

แผนและความก้าวหน้าการดำเนินงานประจำปี 2568

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

แผนที่สนองนโยบายรัฐบาล ประจำปี พ.ศ. 2568 (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568)

แผนงาน	งบประมาณ	เป้าหมายการดำเนินงาน (ร้อยละ)	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน (ร้อยละ)	การเบิกจ่ายงบประมาณ	ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
แผนงานโครงการ D/ID	27.52 ล้านบาท	100	(1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2568)	2 (อยู่ระหว่างบริษัทผู้รับจ้างพัฒนาแอปพลิเคชัน)	อยู่ระหว่างดำเนินการ ยังไม่มีการเบิกจ่ายงบประมาณ	แนวทางการพัฒนาระบบเดิม ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้	ปรับเปลี่ยนแนวทางการพัฒนาระบบใหม่
แผนงานการบริหารจัดการช่องทางจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Omni-Channel	10 ล้านบาท	100	(1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2568)	46 (พัฒนาระบบรองรับการจำหน่ายสินค้าไปยังปลายทางระหว่างประเทศ บนหน้าเว็บไซต์ ThailandPostMart.com)	อยู่ระหว่างดำเนินการ ยังไม่มีการเบิกจ่ายงบประมาณ	1) ปัญหาด้านสินค้า 2) ปัญหาด้านการแข่งขัน 3) ปัญหาด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์	1) คัดเลือกสินค้าที่เป็นกระแสนิยมและมีชื่อเสียง 2) นำเสนอบริการพร้อมกับบริการอื่นๆ ของ ปณท 3) ใช้ Data ลูกค้าในการวิเคราะห์และใช้กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบ Personalize
แผนงานบริการ Prompt Post	108 ล้านบาท	100	(1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2568)	12 (ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ แนวทางการดำเนินการ prompt post 2.0)	อยู่ระหว่างดำเนินการ ยังไม่มีการเบิกจ่ายงบประมาณ	คู่แข่งในตลาดมาก	ปรับปรุงระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการ โครงการ D/ID (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 เพื่อพัฒนาระบบ D/ID เชิงพาณิชย์

๔.๒ เพื่อจัดทำฐานข้อมูลที่อยู่หลัก (Master Data) โครงการ D/ID

๔.๓ เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลที่อยู่ D/ID กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภายใน ปณท และหน่วยงานภายนอก ปณท 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

- ๑) ประชาชนที่ลงทะเบียนใช้บริการระบบ D/ID จำนวน ไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ราย
- ๒) จำนวนลูกค้าใช้งานระบบ D/ID ๑๐ หน่วยงาน

๕.๒ ผลลัพธ์ (Outcome) ได้แก่

- ๑) รายได้จากการให้บริการเชิงพาณิชย์ผ่านระบบ D/ID วงเงิน ๒๑ ล้านบาท
- ๒) ฐานข้อมูลที่อยู่หลัก (Master Data) สมบูรณ์อย่างน้อยร้อยละ ๘๐ ของครัวเรือนทั้งหมดทั่วประเทศ
- ๓) รายได้การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลที่อยู่ครัวเรือนจำนวน ๓ ล้านบาท

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

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

ด้วยเหตุนี้ ปณท จึงได้เกิดแนวความคิดที่จะพัฒนาแนวทางในการยืนยันตัวตนบุคคล (Personal Identity) เชื่อมโยงเข้ากับการระบุตำแหน่งที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (Digital Address) โดยอาศัยเทคโนโลยีระบุตำแหน่ง (Location Base) ภายใต้โครงการชื่อ D/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. ๒๕๖๘
๑. ประชาชนที่ลงทะเบียนใช้บริการระบบ D/ID จำนวนไม่น้อยกว่า	๕๐๐,๐๐๐ ราย
๒. จำนวนลูกค้าใช้งานระบบ D/ID	๑๐ หน่วยงาน

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

(๑ มกราคม ๒๕๖๘ – ธันวาคม ๒๕๖๘)

