

โครงการ Digital Post ID

หน่วยงานรับผิดชอบ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ผู้ติดต่อประสานงาน นายพงษ์พัฒน์ กล่ำคำ โทรศัพท์ ๐ - ๒๘๓๑-๓๔๔๘

โทรสาร ๐-๒๘๓๑-๓๔๖๗

ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร

ประเทศไทยได้เริ่มใช้รหัสไปรษณีย์ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๒๕ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงปลายทางของที่จัดส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งใช้แทนรายละเอียดพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้กระบวนการคัดแยกและส่งต่อสิ่งของเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว แต่เนื่องด้วยวิถีการดำรงชีวิต พฤติกรรม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การระบุข้อมูลตัวตนบุคคล (Personal Identity) และการระบุตำแหน่งที่อยู่ (Position Identity) ที่ได้รับการรับรอง และเข้ารหัสเพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในธุรกิจ e-Commerce ที่มีการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย ดังนั้น เพื่อเพิ่มความถูกต้อง แม่นยำ ลดความผิดพลาดในกระบวนการขนส่งรวมถึงการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ปณท จึงได้ริเริ่มแนวคิดที่จะเปลี่ยนตำแหน่งที่อยู่จากแบบเดิมให้เป็นที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (Digital Address) หรือที่เรียกว่า Digital Post ID เพื่อสร้างระบบตำแหน่งที่อยู่ของบุคคล/องค์กรในรูปแบบ Digital Post ID สามารถเชื่อมโยงตัวตนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ โดยจะกำหนดให้ Digital Post ID เป็นข้อมูลมาตรฐานของประเทศ และมีการสำรวจ รวบรวม และบริหารจัดการข้อมูลที่เชื่อมโยงกับ Digital Post ID ทั้งในมิติ เศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยยกระดับความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ลดการเปิดเผยตัวตนและข้อมูลสำคัญส่วนบุคคล โดยเฉพาะในการทำธุรกรรมเกี่ยวกับ e-Commerce

ส่วนที่ ๑ ความเชื่อมโยง ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ

๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑)

๑) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

(๑) เป้าหมายที่ ๒ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๔.๔ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่

(๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ โครงการ Digital Post ID เป็นการสร้างระบบที่สามารถระบุตำแหน่งที่อยู่ของบุคคล องค์กร ในรูปแบบ Digital Post ID สามารถเชื่อมโยงตัวตนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ โดยจะกำหนดให้ Digital Post ID เป็นข้อมูลมาตรฐานของประเทศ ซึ่งระบบดังกล่าวจะเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม และระบบโลจิสติกส์ที่ช่วยยกระดับความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ลดการเปิดเผยตัวตนและข้อมูลสำคัญส่วนบุคคล โดยเฉพาะธุรกรรมเกี่ยวกับธุรกิจ e-Commerce ให้แก่ประชาชน และช่วยสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ e-Commerce

๑.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๒)

๑) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ ๗ โครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิทัล

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมาย** ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศสูงขึ้น
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ** โครงการ Digital Post ID เป็นการสร้างระบบที่สามารถระบุตำแหน่งที่อยู่ของบุคคล องค์กรในรูปแบบ Digital Post ID สามารถเชื่อมโยงตัวตนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ และกำหนดให้เป็นข้อมูลมาตรฐานของประเทศ ซึ่งระบบดังกล่าวจะเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์ที่ช่วยยกระดับความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ลดการเปิดเผยตัวตนและข้อมูลสำคัญส่วนบุคคลในการทำธุรกรรมเกี่ยวกับธุรกิจ e-Commerce ทำให้ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศสูงขึ้น

(๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและโลจิสติกส์

- **เป้าหมายของแผนย่อย** ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศลดลง
- **แนวทางการพัฒนา** พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและศูนย์บริการโลจิสติกส์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการการขนส่งสินค้าต่อเนื่องหลายรูปแบบอย่างไร้รอยต่อ และสอดคล้องกับรูปแบบการค้าระหว่างประเทศในอนาคตนับระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการทั้งในส่วนของการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน กระบวนการโลจิสติกส์และการให้บริการโลจิสติกส์ อาทิ ระบบการบริหารจัดการขนส่ง ระบบการตรวจสอบรถเที่ยวเปล่า การพัฒนาความร่วมมือด้านการขนส่งข้ามพรมแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ** โครงการ Digital Post ID เป็นการสร้างระบบที่สามารถระบุตำแหน่งที่อยู่ของบุคคล องค์กรในรูปแบบ Digital Post ID สามารถเชื่อมโยงตัวตนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ โดยกำหนดให้เป็นข้อมูลมาตรฐานของประเทศ ซึ่งระบบดังกล่าวเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและโลจิสติกส์ให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่ต้องการความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ลดการเปิดเผยตัวตนและข้อมูลสำคัญส่วนบุคคลในการทำธุรกรรม โดยเฉพาะเกี่ยวกับธุรกิจ e-Commerce

ส่วนที่ ๒ รายละเอียดโครงการ

๒.๑ หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยได้เริ่มใช้รหัสไปรษณีย์ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๒๕ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงปลายทางสิ่งของที่จัดส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งใช้แทนรายละเอียดพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้กระบวนการคัดแยกและส่งต่อสิ่งของเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว แต่เนื่องด้วยวิถีการดำรงชีวิต พฤติกรรม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การระบุข้อมูลตัวตนบุคคล (Personal Identity) และการระบุตำแหน่งที่อยู่ (Position Identity) ที่ได้รับการรับรอง และเข้ารหัสเพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในธุรกิจ e-Commerce ที่มีการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย ดังนั้น เพื่อเพิ่มความถูกต้อง แม่นยำ ลดความผิดพลาดในกระบวนการขนส่งรวมไปถึงการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ปณท จึงได้ริเริ่มแนวคิดที่จะเปลี่ยนตำแหน่งที่อยู่จากแบบเดิมให้เป็นที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (Digital Address) หรือที่เรียกว่า Digital Post ID เพื่อสร้างระบบตำแหน่งที่อยู่ของบุคคล/องค์กรในรูปแบบ Digital Post ID สามารถเชื่อมโยงตัวตนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ โดยจะกำหนดให้ Digital Post ID เป็นข้อมูลมาตรฐานของประเทศ และมีการสำรวจ รวบรวม และบริหารจัดการข้อมูลที่เชื่อมโยงกับ Digital Post ID ทั้งในมิติ เศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยยกระดับความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ลดการเปิดเผยตัวตนและข้อมูลสำคัญส่วนบุคคล โดยเฉพาะในการทำธุรกรรมเกี่ยวกับ e-Commerce

๒.๒ วัตถุประสงค์

- ๒.๒.๑ เพื่อกำหนดรูปแบบของรหัส Digital Post ID และผลักดันให้เป็นมาตรฐานที่ใช้กันโดยทั่วไปภายในประเทศ
- ๒.๒.๒ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลของ Digital Post ID และข้อมูลในมิติอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งภายใน ปณท และกับหน่วยงานต่าง ๆ
- ๒.๒.๓ เพื่อดำเนินการพัฒนาส่วนเชื่อมต่อ หรือระบบอื่นใดที่เกี่ยวข้องในกระบวนการรับและจัดส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลและทำงานร่วมกับ Digital Post ID ได้ ซึ่งรวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ หรือเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องด้วย
- ๒.๒.๔ เพื่อดำเนินการทดสอบการดำเนินการรับและจัดส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ด้วย Digital Post ID โดยเริ่มในวงจำกัด (Pilot Testing Site) เพื่อนำไปขยายใช้งานในทุกภาคส่วนของ ปณท ต่อไป

๒.๓ เป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	ปี พ.ศ. ๒๕๖๖
๑. ร้อยละความสำเร็จของการร่วมนำ Digital Post ID	ร้อยละ ๑๐๐
๒. ทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่องได้ตามจำนวนที่กำหนด (use case)	๓ use cases

๒.๔ ผลผลิต ผลลัพธ์ และดัชนีชี้วัดความสำเร็จ

- ๒.๔.๑ ผลผลิต (Output) : (๑) แบบร่างมาตรฐานรหัส Digital Post ID จำนวน ๑ ฉบับ
(๒) ระบบสารสนเทศ Digital Post ID จำนวน ๑ ระบบ

๒.๔.๒ ผลลัพธ์ (Outcome) :

