

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๖
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
ณ สิ้นไตรมาสที่ ๔ (วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖)

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการ โครงการ Digital Post ID.....
๒. ชื่อหน่วยงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....
๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใด งบประมาณลงทุน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....
๔. วัตถุประสงค์

๔.๑ เพื่อกำหนดรูปแบบของรหัส Digital Post ID และผลักดันให้เป็นมาตรฐานที่ใช้กันโดยทั่วไปภายในประเทศ

๔.๒ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลของ Digital Post ID และข้อมูลในมิติอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งภายใน ปณท และกับหน่วยงานต่าง ๆ

๔.๓ เพื่อดำเนินการพัฒนาส่วนเชื่อมต่อ หรือระบบอื่นใดที่เกี่ยวข้องในกระบวนการรับและจัดส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลและทำงานร่วมกับ Digital Post ID ได้ ซึ่งรวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ หรือเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องด้วย

๔.๔ เพื่อดำเนินการทดสอบการดำเนินการรับและจัดส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ด้วย Digital Post ID โดยเริ่มในวงจำกัด (Pilot Testing Site) เพื่อนำไปขยายใช้งานในทุกภาคส่วนของ ปณท ต่อไป
- เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ปี ๒๕๖๖) ที่
 - ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐาน และนวัตกรรมดิจิทัล
 - ✔ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : สร้างสังคมแห่งอนาคตและลดความเหลื่อมล้ำด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
 - ✔ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ส่งเสริมการให้บริการประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล
 - ✔ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล
 - ✔ ยุทธศาสตร์ที่ ๕ : สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
๕. เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ

๕.๑ ผลผลิต (Output) ได้แก่

(๑) แบบร่างมาตรฐานรหัส Digital Post ID จำนวน ๑ ฉบับ

(๒) ระบบสารสนเทศ Digital Post ID จำนวน ๑ ระบบ

๕.๒ ผลลัพธ์ (Outcome) ได้แก่

(๑) การระบุข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ จะเกิดเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งประเทศ เมื่อ Digital Post ID ถูกนำมาใช้เป็นมาตรฐานในการระบุข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ เช่น การระบุตำแหน่งที่อยู่ของบุคคล บ้านเรือน บริษัท ห้างร้าน หรือ ที่ดิน เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องอาศัยการขับเคลื่อนทั้งจากทางภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกัน

(๒) ประชาชนได้รับความสะดวกสบายและความปลอดภัยมากขึ้นในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ โดยเฉพาะธุรกรรมเกี่ยวกับธุรกิจ e-Commerce โดยสามารถใช้ Digital Post ID แทนที่อยู่ในการส่งไปรษณีย์ได้โดยไม่ต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่จำเป็น (ในลักษณะคล้ายคลึงกับการใช้ PromptPay แทนเลขบัญชีในการโอนเงินหรือชำระค่าสินค้า)

(๓) ส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในธุรกิจ e-Commerce ที่ได้รับผลกระทบเชิงบวกโดยตรงจากการนำ Digital Post ID ไปใช้งานในกระบวนการทำธุรกรรมต่าง ๆ อันส่งผลให้ยอดขายเติบโตรวดเร็วขึ้น

(๔) เจ้าหน้าที่จัดส่งสิ่งของ ทั้งในส่วนของ ปณท เอง และบริษัทเอกชนรายอื่น ได้รับความสะดวก ถูกต้องแม่นยำ และรวดเร็ว ในการวางแผนและการนำจ่ายไปรษณีย์ไปยังผู้รับปลายทาง

- (๕) ก่อให้เกิดโอกาสสำหรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อันเนื่องมาจากโอกาสที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการจัดส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์โดยใช้ Digital Post ID เช่น บริการจัดส่งพัสดุด้วย Drone หรือการประมวลรหัส Digital Post ID เป็นต้น
- (๖) ฐานข้อมูล Digital Post ID จะกลายเป็นข้อมูลสำคัญที่เกิดขึ้นใหม่ที่เชื่อมโยงข้อมูลส่วนบุคคลเข้ากับข้อมูลตำแหน่งที่อยู่อย่างแม่นยำและเป็นปัจจุบัน และเกิดข้อมูลสถิติใหม่ ๆ สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายมิติ อาทิ กระบวนการทำสำมะโนประชากรและเคหะ การจัดเก็บสถิติที่สำคัญด้านประชากรศาสตร์และสังคมศาสตร์ของประเทศ การกำหนดเขตเลือกตั้ง การจัดสรรสวัสดิการจากทางภาครัฐ การวางแผนนโยบายทั้งภาครัฐ และเอกชน การศึกษาวิจัยต่าง ๆ และการช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยพิบัติ
- (๗) โครงการศึกษาวิจัยที่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้ง หรือข้อมูลเกี่ยวกับประชากร สามารถทำได้สะดวกรวดเร็วและเป็นไปตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยอาศัยข้อมูลจากฐานข้อมูล Digital Post ID ที่ทำการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลไว้