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
การพัฒนาระบบ Digital Post เชิงพาณิชย์	
๑. การสรรหาพันธมิตรร่วมทุน	๑ มกราคม ๒๕๖๘ – ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘
๒. การพัฒนาระบบ D/ID เชิงพาณิชย์	๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ - ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๘
๓. การเปิดให้บริการโครงการ D/ID เชิงพาณิชย์	๑ มิถุนายน ๒๕๖๘ - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๘
๔. การสื่อสารการตลาดและการขาย เกี่ยวกับการเชื่อมต่อและใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่อยู่ D/ID	๑ มิถุนายน ๒๕๖๘ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘
๕. การสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนลงทะเบียนใช้งานแอปพลิเคชัน D/ID	๑ เมษายน ๒๕๖๘ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘
การจัดทำฐานข้อมูลที่อยู่หลัก (Master Data)	
๑. การตรวจสอบข้อมูลที่อยู่ และปรับปรุงข้อมูลที่อยู่ให้ถูกต้องก่อนดำเนินการปึกหมุด	๑ มกราคม ๒๕๖๘ – ๓๑ มกราคม ๒๕๖๘
๒. การปึกหมุดในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล อำเภอเมืองของจังหวัด และอำเภออื่น ๆ	๑ มกราคม ๒๕๖๘ – ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๘
๓. การปึกหมุดครอบคลุมทุกจังหวัดประเทศไทย	๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘
๔. การติดตามประเมินผล ความถูกต้อง แม่นยำของการจัดทำฐานข้อมูลที่อยู่หลัก	๑ มีนาคม ๒๕๖๘ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

๙. โครงการใช้งบประมาณ

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง

ปี ๒๕๖๘ จำนวน ๒๗.๕๒ ล้านบาท

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ยังไม่มีการเบิกจ่ายงบประมาณ

๑๐. พื้นที่ดำเนินการ ทั่วประเทศ

๑๑. สรุปผลการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๘	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
๑. จำนวนผู้ใช้งานระบบ Digital Post ID เป็นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เชื่อมต่อและใช้ประโยชน์จากระบบ Digital Post ID	จำนวน ๑๐ หน่วยงาน	อยู่ระหว่างดำเนินการ
๒. ประชาชนที่ใช้บริการระบบ Digital Post ID	จำนวน ๕๐๐,๐๐๐ ราย	อยู่ระหว่างดำเนินการ

๑๑.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน (ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรม/ระยะเวลา ตามข้อ ๖)

มีกิจกรรมทั้งหมด จำนวน ๒ กิจกรรม

กิจกรรมที่ ๑ การพัฒนาระบบ Digital Post เชิงพาณิชย์

ผลการดำเนินงาน : อยู่ระหว่างทบทวนเอกสาร Request for Proposal (RFP) การสรรหาพันธมิตรร่วมทุนเชิงพาณิชย์ ให้ครบถ้วน คาดว่าจะแล้วเสร็จในเดือนเมษายน ๒๕๖๘

กิจกรรมที่ ๒ การจัดทำฐานข้อมูลที่อยู่หลัก (Master Data)

ผลการดำเนินงาน : ปณท ลงนามสัญญากับบริษัทผู้รับจ้างเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๘ อยู่ระหว่างบริษัทผู้รับจ้างพัฒนาแอปพลิเคชัน

๑๒. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ ของโครงการ

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

๑๓. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

เนื่องจากระบบเชิงพาณิชย์ เป็นการให้บริการเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่อยู่ และระบบต้องปรับเปลี่ยนตามความต้องการลูกค้าได้ ทำให้การดำเนินงานในรูปแบบเดิมไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

ปรับปรุงแบบการดำเนินงานใหม่เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพที่ดีกว่า โดยเลือกใช้แนวทางสรรหาพันธมิตรเพื่อร่วมลงทุน และใช้ศักยภาพของพันธมิตรในการพัฒนาระบบ การตลาด และการดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๑๔. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ*

๑๔.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๒ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

๑๔.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ - ของเป้าหมายทั้งปี พ.ศ. ๒๕๖๘ (กรณีโครงการมีแผนต่อเนื่องมากกว่า ๑ ปี)

๑๔.๓ ร้อยละความก้าวหน้าของการดำเนินงานเปรียบเทียบกับแผนดำเนินการ (สอดคล้องกับแผนในข้อ ๘.)