- ๑) การระบุข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ จะเกิดเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งประเทศ เมื่อ Digital Post ID ถูกนำมาใช้เป็นมาตรฐานในการระบุข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ เช่น การระบุตำแหน่ง ที่อยู่ของบุคคล บ้านเรือน บริษัท ห้างร้าน หรือที่ดิน เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องอาศัยการขับเคลื่อนทั้งจากทางภาครัฐและภาคเอกชนรวมกัน
- ๒) ประชาชนได้รับความสะดวกสบายและความปลอดภัยมากขึ้นในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งสิ่งของ ทางไปรษณีย์ 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 ถูกต้อง แม่นยำ 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 การกำหนดเขต

เลือกตั้ง การจัดสรรสวัสดิการจากทางภาครัฐ การวางแผนนโยบายทั้งภาครัฐ และเอกชน การศึกษาวิจัยต่าง ๆ และการช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยพิบัติ

- ๗) โครงการศึกษาวิจัยที่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้ง หรือข้อมูลเกี่ยวกับประชากร สามารถทำได้สะดวกรวดเร็วและเป็นไปตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยอาศัยข้อมูลจากฐานข้อมูล Digital Post ID ที่ทำการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลไว้

๒.๕ ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

๒.๕.๑ เชิงปริมาณ :

- (๑) ร้อยละความสำเร็จของการร่างรหัส Digital Post ID
- (๒) ทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่องได้ตามจำนวนที่กำหนด (use case)

๒.๕.๒ เชิงคุณภาพ : ไม่มี

๒.๖ ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๒.๖.๑ ยกระดับความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ลดการเปิดเผยตัวตนและข้อมูลสำคัญส่วนบุคคล โดยเฉพาะธุรกรรมเกี่ยวกับธุรกิจ e-Commerce ให้แก่ประชาชน
- ๒.๖.๒ ปัญหาที่เกิดจากการโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคลลดลง อันเนื่องมาจากความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลสูงขึ้น
- ๒.๖.๓ ประชาชนมั่นใจและเชื่อถือการซื้อสินค้าผ่าน e-Commerce
- ๒.๖.๔ ธุรกิจ e-Commerce เติบโตขึ้น ส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ
- ๒.๖.๕ เจ้าหน้าที่จัดส่งสิ่งของ ทั้งของ ปณท เอง และของบริษัทเอกชนรายอื่นได้รับความสะดวก และถูกต้องในการวางแผนและการนำจ่ายไปรษณีย์ไปยังผู้รับปลายทาง

๒.๗ กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์

- ๒.๗.๑ บุคลากรของ ปณท ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการรับและจัดส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์
- ๒.๗.๒ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน
- ๒.๗.๓ ผู้ประกอบการ e-Commerce Platform
- ๒.๗.๔ ผู้ประกอบการร้านค้าบน e-Commerce Platform
- ๒.๗.๕ ประชาชนซึ่งเป็นผู้รับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์

๒.๘ ระยะเวลาดำเนินโครงการ ๒ ปี ๓ เดือน

๒.๙ แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายเงินงบประมาณ

วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ ๑๘๖,๖๑๐,๐๐๐ บาท

(ปี ๒๕๖๖ จำนวน ๑๔๓,๑๑๖,๐๐๐ ล้านบาท ปี ๒๕๖๗ จำนวน ๔๓,๔๙๔,๐๐๐ ล้านบาท)

แผนการปฏิบัติงาน (กิจกรรม)	แผนการใช้จ่ายงบประมาณ				รวม
	ไตรมาสที่ ๑/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๒/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๓/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๔/๒๕๖๖	
๑. การยื่นขอรับการสนับสนุนทุนจากกองทุนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	-	-	-	-	-
๒. ด้านการกำหนดมาตรฐาน Digital Post ID ๒.๑ การร่างรหัสมาตรฐาน Digital Post ID ๒.๒ การกำหนดมาตรฐาน Digital Post ID ๒.๓ การทดสอบกลุ่มเป้าหมายนำร่อง ๒.๔ การรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง					
๓. ด้านการจัดทำระบบหลัก - การดำเนินการพัฒนาระบบหลัก Digital Post ID					
๔. ด้านกลยุทธ์และการขับเคลื่อน - การจัดทำแผนพัฒนา Digital Post ID เชิงสังคม					
รวม					๑๔๓,๑๑๖,๐๐๐

โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail)

หน่วยงานรับผิดชอบ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ผู้ติดต่อประสานงาน นายพงษ์พัฒน์ กล่ำคำ โทรศัพท์ ๐ - ๒๘๓๑-๓๔๔๘

โทรสาร ๐-๒๘๓๑-๓๔๖๗

ส่วนที่ ๑ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ

๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑)

๑) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

- (๑) เป้าหมายที่ ๒ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน
- (๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๕.๓ พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
- (๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail) ช่วยสร้างโอกาสทางการขายสำหรับผู้ประกอบการสินค้าชุมชน เกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน ให้สามารถสร้างรายได้บนออนไลน์ โดยได้จัดทำเว็บไซต์ Thailandpostmart พร้อมทั้งพัฒนาระบบบริการจัดการค้าปลีก (New Retail) ให้มีระบบรองรับการใช้งานอย่างสะดวกสบาย ตรงกับพฤติกรรมความต้องการซื้อและขายสินค้าแบบ e-Marketplace นอกจากนี้ ได้ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ Platform Thailandpostmart แก่ผู้ประกอบการมาโดยตลอด

๑.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๒)

๑) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ ๑๖ เศรษฐกิจฐานราก

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย รายได้ของประชากรกลุ่มรายได้น้อยเพิ่มขึ้นอย่างกระจายและอย่างต่อเนื่อง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail) ได้พัฒนาระบบบริการจัดการค้าปลีก (New Retail) ให้มีระบบรองรับการใช้งานอย่างสะดวกสบาย ตรงกับพฤติกรรมความต้องการซื้อและขายสินค้าแบบ e-Marketplace และร่วมมือกับพันธมิตรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ Platform Thailandpostmart แก่ผู้ประกอบการมาโดย

ตลอด เพื่อช่วยสร้างโอกาสทางการขายสำหรับผู้ประกอบการสินค้าชุมชน เกษตรกร และ
วิสาหกิจชุมชนให้สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์

(๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ยกย่องศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

- **เป้าหมายของแผนย่อย** ศักยภาพและขีดความสามารถของเศรษฐกิจฐานรากเพิ่มขึ้น
- **แนวทางการพัฒนา** พัฒนาปัจจัยสนับสนุนและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเพิ่มศักยภาพเศรษฐกิจฐานราก และยกระดับรายได้ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยสนับสนุนเงินทุน ที่ดิน แรงงาน เครื่องมือเครื่องจักร ทูทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทูทางสังคม ทูทางวัฒนธรรม รวมถึงส่งเสริมตลาดในชุมชนตลาดออนไลน์ และตลาดในต่างประเทศ สร้างเครือข่ายทางการตลาด เครือข่ายผู้ประกอบการ สร้างการรับรู้ทางธุรกิจผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพัฒนาสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งในด้านคมนาคมขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถเศรษฐกิจฐานราก โดยพัฒนาระบบเครือข่ายฐานข้อมูล รวมถึงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ** โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการการค้าปลีก (New Retail)) ได้พัฒนาระบบบริการจัดการการค้าปลีก (New Retail) ให้มีระบบรองรับการใช้งานอย่างสะดวกสบาย ตรงกับพฤติกรรมความต้องการซื้อและขายสินค้าแบบ e-Marketplace และร่วมมือกับพันธมิตรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ Platform Thailandpostmart แก่ผู้ประกอบการ ซึ่งช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการ ให้มีความรู้และเข้าถึงตลาดออนไลน์ สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

ส่วนที่ ๒ รายละเอียดโครงการ

๒.๑ หลักการและเหตุผล

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้จัดทำเว็บไซต์ Thailandpostmart มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาสทางการขายสำหรับสินค้าชุมชนและสร้างรายได้บนออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการ เกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน โดยได้มีการร่วมมือกับพันธมิตรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ Platform Thailandpostmart มาโดยตลอด และได้พัฒนาระบบบริการจัดการการค้าปลีก (New Retail) ให้มีระบบรองรับการใช้งานอย่างสะดวกสบาย ตรงกับพฤติกรรมความต้องการซื้อและขายสินค้าแบบ e-Marketplace เพื่อเพิ่มยอดขายจำหน่ายสินค้าในระบบของ ปณท รวมทั้งพัฒนาระบบตัวแทนการจำหน่ายสินค้า Thailandpostmart.com สำหรับพนักงาน ปณท เพื่อใช้ในการเป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้าแบบ Omni Channel ให้ครอบคลุมทุกช่องทางการจำหน่ายสินค้า และมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการ เกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน ให้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยผ่านช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.thailandpostmart.com และที่ทำการไปรษณีย์