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

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

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

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

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

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

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

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

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

๙. โครงการใช้งบประมาณ ปี พ.ศ ๒๕๖๖ - ๒๕๖๗

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๑๘๖.๖๑ ล้านบาท

ปี ๒๕๖๖ จำนวน ๑๔๓.๑๖๐ ล้านบาท แยกเป็น

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

ปี ๒๕๖๗ จำนวน ๔๓.๔๕๔๐ ล้านบาท แยกเป็น

- รายได้ ปณท ๑๔.๘๕๐๐ ล้านบาท
- กองทุนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ๒๘.๖๐๔๐ ล้านบาท

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ยังไม่มีการเบิกจ่ายเนื่องจากอยู่ระหว่างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๖	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
๑. ร้อยละความสำเร็จของการร่างรหัส Digital Post ID	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๗๐
๒. ทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่องได้ตามจำนวนที่กำหนด (Use Case)	๓ Use Cases	๑ Use Case

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน (ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรม/ระยะเวลา ตามข้อ ๖)

มีกิจกรรมทั้งหมด จำนวน ๖ กิจกรรม

กิจกรรมที่ ๒ การร่างรหัสมาตรฐาน Digital Post ID

ผลการดำเนินงาน : คณะมาตรฐานและเทคนิคได้กำหนดร่างรหัสมาตรฐาน Digital Post ID และนำไปปรับปรุงความคิดเห็นจากประชาชนทั่วไป เมื่อวันที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๖๖ เสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยประชาชนทั่วไปมีความพึงพอใจ ต่อร่างรหัสมาตรฐาน ร้อยละ ๘๙

กิจกรรมที่ ๓ การกำหนดมาตรฐาน Digital Post ID

ผลการดำเนินงาน : คณะมาตรฐานและเทคนิคอยู่ระหว่างนำร่างรหัสมาตรฐาน Digital Post ID ไปทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่อง เมื่อมีความเหมาะสม ไม่ติดขัดปัญหาอุปสรรคต่อการดำเนินงาน จะกำหนดเป็นรหัสมาตรฐานที่อยู่ต่อไป

กิจกรรมที่ ๔ การทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่อง

ผลการดำเนินงาน : ทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่องกับสมาชิกแอดม็อบไทยในเขตพื้นที่พลับพลาไชย ซึ่งเป็น Use Case แรกเสร็จเรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างการทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่องเพิ่มเติม ได้แก่

- ๑) ทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่องร่วมกับบริษัท โทรคมนาคม แห่งชาติ จำกัด (มหาชน) โดย ปณท ได้ดำเนินการสร้างรหัสมาตรฐานที่อยู่ Digital Post ID ในใบแจ้งหนี้ลูกค้า จำนวน ๑๔๗ ที่อยู่ และบริษัทโทรคมนาคมแห่งชาติฯ ได้จัดส่งใบแจ้งหนี้ลูกค้าดังกล่าวเสร็จเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้จะขยายผลจำนวนการทดสอบในกลุ่มลูกค้าใบแจ้งหนี้พิเศษต่อไป
- ๒) ทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่องในกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการไปรษณีย์ครบวงจร (Total Mail Solutions) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าภาคธุรกิจที่มอบให้ ปณท จัดส่งของฟรีเมียมหรือของสมนาคุณให้แก่ลูกค้าลูกค้าคราวละมาก ๆ โดยได้ทดสอบสร้างรหัสมาตรฐานที่อยู่ Digital Post ID ให้แก่ลูกค้า PT Max Card จำนวน ๓๐,๐๐๐ ที่อยู่เสร็จเรียบร้อยแล้ว ทั้งยังพบว่าสามารถตรวจสอบความถูกต้องของเจ้าหน้าที่ลูกค้า PT Max Card ในพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน ๙,๘๒๑ ที่อยู่ โดยพบที่อยู่ไม่ถูกต้องตรงตามเจ้าหน้าที่จำนวน ๔๗ ที่อยู่ คิดเป็นร้อยละ ๐.๔๘