ไตรมาส ๒ (ม.ค. - มี.ค. ๒๕๖๘)		ไตรมาส ๓ (เม.ย. - มิ.ย. ๒๕๖๘)		ไตรมาส ๔ (ก.ค. - ก.ย. ๒๕๖๘)		ไตรมาส ๑ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ (ต.ค. - ธ.ค. ๒๕๖๘)	
แผน (ร้อยละ)	ผล	แผน (ร้อยละ)	ผล	แผน (ร้อยละ)	ผล	แผน (ร้อยละ)	ผล
๑๒	๒	๓๒	-	๒๖	-	๓๐	-

๑๔.๔ สรุปความก้าวหน้าของการดำเนินการ (ระบุรายไตรมาส)

ไตรมาสที่ ๒

☐ เป็นไปตามแผน

☐ เร็วกว่าแผน เนื่องจาก

☒ ช้ากว่าแผน เนื่องจากระบบเชิงพาณิชย์เป็นการให้บริการเกี่ยวกับบริหารจัดการที่อยู่ จึงมีความจำเป็นต้องกำหนดขอบเขตการสรรหาพันธมิตรร่วมทุนเชิงพาณิชย์ให้ครอบคลุม เพื่อให้สามารถพิจารณาศักยภาพในการดำเนินการพัฒนาระบบการตลาด รวมถึงการดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

หมายเหตุ : รายงานผลการดำเนินงานตามรอบปีปฏิทิน

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๘
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการแผนงานการบริหารจัดการช่องทางจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Omni-Channel.....

๒. ชื่อหน่วยงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....

๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใดงบประมาณลงทุนของบริษัท 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 ๗๖๐ 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 วิชาชีพชุมชน และเกษตรกรไทย ให้สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนกลับสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

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

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๘
ช่องทางการจำหน่ายที่มีหน้าร้าน (Offline) และไม่มีหน้าร้าน (Online) เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกัน อย่างมีความทันสมัย และมีการเชื่อมโยงกับบริการกลุ่มอื่นๆของ ปณท ที่มีอยู่เพื่อสร้างบริการในลักษณะ Solution Service รองรับการใช้ บริการแบบครบวงจรแก่ลูกค้าได้เพิ่มขึ้น	มีช่องทางการจำหน่ายที่มีหน้าร้าน (Offline) และไม่มีหน้าร้าน (Online) เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกัน

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

(๑ มกราคม ๒๕๖๘- ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘)

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
๑. วิเคราะห์การดำเนินงานและปรับปรุง/พัฒนา เพื่อให้ระบบการซื้อขายรูปแบบ Omni-Channel สามารถรองรับความต้องการและพฤติกรรมผู้ใช้บริการ/ร้านค้า ได้อย่างเหมาะสม	๑ มกราคม ๒๕๖๘ – ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๘
๒. คัดเลือกสินค้าที่มีโอกาสจำหน่ายภายใต้สโลแกน "ตัวท็อปใกล้ไกล ส่งให้ถึงมือ มาวางจำหน่ายผ่านช่องทางไปรษณีย์	๑ มกราคม ๒๕๖๘ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘
๓. จัดกิจกรรมการตลาด/ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นรายได้และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อ ปณท	๑ มกราคม ๒๕๖๘- ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘
๔. ประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาด ปี ๒๕๖๙	๑ มีนาคม ๒๕๖๘ – ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘

๙. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ. ๒๕๖๘

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๑๐ ล้านบาท

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ยังไม่มีการเบิกจ่ายงบประมาณ

๑๐. พื้นที่ดำเนินการ

๑๑. สรุปผลการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๘	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
ช่องทางการจำหน่ายที่มีหน้าร้าน (Offline) และไม่มีหน้าร้าน (Online) เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกัน อย่างมีความทันสมัย และมีการเชื่อมโยงกับบริการกลุ่มอื่นๆของ ปณท ที่มีอยู่เพื่อสร้างบริการในลักษณะ Solution Service รองรับการใช้ บริการแบบครบวงจรแก่ลูกค้าได้เพิ่มขึ้น	มีช่องทางการจำหน่ายที่มีหน้าร้าน (Offline) และไม่มีหน้าร้าน (Online) เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกัน	พัฒนาระบบให้สามารถรองรับการจำหน่ายสินค้าไปยังปลายทางระหว่างประเทศบนหน้าเว็บไซต์ ThailandPostMart.com รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการสั่งซื้อ การคำนวณค่าขนส่งระหว่างประเทศ และการเชื่อมโยงระบบการชำระเงินให้สามารถรองรับการทำธุรกรรมข้ามพรมแดน

๑๑.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๑

ผลการดำเนินงาน : ดำเนินการพัฒนาระบบ ThailandPostMart ดังนี้

๑. พัฒนาระบบให้สามารถรองรับการจำหน่ายสินค้าไปยังปลายทางระหว่างประเทศบนเว็บไซต์ ThailandPostMart.com รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการสั่งซื้อ การคำนวณค่าขนส่งระหว่างประเทศ และการเชื่อมโยงระบบการชำระเงินให้สามารถรองรับการทำธุรกรรมข้ามพรมแดน และอบรมการใช้งานระบบจำหน่ายสินค้าไปยังปลายทางระหว่างประเทศได้เสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

๒. การพัฒนาระบบไลฟ์สด ได้ผ่านการทดสอบ UAT (User Acceptance Testing) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยเป็นขั้นตอนสำคัญในการตรวจสอบความถูกต้องของระบบก่อนเปิดใช้งานจริง เพื่อให้มั่นใจว่าฟังก์ชันการทำงานทั้งหมดเป็นไปตามที่กำหนด และสามารถรองรับการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิจกรรมที่ ๒

ผลการดำเนินงาน : การรับเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าตามรูปแบบและมาตรฐานที่ ปณท กำหนดไว้ ทั้งช่องทางออนไลน์ และการจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ผลการดำเนินงานสะสมตั้งแต่เดือนมกราคม - มีนาคม ๒๕๖๘

๑. รูปแบบออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ ThailandPostMart.com จำนวน ๖๐ ร้านค้า

๒. รูปแบบออฟไลน์ ผ่านที่ทำการไปรษณีย์ จำนวน ๙ ร้านค้า

กิจกรรมที่ ๓

ผลการดำเนินงาน : จัดกิจกรรมการตลาด/ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นรายได้และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อ ปณท เช่น จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายบนเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ThailandPostMart.com ได้แก่ แคมเปญ ๔.๔ อร่อยให้สุดแล้วหยุดที่ตีสี่เด็ด เป็นต้น โดยสามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าตั้งแต่เดือนมกราคม - มีนาคม ๒๕๖๘ เป็นเงิน ๑๗๔.๘๐ ล้านบาท โดยแบ่งเป็นรายได้จากช่องทาง Offline เป็นเงิน ๑๗๑.๕๖ ล้านบาท ช่องทาง Online เป็นเงิน ๓.๒๔ ล้านบาท

กิจกรรมที่ ๔

ผลการดำเนินงาน : จัดทำข้อมูลการซื้อขายสินค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์และจัดทำกลยุทธ์การตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขาย ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นต่อไป รวมทั้ง ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายให้กับสินค้าที่จำหน่ายช่องทางออนไลน์ ได้แก่ โปรโมชันเดือนเกิด, สมาชิกใหม่ ๒๕๖๘, โปรโมชันจากคู่ค้าพันธมิตร เป็นต้น

๑๒. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ของโครงการ

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

๑๓. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

๑๓.๑ ปัญหาด้านสินค้า

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา ปัจจุบันมีการคัดเลือกสินค้าที่เป็นกระแสนิยม และสินค้าแบรนด์ที่มีชื่อเสียงเพื่อเพิ่ม Traffic การเข้าเว็บไซต์และอัตราการสั่งซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ กระโปรงช้าง โคมไฟ แลมปัดัน มากส์หน้าขาวข้าวหอมมะลิ ร้าน Finn Shop เป็นต้น