๒.๒ วัตถุประสงค์

พัฒนาระบบบริการจัดการค้าปลีก (New Retail) ภายใต้ชื่อ ThailandPostMart.com ให้มีระบบรองรับการใช้งานอย่างสะดวก สบาย ตรงกับพฤติกรรมความต้องการซื้อและขายสินค้าแบบ e-Marketplace และเพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าในระบบของ ปณท รวมทั้ง พัฒนาระบบตัวแทนการจำหน่ายสินค้า ThailandPostMart.com สำหรับพนักงาน ปณท เพื่อใช้ในการเป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้าแบบ Omni Channel ให้ครอบคลุมทุกช่องทางการจำหน่ายสินค้าและมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น ซึ่งช่วยเหลือชุมชน/เกษตรกรไทยให้มีรายได้เพิ่มขึ้นผ่านช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ www.ThailandPostMart.com และที่ทำการไปรษณีย์ โดยมีระบบรองรับการใช้งานอย่างสะดวก

๒.๓ เป้าหมาย มียอดสินค้าที่สั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์ม ThailandPostMart จำนวน ๖๕,๐๐๐ ชิ้น

๒.๔ ผลผลิต ผลลัพธ์ และดัชนีชี้วัดความสำเร็จ

๒.๔.๑ ผลผลิต (Output) : มีระบบบริการจัดการค้าปลีก (New Retail) รองรับการใช้งานอย่างสะดวก สบาย ตรงกับพฤติกรรมความต้องการซื้อและขายสินค้าแบบ e-Marketplace

๒.๔.๒ ผลลัพธ์ (Outcome): มีสินค้าที่สั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์ม ThailandPostMart ไม่น้อยกว่า ๖๕,๐๐๐ ชิ้น

๒.๕ ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

๒.๕.๑ เสิ้งปริมาณ : มีสินค้าที่สั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์ม ThailandPostMart ไม่น้อยกว่า ๖๕,๐๐๐ ชิ้น

๒.๕.๒ เสิ้งคุณภาพ : ไม่มี

๒.๖ ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๒.๖.๑ ผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่ขาดความรู้และโอกาสในการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มีช่องทางขายสินค้าชุมชนผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถขยายตลาดให้กว้างขึ้นในระดับประเทศ สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ และความเจริญสู่ท้องถิ่นทั่วประเทศ ทำให้เศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชนมีความเข้มแข็ง

๒.๗ กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์

๒.๗.๑ กลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๒.๗.๒ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

๒.๘ ระยะเวลาดำเนินโครงการ ๑ ปี

๒.๙ แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายเงินงบประมาณ

วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ ๒๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท

แผนการปฏิบัติงาน (กิจกรรม)	แผนการใช้จ่ายงบประมาณ				รวม
	ไตรมาสที่ ๑/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๒/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๓/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๔/๒๕๖๖	
๑. ดำเนินการพัฒนาระบบบริหารจัดการค้าปลีก (New Retail) ภายใต้ชื่อ ThailandPostMart					
๒. ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการใช้งานให้กับ ผู้ประกอบการ/เกษตรกร					
รวม					๒๒,๐๐๐,๐๐๐

โครงการพัฒนาระบบจัดการด้านเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ แบบครบวงจร (Total Document Handling : TDH)

หน่วยงานรับผิดชอบ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
ผู้ติดต่อประสานงาน นายพงษ์พัฒน์ กล่ำคำ โทรศัพท์ ๐ - ๒๘๓๑-๓๔๔๘
โทรสาร ๐-๒๘๓๑-๓๔๖๗

