



แผนปฏิบัติการดิจิทัล องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

พ.ศ. 2566-2570

ประจำปี 2568

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร

1. บทนำ.....	1
1.1 หลักการและเหตุผล.....	2
2. สภาพแวดล้อมด้านดิจิทัลขององค์การตลาด.....	3
2.1 สถานภาพด้านดิจิทัลขององค์การตลาด.....	4
2.1.1 สถานภาพบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	4
2.1.2 สถานภาพด้านระบบสารสนเทศ.....	8
2.1.3 สถานภาพด้านฮาร์ดแวร์.....	15
2.1.4 สถานภาพด้านระบบเครือข่าย.....	17
2.1.5 สถานภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัย.....	21
2.1.6 สถานภาพด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology : DT).....	25
2.2 สรุปปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์การตลาด.....	28
2.3 แนวโน้มด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน.....	30
2.4 แนวทางในการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์การตลาด.....	41
3. ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ (SWOT Analysis).....	44
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ (SWOT Analysis).....	45
3.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Analysis).....	46
3.1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Analysis).....	50
3.1.3 การจัดทำ TOWS Matrix.....	55
3.2 ความต้องการทางยุทธศาสตร์ (Strategic Needs).....	59
3.3 จุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning).....	60

3.4 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective) ด้านดิจิทัลองค์การตลาด ปี 2565 – 2570.....	60
3.5 ความสามารถหลัก (Core Competency).....	61
3.6 ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge).....	61
3.7 ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage).....	61
4. แผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2565-2570	62
4.1 พันธกิจด้านดิจิทัลขององค์การตลาด พ.ศ. 2565-2570.....	62
4.2 วิสัยทัศน์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	62
4.3 ยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2565-2570.....	62
4.4 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2565-2570 กับยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง.....	69
4.4.1 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2565-2570 กับแผนวิสาหกิจของ องค์การตลาด	70
4.4.2 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2565-2570 กับแผนปฏิบัติการดิจิทัลกระทรวงมหาดไทย	72
4.4.3 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2565-2570 กับยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	74
4.5 โครงการ และวงเงินงบประมาณตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2565- 2570.....	76
5. กรอบแนวทางการประเมินความคุ้มค่าและการจัดลำดับความสำคัญโครงการดิจิทัล.....	83
5.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	83
5.1.1 การประเมินความคุ้มค่าที่เป็นตัวเงินในการลงทุน.....	83
5.1.2 การประเมินความคุ้มค่าที่ไม่เป็นตัวเงินในการลงทุน.....	85
5.1.3 วิธีการทางสถิติในการวัดความสอดคล้องและการยอมรับ.....	86
5.1.4 การจัดทำกรอบการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล.....	86

5.1.5 ขั้นตอนการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล.....	89
5.1.6 กรอบการจัดลำดับความสำคัญการลงทุนโครงการดิจิทัล.....	90
5.1.7 ผลการประเมินความคุ้มค่าและการจัดลำดับความสำคัญโครงการดิจิทัล.....	91
6. การถ่ายทอดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์.....	97

บทสรุปผู้บริหาร

1. หลักการและเหตุผล

องค์การตลาด เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัด กระทรวงมหาดไทย ได้มีการจัดทำแผนแม่บทด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และแผนปฏิบัติการดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันองค์การตลาด กำลังการดำเนินงานภายใต้ “แผนปฏิบัติการดิจิทัลองค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2566-2570 ประจำปี 2568” โดยมุ่งเน้น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลสูงสุด แต่ การที่องค์การตลาดจะปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัล อย่างเต็มรูปแบบนั้น จำเป็นต้อง มีการศึกษา วิเคราะห์ สถานภาพปัจจุบันด้านดิจิทัลขององค์การตลาด รวมถึงความต้องการ และปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ จากนั้นจึงนำ ข้อมูลที่ได้จากผลการศึกษา มาใช้เพื่อวางแผนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการปรับเปลี่ยนทั่วทั้งองค์กร ดังนั้น องค์การตลาด จึงได้กำหนดให้มีการจัดทำ “โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัล ปีงบประมาณ 2566 - 2570 และการทำสถาปัตยกรรมองค์กร ขององค์การตลาด” โดยมุ่งเน้นให้องค์การตลาดสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ รวมถึงสถานการณ์ และวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดฝัน และ เพื่อให้องค์การตลาดสามารถปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัล อย่างเต็มรูปแบบต่อไป

2. แนวทางในการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์การตลาด



รูปที่ 1 เป้าหมายในการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์การตลาด

จากผลการศึกษาสถานภาพปัจจุบันด้านดิจิทัลขององค์การตลาดและแนวโน้มด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบันสามารถสรุปประเด็นที่องค์การตลาดควรดำเนินการได้ดังแสดงในรูปที่ 1

นอกจากนี้ องค์การตลาดต้องดำเนินการจัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ในการดำเนินการด้านดิจิทัล แก่คณะกรรมการ หรือ คณะทำงาน หรือ บุคลากรขององค์การตลาด รวมถึงควรจัดให้มีการดำเนินการเพื่อเพิ่มทักษะความชำนาญ หรือความสามารถในการใช้งาน ความสามารถในการกำกับดูแล ความสามารถในการบำรุงรักษา และทักษะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเอาเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมา ใช้กับการปฏิบัติงาน และการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาดให้กับบุคลากร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ ปฏิบัติงาน และการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้จากผลการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน และศักยภาพขององค์การตลาด พบว่า เพื่อให้องค์การตลาด สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ รวมถึงสถานการณ์ และวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้โดย ไม่ คาดฝัน และเพื่อให้องค์การตลาดสามารถปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัล อย่างเต็มรูปแบบ นั้น จะต้องมีการดำเนินการดังนี้

1. การนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถ และสนับสนุนการ ปฏิบัติงาน และขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อรองรับการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของ ผู้บริโภค และ สถานการณ์วิกฤต

2. การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูล ด้วยการสร้างกรอบธรรมาภิบาลด้านข้อมูล และเพิ่มขีด ความสามารถในการบริหารจัดการข้อมูล เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน และการขับเคลื่อนธุรกิจ

3. การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงระบบสารสนเทศ และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของ บุคลากร

3. ยุทธศาสตร์ดิจิทัลองค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570



รูปที่ 2 ยุทธศาสตร์ดิจิทัลองค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570

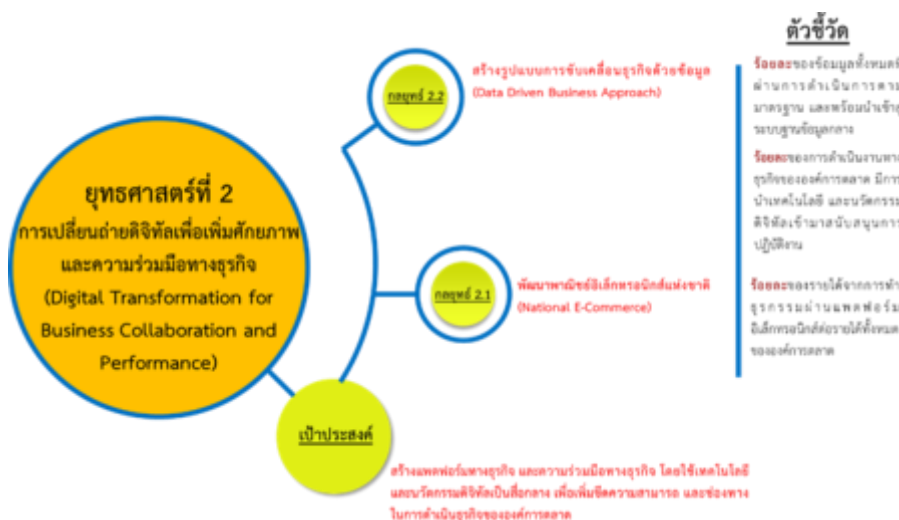
1) ยุทธศาสตร์เพื่อการสนับสนุนธุรกิจหลัก (Strategy for Core Business Function)

1.1) ยุทธศาสตร์ที่ 1: นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจโดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล
Digital Innovations to Transform Business Models by Data Driven รายละเอียดแสดงดังรูปที่ 3

รูปที่ 3 รายละเอียดยุทธศาสตร์ดิจิทัลองค์กรตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 1



1.2) ยุทธศาสตร์ที่ 2: การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ Digital Transformation for Business Collaboration and Performance รายละเอียดแสดงดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 รายละเอียดยุทธศาสตร์ดิจิทัลองค์กรตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 2

2) ยุทธศาสตร์สนับสนุนการปฏิบัติงานภายใน (Strategy for Internal Supporting Function)

2.1) ยุทธศาสตร์ที่ 3: การปรับปรุงเชิงดิจิทัลของงานบริหารองค์กร ระบบ และโครงสร้างพื้นฐาน
 Digital Renovation of Organization Management, System and Infrastructure รายละเอียดแสดงดัง
 รูปที่ 5



รูปที่ 5 รายละเอียดยุทธศาสตร์ดิจิทัลองค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 3

4. ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 กับยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

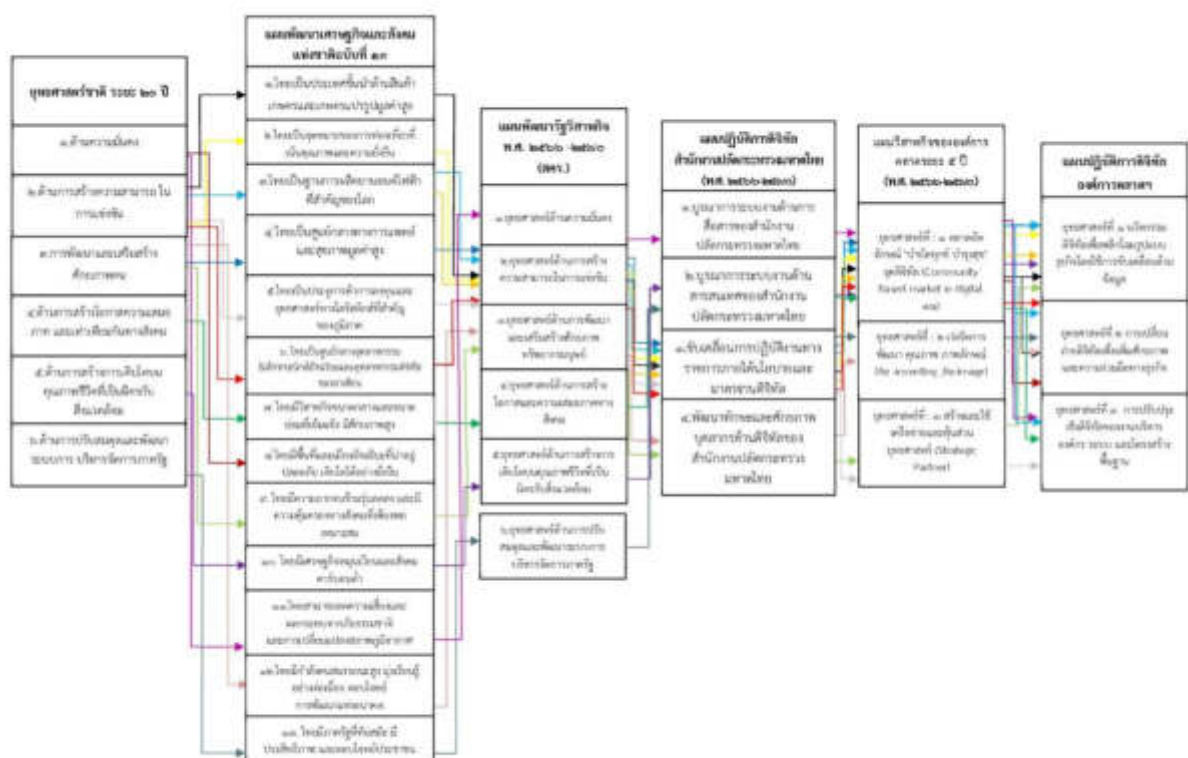
ในการจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด งบประมาณ 2566-2570 นั้น ในขั้นตอนการจัดทำ ได้มีการกำหนดให้มีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของแผนวิสาหกิจองค์การตลาด(พ.ศ.2567-2570) แผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทยปีงบประมาณ 2566-2570 และแผนกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2566-2570)

โดยรายละเอียดของความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ ดังนี้



รูปที่ 6 ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ยุทธศาสตร์ดิจิทัลองค์กรตลาด ปีงบประมาณ 2566 -2570 กับ ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

5. ความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจขององค์กร และนโยบายต่างๆ ตามศักยภาพของระบบ เทคโนโลยีดิจิทัล 2566-2570



รูปที่ 7 ความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจขององค์กรและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

การบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน(Government Integration) จากการพัฒนาระบบดิจิทัลขององค์การตลาดในช่วงระยะเวลา พ.ศ. 2566-2570 ฝ่ายสารสนเทศได้ทำโครงสร้างภาพรวมของข้อมูลและกรอบการใช้ข้อมูลร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร โดยทำการสำรวจโครงสร้างภาพรวมของข้อมูลและกรอบการใช้ข้อมูลร่วมกัน (Interoperability Framework)

จากการสำรวจข้อมูลระบบดิจิทัลขององค์การตลาด สามารถอธิบายกรอบการใช้ข้อมูลร่วมกัน ภายในองค์กรฯ ได้เป็นตารางแสดงความสัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลกับ หน่วยงาน และ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลกับระบบ ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลกับหน่วยงานเป็นการรูปแบบการนำเสนอสถานการณ์เข้าใช้งานข้อมูลของแต่ละหน่วยงานภายในองค์การตลาด โดยสัญลักษณ์ของสถานะข้อมูลที่น่าสนใจ มีรายละเอียดต่อไปนี้

ความหมายของสัญลักษณ์แสดงสถานะข้อมูล

สัญลักษณ์	ความหมาย
C (Create)	หน่วยงานสามารถสร้างข้อมูล หรือ ดูแลข้อมูล
R (Read)	หน่วยงานสามารถอ่านข้อมูล แต่ไม่สามารถแก้ไขข้อมูลได้
U (Update)	หน่วยงานสามารถปรับปรุง หรือ แก้ไขข้อมูลได้
D (Delete)	หน่วยงานสามารถลบข้อมูลได้
A (Administrator)	หน่วยงานเป็นผู้ดูแลระบบ

กลุ่มข้อมูลที่ใช้งานในระบบดิจิทัลขององค์การตลาดประกอบด้วยกลุ่มข้อมูล 8 กลุ่ม โดยในแต่ละกลุ่มมีความสัมพันธ์กับหน่วยงานขององค์กรฯ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลกับหน่วยงาน

กลุ่มข้อมูล	หน่วยงานที่ใช้ระบบ																					
	ผู้บริหาร	ฝ่ายการประชุมและ ยานพาหนะ	ฝ่ายประชาสัมพันธ์	ฝ่ายสารสนเทศ	ฝ่ายตรวจสอบภายใน	ฝ่ายตลาดและจัดตั้ง สินค้า	ฝ่ายกิจการพิเศษ	ฝ่ายแผนและงบประมาณ	ฝ่ายติดตามและ ประเมินผล	ฝ่ายบริหารความเสี่ยง	ฝ่ายบริหารงานบุคคล	ฝ่ายจัดหาและพัสดุ	ฝ่ายกฎหมาย	ฝ่ายบัญชี	ฝ่ายการเงิน	สาขาปกครองตลาด	สาขาหนองม่วง	สาขาลำพูน	สาขาลำปาง	สาขาตาก	สาขาเชียงใหม่	หน่วยงานภายนอก
Front Office																						
ข้อมูลชาวประชาสัมพันธ์ภายนอก	R	R	R	A	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R
กลุ่มข้อมูลการเงิน																						
ข้อมูลการเบิกจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	A	-	-	-	-	-	-	-
ข้อมูลคู่ค้า	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	A	-	-	-	-	-	-	-
ข้อมูลสารสนเทศด้านธุรกิจตลาด	R	-	-	-	-	CRUD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่มข้อมูลระบบการจัดเก็บรายได้																						
ข้อมูล Barcode	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	-	-
ข้อมูลรายได้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	-	-
Back office																						
กลุ่มข้อมูลบุคลากร																						
ข้อมูลบุคลากร	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	A	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	
ข้อมูลเงินเดือนบุคลากร	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	CRUD	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	-
ข้อมูลใบลา	CR	CR	CR	CR	CR	CR	CR	CR	CR	CR	CRA	CR	CR	CR	CR	CR	CR	CR	CR	CR	CR	-
กลุ่มข้อมูลการประชาสัมพันธ์																						
ข้อมูลงบประมาณ	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ข้อมูลรายได้/รายจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่มข้อมูลการประชาสัมพันธ์																						
ข้อมูลชาวประชาสัมพันธ์ภายใน	R	R	R	A	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	-
กลุ่มข้อมูลคลังพัสดุ																						