๑๓.๒ ปัญหาด้านการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา นำเสนอบริการ ThailandPostMart พร้อมกับบริการอื่นๆ ของ ปณท ได้แก่ ช่องทางจำหน่ายผ่านที่ทำการไปรษณีย์และเครือข่ายเจ้าหน้าที่บริการขนส่งและบริการคลังสินค้าแบบครบวงจร เพื่อสร้าง ecosystem สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันระยะยาว

๑๓.๓ ปัญหาด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

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

๑๔. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ*

๑๔.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๔๖ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

๑๔.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ - ของเป้าหมายทั้งปี พ.ศ. ๒๕๖๘ (กรณีโครงการมีแผนต่อเนื่องมากกว่า ๑ ปี)

๑๔.๓ ร้อยละความก้าวหน้าของการดำเนินงานเปรียบเทียบกับแผนดำเนินการ (สอดคล้องกับแผนในข้อ ๘.)

ไตรมาส ๒ (ม.ค. - มี.ค. ๒๕๖๘)		ไตรมาส ๓ (เม.ย. - มิ.ย. ๒๕๖๘)		ไตรมาส ๔ (ก.ค. - ก.ย. ๒๕๖๘)		ไตรมาส ๑ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ (ต.ค. - ธ.ค. ๒๕๖๘)	
แผน (ร้อยละ)	ผล	แผน (ร้อยละ)	ผล	แผน (ร้อยละ)	ผล	แผน (ร้อยละ)	ผล
๔๖	๔๖	๑๘	-	๑๘	-	๑๘	-

๑๔.๔ สรุปความก้าวหน้าของการดำเนินการ (ระบุรายไตรมาส)

ไตรมาสที่ ๒

☒ เป็นไปตามแผน

☐ เร็วกว่าแผน เนื่องจาก.....

☐ ช้ากว่าแผน เนื่องจาก.....

***หมายเหตุ : รายงานผลการดำเนินงานตามรอบปีปฏิทิน**

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๘
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการแผนงานบริการ Prompt Post.....

๒. ชื่อหน่วยงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....

๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใดงบประมาณของบริษัท 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 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 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) : ๑) รายได้จากการให้บริการ Prompt Post ไม่น้อยกว่า ๑๕๔ ล้านบาท
๒) จำนวนหน่วยงาน (Business & Government) ที่ใช้บริการ Prompt Post ไม่น้อยกว่า ๑๐ หน่วยงาน

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 “แผนงานบริการ Prompt Post” ที่มีกรอบแนวคิดในการพัฒนาระบบกลางสำหรับใช้รับส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันด้านการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์

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

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

(กรณีที่ระยะเวลาดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

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

๘. แผนระยะเวลาดำเนินงานทั้งโครงการ ๖ ปี ๔ เดือน

(๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๔ - ๒๑ สิงหาคม ๒๕๗๑)

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
๑. หาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพันธมิตรของ ปณท วางแผนการตลาด และการประชาสัมพันธ์บริการ	๑ มกราคม ๒๕๖๘ - ๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๘
๒. ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องสร้างการรับรู้ให้กับเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายใต้โครงการ Prompt Post สามารถปฏิบัติงานได้อย่าง ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ	๑ มกราคม ๒๕๖๘ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘
๓.อบรม พัฒนาบุคลากร	๑ เมษายน ๒๕๖๘ - ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๘
๔. ให้บริการ Prompt Post แก่กลุ่มลูกค้า ในอุตสาหกรรมหลักที่มีความสนใจใช้บริการ	๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘
๕. ให้บริการ One Stop Service : OSS แก่ลูกค้ากลุ่มประชาชน	๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๘ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘
๖. หาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพันธมิตรของ ปณท วางแผนในการนำเสนอบริการ และการประชาสัมพันธ์บริการ	๑ เมษายน ๒๕๖๘ - ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๘
๗. สรุปและประเมินผล	๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๘ - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๘