กิจกรรมที่ ๕ การรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง

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

กิจกรรมที่ ๖ การดำเนินการพัฒนาระบบหลัก Digital Post ID

ผลการดำเนินงาน : อยู่ระหว่างการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง

กิจกรรมที่ ๗ การจัดทำแผนพัฒนา Digital Post ID เชิงสังคม

ผลการดำเนินงาน : คณะกฎหมายได้ประชุมหารือเกี่ยวกับข้อมูลโครงการ เมื่อวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ เพื่อเตรียมความพร้อมศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องสำหรับกำหนดรหัสมาตรฐาน Digital Post ID และ ปณท ได้แต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน Digital Post ID เมื่อวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๖๖ เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานโครงการ Digital Post ID และบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

๑๑. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ ของโครงการ

การระบุข้อมูลตำแหน่งที่อยู่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ เกิดความสะดวก ปลอดภัย ในการจัดส่งสิ่งของ โดยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคลมีความปลอดภัยยิ่งขึ้น และสามารถต่อยอดการเชื่อมโยงระบบ Digital Post ID กับระบบของ

ภาครัฐ 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 ๓๕ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

๑๓.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๓๐ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๖

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๖

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ณ ลีนไทม์มาสที่ ๔ (วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖)

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการ

โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail)
๒. ชื่อหน่วยงาน

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
๓. แผนงาน/โครงการ เป็นการขับเคลื่อนภายใต้งบประมาณใด

งบประมาณลงทุนของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

๔. วัตถุประสงค์

ปณท ได้ดำเนินโครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail) เพื่อปรับปรุงช่องทางการจำหน่าย โดยเฉพาะเว็บไซต์ www.ThailandPostMart.com ให้มีระบบที่สามารถรองรับการจำหน่ายสินค้า ทั้งระบบการชำระเงิน ระบบการขนส่งและกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้สั่งซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยสนับสนุน อำนวยความสะดวกในการจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และเกษตรกร ให้สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนกลับสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยระบบบริการจัดการค้าปลีก (New Retail) ภายใต้ชื่อ ThailandPostMart.com มีระบบรองรับการใช้งานที่สะดวกสบาย ตรงกับพฤติกรรมความต้องการซื้อและขายสินค้าแบบ e-Marketplace ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าในระบบของ ปณท รวมทั้งมีการพัฒนาระบบตัวแทนการจำหน่ายสินค้า ThailandPostMart.com สำหรับพนักงาน ปณท เพื่อใช้ในการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบบ Omni Channel ให้ครอบคลุมทุกช่องทางการจำหน่ายสินค้า

เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ปี ๒๕๖๖) ที่

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

๕. เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ

ผลผลิต (Output)

มีระบบบริการจัดการค้าปลีก (New Retail) รองรับการใช้งานอย่างสะดวกสบาย ตรงกับพฤติกรรมความต้องการซื้อและขายสินค้าแบบ e-Marketplace

ผลลัพธ์ (Outcome)

ยอดการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.ThailandPostMart.com จำนวน ๓๗.๕ ล้านบาท

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail) ดำเนินการปรับปรุงช่องทางการจำหน่ายสินค้า โดยเฉพาะเว็บไซต์ www.ThailandPostMart.com ให้มีระบบที่สามารถรองรับการจำหน่ายสินค้า ทั้งระบบการชำระเงิน ระบบการขนส่งและกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้สั่งซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการพัฒนาระบบตัวแทนการจำหน่ายสินค้า ThailandPostMart.com สำหรับพนักงาน ปณท เพื่อใช้ในการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบบ Omni Channel ช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกรไทย ให้สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนกลับสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

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

(กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า ๑ ปี ให้ระบุเป้าหมายแยกเป็นรายปี)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๖
ยอดการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.ThailandPostMart.com	๓๗.๕ ล้านบาท

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

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาดำเนินการ (ระบุวัน/เดือน/ปี)
๑. ดำเนินการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail) ภายใต้ชื่อ ThailandPostMart	๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖
๒. ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการใช้งานให้กับผู้ประกอบการ/เกษตรกร	๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

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

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๒๒ ล้านบาท (งบลงทุนที่ใช้ในการดำเนินการ)

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ - ล้านบาท

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด	ปี พ.ศ. ๒๕๖๖	
	เป้าหมาย	ผลที่ได้
ยอดการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.ThailandPostMart.com	๓๗.๕ ล้านบาท	๑๒.๘๘ ล้านบาท