กลุ่มข้อมูล	หน่วยงานที่ใช้ระบบ																				
	ผู้บริหาร	ฝ่ายการประชุมและ ยานพาหนะ	ฝ่ายประชาสัมพันธ์	ฝ่ายสารสนเทศ	ฝ่ายตรวจสอบภายใน	ฝ่ายตลาดและจัดส่ง สินค้า	ฝ่ายกิจการพิเศษ	ฝ่ายแผนและงบประมาณ	ฝ่ายติดตามและ ประเมินผล	ฝ่ายบริหารความเสี่ยง	ฝ่ายบริหารงานบุคคล	ฝ่ายจัดหาและพัฒนา	ฝ่ายกฎหมาย	ฝ่ายบัญชี	ฝ่ายการเงิน	สาขาปากคลองตลาด	สาขาหนองม่วง	สาขาลำพูน	สาขาลำปาง	สาขาบึงคล้า	หน่วยงานภายนอก
ข้อมูลคลังพัสดุ	R	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ข้อมูลการเบิกจ่ายพัสดุ	R	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ข้อมูลสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	R	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่มข้อมูลสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์																					
ข้อมูลเอกสารอิเล็กทรอนิกส์	CRUD	CRUD	CRUD	A	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	-
กลุ่มข้อมูลจากภายนอก																					
ข้อมูลดัชนีราคาสินค้า	R	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	CRUD	-

การกำกับดูแลข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ขององค์กร (Data Governance and Big Data Management) ภายใต้กรอบการบริหารการกำกับดูแลข้อมูล

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลกับระบบ

ข้อมูล ระบบ	ข้อมูลรื่องเรียน	ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์	ข้อมูลการเบิกจ่าย	ข้อมูลตู้ค้า	ข้อมูล Barcode/QR	ข้อมูลรายได้	ข้อมูลบุคลากร	ข้อมูลเงินเดือนบุคลากร	ข้อมูลใบลา	ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ภายใน	ข้อมูลคลังความรู้ KM	ข้อมูลเอกสารอิเล็กทรอนิกส์	ข้อมูลภาพ	ข้อมูลเครือข่าย	ข้อมูลการจราจรคอมพิวเตอร์
1.ระบบ ERP															
1.1 ระบบบัญชี ERP	-	-	ü	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.เว็บไซต์	-	ü	-	-	-	-	-	-	-	ü	-	-	-	-	-
3.สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ DGA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ü	-	-	-
4.ระบบทรัพยากรบุคคลHUMANO															
4.1 ระบบใบลา	-	-	-	-	-	-	ü	-	ü	-	-	-	-	-	-
4.2 ระบบเงินเดือน	-	-	ü	-	-	-	ü	ü	ü	-	-	-	-	-	-
4.3 ระบบกำหนดสิทธิ์การผ่านประตู (Access Control)	-	-	-	-	-	-	ü	-	-	-	-	-	-	-	-
4.4 Time attendance system	-	-	-	-	-	-	ü	-	-	-	-	-	-	-	-
6.ระบบการจัดเก็บรายได้ด้วยบาร์โค้ด	-	-	-	ü	ü	ü	-	-	-	-	-	-	-		
7.ระบบ CCTV	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ü		
8.ระบบตรวจสอบสถานะของระบบเครือข่าย (Network Management)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ü	-
9.ระบบจัดเก็บข้อมูลการจราจรคอมพิวเตอร์(Log Management)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ü
10.ระบบบริหารจัดการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยเครือข่ายแบบรวมศูนย์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ü	-
11.ระบบบริหารจัดการระบบกระจายสัญญาณไร้สาย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ü	-
12.ระบบวิเคราะห์ และเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ü	-
13..ระบบการจัดการความรู้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ü	-	-	-	-
14.ระบบศูนย์ร้องเรียน Google from	ü	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15.ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศด้านธุรกิจตลาดด้าน OTOP	-	-	-	ü	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

16. ระบบสื่อสารเครือข่าย อินเทอร์เน็ตกระทรวงมหาดไทย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ü	-
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

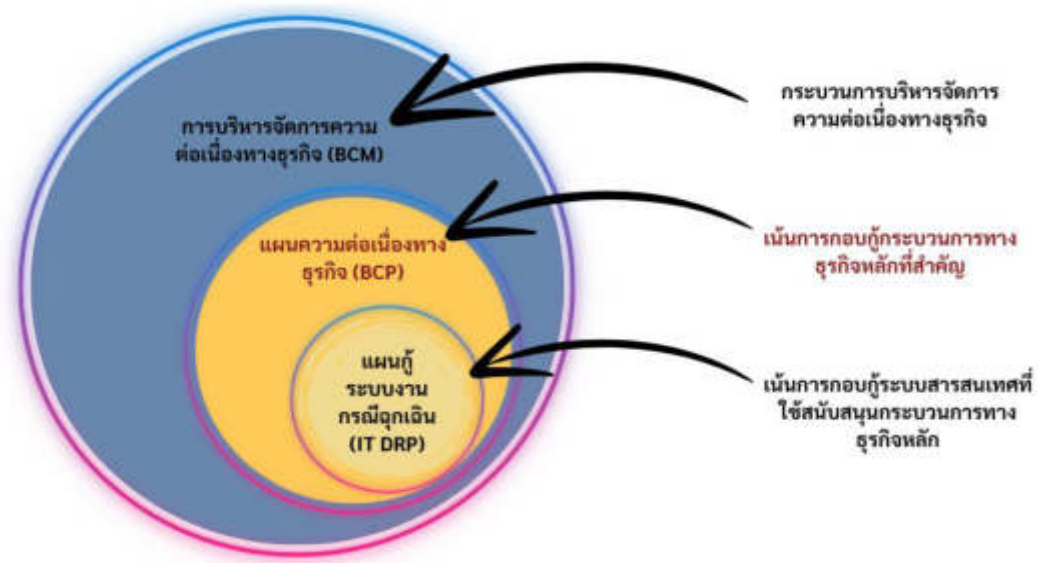
การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร (Information Security Management)

Governance					Risk	Internal Control
Legal	พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์พ.ศ. ๒๕๕๐ และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิด เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2 และ 3) พ.ศ. 2560		พ.ร.บ.ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562	พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562	แผนการบริหารและจัดการความเสี่ยงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล (IT Risk Management Plan)	ระเบียบคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน ว่าด้วยการควบคุมภายใน พ.ศ. 2561
Policy	นโยบายและแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศขององค์กรตลาด	นโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยเว็บไซต์และการใช้งานอินเทอร์เน็ต	นโยบายเว็บไซต์ขององค์กรตลาด	นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Policy)		
Regulation	กรอบการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Governance)		คำสั่งองค์กรตลาด เรื่องกำหนดสิทธิการเข้าถึง ข้อมูลระบบสารสนเทศ			
Standard	มาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001					

รูปภาพที่ 7 รูปแสดงสถาปัตยกรรมการจัดการองค์กรด้านความมั่นคงปลอดภัย(Security Architecture)

การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและความพร้อมใช้ของระบบ (Business Continuity and Availability Management) และมุมมองของผู้บริหารต่อการพัฒนา BCM ในองค์กร

CEO CIO	• ปกป้องข้อมูลสำคัญ • ลด หรือหลีกเลี่ยงการสูญเสียรายได้ • ปกป้องความเสียหายต่อทรัพย์สิน • ความปลอดภัยต่อชีวิตของพนักงานและลูกค้า • ปกป้องภาพลักษณ์องค์กรและมูลค่าของผู้ถือหุ้น
Risk Manager	• เพื่อพัฒนาความสามารถในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ • เพื่อเสริมสร้างความตระหนักต่อภัยคุกคามและการควบคุมภายใน • เพื่อให้บรรลุความต้องการของลูกค้า และเป็นไปตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ • เพื่อกระตุ้นให้เกิดการประสานงานระหว่างหน่วยงาน รวมถึงการสื่อสาร และการตัดสินใจในภาวะวิกฤต
Operation Manager	• เพิ่มความยืดหยุ่นในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain resilience) • เพื่อปกป้องกระบวนการทำงานธุรกิจที่สำคัญ • เพื่อให้สามารถกลับมาดำเนินงานได้เร็วที่สุดภายใต้ต้นทุนการดำเนินการที่เหมาะสม • เพื่อลดระดับผลกระทบและความเสียหายจากเหตุการณ์ให้น้อยที่สุด



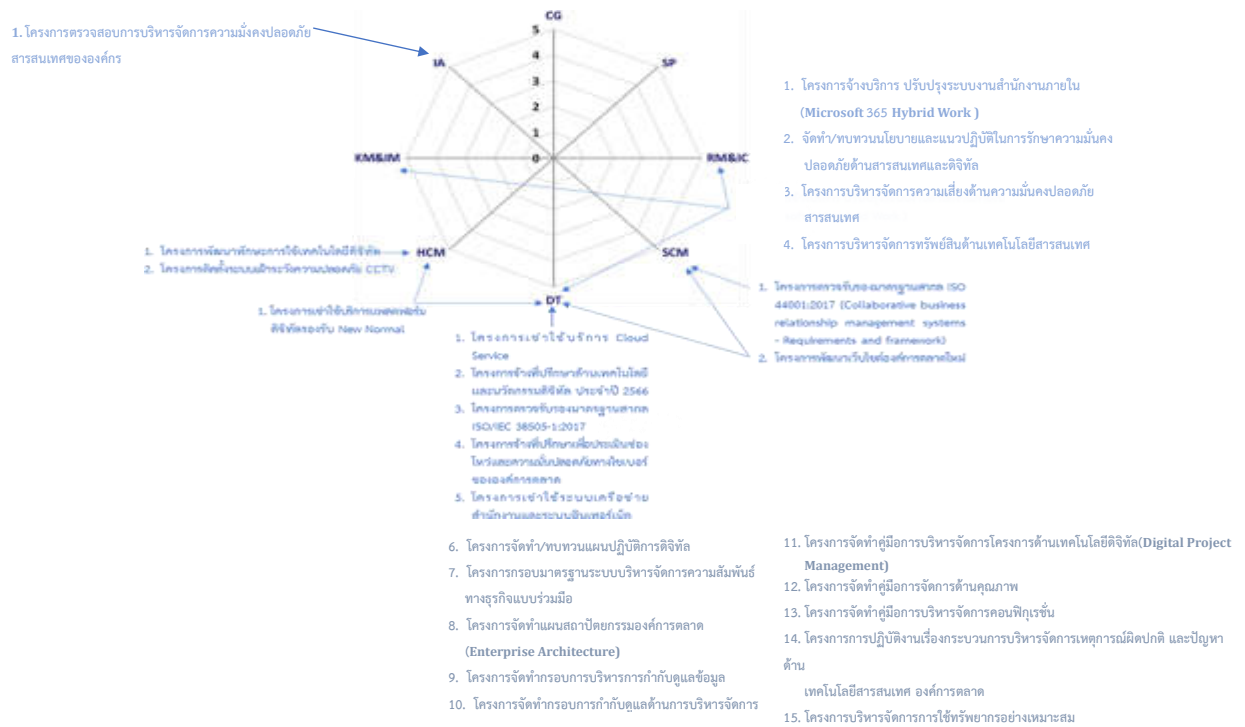
6. ผลการประเมินความคุ้มค่าและการจัดลำดับความสำคัญโครงการดิจิทัลตามแผนปฏิบัติการดิจิทัล

โครงการตามปฏิบัติการดิจิทัลของกระทรวง Demand Driven by Data (DDD)		ผลการประเมินความคุ้มค่าการลงทุน					
		ค่าเงิน	ไม่ได้รับ	ค่าเงิน	ค่าเงิน	ค่าเงิน	รวม
ยุทธศาสตร์ดิจิทัล องค์การตลาด 2566 - 2570	ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การดำเนินงานด้านข้อมูล Digital Market & Data for Sustainable Growth MSD-1 & Data Service	โครงการนำร่องด้านเทคโนโลยีระบบจัดการสินค้า	1	3	3	3	10
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การดำเนินงานด้านนวัตกรรม Digital Market & Data for Sustainable Growth MSD-2 & Data Service	โครงการนำร่องด้านเทคโนโลยีระบบจัดการสินค้า	1	3	3	3	10
		โครงการนำร่องด้านเทคโนโลยีระบบจัดการสินค้า	1	3	3	3	10
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การดำเนินงานด้านนวัตกรรม Digital Market & Data for Sustainable Growth MSD-3 & Data Service	ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การดำเนินงานด้านนวัตกรรม Digital Market & Data for Sustainable Growth MSD-4 & Data Service	โครงการนำร่องด้านเทคโนโลยีระบบจัดการสินค้า	1	3	3	3	10
		โครงการนำร่องด้านเทคโนโลยีระบบจัดการสินค้า	1	3	3	3	10
	ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การดำเนินงานด้านนวัตกรรม Digital Market & Data for Sustainable Growth MSD-5 & Data Service	โครงการนำร่องด้านเทคโนโลยีระบบจัดการสินค้า	1	3	3	3	10

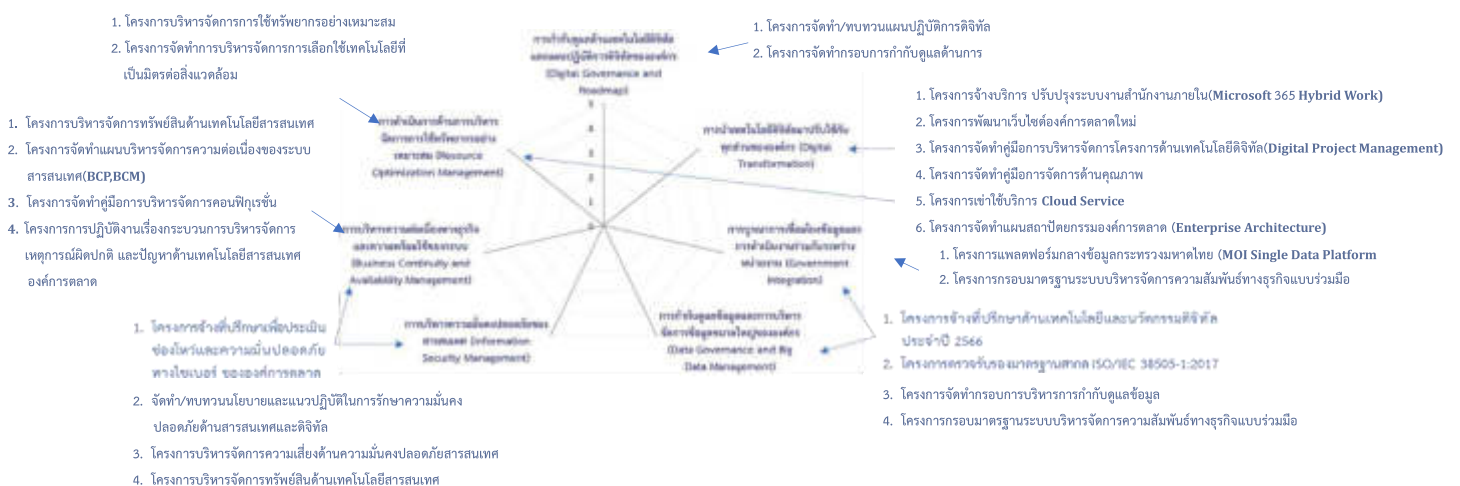
รูปที่ 8 ผลการประเมินความคุ้มค่าและการจัดลำดับความสำคัญโครงการดิจิทัลตามแผนปฏิบัติการดิจิทัล