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

๙. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ. ๒๕๖๘

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง จำนวน ๑๐๘ ล้านบาท

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ยังไม่มีการเบิกจ่ายงบประมาณ

๑๐. พื้นที่ดำเนินการ ทั่วประเทศ

๑๑. สรุปผลการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๘	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
เปิดให้บริการระบบ One Stop Service : OSS	๑ บริการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ

๑๑.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๑

ผลการดำเนินงาน : กำหนดแนวทางการให้บริการ Prompt Post ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ เป็น ๓ กลุ่มหลัก ดังนี้

๑. กลุ่มบริการ Trust Services ปัจจุบันให้บริการ e-Timestamp ผ่าน API และในปี ๒๕๖๘ จะมีบริการ e-Saraban ในช่วงไตรมาสแรก บริการ e-Tax และ e-Receipt จะเริ่มให้บริการในช่วงไตรมาสที่สาม
๒. กลุ่มบริการ Digital Postbox สามารถให้บริการ Digital Postbox ได้ทั้งภาครัฐและประชาชน บริการ Print and Post บริการ e-Voting และบริการ Broadcast แจ้งข่าวประชาสัมพันธ์แทนการส่งข่าวผ่าน SMS ซึ่งจะเป็นบริการเพิ่มขึ้นในปี
๓. กลุ่มบริการ One-Stop Services ในปีนี้บริการ Postcard Online มีแผนปรับปรุง User Journey ในการใช้บริการ และเพิ่มกิจกรรมในแต่ละเดือน บริการ e-Transcript ที่ดำเนินการร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยใกล้แล้วเสร็จ และมีแผนจัดทำ POC ในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ บริการ Prompt Pass สามารถเปิดให้บริการได้ในช่วงไตรมาสแรก บริการ Digital Contract ที่ดำเนินการร่วมกับสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (GLO) สำหรับลูกค้า GLO ที่ทำสัญญาขายสลากฯ อยู่ระหว่างเตรียมความพร้อมระบบ

กิจกรรมที่ ๒

ผลการดำเนินงาน : ผีกรอบมเชิงปฏิบัติการแนวทางการดำเนินการ prompt post ๒.๐ ดังนี้

๑. Landing Page Prompt Post
๒. New Register แบบง่าย
๓. e-Transcript เพื่อนำเสนอ CU
๔. Digital Postbox

๑๒. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ ของโครงการ

ปนท เป็นหน่วยงานกลางในการรับ - ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางระบบดิจิทัล ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน

๑๓. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

คู่แข่งในตลาดที่เป็น Digital Provider ค่อนข้างมาก

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

ต้องปรับปรุงระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันกับ Digital Provider อื่น

๑๔. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ*

๑๔.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๗๓ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

๑๔.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๑๒ ของเป้าหมายทั้งปี พ.ศ. ๒๕๖๘

๑๔.๓ ร้อยละความก้าวหน้าของการดำเนินงานเปรียบเทียบกับแผนดำเนินการ (สอดคล้องกับแผนในข้อ ๘.)

ไตรมาส ๒ (ม.ค. - มี.ค. ๒๕๖๘)		ไตรมาส ๓ (เม.ย. - มิ.ย. ๒๕๖๘)		ไตรมาส ๔ (ก.ค. - ก.ย. ๒๕๖๘)		ไตรมาส ๑ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ (ต.ค. - ธ.ค. ๒๕๖๘)	
แผน (ร้อยละ)	ผล	แผน (ร้อยละ)	ผล	แผน (ร้อยละ)	ผล	แผน (ร้อยละ)	ผล
๑๒	๑๒	๒๔	-	๒๙	-	๓๕	-

๑๔.๔ สรุปความก้าวหน้าของการดำเนินการ (ระบุรายไตรมาส)

ไตรมาสที่ ๒

- ☒ เป็นไปตามแผน
- ☐ เร็วกว่าแผน เนื่องจาก
- ☐ ช้ากว่าแผน เนื่องจาก

*หมายเหตุ : รายงานผลการดำเนินงานตามรอบปีปฏิทิน