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๑ ดำเนินการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail) ภายใต้ชื่อ ThailandPostMart
ผลการดำเนินงาน : ปณท ได้พัฒนาระบบ ThailandPostMart.com เป็นช่องทางการจำหน่าย Online และ Offline (ระบบการสั่งซื้อ การชำระเงิน บริการหลังการขาย) เชื่อมโยงการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพที่มีความทันสมัยเชื่อมโยงกันทั้ง online offline แบบ Omni Channel โดยปัจจุบันเปิดให้ลูกค้าใช้งานเรียบร้อยแล้ว ทั้งเว็บไซต์/แอปพลิเคชันและที่ทำการไปรษณีย์

กิจกรรมที่ ๒ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการใช้งานให้กับผู้ประกอบการ/เกษตรกร โดยมีรายได้สะสมจากจากจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 12.88 ล้านบาท (สะสมตั้งแต่เดือนมกราคม - สิงหาคม 2566) โดยคาดการณ์ว่าในเดือนถัดไปแนวโน้มรายได้จากการจำหน่ายสินค้าจะเพิ่มสูงขึ้น จากการปรับระบบการเบิกสินค้า ,การจัดให้มีผู้ประสานงานส่วนกลางที่เรียกว่า RM (Relationship Management) และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของคู่ค้าจำนวน 6 ราย ได้แก่ 1.บริษัท ดอกเตอร์ เรย์ กรุ๊ป จำกัด 2.บริษัท โตชิโน ซัพพลาย จำกัด 3.บริษัท ไทย-สตาร์ฟู้ดส์แอนด์เบฟเวอเรจ จำกัด 4.บริษัท เอนนีจิง พอสส์เบิล จำกัด 5. บริษัท บุษบง จำกัด 6. บริษัท นาทีทอง 999 จำกัด และ 7. บริษัท ฉมา แอ็สซีท์ จำกัด

๑๑. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ของโครงการ

มีระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail) ภายใต้ชื่อ ThailandPostMart ที่รองรับการใช้งานอย่างสะดวกสบาย ตรงกับพฤติกรรมความต้องการซื้อและขายสินค้าแบบ e-Marketplace ซึ่งจะสนับสนุนชุมชน/เกษตรกรไทยให้มีรายได้เพิ่มขึ้นผ่านช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ www.ThailandPostMart.com และที่ทำการไปรษณีย์

๑๒. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

๑๒.๑ ด้านผู้ผลิต

- ผู้ผลิตยังไม่มีความรู้ในการบริหารจัดการระบบ Back office ของร้านค้า

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา ทีมงานให้ความรู้ในการใช้งาน Back office กับผู้ผลิตผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ 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 ๓๔.๓๕ ของเป้าหมายทั้งโครงการ

แบบรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๖

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ณ ลีนไทม์มาส์ที่ ๔ (วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖)

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

๒. ชื่อหน่วยงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....

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

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 ๒๕๖๖) ที่

☑ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐาน และนวัตกรรมดิจิทัล

☑ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : สร้างสังคมแห่งอนาคตและลดความเหลื่อมล้ำด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

● ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ส่งเสริมการให้บริการประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล

☑ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล

☑ ยุทธศาสตร์ที่ ๕ : สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

๕. เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ

ผลผลิต (Output) : ได้ระบบที่สนับสนุนให้การทำธุรกรรมดิจิทัลมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ได้แก่

- (๑) บริการพิสูจน์และยืนยันตัว (e-KYC/Authentication)
- (๒) บริการลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature)
- (๓) บริการประทับรับรองเวลาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Timestamp)
- (๔) บริการประทับตราอิเล็กทรอนิกส์ (e-Seal)
- (๕) บริการสร้างเส้นทางเอกสารแบบอัตโนมัติ (Document Workflow)
- (๖) บริการกล่องจดหมาย (Digital Mailbox)
- (๗) บริการพื้นที่เก็บรักษาเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Document Management)
- (๘) บริการจ่ายชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)
- (๙) บริการจัดพิมพ์และนำส่งเอกสารถึงผู้รับทางไปรษณีย์ (Print & Post)
- (๑๐) บริการระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตน (e-KYC/Authentication)

(๑๑) บริการ Postcard Online

ผลลัพธ์ (Outcome) : ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ได้รับประโยชน์จากระบบ ดังนี้