7. โครงการและวงเงินงบประมาณ

โครงการและงบประมาณตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 มีจำนวน 21 โครงการ วงเงินงบประมาณจำนวนทั้งสิ้น 17,330,000.- บาท ประกอบด้วย งบประมาณปี 2566 จำนวน 12,080,000.- บาท งบประมาณปี 2567 จำนวน 1,400,000.- บาท งบประมาณปี 2568 จำนวน 800,000.- บาท งบประมาณปี 2569 จำนวน 400,000.- บาท และงบประมาณปี 2570 จำนวน 400,000.- บาท

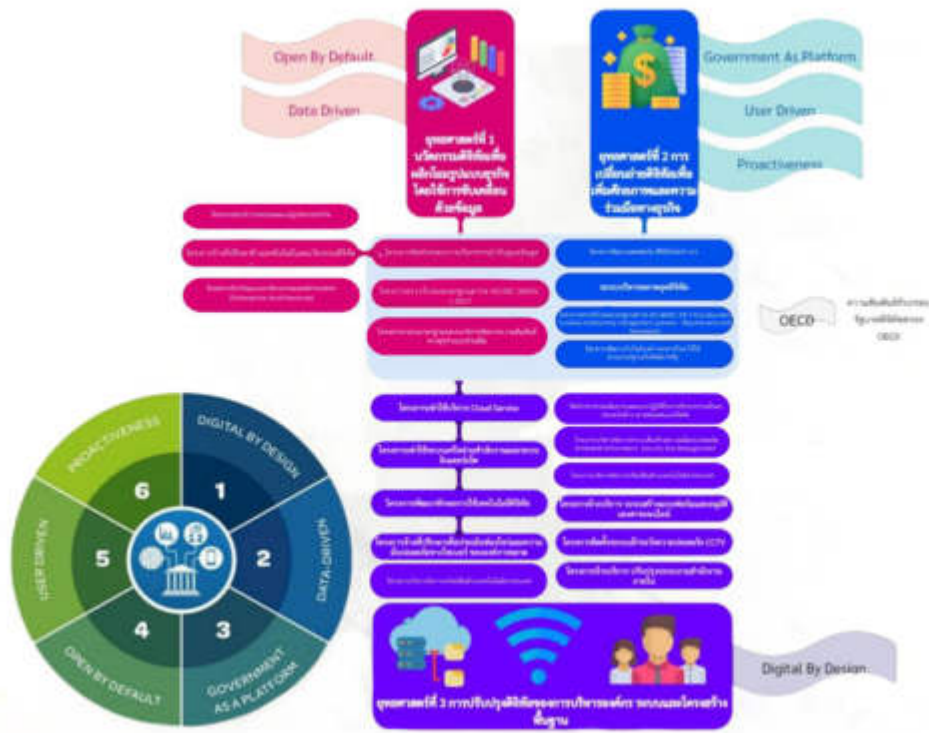


รูปที่ 9 ความสัมพันธ์ของโครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566 -2570 กับ Core Business Enablers ทั้ง 8 ด้าน



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

รูปที่ 10 ความสัมพันธ์ของโครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570
กับ Core Business Enablers ด้าน Digital Technology (DT)



รูปที่ 11 ภาพรวมการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570

8. ข้อเสนอแนะ

การที่องค์การตลาดจะปรับเปลี่ยนองค์กรให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ รวมถึงสถานการณ์ และวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดฝัน และเพื่อให้องค์การตลาดสามารถปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบนั้น องค์การตลาดจำเป็นต้องตระหนักว่าโครงสร้างด้านดิจิทัล และการทำธุรกิจในยุคดิจิทัลนั้น ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการ คือ ความพร้อมด้านบุคลากร (Digital HR) ความพร้อมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล (Digital Technology) ความพร้อมด้านกระบวนการดิจิทัล (Digitized Process) และ ความพร้อมด้านข้อมูล (Digital Data) จำเป็นต้องมีการมีพัฒนาโครงสร้างด้านดิจิทัลทั้ง 4 ปัจจัยให้สอดคล้องกัน เพื่อให้องค์การตลาดสามารถ ปรับเปลี่ยนสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัลได้ตามเป้าประสงค์

ในการนี้ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ขององค์การตลาด แผนปฏิบัติการดิจิทัล ปีงบประมาณ 2566 – 2570 (ได้กำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ รวมถึงข้อเสนอโครงการในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของ องค์การตลาด โดยมีเป้าประสงค์สำคัญ 4 ประการ ประกอบด้วย

1) การเตรียมความพร้อมด้านข้อมูล ซึ่งไม่ใช่เป็นเพียงแค่การจัดเก็บข้อมูล แต่ยังต้องครอบคลุมถึงการนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน เพิ่มขีดความสามารถในการดำเนิน ธุรกิจ และ แก้ปัญหาต่าง ๆ

2) การเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจ โดยการประสานขีดความสามารถเดิมขององค์การตลาด ร่วมกับเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ และการสนับสนุนด้านข้อมูล เพื่อสร้างช่องทาง หรือ รูปแบบธุรกิจ ใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่

3) การยกระดับคุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบสารสนเทศ และการรักษา ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Digital Infrastructure & Digital Security) เพื่อ รองรับการทำงานวิถีใหม่ (New Normal) การเจริญเติบโตของภารกิจและบริการที่จะเกิดขึ้น รวมถึงเพื่อป้องกันภัยคุกคามในรูปแบบ ต่าง ๆ ที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

4) การบริหารทรัพยากรทุนมนุษย์ (Human Capital Management) ให้สามารถรองรับ กระบวนงานดิจิทัล และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในสังคมดิจิทัล โดยมีพื้นฐานสำคัญ 4 ประการ คือ

4.1) Human หมายถึง บุคลากรขององค์การตลาด จะต้องมีความรู้ที่เหมาะสมสอดคล้องกับภารกิจ และธุรกิจขององค์การตลาด รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมที่เป็นหนึ่ง เดียวกันขององค์กร เพื่อก้าวสู่การเป็น องค์กรดิจิทัลที่เข้มแข็ง และยั่งยืน

4.2) Technology หมายถึง บุคลากรขององค์การตลาด จะต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้เทคโนโลยี ใหม่ ๆ และนำมาปรับใช้กับการดำเนินการขององค์การตลาด เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถรองรับการแข่งขันที่ รวดเร็ว สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ด้วยตัวขององค์กร ตลาดเอง และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจของ องค์กรการตลาด อีกด้วย

4.3) Partnership หมายถึง การมองหาพันธมิตร ทั้งจากภายใน และภายนอก องค์การตลาด เพื่อ ผนึกกำลังในการสร้างแนวคิด หรือธุรกิจใหม่ ๆ และเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันในภาวะที่มีการ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล

4.4) Process หมายถึง กระบวนการที่ช่วยส่งเสริมการนำความรู้และนวัตกรรมไปใช้ในกระบวนการ ทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรตามพันธกิจ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม จากบุคลากรในองค์กร

ดังนั้น องค์การตลาดจำเป็นต้องนำปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น มาดำเนินการ เพื่อให้องค์การตลาดสามารถปฏิบัติงาน และดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ รวมถึงสถานการณ์และวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดฝัน และขับเคลื่อนองค์การตลาดสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบต่อไป



รูปที่ 12 แผนที่นำทาง (Roadmap) การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2568

1. บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ตามมติคณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2559 ได้ มีมติเห็นชอบต่อ (ร่าง) “แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” และ (ร่าง) “แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561)” และได้กำหนดให้ทุกกระทรวง กรม รัฐวิสาหกิจ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการจัดทำ “แผนปฏิบัติการดิจิทัลของหน่วยงาน ระยะ 3 ปี” และ ทบทวนทุกปีตามความเหมาะสม และให้เสนอแผนปฏิบัติการดิจิทัลของหน่วยงานควบคู่ไปกับการขอ งบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในงบประมาณรายจ่ายประจำปี ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2558 มอบหมายให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารร่วมกับกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จัดทำ “แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” แทน “แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) ของประเทศ” เพื่อเป็นกรอบแนวทางการดำเนินการตามนโยบายเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของรัฐบาลให้เกิดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย และหลากหลายมาเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจ การดำเนินชีวิตของประชาชน และการดำเนินงานของ ภาครัฐ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจที่แข่งขันได้ในเวทีโลก และความมั่นคงทางสังคมของ ประเทศต่อไป และให้ยกเลิกมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2541 ที่ให้ทุกกระทรวง กรม และหน่วยงานอิสระ จัดทำ “แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร” อย่างเป็นระบบ

โดย “แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร” และ “แผนปฏิบัติการดิจิทัลของหน่วยงาน ระยะ 3 ปี” มีความแตกต่างกันที่ขอบเขตของแผน โดย “แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของหน่วยงาน” มุ่งเน้นเฉพาะการวางแผนการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารภายในหน่วยงานหรือเพื่อสนับสนุนภารกิจของหน่วยงานเป็นสำคัญ ในขณะที่ “แผนปฏิบัติการดิจิทัลของหน่วยงาน ระยะ 3 ปี” จะมุ่งเน้นที่การขับเคลื่อนภารกิจหลักของหน่วยงานด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและเทคโนโลยีดิจิทัลมาสร้างสรรค์ใช้ประโยชน์ หรือตอบโจทย์การดำเนินงานตามภารกิจของหน่วยงาน เพื่อเป็นการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศทั้งในมิติเศรษฐกิจและมิติสังคม โดยมุ่งสร้างคุณค่าและให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ โดยในการนี้หมายรวมถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ วิธีการทำงาน การขับเคลื่อนให้เกิดการปรับปรุงกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงาน รวมทั้งการจัดสรรทรัพยากร และปรับโครงสร้างกำลังคนของหน่วยงาน

องค์การตลาด เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัด กระทรวงมหาดไทย ดำเนินกิจการตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. 2496 มีการใช้งบประมาณจากเงินทุนหมุนเวียนขององค์การตลาด โดยนำเงินส่งเป็นรายได้แผ่นดินในอัตราร้อยละ 55 ของกำไรสุทธิประจำปี ตลอด

มาจนถึงปัจจุบัน แต่ทั้งนี้ด้วยภาวะของความเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายของผู้บริโภค และปัญหาอันเนื่องมาจากวิกฤตการณ์การต่างๆที่ผ่านมา โดยความเปลี่ยนแปลงและปัญหาเหล่านี้ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการปฏิบัติงาน และผลประกอบการ องค์การตลาดมีความจำเป็นที่จะต้องมีการ ปรับเปลี่ยนองค์กรสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัล โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งาน รวมถึงการขับเคลื่อน องค์กรด้วยข้อมูล ด้วยการนำข้อมูลที่องค์การตลาดมีอยู่ และข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้งาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำเนินงานให้สามารถรองรับกับความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ และสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันที่อาจจะเกิดขึ้นได้

ทั้งนี้ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา องค์การตลาดได้มีการจัดทำแผนแม่บทด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และแผนปฏิบัติการดิจิทัลมาอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันองค์การตลาด อยู่ในระหว่างดำเนินการดำเนินงานภายใต้ “แผนปฏิบัติการดิจิทัลองค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2566-2570 ประจำปี 2567” โดยมุ่งเน้น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลสูงสุด แต่การที่องค์การตลาดจะปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัล อย่างเต็มรูปแบบนั้น จำเป็นต้องมีการศึกษา วิเคราะห์ สถานภาพปัจจุบันด้านดิจิทัลขององค์การตลาด รวมถึงความต้องการ และปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ และยัง จำเป็นต้องมีการจัดทำสถาปัตยกรรมองค์กรที่ชัดเจน เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนา จากนั้นจึงนำ ข้อมูลที่ได้จากผลการศึกษา และสถาปัตยกรรมองค์กรที่ได้จัดทำขึ้น มาใช้เพื่อวางแผนการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามาใช้ในการปรับเปลี่ยนทั่วทั้งองค์กร ดังนั้น องค์การตลาด จึงได้กำหนดให้มีการจัดทำ “โครงการจัดทำ แผนปฏิบัติการดิจิทัล ปีงบประมาณ 2566 - 2570 ประจำปี 2568 และการทำสถาปัตยกรรมองค์กร ของ องค์การตลาด” โดย มุ่งเน้นให้องค์การตลาดสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ รวมถึงสถานการณ์ และวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดฝัน และเพื่อให้องค์การตลาดสามารถปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่ ความเป็นองค์กรดิจิทัล อย่างเต็มรูปแบบต่อไป

2. สภาพแวดล้อมด้านดิจิทัลขององค์การตลาด

¹ องค์การตลาดเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนา และบริหารเครือข่ายตลาดภาครัฐ และส่งเสริมตลาดร่วมเอกชน เพื่อเป็นกลไกของรัฐบาลในการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าชุมชน เพื่อประชาชน ในปัจจุบันดำเนินการกิจ 2 ประการ คือ

- 1) การกิจในด้านการบริหารพื้นที่ตลาด โดยมีตลาดในความรับผิดชอบ 5 แห่ง ประกอบด้วย

¹ <https://www.market-organization.or.th/present.php>

1.1 ตลาดสาขapakคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ 5 ไร่ 3 งาน 1 ตรว. กรรมสิทธิ์ที่ดินเป็นขององค์การตลาด

1.2 ตลาดสาขาหนองม่วง อำเภอนองม่วง จังหวัดลพบุรี มีเนื้อที่ 4 ไร่ 2 งาน กรรมสิทธิ์ในที่ดินเป็นขององค์การตลาด

1.3 ตลาดสาขาลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีเนื้อที่ 3 ไร่ เป็นที่ดินราชพัสดุ ของกรมธนารักษ์

1.4 ตลาดสาขาบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีเนื้อที่ 15 ไร่ กรรมสิทธิ์ในที่ดินเป็นขององค์การตลาด

1.5 ตลาดสาขาส่งขันธ์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เนื้อที่ 21 ไร่ 3 งาน เป็นที่ดินราชพัสดุของกรมธนารักษ์

โดยตลาดสาขาบางคล้า และตลิ่งชัน องค์การตลาดยังประกอบธุรกิจให้เช่าห้องพักอาศัย และอาคารพาณิชย์ด้วย

2) การกิจในด้านธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่ การจัดส่งข้าวสารอาหารดิบ และเชื้อเพลิง (ไม้ฟืน, แกลบ) ให้แก่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ โดยเฉพาะ กรมราชทัณฑ์ ซึ่งเป็นภารกิจเสริมเพื่อหารายได้ให้แก่ องค์การตลาดฯ อีกส่วนหนึ่ง นอกเหนือจากการดำเนินการเกี่ยวกับตลาด ทั้งยังเป็นการส่งเสริม ให้เกษตรกรในท้องถิ่นต่าง ๆ มีแหล่งจำหน่ายผลผลิตของตนเพิ่มมากขึ้น องค์การตลาดฯ ดำเนินการจัดส่ง อาหารดิบ ข้าวสาร และเชื้อเพลิง ให้แก่เรือนจำฯ ทณฑสถานของกรมราชทัณฑ์ ทั่วประเทศ และส่วนราชการอื่นๆ โดยในช่วงปีงบประมาณ 2515 - 2519 องค์การตลาดฯ ดำเนินการจัดส่งอาหารดิบ และเชื้อเพลิง โดยมีมติคณะรัฐมนตรี เป็นกรณีพิเศษ แต่ใน ปีงบประมาณ 2532 เป็นต้นมา ได้มีการยกเลิกมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าวข้างต้น และให้องค์การ ตลาดฯ ดำเนินการเข้าร่วมประกวดราคาเพื่อเสนอราคาอาหารดิบ และเชื้อเพลิงแข่งขันกันกับ เอกชน และรัฐวิสาหกิจอื่น ๆ

