาน : คณะมาตรฐานและเทคนิคพิจารณารูปแบบ รหัสมาตรฐาน Delivery ID เสร็จเรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างนำรหัสมาตรฐานมาใช้เพื่อทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่อง

กิจกรรมที่ ๕ การทดสอบกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

ผลการดำเนินงาน : อยู่ระหว่างการพัฒนาการทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่อง เพื่อเชื่อมต่อข้อมูลที่อยู่ และบูรณาการใช้ประโยชน์จากที่อยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการ E-commerce

กิจกรรมที่ ๖ การขับเคลื่อน Marketing และ Branding

ผลการดำเนินงาน : ได้สรุปการออกแบบแบรนด์เบื้องต้น (Brand Model) ขณะนี้อยู่ระหว่างการพัฒนาโลโก้ และ TagLine ของโครงการให้สามารถสื่อสารถึงความแม่นยำ และปลอดภัย

กิจกรรมที่ ๗ การดำเนินการตามกรอบการรับทุน สดช.

ผลการดำเนินงาน : ปณท ส่งมอบงานงานงวดที่ ๒ ฉบับสมบูรณ์ให้แก่ สดช. เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ และอยู่ระหว่างเตรียมส่งมอบงานงวดที่ ๓ วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๗

๑๑. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ ของโครงการ

การระบุข้อมูลตำแหน่งที่อยู่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ เกิดความสะดวก ปลอดภัย ในการจัดส่งสิ่งของ โดยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคลมีความปลอดภัยยิ่งขึ้น และสามารถต่อยอดการเชื่อมโยงระบบ Digital Post ID กับระบบของภาครัฐ และเอกชน เพื่อประโยชน์อื่น ๆ ทั้งการวางผังเมือง การช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการเข้าถึงระบบการรักษาพยาบาล 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 ๗๙ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

๑๓.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๕๑ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๗

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการ ...แผนงานการบริหารจัดการช่องทางจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Omni-Channel.....

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

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/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)

(กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 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" มาวางจำหน่ายผ่านช่องทางโปรชนีย์	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

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

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

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๑๓ ล้านบาท (งบลงทุนที่ใช้ในการดำเนินการ)

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ - ล้านบาท

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๗	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	๓๓๕ ล้านบาท	๑๔๓.๘๒ ล้านบาท

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๑

ผลการดำเนินงาน : พิจารณาแนวทางการพัฒนาระบบ การเข้าใช้ Cloud Server บริหารจัดการระบบ การตลาดโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้สามารถดำเนินการได้พร้อมกันเพื่อให้ง่ายต่อการบริหารงานและเกิดประโยชน์แก่ ปณท สูงสุด

กิจกรรมที่ ๒

ผลการดำเนินงาน : มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าตามรูปแบบและมาตรฐานที่ ปณท กำหนดไว้ ทั้งช่องทางออนไลน์ และการจำหน่าย ณ ที่ทำการโปรชนีย์ ตั้งแต่เดือนมกราคม - มีนาคม ๒๕๖๗ รวม ๗๕ ร้านค้า

กิจกรรมที่ ๓

ผลการดำเนินงาน : จัดกิจกรรมการตลาด/ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นรายได้และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อ ปณท สร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าตั้งแต่เดือนมกราคม - มีนาคม ๒๕๖๗ เป็นเงิน ๑๔๓.๘๒ ล้านบาท โดยแบ่งเป็นรายได้จากช่องทาง Offline เป็นเงิน ๑๓๑.๒๒ ล้านบาท และจากช่องทาง Online เป็นเงิน ๑๒.๖๐ ล้านบาท