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

๖. สรุปสาระสำคัญของโครงการ

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) ดำเนินกิจการไปรษณีย์ต่อเนื่องมากกว่า ๑๔๐ ปี มีบทบาทในการเป็นสื่อกลางที่น่าเชื่อถือ ด้วยเครือข่ายที่ทำการไปรษณีย์ บุรุษไปรษณีย์ ที่เชี่ยวชาญด้านการส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และเป็นที่รู้จักของประชาชนเป็นอย่างดี จากนโยบายของภาครัฐที่ต้องการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยภายใต้ “แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ที่จะ “ปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand)” โดยหนึ่งในแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ของภาครัฐ คือ การยกระดับการทำธุรกรรมระหว่างประชาชนกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจในปัจจุบันไปสู่การทำธุรกรรมผ่านสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมุ่งหวังให้ประชาชนสามารถใช้งานได้โดยสะดวก ทัวถึง และเท่าเทียมกัน บนพื้นฐานสำคัญด้านการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy) ให้มีความปลอดภัย (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

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

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

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

แผนระยะเวลาดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

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

* กรณีที่แผนงาน/โครงการมีระยะเวลาดำเนินการเกินจากปีงบประมาณ ให้ระบุเพิ่มเติมจนสิ้นสุดโครงการ

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

๙.๑ งบประมาณสำหรับดำเนินการเอง รวมทั้งสิ้น จำนวน ๒๒๕ ล้านบาท (งบลงทุนที่ใช้ในการดำเนินการ)

๙.๒ ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ๒๒๒.๕๖ ล้านบาท

๑๐. สรุปผลการดำเนินงาน

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

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

๑๐.๒ รายละเอียดผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ ๕ พันธมิตรวางแผนและดำเนินการพัฒนาระบบ (ระยะเวลา ๑๔ เดือนตามที่กำหนดไว้ในสัญญา)

ผลการดำเนินงาน : ดำเนินการพัฒนาระบบ โดยมีความคืบหน้าของโครงการแบ่งเป็น ๒ ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ การออกแบบและพัฒนาระบบ มีความคืบหน้าที่ ๑๐๐ %

ส่วนที่ ๒ การตลาดและการขาย มีความคืบหน้าอยู่ที่ ๖๐ %

กิจกรรมที่ ๖ เสนอบริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ หน่วยงานภาครัฐ โรงพยาบาล บริษัทโทรคมนาคม ธนาคาร และบริษัทประกัน รวมทั้งแผนดำเนินการด้านการตลาด และการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ผลการดำเนินงาน : ลูกค้าลงนามในสัญญาการให้บริการแล้ว จำนวน ๒ ราย และมีลูกค้าเตรียมลงนามในสัญญาให้บริการอีก ๒ ราย

กิจกรรมที่ ๗ เริ่มทดสอบการให้บริการนำร่อง

ผลการดำเนินงาน : สามารถให้บริการแล้ว ดังนี้

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

กิจกรรมที่ ๘ อบรม พัฒนาบุคลากร

๑) อบรมวิธีการใช้งานของระบบต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว ดังนี้

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

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

๓) อบรมบริการ Prompt Post ให้กับทีมขาย ปณท

กิจกรรมที่ ๙ เริ่มให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (FULL SERVICE)

ผลการดำเนินงาน : ขณะนี้อยู่ระหว่างตรวจรับงาน โดยมีแผนเปิดให้บริการแบบ FULL SERVICE ในวันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖

๑๑. ประโยชน์ที่ได้รับ/ผลลัพธ์ ของโครงการ

.....ปณท เป็นหน่วยงานกลางในการรับ - ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางระบบดิจิทัล ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน.....

๑๒. ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินงาน (เช่น สาเหตุความล่าช้าของโครงการ เป็นต้น)

ด้านการพัฒนาระบบ จากผลการทดสอบ Usability พบว่า ระบบยืนยันตัวตนใช้งานยาก ภายในระบบขาดการสื่อสารกับ
ผู้ใช้งาน นอกจากนี้ ยังมีผลทดสอบที่ต้องปรับปรุงเพื่อให้พร้อมต่อการเปิดให้บริการ.....

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา

ปัจจุบันอยู่ระหว่างการปรับปรุงระบบ.....

๑๓. ความก้าวหน้าของการดำเนินการ*

- ๑๓.๑ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๖๐. ของเป้าหมายทั้งโครงการ (ปี ๒๕๖๕ - ๒๕๗๑)
- ๑๓.๒ มีความก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ของเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๖