

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 เบิกจ่ายงบประมาณแล้ว รวมจำนวน ๗๑.๕๕ ล้านบาท (เป็นงบประมาณค้างจ่ายจากปี ๒๕๖๕ - ๒๕๖๖ จำนวน ๖๙.๔๕ 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

กิจกรรมที่ ๖ การขับเคลื่อน Marketing และ Branding

ผลการดำเนินงาน : ปณท เริ่มดำเนินการสื่อสารภายในองค์กร และภายนอกองค์กร เกี่ยวกับแนวคิด

และประโยชน์ของ Digital Post ID ในการใช้งาน และอยู่ระหว่างเตรียมการเปิดให้บริการ D/ID ในไตรมาส ๑ ปี ๒๕๖๘

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 ๘๖.๕๐ ของเป้าหมายทั้งโครงการ
- ๑๓.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๕๐ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๗

หมายเหตุ : รายงานผลการดำเนินงานตามรอบปีปฏิทิน

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการแผนงานการบริหารจัดการช่องทางจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ 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" 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

* 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	๔๖๙.๙๘ ล้านบาท

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๒

ผลการดำเนินงาน : มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าตามรูปแบบและมาตรฐานที่ ปณท กำหนดไว้ ทั้งช่องทางออนไลน์ และการจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ตั้งแต่เดือนมกราคม - กันยายน ๒๕๖๗ เพิ่มขึ้น รวม ๑๙๗ ร้านค้า

กิจกรรมที่ ๓

ผลการดำเนินงาน : จัดกิจกรรมการตลาด/ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นรายได้และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อ ปณท เช่น จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายบนเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ThailandPostMart.com ได้แก่ แคมเปญคนอวด (ของ) ดีประจำถิ่น ทุกคนต้องได้ชิมของแรมบ้านฉัน!!! ขวนแฟนตัวท็อปที่ซื้อผ่าน ThailandPostMart.com ร่วมให้ความเห็นในแบบสอบถาม ลุ้นโค้ด ๕๐ บาท ๑๐ รางวัล, การจัดทำคลิปวิดีโอเผยแพร่บนเพจ แคทอัพ จำนวน ๒ คลิป เพื่อแผนการดำเนินงานคัดสรรสินค้ากลุ่มตัวท็อปสูงวัย, Selfcare, รวมทั้ง กิจกรรม Always on content ได้แก่ โปรเดือนเกิด, โปร ๘.๘ Infinity of Love โปรเดือนเกิด แคมเปญมอบของแทนใจ บอกรักแม่ ผลไม้มงคล และของฮิตติดมือ เป็นต้น โดยสามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าตั้งแต่เดือนมกราคม - กันยายน ๒๕๖๗ เป็นเงิน ๔๖๙.๙๘ ล้านบาท โดยแบ่งเป็นรายได้จากช่องทาง Offline เป็นเงิน ๔๓๒.๖๙ ล้านบาท ช่องทาง Online เป็นเงิน ๓๗.๒๙ ล้านบาท

กิจกรรมที่ ๔

ผลการดำเนินงาน : จัดทำข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่จำหน่ายปัจจุบัน และสินค้าโครงการพิเศษ ได้แก่ พระสมเด็จ พระอรหันต์ฯ , เข็มที่ระลึกตราสัญลักษณ์งานเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ ๑๐ ฯ , รวมทั้งโค้ดส่วนลดที่ร่วมกับแคปเปญต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์และจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นต่อไป

๑๑. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ของโครงการ

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

๑๒. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

๑๒.๑ ปัญหาด้านสินค้า

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา ปัจจุบันมีการคัดเลือกสินค้าที่เป็นกระแสนิยม และสินค้าแบรนด์ที่มีชื่อเสียงเพื่อเพิ่ม Traffic การเข้าเว็บไซต์และอัตราการสั่งซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ กระโปรงช้าง โคมไฟ แลมป์ตัน มากส์หน้าขาวข้าวหอมมะลิ ร้านFinn 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.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)” 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 เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านระบบการส่งข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจไปสู่ภาคประชาชนเป็นไปโดยสะดวก ทั่วถึง 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