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีแนวทางในการพัฒนาระบบกลางสำหรับใช้รับส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันด้านการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ โดย ปณท เป็นตัวกลางในการรับ-ส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน ซึ่งจะมีการพัฒนาระบบที่สนับสนุนให้การทำธุรกรรมดิจิทัลมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น 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) บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)
- (๙) บริการจัดพิมพ์และนำส่งเอกสารถึงผู้รับทางไปรษณีย์ (Print & Post)
- (๑๐) บริการระบบประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

ส่วนที่ ๑ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ

๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑)

๑) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

- (๑) เป้าหมายที่ ๑ ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม
ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส
- (๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๔.๒ พัฒนาและปรับระบบวิธีการปฏิบัติราชการให้ทันสมัย
- (๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ โครงการพัฒนาระบบจัดการด้านเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ แบบครบวงจร (Total Document Handling : TDH) เป็นการพัฒนากระบวนการสำหรับใช้รับส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันด้านการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง

เป็นระบบที่ทันสมัย ช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจได้อย่างสะดวกและคล่องตัว ส่วนภาคธุรกิจมีความเชื่อมั่นต่อระบบการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กับภาครัฐและภาคประชาชน ผ่านระบบของ ปณท ที่มีการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ปลอดภัยและผ่านการยืนยันตัวตนของผู้รับสารและส่งสาร

๒.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๒)

๑) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ ๒๐ การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมาย** ภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ** โครงการพัฒนาระบบจัดการด้านเอกสารอิเล็กทรอนิกส์แบบครบวงจร (Total Document Handling : TDH) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการภาครัฐ โดยนำระบบกลางสำหรับใช้รับส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันด้านการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์มาให้บริการ

(๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ การพัฒนาบริการประชาชน

- **แนวทางการพัฒนา** พัฒนาการให้บริการภาครัฐผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากลอย่างคุ้มค่า มีความรวดเร็ว โปร่งใส เสียค่าใช้จ่ายน้อย ลดข้อจำกัดทางกายภาพ เวลา พื้นที่ และตรวจสอบได้ ตามหลักการออกแบบที่เป็นสากล เพื่อให้บริการภาครัฐเป็นไปอย่างปลอดภัย สร้างสรรค์ โปร่งใส มีธรรมาภิบาล เกิดประโยชน์สูงสุด
- **เป้าหมายของแผนย่อย** งานบริการภาครัฐปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ** โครงการพัฒนาระบบจัดการด้านเอกสารอิเล็กทรอนิกส์แบบครบวงจร (Total Document Handling : TDH) เป็นการเปลี่ยนผ่านจากระบบการทำธุรกรรมแบบดั้งเดิมไปสู่การทำธุรกรรมสมัยใหม่ โดยการพัฒนากระบวนการสำหรับใช้รับส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งด้านการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ ๒ รายละเอียดโครงการ

๒.๑ หลักการและเหตุผล

ปณท ดำเนินกิจการไปรษณีย์ต่อเนื่องมากว่า ๑๔๐ ปี มีบทบาทในการเป็นสื่อกลางที่น่าเชื่อถือ ด้วยเครือข่ายที่ทำการไปรษณีย์ บุรุษไปรษณีย์ ที่เชี่ยวชาญด้านการส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และเป็นที่รู้จักของประชาชนเป็นอย่างดี จากนโยบายของภาครัฐที่ต้องการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนการพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยภายใต้ “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 ยังมีคุณลักษณะด้านเครือข่ายให้บริการที่กระจายตัวอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ทั่วประเทศที่สามารถนำมารองรับกลุ่มประชาชนที่ยังไม่มั่นใจหรือมีข้อจำกัดในการเข้าถึงการทำธุรกรรมผ่านอิเล็กทรอนิกส์ ได้ ด้วยการใช้ที่ทำการไปรษณีย์เป็นช่องทางให้บริการรับส่งข่าวสารผ่านบริการในรูปแบบใหม่โดยจะมีการแปลงไปสู่รูปแบบดิจิทัล เพื่อไม่ให้กระทบกับพฤติกรรมของประชาชนในทันที เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านระบบการส่งข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจไปสู่ภาคประชาชนเป็นไปโดยสะดวก ทัวถึง และเท่าเทียมกันผ่านตัวกลางที่ได้รับความเชื่อถือ (Trusted Third Party) และสามารถเป็นสะพานเชื่อมโยงทั้งการสื่อสารสำหรับคนยุคดั้งเดิม และคนยุคสมัยใหม่ได้ไปพร้อมกัน