2.1 สถานภาพด้านดิจิทัลขององค์การตลาด

ในการจัดทำ “แผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2566-2570” ที่มีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลสูงสุด รวมถึงการวางกรอบแนวทางในการปรับเปลี่ยนองค์การตลาดไปสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัล อย่างเต็มรูปแบบ จำเป็นต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลสถานภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันขององค์การตลาด จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย สถานภาพบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สถานภาพระบบสารสนเทศ สถานภาพฮาร์ดแวร์ สถานภาพระบบเครือข่าย สถานภาพการรักษาความมั่นคงปลอดภัย และสถานภาพด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์ และประเมิน

อัตรากำลังตามโครงสร้าง (ข้อมูล ณ วันที่ 11/02/68)	ผู้บริหาร	นักบัญชี	นักการเงิน	นักการตลาด	นักบริหารตลาด	นักพัสดุ	นักวิเคราะห์นโยบายและ นักวิเคราะห์ประเมินผล	นักวิเคราะห์ประเมินผล	นักวิเคราะห์ความเสี่ยง	นักทรัพยากรบุคคล	นิติกร	นักประชาสัมพันธ์	นักคอมพิวเตอร์	นักตรวจสอบภายใน	นักบริหารงานทั่วไป	พนักงานขับรถ	รวม
ผู้อำนวยการ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
รองผู้อำนวยการ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
เลขานุการ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
ตลาดสาขา	-	1	1	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
ฝ่ายตลาดและจัดส่งสินค้า	-	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
ฝ่ายกิจการพิเศษ	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
ฝ่ายวางแผนและงบประมาณ	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
ฝ่ายติดตามและประเมินผล	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3
ฝ่ายบริหารความเสี่ยง	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	3
ฝ่ายบริหารบุคคล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	-	-	5
ฝ่ายจัดหาและพัสดุ	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
ฝ่ายกฎหมาย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	-	5
ฝ่ายบัญชี	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
ฝ่ายการเงิน	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
ฝ่ายการประชุมและยานพาหนะ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	2	7
ฝ่ายประชาสัมพันธ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	2
ฝ่ายสารสนเทศ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	2
ฝ่ายตรวจสอบภายใน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3
รวม	3	5	5	18	0	2	3	3	3	5	5	2	2	3	5	2	66

จากรูปที่ 2-1 และตารางที่ 2-1 จะเห็นได้ว่า สถานภาพด้านบุคลากรขององค์การตลาดมี ประเด็นที่ส่วน

เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์การตลาดดังนี้

1) ปัจจุบันองค์การตลาด ไม่มีคณะกรรมการองค์การตลาด เนื่องจากคณะกรรมการองค์การ ตลาดชุด เดิมหมดวาระ ซึ่งสถานะปัจจุบันอยู่ในการระหว่งการพิจารณาแต่งตั้ง คณะกรรมการองค์การตลาดชุดใหม่

ทั้งนี้ คณะกรรมการองค์การตลาดมีอำนาจ และหน้าที่วางนโยบาย และควบคุมดูแล โดยทั่วไปซึ่งกิจการขององค์การ และมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

- ทำกิจการและวางข้อบังคับและระเบียบการตามที่ระบุไว้ใน มาตรา 7
- วางข้อบังคับการประชุมและการดำเนินการกิจกรรมของคณะกรรมการ
- วางข้อบังคับว่าด้วยการบรรจุแต่งตั้ง การเลื่อนขึ้นเงินเดือน ค่าจ้างและเงิน บำเหน็จ และรางวัลของพนักงาน
- วางข้อบังคับกำหนดระเบียบปฏิบัติกิจการขององค์การและระเบียบวินัยการ ลงโทษพนักงาน และกรณีอื่นทำนองเดียวกัน
- วางข้อบังคับอื่น ๆ อันจำเป็นเพื่อให้กิจการขององค์การได้ดำเนินไปโดยเรียบร้อย

2) ผู้อำนวยการองค์การตลาด มีหน้าที่เป็นผู้จัดการและดำเนิน กิจการขององค์การให้เป็นไปตามนโยบายและระเบียบข้อบังคับที่ คณะกรรมการกำหนด และต้องรับผิดชอบต่อคณะกรรมการในการจัดการและดำเนินกิจการขององค์การตลาด

3) จำนวนบุคลากรทั้งหมดที่องค์การตลาดมี จำนวน 99 อัตรา ดังแสดงในรูปที่ 2-1 และ จำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 66 อัตรา ดังแสดงในตารางที่ 2-1 จะเห็นได้ว่า มีจำนวนอัตรารว่างอยู่ถึง 33 อัตรา

4) เมื่อพิจารณาจำนวนบุคลากรที่องค์การตลาดมีอยู่ในปัจจุบัน พบว่า อัตราส่วนของจำนวนบุคลากรของฝ่ายสารสนเทศ ต่อจำนวนบุคลากรทั้งหมดขององค์การตลาด มีอัตราส่วนที่อยู่ที่ 1: 22 (3 : 66) ซึ่งในปัจจุบัน การปฏิบัติงานขององค์การตลาดเป็นการปฏิบัติงานในทางเอกสารเป็นหลัก โดยมีการใช้งานระบบสารสนเทศในบางส่วน จึงไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานมากนัก

แต่ทั้งนี้ ด้วยนโยบายของภาครัฐ ที่ผลักดันให้หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงองค์การตลาดมีการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล รวมถึงสภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ปัญหาภัยคุกคามทางไซเบอร์ และสถานการณ์ทางสังคมแบบวิถีใหม่ (New Normal) จะส่งผลให้องค์การตลาดต้องมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงานทั้งในส่วนของการปฏิบัติงานภายใน และการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด

ดังนั้น องค์การตลาดจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนามีทักษะของบุคลากรให้สามารถ ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ที่เชี่ยวชาญ ในการปฏิบัติงาน การบริหารจัดการ การกำกับดูแลด้าน

เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากร และการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด รวมถึงการบริหารจัดการ และการกำกับดูแลผู้ปฏิบัติงานจากภายนอก (Out Source)

องค์การตลาดอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นกรอบแนวทางสำหรับนำไปกำหนด หรือทบทวนวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว และแผนปฏิบัติการประจำปีขององค์การตลาดอย่างเป็นรูปธรรม โดยในการนี้ องค์การตลาดได้กำหนดให้มีคณะกรรมการ และคณะทำงาน เพื่อดำเนินการดังกล่าว โดยประกอบด้วย

1) คณะกรรมการโครงการขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์การตลาดอย่างยั่งยืน โดยมีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

(1) กำหนดแนวทาง และนโยบายในการดำเนินการขับเคลื่อนองค์กรด้านนวัตกรรมขององค์การตลาด เพื่อความยั่งยืน

(2) กำหนดแนวทาง และนโยบายในการดำเนินการถ่ายทอด และเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงองค์การตลาด

(3) กำหนดแนวทาง และนโยบายเพื่อให้บุคลากรขององค์การตลาดเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรม สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ไปปรับปรุงพัฒนาคิดค้นให้เกิด นวัตกรรม ทั้งผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการทำงานตลอดจนรูปแบบธุรกิจ/ ภารกิจใหม่ในทุกระดับ

(4) กำหนดแนวทาง และนโยบาย เพื่อให้องค์การตลาดสามารถดำเนินงานตามภารกิจต่าง ๆ ผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และยกระดับผลการดำเนินงานในทุกมิติได้

(5) ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้อำนวยการองค์การตลาด

2) คณะทำงานโครงการขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์การตลาดอย่างยั่งยืน โดยมีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

(1) ดำเนินการขับเคลื่อนองค์กรด้านนวัตกรรมขององค์การตลาดเพื่อความยั่งยืน

(2) ดำเนินการถ่ายทอด และเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงองค์กร

(3) ดำเนินการถ่ายทอดให้บุคลากรขององค์การตลาดเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรม สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ไปปรับปรุงพัฒนาคิดค้นให้เกิดนวัตกรรมทั้งผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการทำงาน ตลอดจนรูปแบบธุรกิจ และภารกิจใหม่ในทุกระดับ

(4) ดำเนินการขับเคลื่อนให้องค์การตลาดสามารถดำเนินงานตามภารกิจต่าง ๆ ผ่านการใช้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และยกระดับผลการดำเนินงานในทุกมิติได้

(5) ดำเนินการตามแนวทางและนโยบายอื่นตามที่คณะกรรมการได้กำหนดแนวทาง และนโยบายขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์การตลาดอย่างยั่งยืนกำหนด

(6) ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะกรรมการขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์การตลาดอย่างยั่งยืน และผู้อำนวยการองค์การตลาดมอบหมาย

2.1.1.1 ข้อเสนอแนะด้านสภาพบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

จากข้อมูลสภาพบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์การตลาด และการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในการพัฒนาบุคลากรขององค์การตลาดให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ภายใต้อาณาเขตเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ หรือความท้าทายใหม่ ๆ ควรมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1) ควรจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้คำปรึกษา หรือข้อเสนอแนะ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานขององค์การตลาด ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล แก่คณะกรรมการ และคณะทำงานโครงการขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์การตลาดอย่างยั่งยืน

2) ควรจัดให้มีการวางแผนการอบรมอย่างเป็นระบบให้กับบุคลากรขององค์การตลาด เพื่อพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลรวมถึงทักษะอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานตามภารกิจ หรือ สนับสนุนธุรกิจขององค์การตลาด หรือบริการใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2.1.2 สภาพทางด้านระบบสารสนเทศ

จากการเก็บข้อมูลสภาพด้านระบบสารสนเทศขององค์การตลาด พบว่า องค์การตลาดมีระบบสารสนเทศที่ยังใช้งานอยู่ จำนวนทั้งสิ้น 15 ระบบ ประกอบด้วย

1. ระบบ ERP
2. เว็บไซต์
3. สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์
4. ระบบ HUMANO
5. ระบบการจัดเก็บรายได้ด้วยบาร์โค้ด
6. ระบบกำหนดสิทธิ์การผ่านประตู (Access Control)

7. ระบบ CCTV
8. ระบบจัดเก็บข้อมูลการจราจรคอมพิวเตอร์ (Log Management)
9. ระบบบริหารจัดการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยเครือข่ายแบบรวมศูนย์ (Centralized Management)
10. ระบบบริหารจัดการระบบกระจายสัญญาณไร้สาย
11. ระบบวิเคราะห์ และเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์
12. ระบบการจัดการความรู้
13. ระบบศูนย์ร้องเรียน
14. ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศด้านธุรกิจตลาดด้าน OTOP
15. ระบบสื่อสารเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกระทรวงมหาดไทย

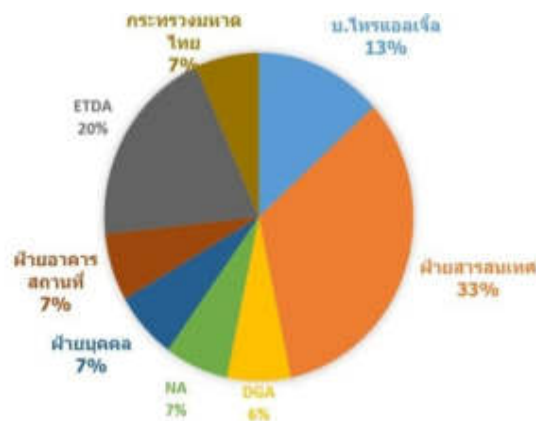
ทั้งนี้ รายละเอียดของระบบสารสนเทศขององค์การตลาดทั้ง 15 ระบบ แสดงดังตารางที่ 2-2

ระบบ	หน้าที่	หน่วยงาน	เริ่มใช้	ปรับปรุง	บริษัทผู้ติดตั้งระบบ	บริษัทผู้ดูแลในปัจจุบัน	ระบบปฏิบัติการ (Application Server)	ฐานข้อมูล	Development Tool/Language	สถานการณ์ใช้งาน
1. ระบบ ERP	-บัญชี	ACC	2564	2566	บ.โทรแอลเจิ้ล	บ.โทรแอลเจิ้ล	Windows Server 2019	MySQL	Package	ใช้งาน
2. เว็บไซต์	-ประชาสัมพันธ์องค์การ	PR	2553	NA	NA	IT	Windows Server 2022	MYSQL	HTML	ใช้งาน
3. สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์	-จัดเก็บเอกสาร -รับ-ส่งเอกสาร -ค้นหาเอกสาร	ประชุม	2555	2567	DGA	IT DGA	Office 365	MYSQL	Tomcat/PHP	ใช้งาน
4. ระบบ HUMANO	-ใบลา -ข้อมูลบุคคล -ข้อมูลเงินเดือน	HR	2565	-	บ.โทรแอลเจิ้ล	บ.โทรแอลเจิ้ล	Windows Server 2019	MYSQL	ASP	ใช้งาน
5. ระบบการจัดเก็บรายได้ด้วย QR CODE	-ออกบิล ใบแจ้งหนี้ -รับชำระเงิน	รอกการพิจารณา	2565	NA	บ.โทรแอลเจิ้ล	บ.โทรแอลเจิ้ล	Windows Server 2019	MySQL	NA	ใช้งาน
6. ระบบกำหนดสิทธิ์การผ่านประตู(Access Control)	-กำหนดสิทธิ์การเข้าออกประตู	HR	NA	NA	NA	HR	Windows 7	Application	Package	ใช้งาน
7. ระบบ CCTV	-รักษาความปลอดภัย	NA	NA	NA	NA	ฝ่ายอาคารสถานที่	Embedded Operating System	Application	Package	ใช้งาน

ระบบ	หน้าที่	หน่วยงาน	เริ่มใช้	ปรับปรุง	บริษัทผู้ติดตั้งระบบ	บริษัทผู้ดูแลในปัจจุบัน	ระบบปฏิบัติการ (Application Server)	ฐานข้อมูล	Development Tool/Language	สถานการณ์ใช้งาน
8. ระบบจัดเก็บข้อมูล(Log Management)	-จัดเก็บข้อมูลการจราจรคอมพิวเตอร์	ETDA	2555	ทุก 5 ปี	ETDA	ETDA	Red Hat Enterprise Linux 6	NA	NA	ใช้งาน
9. ระบบ บริหารจัดการ อุปกรณ์รักษาเครือข่ายแบบ รวมศูนย์ (Centralized Management)	-บริหารจัดการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย เครือข่ายแบบรวมศูนย์	ETDA	2555	ทุก 5 ปี	ETDA	ETDA	Red Hat Enterprise Linux 5	NA	NA	ใช้งาน
10.ระบบบริหารจัดการการกระจายสัญญาณไร้สาย	-บริหารจัดการระบบกระจายสัญญาณไร้สาย	IT	2553	2559-2560	NA	IT	Windows Server 2008 R2	Application	Package	ใช้งาน
11. ระบบวิเคราะห์ และเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์	-วิเคราะห์และเฝ้าระวังภัยคุกคาม ไซเบอร์	ETDA	2555	ทุกปี	ETDA	ETDA	Linux	NA	NA	ใช้งาน
12. ระบบการจัดการความรู้	-ศูนย์การจัดการความรู้(KM)องค์การตลาดกระทรวงมหาดไทย	IT	2564	NA	NA	IT	Windows Server 2022	HTML	HTML	ใช้งาน
13. ระบบศูนย์ร้องเรียน Google from	-ศูนย์ร้องเรียนองค์การตลาด	HR	2564	NA	NA	IT	Google from	NA	NA	ใช้งาน
14. ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศด้านธุรกิจตลาดด้าน OTOP	-จัดเก็บฐานข้อมูลสารสนเทศด้านธุรกิจตลาดด้าน OTOP	IT	2564	NA	NA	IT	Google from	NA	NA	ใช้งาน
15. ระบบสื่อสารเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กระทรวงมหาดไทย	-เครือข่ายอินเทอร์เน็ต กระทรวงมหาดไทย	IT	2567	NA	NA	กระทรวงมหาดไทย	NA	NA	NA	ใช้งาน