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 พัฒนาบุคลากร	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 ๒๗๗.๔๔ ล้านบาท

๘.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ดำเนินการเบิกจ่ายงบประมาณแล้ว เมื่อวันที่ ๖ กันยายน ๒๕๖๗

๙. สรุปผลการดำเนินงาน

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

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

๙.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๑

ผลการดำเนินงาน : ประชุมหารือร่วมกับกิจการร่วม SBC เพื่อจัดทำ PR แคมเปญยูโร ๒๐๒๔ ร่วมกันระหว่างและประชุมคณะ PM และคณะสื่อสารฯ เรื่องเกี่ยวกับกรอบการทำงานด้านสื่อ prompt post, ประชุมหารือความร่วมมือกับ MCOT เพื่อจัดกิจกรรมและพัฒนาระบบ Thailand Top Vote ๒๐๒๔, ทำ MOU ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจในการแลกเปลี่ยนความรู้ สนับสนุนและส่งเสริมการให้บริการจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์และบริการอื่น ๆ ของไปรษณีย์ด้านดิจิทัล

กิจกรรมที่ ๒

ผลการดำเนินงาน :

- ๑) จัดทำโบรชัวร์ (Brochure) แนะนำบริการ Digital Postbox
- ๒) จัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติขั้นตอนการสมัคร Prompt Post และการสร้างรหัสผู้แนะนำ การจำหน่ายไปรษณียบัตรออนไลน์ ในกิจกรรมทายผลฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป (EURO ๒๐๒๔)
- ๓) จัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติ ขั้นตอนการพิสูจน์และยืนยันตัวตน (e-KYC)

กิจกรรมที่ ๓

ผลการดำเนินงาน : อบรมการใช้งานบริการ Prompt Post ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอบางปะหัน และอำเภอม่วงสามสิบ จ.พระนครศรีอยุธยา

กิจกรรมที่ ๔

ผลการดำเนินงาน : ปัจจุบันได้เข้าพบลูกค้าเพื่อนำเสนอบริการแล้วจำนวน ๑๔๗ หน่วยงาน โดยมีหน่วยงานราชการจำนวน ๑๓๓ หน่วยงาน และหน่วยงานเอกชน จำนวน ๑๔ หน่วยงาน ช่วงเดือนตุลาคม ๒๕๖๗ ที่ผ่านมาได้มีการเข้าพบลูกค้าจำนวน ๔ ราย ได้แก่ กรมสรรพสามิต กรมศุลกากร กรมสรรพากร และธนาคารกรุงไทย และลูกค้าที่ใช้บริการอยู่จำนวน ๕ ราย ได้แก่ ธนาคารเกียรตินาคินภัทร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และบริษัท ซีเอสไอ โปรเฟสชั่นนอล จำกัด

กิจกรรมที่ ๕

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

กิจกรรมที่ ๖

ผลการดำเนินงาน : ๑) นำเสนอบริการ Prompt Post ในที่ประชุมระดับจังหวัด เพื่อขอความร่วมมือ และแนวทางขับเคลื่อนการใช้งานตู้ไปรษณีย์ดิจิทัลภาครัฐให้กับหน่วยงานราชการในจังหวัดชลบุรี ร่วมกับสำนักงานจังหวัดชลบุรี ๒) นำเสนอบริการ Prompt Post ในที่ประชุมระดับจังหวัด เพื่อขอความร่วมมือ และแนวทางขับเคลื่อนการใช้งานตู้ไปรษณีย์ดิจิทัลภาครัฐให้กับหน่วยงานราชการในจังหวัดนครราชสีมา ร่วมกับสถิติจังหวัดนครราชสีมา

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 ๖๖ ของเป้าหมายทั้งโครงการ (ปี ๒๕๖๕ - ๒๕๗๑)

๑๒.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๖๕ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๗

หมายเหตุ : รายงานผลการดำเนินงานตามรอบปีปฏิทิน