๒.๒ วัตถุประสงค์

- (๑) เพื่อให้ภาครัฐมีการลงทุนด้านการบริหารจัดการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ซ้ำซ้อนและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีระบบที่เป็นมาตรฐานสามารถพัฒนาต่อยอดได้ และก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ในการดำเนินงานระยะยาว
- (๒) เพื่อให้ภาคธุรกิจมีความเชื่อมั่นต่อระบบการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กับภาครัฐและภาคประชาชนว่า มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy) ให้มีความปลอดภัย (Security) สามารถยืนยันตัวตนของผู้ส่งและผู้รับสาร (Verification) และมีการรับรองความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล (Certifiable) ด้วยตัวกลางที่มีความน่าเชื่อถือ (Trusted Third Party)
- (๓) เพื่อให้ภาคประชาชนสามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของประชาชนทุกกลุ่ม และแก้ไขปัญหาด้านข้อจำกัดในการเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของประชาชนในระยะเปลี่ยนผ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- (๔) เพื่อให้การกำกับดูแลระบบการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และลดปัญหาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภาครัฐที่เป็นเท็จ (Fake News) โดยกลุ่มผู้ไม่หวังดี ด้วยการส่งข้อมูลข่าวสารไปสู่ภาคประชาชนได้ในระดับบุคคล ผ่านตัวกลางที่น่าเชื่อถือและให้บริการได้ทั้งช่องทางแบบดั้งเดิมและช่องทางสมัยใหม่

๒.๓ เป้าหมาย

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

๒.๔ ผลผลิต ผลลัพธ์ และดัชนีชี้วัดความสำเร็จ

๒.๔.๑ ผลผลิต (Output) :

ได้ระบบที่สนับสนุนให้การทำธุรกรรมดิจิทัลมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ได้แก่

- 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) บริการชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)
- ๘) บริการจัดพิมพ์และส่งเอกสาร (Print & Post)
- ๙) บริการระบบประชาสัมพันธ์ (Public Relation)
- ๑๐) บริการพิสูจน์และยืนยันตัว (e-KYC/Authentication)

๒.๔.๒ 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

๒.๕ ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

๒.๕.๑ **เชิงปริมาณ** : จำนวนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ใช้ระบบงาน (สะสม)

๒.๕.๒ **เชิงคุณภาพ** : ไม่มี

๒.๖ ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๒.๖.๑ ประเทศไทยมีระบบกลางสำหรับใช้รับส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนที่เป็นมาตรฐานเดียวกันด้านการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์

๒.๗ กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์

๒.๗.๑ ภาคประชาชนที่ต้องการทำธุรกรรมดิจิทัลกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ

๒.๗.๒ ภาคธุรกิจที่ต้องการทำธุรกรรมดิจิทัลกับภาครัฐและภาคประชาชน

๒.๗.๓ ภาครัฐ

๒.๘ ระยะเวลาดำเนินโครงการ ๖ ปี ๔

๒.๙ แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายเงินงบประมาณ

วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ ๒๗๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท

แผนการปฏิบัติงาน (กิจกรรม)	แผนการใช้จ่ายงบประมาณ				รวม
	ไตรมาสที่ ๑/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๒/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๓/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๔/๒๕๖๖	
๑. พันธมิตรวางแผนและดำเนินการพัฒนาระบบ (ระยะเวลา ๑๔ เดือนตามที่กำหนดไว้ในสัญญา)					
๒. เสนอบริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ หน่วยงานภาครัฐ โรงพยาบาล บริษัทโทรคมนาคม ธนาคาร และบริษัทประกัน และดำเนินการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์					
๓. เริ่มทดสอบการให้บริการนำร่อง (บางบริการ)					
๔. อบรม พัฒนาบุคลากร					

แผนการปฏิบัติงาน (กิจกรรม)	แผนการใช้จ่ายงบประมาณ				รวม
	ไตรมาสที่ ๑/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๒/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๓/๒๕๖๖	ไตรมาสที่ ๔/๒๕๖๖	
๕. เริ่มให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (FULL SERVICE)					
รวม					๒๗๕,๐๐๐,๐๐๐