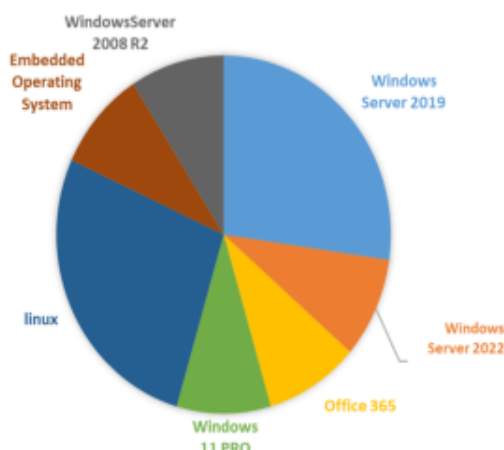
ตารางที่ 2-2 ระบบสารสนเทศขององค์การตลาดในปัจจุบัน (ข้อมูล ณ มีนาคม 2568)

จากข้อมูลระบบสารสนเทศขององค์การตลาด ดังแสดงในตารางที่ 2-2 พบว่า จากระบบสารสนเทศทั้ง 15 ระบบ ทั้งนี้ ณ ปัจจุบัน (มีนาคม 2568) ระบบสารสนเทศทั้ง 15 ระบบ ยังคงใช้งานอยู่



รูปที่ 2-2 สัดส่วนของข้อมูลปีที่มีการพัฒนาระบบสารสนเทศต่าง ๆ ขององค์การตลาด

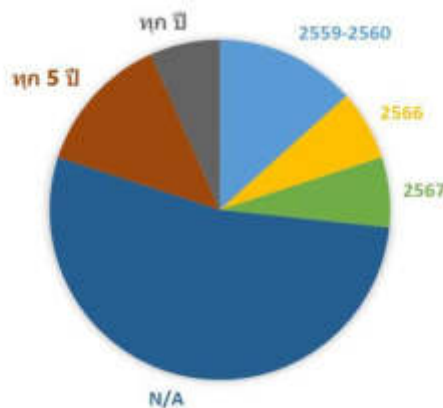
จากรูปที่ 2-2 จะเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศที่มีการใช้งานอยู่ในปัจจุบันขององค์การตลาด มากกว่าร้อยละ 60 มีอายุการใช้งานมากกว่า 10 ปี ซึ่งมีแนวโน้มว่า ระบบสารสนเทศต่าง ๆ ที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบันอาจไม่สามารถรองรับต่อความต้องการ หรือรูปแบบการใช้งานที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้ ดังนั้น องค์การตลาด จึงได้มีการปรับรูปแบบการพัฒนาระบบสารสนเทศเป็นรูปแบบการบูรณาการโครงการร่วมกับหน่วยงานภายนอกมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านการลงทุน และมีผู้เชี่ยวชาญสำหรับดูแลระบบสารสนเทศให้สามารถรองรับต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและป้องกันมิให้เกิดปัญหาในอนาคตได้



รูปที่ 2-3 สัดส่วนของข้อมูลระบบปฏิบัติการที่ใช้งานกับระบบสารสนเทศต่าง ๆ ขององค์การตลาด

รูปที่ 2-4 สัดส่วนของข้อมูลผู้ดูแลระบบสารสนเทศต่าง ๆ ขององค์การตลาด

จากรูปที่ 2-4 จะเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศส่วนใหญ่ขององค์การตลาด อยู่ภายใต้การดูแล ของฝ่ายสารสนเทศ และสำหรับระบบสารสนเทศบางระบบ ปัจจุบันถือได้ว่าประเด็นหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณาคือ เรื่องของการส่งเสริมด้านทักษะความรู้ความสามารถในการดูแล ระบบ กล่าวคือ ในการดูแลรักษาระบบสารสนเทศ จำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และทักษะ เฉพาะทางในการดูแลรักษาระบบสารสนเทศ เพื่อให้ระบบสามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ



รูปที่ 2-5 สัดส่วนของข้อมูลปีที่มีการปรับปรุงระบบสารสนเทศต่าง ๆ ขององค์การตลาด

จากรูปที่ 2-5 จะเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศที่มีการใช้งานภายในองค์การตลาด มีเพียงส่วน น้อยที่มีการปรับปรุง และบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ โดยระบบสารสนเทศส่วนใหญ่ ไม่มีช่วงเวลาในการ ปรับปรุง และบำรุงรักษาที่ชัดเจน ทำให้มีแนวโน้มว่า ระบบสารสนเทศบางระบบอาจไม่สามารถทำงานได้อย่าง สมบูรณ์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ และความต่อเนื่องในการปฏิบัติงานของบุคลากรขององค์การตลาดได้

แต่ทั้งนี้ ปัจจุบันองค์การตลาดได้ดำเนินการปรับปรุงระบบสารสนเทศ ด้วยการนำเอาระบบสารสนเทศในส่วนของงานด้านบัญชี และการเงิน โดยทำการ ปรับปรุงจากระบบเดิมที่มีการใช้งานโปรแกรม Formula Winning มาใช้งานโปรแกรม Formula ERP Cloud Computing(sever) โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการดังนี้

ตารางที่ 2-3 รายละเอียดการดำเนินการปรับปรุงระบบ ERP ขององค์การตลาด

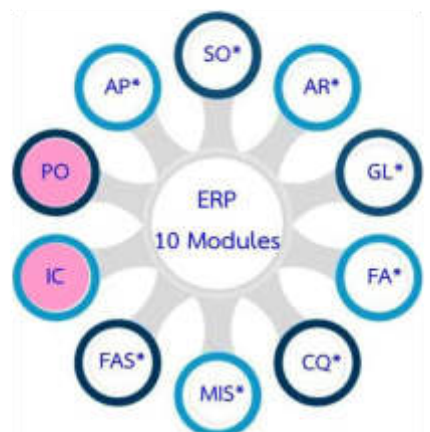
ที่	เหตุผลที่ทำการปรับเปลี่ยน	การดำเนินการ	ผลลัพธ์
1	การทำงานส่วนบัญชีการเงิน ติดตั้งแบบ On Premise การทำงานผ่านออนไลน์ ขาดความคล่องตัว มีข้อจำกัด	1) ติดตั้งระบบ Formula ERP version HYBRID Cloud 2) ออกแบบ และติดตั้งระบบความปลอดภัยผ่าน VPN	องค์กรตลาดมีระบบการทำงานบน Cloud ที่สามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา และมีระดับความปลอดภัยที่มีมาตรฐานเพิ่มประสิทธิภาพ และความปลอดภัยของส่วนงานบัญชี และการเงิน
2	version เก่า ขาด utility และการอัปเดต	ปรับปรุงโปรแกรมเป็น ERP version ล่าสุดรองรับเทคโนโลยีใหม่ และสามารถเชื่อมต่อกับ Mobile ERP ในอนาคตได้	รองรับประสิทธิภาพการทำงานที่มากขึ้น รองรับ Function ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น Tools ส่งพิมพ์ การเลือกดูรายงานต่างๆ เป็นต้น รวมถึงมี Option module ที่เพิ่มขึ้น
3	การทำงานบนระบบบัญชีเดิม มีการประยุกต์ออกแบบฐานข้อมูล สาขาเป็น บริษัท ส่งผลให้อาจขาดความคล่องตัว ในการเรียกดูรายงานต่าง ๆ รวมถึงการ เข้าใช้งานระบบของผู้ใช้จากสาขาต่าง ๆ มีการแยกในเชิงระบบออกเป็นคนละองค์กร	ออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูลใหม่ให้ สอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร ดำเนินการ โอนฐานข้อมูลใหม่ และกำหนดสิทธิ์การใช้ งานระดับสาขา	การทำงานของระบบ จะได้รับข้อมูลการวิเคราะห์แบบรวมศูนย์ มากขึ้น ลดภาระการ จัดเตรียมรายงานต่างๆ ด้วย Excel เนื่องจาก การกำหนดโครงสร้างใหม่ที่ถูกต้อง ช่วย ส่งเสริมให้ทางไหลของข้อมูลมีประสิทธิภาพ มากขึ้น
4	การบันทึกธุรกรรมได้จากค่าเข้าแบบ Manual สร้างภาระ และต้นทุนเวลา ให้กับผู้ใช้งาน	ออกแบบ และ Implement การเชื่อมข้อมูลอัตโนมัติ (Data Interface)	ลดความสูญเสียด้านเวลา และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใช้งาน ลดความเสี่ยงจาก Human Error
5	ขาดเครื่องมือในการพัฒนารายงานอย่างง่าย ๆ ส่งผลให้การเตรียมรายงานต่าง ๆ ใช้เวลานาน	ติดตั้ง Business Intelligence Tools ที่เชื่อมโยงข้อมูลกับ Formula ERP อัตโนมัติ	องค์กรมีเครื่องมือในการพัฒนารายงานทาง การเงินอัจฉริยะ ในระดับ Transactional analysis

ระบบบัญชี Formula Winning เดิม



* ใช้งานเฉพาะส่วนบัญชี การเงิน เป็นหลัก

ระบบ Formula ERP Hybrid Cloud



4 enhanced Modules & Functions

AC	PE
Mobile Approve	Business Intelligent tools

รูปที่ 2-6 การปรับปรุงระบบสารสนเทศในส่วนของบริษัท ERP ขององค์กรตลาด

2.1.2.1 ข้อเสนอแนะด้านระบบสารสนเทศ

ทั้งนี้ จากรูปที่ 2-2 ถึง รูปที่ 2-5 จะเห็นได้ว่า ประเด็นที่องค์การตลาด จำเป็นที่จะต้อง พิจารณาเกี่ยวกับระบบสารสนเทศขององค์การตลาด ประกอบด้วย

1) ควรมีการวางแผนในการพัฒนาระบบสารสนเทศ ให้สามารถรองรับการใช้งานในปัจจุบันและสามารถเชื่อมโยงกับระบบสารสนเทศอื่น ๆ ภายในองค์การตลาด รวมถึงระบบ สารสนเทศอื่น ๆ จากภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานตามภารกิจขององค์การตลาด เพื่อให้องค์การตลาดสามารถนำข้อมูลจากระบบสารสนเทศต่าง ๆ มาใช้สนับสนุน และลดภาระการปฏิบัติงานของบุคลากร รวมถึงนำข้อมูลจากระบบสารสนเทศต่าง ๆ และข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน และการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ในการพัฒนาระบบสารสนเทศขององค์การตลาดนั้น นอกจากจะต้องพิจารณา ให้มีความเชื่อมโยงกับระบบสารสนเทศอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแล้ว ควรพิจารณารูปแบบการ ปฏิบัติงาน กล่าวคือ ควรเป็นระบบสารสนเทศ ถูกพัฒนาภายใต้มาตรฐานสากล ทั้งใน ด้านมาตรฐานของการพัฒนาระบบสารสนเทศ มาตรฐานความมั่นคงปลอดภัย และ มาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสามารถรองรับปฏิบัติงานได้ในทุกที่ ทุกเวลา และทุก อุปกรณ์ (Anywhere Anytime Any device) เพื่อรองรับการปฏิบัติงานภายใต้สถานะ ทางสังคมแบบวิถีใหม่ และรองรับการขยายตัว หรือปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงาน เพื่อรองรับสภาพการแข่งขันทางธุรกิจ

2) ในการพัฒนาระบบสารสนเทศนั้น องค์การตลาดควรมีการจัดทำกระบวนการทำงานในปฏิบัติงานของแต่ละระบบให้ชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้สามารถเลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมต่อระบบ หรือ กระบวนการนั้น ได้อย่างเหมาะสม และรวดเร็ว

3) ควรมีการปรับปรุงระบบเว็บไซต์ขององค์การตลาด ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ขององค์การตลาดให้มีความเป็นมาตรฐาน และเป็นไปตามเงื่อนไขทาง กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

4) ควรมีการวางแผนในการดูแล และบำรุงรักษาระบบสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ และเป็นระบบ เพื่อให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และสนับสนุนการปฏิบัติงานตามภารกิจของบุคลากรได้อย่างต่อเนื่อง

5) ควรมีการพัฒนาทักษะของบุคลากรขององค์การตลาด ในด้านพื้นฐานการปฏิบัติงานผ่านนวัตกรรม หรือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย การดูแล และบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ รวมถึงทักษะที่จำเป็นต่อการกำกับดูแลระบบสารสนเทศ

6) ควรพิจารณาให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ซึ่ง อาจรวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนา และการกำกับดูแลระบบสารสนเทศ เพื่อให้ องค์การตลาดมีระบบสารสนเทศที่

เหมาะสม และสนับสนุนการปฏิบัติงานตามภารกิจได้ อย่างมีประสิทธิภาพ (ควรมีการดำเนินการไปพร้อมกับ การพัฒนาทักษะของบุคลากร และลดบทบาทของผู้เชี่ยวชาญลง เมื่อบุคลากรขององค์การตลาดมีทักษะความ ชำนาญ เพียงพอที่จะปฏิบัติงาน หรือดำเนินการได้ด้วยตัวเอง)

2.1.3 สถานภาพด้านฮาร์ดแวร์

จากการรวบรวมข้อมูลสถานภาพด้านฮาร์ดแวร์ขององค์การตลาด พบว่า องค์การตลาดมีการ ใช้ ฮาร์ดแวร์ต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 2-4

รายการครุภัณฑ์	สถานะปัจจุบัน		สถานภาพ		ปีที่จัดหา	มีการดูแลรักษา (MA)	หมายเหตุ
	จำนวน	หน่วยนับ	ใช้งานได้	ชำรุด			
ฮาร์ดแวร์ (Hardware):							
1.เครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดตั้งโต๊ะ	25	เครื่อง	25	-	2568	MA	- ปี 2565-2567 ฝ่ายสารสนเทศ มีโครงการ บำรุงรักษา outsource - ปี 2568-2570 มีบริการ MA
2. เครื่อง Notebook	51	เครื่อง	51	-	2568	MA	- ปี 2568-2570 มีบริการ MA
3. เครื่องพิมพ์	81	เครื่อง	75	6	2547,2549, 2550-2553, 2560	NA	- ปี 2564-2570 ยกเลิกการใช้งาน เครื่องพิมพ์เปลี่ยนเป็นการเช่า
4. เครื่องสแกนเนอร์	14	เครื่อง	12	2	2557,2559	NA	- ปี 2564-2570 ยกเลิกการใช้งาน เปลี่ยนเป็นการเช่า
5. เครื่องจัดบันทึกข้อมูลภายนอก	6	เครื่อง	6	NA	2558	NA	
6. เครื่องเขียน/บันทึกข้อมูลภายนอกแบบใช้แผ่น	1	เครื่อง	1	NA	NA	NA	
7. มัลติมีเดียโปรเจคเตอร์	5	เครื่อง	3	2	2557	NA	
8. เครื่องคอมพิวเตอร์แท็บเล็ต	56	เครื่อง	56	NA	2556, 2558	NA	ยกเลิกการใช้งานรอการจำหน่าย
ซอฟต์แวร์ (Software):							
9. MS Office 365	1	ชุด	1	NA	2568	NA	
10. MS Windows 11 Pro	76	ชุด	76	NA	2568	NA	สิ้นสุดการสนับสนุนจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ยังไม่ประกาศอย่างเป็นทางการ
11. MS Office 2024	76	ชุด	76	NA	2568	NA	สิ้นสุดการสนับสนุนจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ในวันที่ 9 ตุลาคม 2572

ตารางที่ 2-4 ข้อมูลสถานด้านฮาร์ดแวร์ขององค์การตลาด (ข้อมูล ณ มีนาคม 2568)

ในปัจจุบัน องค์การตลาดได้มีการดำเนินการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ พร้อมซอฟต์แวร์สำหรับงานสำนักงาน Office 2024 ทั้งแบบคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop Computer) และ คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook Computer) สำหรับการปฏิบัติงานของบุคลากรขององค์การตลาด