กิจกรรมที่ ๔

ผลการดำเนินงาน : จัดทำข้อมูลยอดจำหน่ายเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในแง่มุมต่างๆ ได้แก่ ด้านสินค้า ด้านภูมิศาสตร์ ด้านประชากรศาสตร์ เพื่อนำมาวิเคราะห์และจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย ได้แก่ แคมเปญ ๓.๓ โปรเด็ด ดีลปัง ลดรับซัมเมอร์ แคมเปญต้อนรับซัมเมอร์กับ “มะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง” ตัวท็อปประจำฤดูร้อน แคมเปญ ตัวท็อปอร่อยเด็ดทั่วไทย มาให้คุณช้อปอย่างจุใจ เป็นต้น

๑๑. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ของโครงการ

พัฒนา/ปรับปรุงช่องทางการจำหน่ายที่มีหน้าร้าน (Offline) และไม่มีหน้าร้าน (Online) เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกัน อย่างมีความทันสมัย และมีการเชื่อมโยงกับบริการกลุ่มอื่นๆ ของ ปณท ที่มีอยู่เพื่อสร้างบริการในลักษณะ Solution Service รองรับการให้บริการแบบครบวงจรแก่ลูกค้าได้เพิ่มขึ้น

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 ๔๖ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

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

๒. ชื่อหน่วยงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....

๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใดงบประมาณของบริษัท 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 ด้วยการส่งข้อมูลข่าวสารไปสู่ภาคประชาชนได้ในระดับบุคคลผ่านตัวกลางที่น่าเชื่อถือและให้บริการได้ทั้งช่องทางแบบดั้งเดิมและช่องทางสมัยใหม่

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

ผลลัพธ์ (Outcome) : รายได้จากการให้บริการ Prompt Post ไม่น้อยกว่า ๑๕๔ ล้านบาท

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) ดำเนินกิจการไปรษณีย์ต่อเนื่องมากกว่า ๑๔๐ ปี มีบทบาทในการเป็นสื่อกลางที่น่าเชื่อถือ ด้วยเครือข่ายที่ทำการไปรษณีย์ บุรุษไปรษณีย์ ที่เชี่ยวชาญด้านการส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และเป็นที่รู้จักของประชาชนเป็นอย่างดี จากนโยบายของภาครัฐที่ต้องการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยภายใต้ “แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ที่จะ “ปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand)” โดยหนึ่งในแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ของ

ภาครัฐ 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 เพื่อไม่ให้กระทบกับพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านระบบการส่งข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจไปสู่ภาคประชาชนเป็นไปโดยสะดวก ทัวถึง และเท่าเทียมกันผ่านตัวกลางที่ได้รับความเชื่อถือ (Trusted Third Party) และสามารถเป็นสะพานเชื่อมโยงทั้งการสื่อสารสำหรับคนยุคดั้งเดิม และคนยุคสมัยใหม่ได้ไปพร้อมกัน

(กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

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

๘. 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 พัฒนาศักยภาพบุคลากร	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

๙. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ. ๒๕๖๗

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๒๖๗.๓๐ ล้านบาท

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ยังไม่มีการเบิกจ่ายงบประมาณ

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

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

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

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๑

ผลการดำเนินงาน : จัดประชุมคณะกรรมการจัดการโครงการ ครั้งที่ ๑/๒๕๖๗ วันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๗ เพื่อหารือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง พันธมิตรของ ปณท วางแผนการตลาด และการประชาสัมพันธ์บริการ

กิจกรรมที่ ๒

ผลการดำเนินงาน : การฝึกอบรมและลงพื้นที่ เพื่อสื่อสารบริการ Prompt Post และสร้างความเข้าใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน สำนักงานไปรษณีย์นครหลวง ๑- ๔ และจัดทำทำโบรชัวร์ (Brochure) แนะนำบริการ Digital Postbox

กิจกรรมที่ ๔

ผลการดำเนินงาน : นำเสนอบริการให้กับลูกค้า จำนวน ๙ ราย

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 ๖๔ ของเป้าหมายทั้งโครงการ (ปี ๒๕๖๕ - ๒๕๗๑)

๑๓.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๑๒ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๗