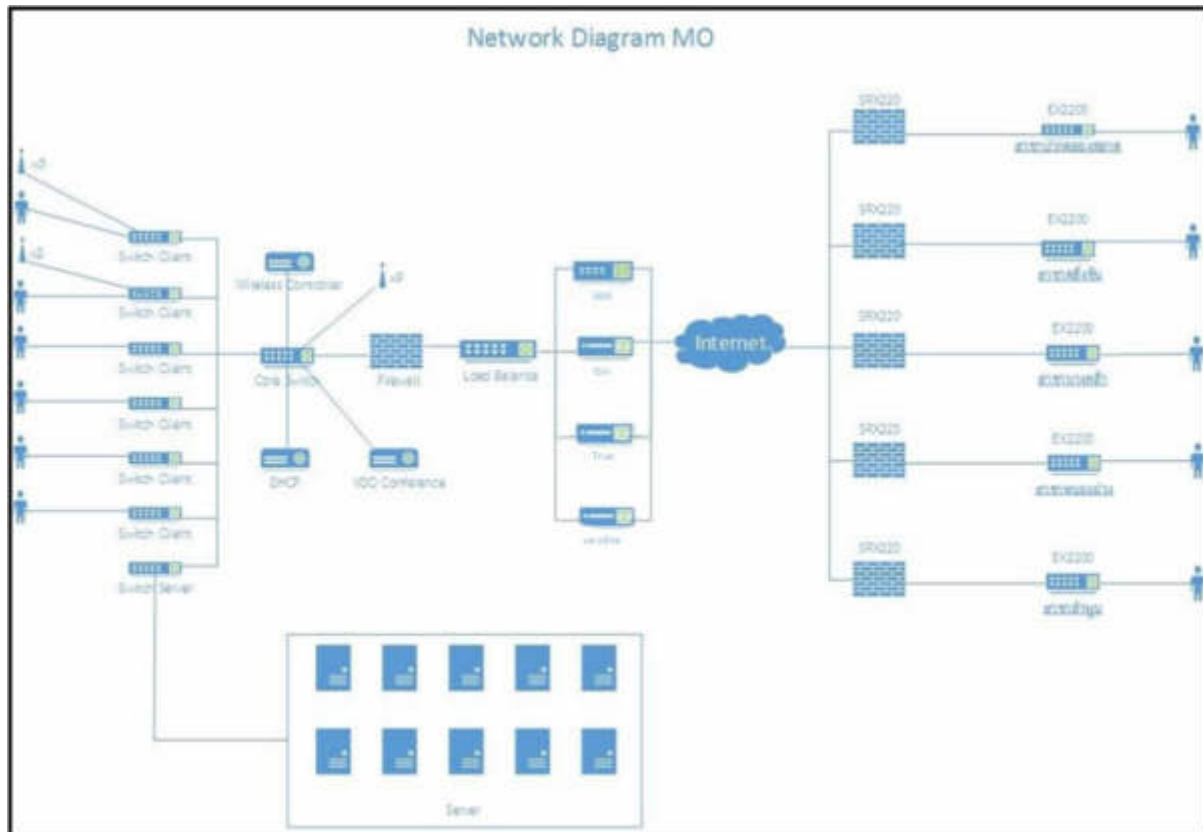
2.1.3.1 ข้อเสนอแนะด้านฮาร์ดแวร์

1) ควรจัดให้การทำแผนการดูแล และบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ชัดเจน และสม่ำเสมอ เพื่อให้ อุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพพร้อมใช้ และสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่เสมอ รวมถึงการจัดหา อุปกรณ์ทดแทน ในกรณีที่มีการชำรุด เสียหาย หรือไม่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน หรือ มีการใช้งานมาเป็นระยะเวลานาน หรือสิ้นสุดการสนับสนุนจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2) ควรมีการอบรมทักษะในการใช้งานอุปกรณ์ให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถใช้งาน อุปกรณ์ต่าง ๆ มาสนับสนุนการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

2.1.4 สถานภาพด้านระบบเครือข่าย

จากการรวบรวมข้อมูลสถานภาพเครือข่ายขององค์การตลาด พบว่า องค์การตลาดมีการใช้ เครือข่าย ดังนี้



รูปที่ 2-7 แผนผังเครือข่ายขององค์การตลาด

ตารางที่ 2-5 ข้อมูลอุปกรณ์เครือข่ายขององค์การตลาด (ข้อมูล ณ มีนาคม 2568)

รายการครุภัณฑ์	สถานะปัจจุบัน		สถานภาพ		มีการดูแลรักษา (MA)
	จำนวน	หน่วยนับ	ใช้งานได้	ชำรุด	
ฮาร์ดแวร์ (Hardware):					
1. App Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
2. Database Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
3. Storage Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
4. AD Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
5. Intranet Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
6. Log Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
7. Ring Master Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
8. CCTV Server	3	เครื่อง	3	-	ฝ่ายสารสนเทศ
9. Access Control Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
10. SolarWinds Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
11. DHCP Server	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
12. Router	3	เครื่อง	3	-	ฝ่ายสารสนเทศ
13. Firewall	6	เครื่อง	6	-	ฝ่ายสารสนเทศ
14. Load balance	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
15. Wireless LAN Controller	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
16. Access Point	18	เครื่อง	18	-	ฝ่ายสารสนเทศ
17. Core Switch	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
18. Switch 48 Port	2	เครื่อง	2	-	ฝ่ายสารสนเทศ
19. Switch 24 Port	6	เครื่อง	6	-	ฝ่ายสารสนเทศ
20. Switch 12 Port	5	เครื่อง	5	-	ฝ่ายสารสนเทศ
21. LCD KVM Switch	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
22. UPS 10 K	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
23. UPS 5 K	1	เครื่อง	1	-	ฝ่ายสารสนเทศ
24. UPS 3 K	1	เครื่อง	-	1	ฝ่ายสารสนเทศ
25. ตู้ Rack 42 U	3	เครื่อง	3	-	ฝ่ายสารสนเทศ
26. ตู้ Rack 15 U	2	เครื่อง	2	-	ฝ่ายสารสนเทศ
27. ตู้ Rack 9 U	2	เครื่อง	2	-	ฝ่ายสารสนเทศ

จากรูปที่ 2-7 จะเห็นได้ว่า จากแผนผังเครือข่ายขององค์การตลานั้น องค์การตลามีการเชื่อมโยงเครือข่ายผ่านระบบเครือข่ายของบริษัท ทริปเปิลที อินเทอร์เน็ต จำกัด (3BB Broadband) ระบบเครือข่ายสื่อสารข้อมูลเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐ (Government Information Network : GIN) และเครือข่าย

อินเทอร์เน็ตแบบเช่าใช้ (Leased line) เพื่อมาใช้ในการบริการอินเทอร์เน็ต และเครือข่ายแบบไร้สาย (Wireless ภายในองค์การตลาด)

ปัจจุบันองค์การตลาดมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High Speed Internet หรือ Broad Band Internet) โดยมีรายละเอียดของการเช่าใช้บริการอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1. องค์การตลาดสำนักงานใหญ่ มีการเช่าใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งหมด 3 รายการ ดังนี้

1) บริษัท ทริปเปิลที อินเทอร์เน็ต จำกัด (3BB Broadband)

2) บริษัท ทรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (True Internet)

3) เครือข่ายระบบสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.) (Government Information Network : GIN)

4) ระบบสื่อสารเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกระทรวงมหาดไทย

2. องค์การตลาด สำนักงานตลาดกลางเกษตรกรรมบางลำมีการเช่าใช้อินเทอร์เน็ต ดังนี้

1) บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) (NT)

3. องค์การตลาด สำนักงานตลาดกลางเกษตรกรรมลำพูนมีการเช่าใช้อินเทอร์เน็ต ดังนี้

1) บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) (NT)

ในส่วนของอุปกรณ์ด้านเครือข่ายขององค์การตลาดนั้น มีฝ่ายสารสนเทศ เป็นผู้ดูแล และ บำรุงรักษา อุปกรณ์เครือข่ายต่าง ๆ

2.1.4.1 ข้อเสนอแนะด้านระบบเครือข่าย

1) ควรมีการปรับปรุงระบบเครือข่าย โดยปรับเปลี่ยนไปใช้วงจรสื่อสารที่เชื่อมต่อ โดยตรงไปยังผู้ให้บริการ และสามารถรันตีความเร็วในการสื่อสารที่แน่นอนได้ นอกจากนี้ควรเป็นเครือข่ายที่มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการ และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ

2) ควรตรวจสอบ และ/หรือ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์เครือข่ายที่มีอยู่เดิม โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณา อย่างน้อยดังต่อไปนี้

(1) ความพร้อมใช้งานของอุปกรณ์

(2) พลังงานการทำงานของอุปกรณ์ที่สามารถรองรับการใช้งานในปัจจุบันของ องค์การตลาด อาทิเช่น ขีดความสามารถในการกำหนดค่าการทำงานของ อุปกรณ์ และการกำหนดค่าในการดำเนินการเพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัย ของเครือข่าย เป็นต้น

(3) เงื่อนไขในการดูแล และบำรุงรักษาอุปกรณ์ และการสนับสนุนของเจ้าของผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้ ในกรณีที่พบว่า อุปกรณ์มีการใช้งานมาเป็นระยะเวลานาน (เป็นอุปกรณ์ รุ่นเก่า) ซึ่งอาจไม่รองรับการใช้งานในปัจจุบัน กล่าวคือ ไม่สามารถกำหนดค่าการทำงานตามที่ต้องการตามมาตรฐานการสื่อสาร ข้อมูลเครือข่าย หรือมาตรฐานการ รักษาความมั่นคงปลอดภัย รวมถึงมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาที่มากเกินไป เมื่อเทียบกับการจัดหาใหม่ ในกรณีนี้เห็นควรให้มีการดำเนินการจัดการจัดหาใหม่ เพื่อให้สามารถปรับปรุงระบบเครือข่ายขององค์การตลาดให้มีประสิทธิภาพรองรับ ต่อการใช้งานที่เป็นปัจจุบัน และการใช้งานที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

นอกจากนี้ ในการจัดหาระบบเครือข่าย และอุปกรณ์เครือข่ายใหม่ควร พิจารณาในประเด็นของการดูแล และบำรุงรักษาระบบเครือข่าย และอุปกรณ์ เป็น สำคัญ โดยในการจัดหาควรต้องครอบคลุมถึงเงื่อนไข การดูแล การบำรุงรักษา และ การบริหารจัดการเครือข่าย และอุปกรณ์ โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้องค์การตลาดมีระบบเครือข่ายที่สามารถทำงานได้อย่างเหมาะสมกับการใช้งาน และควรมีการ พัฒนาศักยภาพในการดูแล การบำรุงรักษา และการบริหารจัดการเครือข่าย และ อุปกรณ์ให้กับบุคลากรขององค์การตลาดไปพร้อมกัน เพื่อให้ องค์การตลาดสามารถ บริหารจัดการต่อไปได้ด้วยบุคลากรขององค์การตลาดเองในอนาคต

2.1.5 สถานภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัย

ในส่วน of สถานภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยขององค์การตลาดนั้น พบว่า องค์การตลาด ได้จัดให้มีการดำเนินการวิเคราะห์สถานภาพ of ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยด้าน ดิจิทัล (DE) พบว่า มีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย ได้แก่

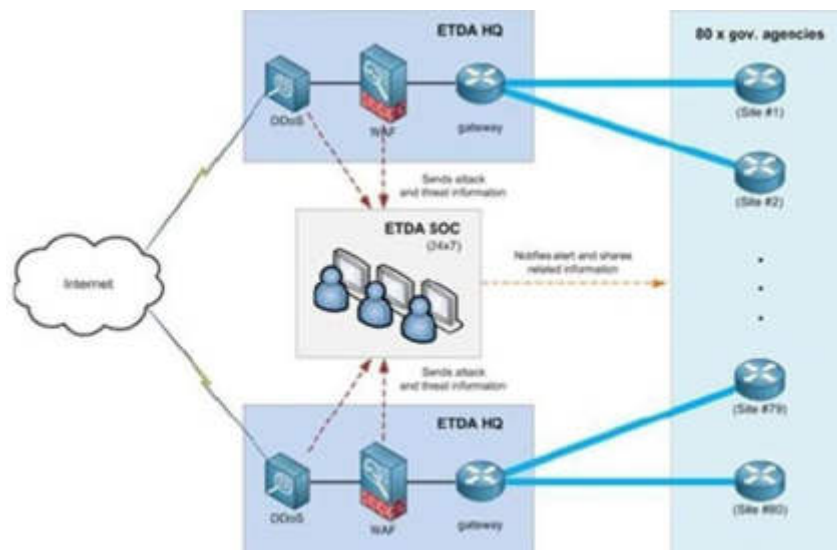
- กระแสไฟฟ้าขัดข้อง
- ระบบเครือข่ายล่ม
- ทรัพยากรด้านดิจิทัลไม่มีคุณภาพ (Hardware, Software, Data, Procedure, People, Communication)
- ช่องโหว่ of การพัฒนาเครือข่าย
- ภัยพิบัติต่างๆ (ไฟไหม้, ฟ้าผ่า, แผ่นดินไหว, น้ำท่วม, โรคระบาด, ไวรัส และการ โจรกรรม)

โดยจากความเสี่ยงที่ได้กล่าวมาข้างต้น องค์การตลาดมีการดำเนินงานด้านการรักษาความ มั่นคงปลอดภัยดังต่อไปนี้

1. การป้องกันทางด้านกายภาพห้องควบคุมระบบเครือข่าย และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยเครือข่าย ประกอบด้วย

- 1) การติดตั้งระบบกำหนดสิทธิ์การผ่านประตู (Access Control) ห้องควบคุมระบบ เครือข่าย
- 2) การติดตั้งกุญแจอิเล็กทรอนิกส์ และระบบสแกนนิ้วมือในการเข้า-ออก ห้องควบคุมระบบเครือข่าย
- 3) การจัดทำทะเบียนควบคุมการเข้า-ออก ห้องควบคุมระบบเครือข่าย
- 4) การติดตั้งระบบตรวจจับควันไฟ ภายในห้องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย
- 5) การติดตั้งระบบดับเพลิงอัตโนมัติ (Fire Suppression System) ภายในห้อง คอมพิวเตอร์แม่ข่าย
- 6) การติดตั้งเครื่องสำรองไฟฟ้า (UPS)
- 7) การเก็บข้อมูลจราจรคอมพิวเตอร์ ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560
- 8) อุปกรณ์ควบคุมความชื้น (Dehumidifier) ภายในห้องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย
- 9) ระบบตรวจสอบสถานะของระบบเครือข่าย (Network Management)

10) ระบบวิเคราะห์และเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์เป็น ผู้ Monitor)



รูปที่ 2-8 แผนผังระบบวิเคราะห์และเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์ที่ร่วมกับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (ETDA)

2.1.5.1 ข้อเสนอแนะด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัย ในส่วนของการป้องกันทางด้าน กายภาพ ห้องควบคุมระบบเครือข่าย และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยเครือข่าย

จากการดำเนินการด้านการป้องกันทางด้านกายภาพห้องควบคุมระบบเครือข่าย และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยเครือข่าย ขององค์การตลาด มีประเด็นที่จำเป็นต้อง พิจารณาดังต่อไปนี้

- (1) ควรมีการดำเนินการเพื่อทบทวนสิทธิ์ให้เป็นปัจจุบัน และมีการทบทวน และ ตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ และเป็นระบบ
- (2) ควรมีการตรวจสอบ และบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในสภาพ พร้อมใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดทำแผนในการทบทวน ตรวจสอบ และบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ และเป็นระบบ
- (3) ในกรณีที่อุปกรณ์ไม่อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน หรือไม่รองรับการใช้งานใน ปัจจุบัน ควรมีการวางแผนในการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีให้ เหมาะสมกับความต้องการ และการใช้งานในปัจจุบัน ขององค์การ ตลาด
- (4) จากการที่องค์การตลาดมีระบบตรวจสอบสถานะของระบบเครือข่าย (Network Management) และระบบวิเคราะห์และเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นผู้

Monitor) นั้น ควรมีการนำผลการตรวจสอบสถานะของระบบเครือข่าย และการวิเคราะห์และเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์ มาใช้ประกอบการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครือข่าย และปรับปรุงการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์

(5) บุคลากรของฝ่ายสารสนเทศ หรือ บุคลากรที่เกี่ยวข้องขององค์การตลาด ควรมี การพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถให้สามารถบริหารจัดการ และการแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือสามารถในการกำกับดูแลการ ปฏิบัติงานของผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกได้

2. การป้องกันโดยใช้อุปกรณ์ทางด้านฮาร์ดแวร์ (Hardware Appliance)

มีระบบรักษาความปลอดภัย Firewall, bluecoat ที่เชื่อมโยงกับระบบเครือข่าย ขององค์การ (Gin Fiber Optic) เพื่อรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึง ข้อมูลคอมพิวเตอร์ และเป็นการป้องกันการบุกรุก การเจาะระบบ เพื่อเข้ามาทำลาย แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลคอมพิวเตอร์ขององค์การตลาด

2.1.5.2 ข้อเสนอแนะด้านการป้องกันโดยใช้อุปกรณ์ทางด้านฮาร์ดแวร์

แต่ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงช่องทางการใช้งานเครือข่ายในปัจจุบันขององค์การตลาด ใช้งานระบบเครือข่ายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของ บริษัทเอกชนเป็นหลัก (3BB และ True) ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยของระบบเครือข่ายให้เหมาะสมกับสภาพการใช้งานจริง เพื่อให้เกิดความมั่นคง ปลอดภัยในการใช้งาน และความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล รวมถึงบริการ และ การใช้งานต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. การป้องกันทางด้านข้อมูล (Backup Data) ประกอบด้วย

- 1) การตั้ง Backup Site
- 2) การดำเนินการสำรองข้อมูล (Backup Data) ไปยัง G-Cloud
- 3) การบริหารการจัดเก็บข้อมูล
- 4) ระบบการตรวจสอบข้อมูลการจราจรคอมพิวเตอร์
- 5) ระบบจัดเก็บการจราจรคอมพิวเตอร์

2.1.5.3 ข้อเสนอแนะด้านการป้องกันทางด้านข้อมูล

จากการดำเนินการด้านการป้องกันทางด้านข้อมูลขององค์การตลาด ควรมีการ พิจารณาในประเด็นต่อไปนี้

(1) เนื่องจากในปัจจุบัน การดำเนินงานส่วนใหญ่ขององค์การตลาด ยังเป็นการ ดำเนินงานในลักษณะของงานเอกสาร ข้อมูล หรือ เอกสาร หรือข้อมูลดิจิทัลยัง มีเป็นส่วนน้อย ดังนั้นจึงควรมีการพิจารณาการดำเนินงานด้านการป้องกัน ทางด้านข้อมูลให้สัมพันธ์กับการใช้งานจริง

(2) ในส่วนของการดำเนินการของ Backup Site และการสำรองข้อมูลไปยัง G-Cloud ควรมีการตรวจสอบผลของการดำเนินการสำรองข้อมูล และการ ทำงานของ Backup Site รวมถึงการเตรียมความพร้อม หรือซักซ้อม ขั้นตอน และกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์อันไม่พึงประสงค์ เพื่อให้สามารถมั่นใจได้ว่า ข้อมูลที่สำรองไว้ สามารถนำกลับมาใช้งานได้อย่าง ครบถ้วน และถูกต้อง หรือ Backup Site ที่ได้จัดเตรียมไว้ สามารถทำงานได้ อย่างครบถ้วน ถูกต้อง

(3) ควรพิจารณาเงื่อนไขการใช้งานระบบ Cloud ที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน โดย คำนึงถึงเงื่อนไขในการใช้งานเป็นสำคัญ กล่าวคือ ระบบ Cloud ที่จะนำมาใช้งาน ควรมีขีดความสามารถที่จะสนับสนุนการปฏิบัติงานขององค์การตลาด ภายใต้ สภาวะทางสังคมวิถีใหม่ รวมถึงการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) เพื่อให้รองรับความเปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัล จึงควรมีการทบทวน การดำเนินการด้านการบริหารจัดการด้านข้อมูลขององค์การตลาด เพื่อให้ องค์การตลาดมีระบบฐานข้อมูลกลางที่สามารถเชื่อมโยงจากระบบการทำงานในด้านต่าง ๆ ขององค์การตลาด และสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่มีความซ้ำซ้อนกันข้อมูล รวมถึงให้ สามารถรองรับการปฏิบัติงานตามภารกิจ และการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การจัดทำนโยบายด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย

1) นโยบาย และแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ ประจำปี 2568

2) การดำเนินการให้สอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลพ.ศ. 2562 ประกอบด้วย

2.1) การศึกษา วิเคราะห์ ทบทวนเกี่ยวกับการดำเนินกิจการขององค์การตลาด และข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงให้มีความสอดคล้องข้อมูลส่วนบุคคลในบริบท ขององค์การตลาดตามกฎหมาย

2.2) (ร่าง) นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์การตลาด

2.3) (ร่าง) เอกสารแบบฟอร์มข้อตกลงสัญญาต่าง ๆ ในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามกฎหมาย

2.4) การประเมินการดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Gap Assessment Report)

2.5) การฝึกอบรมหลักสูตรความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลพ.ศ. 2562

2.1.5.4 ข้อเสนอแนะด้านการป้องกันทางด้านข้อมูล

จากการจัดทำนโยบาย และแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศขององค์การ ตลาด ประจำปี 2568 นั้น มีประเด็นที่องค์การตลาดควร พิจารณาเพิ่มเติม มีดังนี้

(1) จัดทำขั้นตอนในการปฏิบัติที่ชัดเจน รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง ตามนโยบาย และแนวปฏิบัติที่ได้จัดทำขึ้น

(2) ควรมีการทบทวนนโยบาย และแนวปฏิบัติที่ได้จัดทำขึ้นอย่างสม่ำเสมอ หรือ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงนโยบาย หรือ กระบวนการปฏิบัติงาน หรือมีการ เปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่ใช้งาน เพื่อองค์การตลาดมีนโยบาย และแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศที่เป็นปัจจุบัน สอดรับกับนโยบาย กระบวนการปฏิบัติงาน และเทคโนโลยีที่ใช้งานอยู่จริง

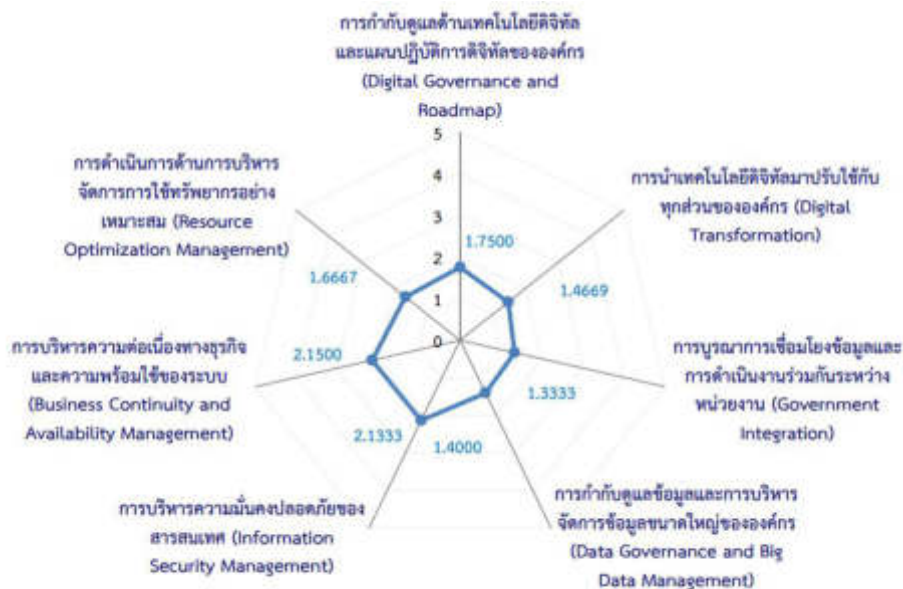
(3) ควรมีการอบรม หรือแจ้งต่อบุคลากรขององค์การตลาดในทุกภาคส่วน เพื่อสร้าง การรับรู้ ความตระหนัก และความเข้าใจถึงนโยบาย และแนวปฏิบัติในการ รักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศที่ประกาศใช้งานอยู่ในปัจจุบัน และ ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

2.1.6 สถานภาพด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology : DT)

จากการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ประจำปี 2567 ขององค์การตลาด โดย บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจที่ปรึกษาด้านการประเมินผลการ ดำเนินงาน รวมถึงการเป็นที่ปรึกษาการกำกับดูแลกิจการที่ดี และที่ปรึกษาธุรกิจด้านต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน พบว่า องค์การตลาดมีผลการดำเนินงานด้าน Core Business Enabler อยู่ในระดับ Maturity “ระดับ 1” ซึ่งหมายถึง เริ่มมีระบบกระบวนการ หรือมีไม่เพียงพอ หรือไม่มีคุณภาพ ไม่ ทันสมัย ไม่เหมาะสมกับการปฏิบัติงานทั้งในด้านนโยบาย เป้าหมาย กรอบเกณฑ์ระเบียบ วิธีการ ทำงาน มีคู่มือการปฏิบัติงานในการดำเนินงานในระบบ กระบวนการ นั้น ๆ ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้งแม้จะมีการติดตามกำกับประเมินผลปรับปรุงแก้ไขปัญหา และสนับสนุนเพียงพอสำหรับการ ทำงานตามปกติ แต่ไม่สม่ำเสมอ

สำหรับผลการประเมินในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology : DT) ขององค์การตลาดนั้น พบว่า องค์การตลาดยังไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเป็นระบบที่สามารถ ทำซ้ำได้ (Repeatable Practice) และเป็นมาตรฐาน (Standardized Practice) เช่น กระบวนการ ดำเนินการ ด้านการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม และกระบวนการบริหารจัดการ การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม องค์การตลาดเริ่มมีกระบวนการที่เป็น ระบบในส่วนของการกำกับ

ดูแลด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์กร การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับทุกส่วนขององค์กร การบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูล และการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน การกำกับดูแลข้อมูล และการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ของ องค์กร การบริหารความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และความพร้อมใช้ของระบบ



รูปที่ 2-9 กราฟสรุปผลการประเมินฯ หัวข้อ “การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล” ขององค์การตลาด

2.1.6.1 สรุปข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล

จากผลการประเมินฯ บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้มีข้อเสนอแนะด้านการ พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์การตลาดไว้ดังนี้

1. รัฐวิสาหกิจต้องนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับทุกส่วนขององค์กรโดยสามารถกำหนดเป้าหมายที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลง People Process Technology ออกมาได้อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม ตลอดจนสามารถประเมิน และติดตามผลได้ รวมถึงมีการวัดผลลัพธ์ (Outcome) ในเชิงปริมาณที่สะท้อนให้เห็นผลดำเนินงานที่สำคัญของรัฐวิสาหกิจที่ดียิ่งขึ้น เช่น การให้บริการประชาชน การอำนวยความสะดวกให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น เพื่อยกระดับการดำเนินงานขององค์กร เช่น ทอท. กปน. กปภ. กทท. กคช. อภ. บวท. กนอ. รฟม. กทพ. ททท. รฟท. ขสมก. บขส. เป็นต้น

2. รัฐวิสาหกิจต้องดำเนินการป้องกันความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ปัจจุบันมีภัยคุกคามจากหลากหลายรูปแบบ เช่น Cyber Security, Hacking the home, Beware of the ‘wares’, Application-Based or Web-based Threats ,อาชญากรรมจากคอลเซ็นเตอร์ เป็นต้น โดยต้องมีการกำหนดเป็นแผนการรองรับที่ชัดเจน มีการนำเครื่องมือป้องกันหรือเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาใช้ รวมถึงมีการติดตามผลการ

ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เช่น อภ. กปน. กปภ. ททท. ทอท. กนอ. รฟม. กทพ. กทท. กกท กคช. รฟท. สปพ. ขสมก. บขส. เป็นต้น

3. รัฐวิสาหกิจต้องนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ Cloud Computing Services เพื่อลดการลงทุน Data Center การใช้ Big Data, Data Analytics และ AI เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการ Digital Outsource เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรและบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น โดยต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าการลงทุน ความมั่นคงปลอดภัยและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

4. รัฐวิสาหกิจต้องดำเนินการให้มีการประกอบธุรกิจ หรือการปฏิบัติที่มีความสอดคล้องกับกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 2562 และ พ.ร.บ. การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 เป็นต้น โดยแสดงให้เห็นถึงแผนงาน/โครงการที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม เพื่อลดช่องว่าง (GAP) การปฏิบัติที่ยังไม่มีความสอดคล้อง โดยเฉพาะรัฐวิสาหกิจที่จัดเป็นหน่วยงานโครงสร้างพื้นฐานสำคัญทางสารสนเทศ (Critical Information Infrastructure: CII) ที่ สกมช. มีการใช้ NIST2.0 เป็นแนวทางในการประเมินผลกับหน่วยงานโครงสร้างพื้นฐานสำคัญทางสารสนเทศ (Critical Information Infrastructure: CII) ซึ่งแบ่งตามลักษณะการให้บริการ ได้ดังต่อไปนี้

หมวด 2 ด้านบริการภาครัฐที่สำคัญ ได้แก่ อจน. อสมท.

หมวด 3 ด้านการเงินการธนาคาร ได้แก่ ธกส. ธสน. ธพว. ออมสิน ธอส. ธอท. บสย.

หมวด 4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและคมนาคม ได้แก่ ปณท. เอ็นที

หมวด 5 ด้านขนส่งและโลจิสติกส์ ได้แก่ กทพ. บขส. ขสมก. รฟท. รฟม. กทท. ทอท. บวท.

หมวด 6 ด้านพลังงานและสาธารณูปโภค ได้แก่ กฟน. กฟผ. กฟภ. ปตท. กปน. กปภ.

หมวด 7 ด้านสาธารณสุข ได้แก่ อภ.รวมถึงควรมีการกำหนดบทบาทความร่วมมือกับหน่วยงานกำกับดูแลต่างๆ อย่างใกล้ชิด

2.2 สรุปปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์กรตลาด

จากผลการศึกษาสถานภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรตลาด สามารถสรุปภาพรวมของผลการศึกษาได้ดังแสดงในรูปที่ 2-10



รูปที่ 2-10 ภาพรวมสถานภาพปัจจุบันด้านดิจิทัลขององค์กรตลาด

จากรูปที่ 2-10 สามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์กรตลาดได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการดำเนินการเพื่อสนับสนุนธุรกิจหลัก (Core Business Function) สำหรับการดำเนินการเพื่อสนับสนุนธุรกิจหลัก นั้น องค์กรตลาดยังนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้สำหรับสร้างช่องทางในการทำธุรกิจได้อย่างไม่เต็มที่ หรือ สร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ

นอกจากนี้ องค์กรตลาดยังขาดการนำข้อมูลขององค์กรตลาดที่มีอยู่เดิม หรือ ข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจ หรือ สนับสนุนการปฏิบัติงานตามภารกิจ หรือ ประกอบการตัดสินใจในการทำธุรกิจขององค์กรตลาด

ทั้งนี้การนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้นั้น จะช่วยให้องค์กรตลาดสามารถ ดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมั่นคง ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ในปัจจุบัน

2. ปัจจัยด้านการดำเนินการเพื่อการปฏิบัติงานภายใน (Internal Supporting Function) ในส่วนของการปฏิบัติงานภายในนั้น องค์กรตลาดจำเป็นต้องมีการปรับปรุงโครงสร้าง พื้นฐานด้านดิจิทัลในทุกด้าน ดังนี้

- 1) การเพิ่มประสิทธิภาพ และเสถียรภาพของเครือข่ายขององค์กรตลาด
- 2) การบริหารจัดการอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ
- 3) การบริหารจัดการข้อมูล และระบบสารสนเทศ
- 4) การดำเนินการด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัย
- 5) การบริหารจัดการ และการกำกับดูแลเทคโนโลยีดิจิทัล
- 6) การพัฒนาทักษะความรู้ความเข้าใจ และความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล

2.3 แนวโน้มด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันเทรนด์เทคโนโลยี ปี 2025

Gartner ระบุเทคโนโลยีที่สำคัญกับธุรกิจ ในปี 2025 ทาง Gartner ได้คาดการณ์ 10 เทรนด์เทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์จาก Gartner (Top Strategic Technology Trends 2025) ที่จะช่วยให้องค์กรของคุณเติบโต ปรับตัว และสร้างมูลค่าได้อย่างปลอดภัย ในยุคที่ AI เติบโตอย่างก้าวกระโดด เทคโนโลยีที่จะขับเคลื่อนธุรกิจดิจิทัลและนวัตกรรมโดยแบ่งออกเป็น 3 หมวดใหญ่ดังนี้

1. AI Imperatives and Risks: AI และความเสถียรยิ่งยั้งถึงปัญญาประดิษฐ์หรือ AI (Artificial Intelligence) ที่กำลังมีบทบาทในโลกปัจจุบัน แต่ก็มาพร้อมกับความเสี่ยงด้านต่าง ๆ จึงต้องมีการพัฒนาระบบการกำกับดูแล AI (AI Governance) รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อต่อสู้กับข้อมูลเท็จ (Disinformation Security)

2. New Frontiers of Computing: ขอบเขตใหม่ของการประมวลผลเทคโนโลยีการคำนวณรูปแบบใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้การประมวลผลข้อมูลมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น คอมพิวเตอร์ควอนตัม (Quantum Computing) ที่มีความสามารถในการประมวลผลข้อมูลได้เร็วกว่าคอมพิวเตอร์ทั่วไปหลายเท่า

3. Human-Machine Synergy: การผสมผสานระหว่างมนุษย์และเครื่องจักร ในระบบรักษาความปลอดภัยจากข้อมูลบิดเบือน เทคโนโลยีใหม่ที่จะช่วยในการแยกแยะความน่าเชื่อถือ ลดการปลอมแปลงข้อมูล โดย Gartner เผยว่าภายในปี 2028 องค์กรกว่า 50% จะเริ่มใช้เทคโนโลยีนี้ เพื่อลดการฉ้อโกง ป้องกันการขโมยบัญชี และปกป้องชื่อเสียงแบรนด์ อย่างไรก็ตาม ระบบนี้ต้องอาศัยการอัปเดตระบบป้องกันอย่างต่อเนื่อง



เทคโนโลยีในส่วนนี้สร้างรากฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ยืดหยุ่น และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ด้วยการทำให้มั่นใจว่า ข้อมูลนำมาผนวกรวม และประมวลผลอย่างปลอดภัยยิ่งขึ้นบนเทคโนโลยีคลาวด์ และไม่ใช้คลาวด์ เพื่อให้สามารถปรับ และขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างคุ้มค่า

เทรนด์ที่ 1: Agentic AI

อัจฉริยะที่สามารถวางแผนและดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ผู้ใช้กำหนดได้เอง เปรียบเหมือนมีผู้ช่วยเสมือนที่คอยช่วยเหลือ แบ่งเบา และเสริมศักยภาพการทำงานของมนุษย์ Gartner คาดการณ์ว่าภายในปี 2028 AI จะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเรื่องงานประจำวันถึง 15% อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญคือต้องมีระบบควบคุมที่รัดกุมเพื่อป้องกันไม่ให้ AI ทำงานนอกเหนือจากเจตนาของผู้สร้างและผู้ใช้งาน

เทรนด์ที่ 2: AI Governance Platforms

แพลตฟอร์มกำกับดูแล AI ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถจัดการ AI ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีจริยธรรม และมีประสิทธิภาพ ด้าน Gartner มีการคาดการณ์ว่าภายในปี 2028 องค์กรที่ใช้แพลตฟอร์มนี้จะมีปัญหาจริยธรรมด้าน AI น้อยลง 40% แต่ความท้าทายคือ แนวทางการใช้ AI ที่อาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาคและอุตสาหกรรม ทำให้การกำหนดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกันเป็นเรื่องยาก

เทรนด์ที่ 3: Disinformation Security

ระบบรักษาความปลอดภัยจากข้อมูลบิดเบือน เทคโนโลยีใหม่ที่จะช่วยในการแยกแยะความน่าเชื่อถือ ลดการปลอมแปลงข้อมูล โดย Gartner เผยว่าภายในปี 2028 องค์กรกว่า 50% จะเริ่มใช้เทคโนโลยีนี้ เพื่อลดการฉ้อโกง ป้องกันการขโมยบัญชี และปกป้องชื่อเสียงแบรนด์ อย่างไรก็ตาม ระบบนี้ต้องอาศัยการอัปเดตระบบป้องกันอย่างต่อเนื่อง

เทรนด์ที่ 4: Post-Quantum Cryptography (PQC)

เทคโนโลยีการเข้ารหัสข้อมูลที่ป้องกันการโจมตีจากคอมพิวเตอร์ควอนตัม ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าภายในปี 2029 การเข้ารหัสแบบเดิมส่วนใหญ่จะไม่ปลอดภัยอีกต่อไป แต่ PQC ไม่สามารถนำมาใช้แทนที่อัลกอริทึมแบบเดิมได้ทั้งหมด แอปพลิเคชันปัจจุบันอาจมีปัญหาเรื่องประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีการทดสอบและอาจต้องเขียนโค้ดใหม่

เทรนด์ที่ 5: Ambient Invisible Intelligence

ปัญญาประดิษฐ์แบบแฝงตัว เทคโนโลยีที่ผสานเข้ากับสิ่งแวดล้อมอย่างกลมกลืน ช่วยให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่เป็นธรรมชาติและใช้งานง่าย คาดว่าจะมีการใช้งานอย่างแพร่หลายผ่านเซ็นเซอร์และแท็กอัจฉริยะจนถึงปี 2027 เช่น การติดตามและตรวจจับสิ่งของแบบเรียลไทม์ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง ทั้งนี้ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวและขอความยินยอมจากผู้ใช้ในการใช้ข้อมูลบางประเภท

เทรนด์ที่ 6: Energy-Efficient Computing

การประมวลผลแบบประหยัดพลังงาน มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยใช้สถาปัตยกรรม วัสดุ และอัลกอริทึมที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ฮาร์ดแวร์ที่ออกแบบมาเพื่อประหยัดพลังงาน และการใช้พลังงานหมุนเวียน เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โดยทาง Gartner คาดการณ์ว่าเทคโนโลยีการประมวลผลแบบใหม่ เช่น optical, neuromorphic และ novel accelerators จะช่วยลดการใช้พลังงานได้อย่างมาก อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนไปใช้แพลตฟอร์มการประมวลผลแบบใหม่ยังมีความซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการลงทุนสูงด้านฮาร์ดแวร์และการพัฒนาทักษะใหม่

เทรนด์ที่ 7: Hybrid Computing

ผสมผสานกลไกการประมวลผล การจัดเก็บข้อมูล และเครือข่ายที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดสภาพแวดล้อมการประมวลผลที่มีประสิทธิภาพสูง และทำงานได้ดีกว่าระบบเดิม เช่น การพัฒนา AI ที่ก้าวข้ามขีดจำกัดทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ระบบธุรกิจอัตโนมัติ และการเสริมสร้างศักยภาพของมนุษย์ อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีนี้ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น มีความซับซ้อนในระดับสูง และจำเป็นต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการพัฒนาและใช้งาน

เทรนด์ที่ 8: Spatial Computing

ยกระดับโลกทางกายภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AR และ VR เพื่อมอบประสบการณ์ที่สมจริงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านเกม การศึกษา และอีคอมเมิร์ซ รวมถึงเครื่องมือสร้างภาพขั้นสูงสำหรับการตัดสินใจและเพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลสุขภาพ คำปลีก และการผลิต ทาง Gartner คาดการณ์

ว่าตลาด spatial computing จะเติบโตจาก 1.1 แสนล้านดอลลาร์ในปี 2023 เป็น 1.7 ล้านล้านดอลลาร์ แต่ยังมีข้อจำกัดเรื่องราคา ขนาด และความซับซ้อนของอุปกรณ์ รวมถึงความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว

เทรนด์ที่ 9: Polyfunctional robots

หุ่นยนต์ที่สามารถทำงานได้หลายอย่าง และสลับไปมาระหว่างงานต่างๆ ได้อย่างราบรื่น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ คืบคลานเร็ว ติดตั้งง่าย ปรับขนาดได้ และสามารถทำงานร่วมกับมนุษย์ได้ Gartner คาดการณ์ว่าภายในปี 2030 80% ของมนุษย์จะมีปฏิสัมพันธ์กับหุ่นยนต์อัจฉริยะทุกวัน อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมยังไม่ได้กำหนดมาตรฐานราคาหรือฟังก์ชันการทำงานขั้นต่ำที่จำเป็น

เทรนด์ที่ 10: Neurological enhancement

การพัฒนาความสามารถทางปัญญาด้วยเทคโนโลยีที่อ่านและถอดรหัสกิจกรรมของสมอง เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ปรับปรุงความปลอดภัย การศึกษาแบบเฉพาะบุคคลและการทำการตลาดยุคใหม่ โดยมีการคาดการณ์ว่าภายในปี 2030 30% ของพนักงานที่ใช้ความรู้จะพึ่งพาเทคโนโลยีนี้ แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีนี้ยังมีราคาแพง มีข้อจำกัดด้านแบตเตอรี่ และมีความเสี่ยง รวมถึงมีข้อกังวลด้านจริยธรรม

ทำไมองค์กรต้องปรับเปลี่ยนสู่องค์กรดิจิทัล

ปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เมื่อเกิดแล้ว มีผลกระทบกับธุรกิจทั้งทางตรง และทางอ้อม ภัยพิบัติทางธรรมชาติ น้ำท่วม น้ำป่า ไฟป่า ฝุ่น PM 2.5 การเกิดแต่ละครั้งเล็ก ใหญ่ ต่างกันไป แต่ก็หนักขึ้น ทุกๆ ปี และที่เกิดไม่บ่อย แต่ก็มิให้เห็น สำหรับการชุมนุมทางการเมือง การเดินขบวนเรียกร้องต่าง ๆ ล้วนมีผลกระทบกับธุรกิจ ในภาวะวิกฤติที่ประสบกันอยู่ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยในตอนนี้คือ การแพร่ระบาดของไวรัส ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ อาจส่งผลให้องค์กรต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการดำเนินแบบเดิม หากต้องใช้แบบฟอร์มส่งต่องานกัน คงยากที่จะควบคุมให้เกิดประสิทธิภาพ



พฤติกรรมผู้บริโภค หลังจากผู้คนผ่านพ้นช่วงเวลาวิกฤตจนมาเกิดความปกติใหม่ (New Normal) แต่ในความปกตินี้ อาจหมายถึงความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นอย่างไม่ให้หยุดพัก ทั้งประเด็นสุขภาพ เศรษฐกิจ การเมือง รวมไปถึงปัญหาภัยธรรมชาติ ท่ามกลางวิกฤตต่าง ๆ ที่เป็นตัวเร่งให้ผู้คนต้องยึดหยุ่นกับวิถีชีวิต และการทำงานในช่วงเวลาที่ผ่านมา ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่จะได้ทบทวนความเปลี่ยนแปลง และเรียนรู้ความต้องการ

ใหม่ของผู้บริโภคทุก Generation เพื่อเตรียมพร้อม ซึ่งข้อมูลจาก ‘เจาะเทรนด์โลก 2024’ โดย Creative Thailand ระบุว่า

ผู้บริโภค Gen BABY BOOMER (1946–1964)

- พวกเขาพร้อมสละวิถีมัธยัสถ์เพื่อใช้ชีวิตอย่างเต็มที่ในบ้านปลาย ทั้งการลงทุนด้านสุขภาพ ท่องเที่ยว และกิจกรรมเข้าสังคมอื่น ๆ
- เบบี้บูมเมอร์เกือบครึ่งยังอยากทำงานจนเลยวัยเกษียณ โดยไม่จำเป็นต้องมีอำนาจตัดสินใจ เพียงแค่ขอให้รู้สึกได้ถึงการยอมรับในคุณค่าและมีเวลาดูแลตัวเอง เช่น อยู่ในสถานะที่ปรึกษาที่เกื้อหนุนองค์กรให้ยั่งยืน
- นอกจากจะเปิดใจรับเทคโนโลยีที่ทำให้รู้สึกเท่าทันโลกแล้ว ก็ยังคงนิยมกิจกรรมที่ปลีกตัวออกมาจากโลกดิจิทัลเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง ได้แก่ การทำสวน ที่ช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจ เป็นต้น
- เวลาช่วงหลังเกษียณที่เหลือเพื่อ ทำให้เหล่าเบบี้บูมเมอร์บ่มเพาะไลฟ์สไตล์ดิจิทัล และกลายเป็นกลุ่มที่ขอบทดลองโหลดแอปฯ ฟรี จนหลายแบรนด์หันมาลงทุนโฆษณาในแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเอาใจคนเจนนี้ให้ดูแล้วจิ้มดาวนโหลดโดยเฉพาะ
- มักลงทุนกับไลฟ์สไตล์ที่ทำให้รู้สึกกระฉับกระเฉง เช่น การออกกำลังกาย เพื่อตอบโจทย์การชะลอวัย ซึ่งรวมถึงการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพ

ผู้บริโภค Gen GEN X (1965–1980)

- หลังจากได้ผ่านเหตุการณ์การถูกเลิกจ้างมาหลายครั้ง คนเจนนี้จึงมุ่งมั่นก้าวสู่ตำแหน่งผู้นำ พร้อมพัฒนาทักษะรอบด้านเพื่อเป็นผู้นำคนสำคัญในที่ทำงาน
- เจนเอ็กซ์มากกว่าครึ่งรู้สึกว่าได้ถูกสื่อสารถึงตัวตนที่แท้จริงบนสื่อ การโฆษณาในปัจจุบันจึงเน้นหาวิธีการสื่อสารที่สื่อภาพของเจนเอ็กซ์อย่างเหมาะสมในมิติที่หลากหลายขึ้น โดยเน้นย้ำความแอ็กทีฟตามไลฟ์สไตล์ในชีวิตจริง
- แม้ตัวเลขความนิยมระหว่างเจนเอ็กซ์ที่ช้อปออนไลน์กับหน้าร้านจะใกล้เคียง แต่ความถึกลับต่างกันอย่างมาก โดยมักจับจ่ายสินค้าความงามที่หน้าร้านทุกเดือน เทียบกับทางออนไลน์ที่เฉลี่ยเพียงไตรมาสละครั้ง
- ตลาดผู้หญิงวัยหมดประจำเดือนพร้อมขยายตัว เพื่อรองรับความสะดวกสบาย สุขภาวะทางเพศ และฮอริโมนที่เปลี่ยนแปลงของเหล่าผู้หญิงเจนเอ็กซ์ที่กำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่อีกช่วงวัย เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของฮอริโมนที่กำลังเติบโต

ผู้บริโภคน Gen MILLENNIALS (1980–1994)

- มิลเลนเนียลเก็นครึ่งมองว่าการไม่มีบุตรให้อิสระแก่พวกเขาและทำให้มีเงินเก็บเพื่อท่องเที่ยว ซึ่งกลายเป็นเทรนด์ของการทำงานหาเงินเพื่อไปใช้ชีวิต จนกลายเป็นอีกเงินที่นิยมการท่องเที่ยวแบบหรูหราหรือเอ็กซ์คลูซีฟคู่ไปกับเงินสี
- วัฒนธรรมการดื่มกาแฟที่เคยได้รับความนิยมกำลังติดคู่มากับข้อกังวลของมิติด้านสุขภาพ ทำให้ชาวมิลเลนเนียลต่างหันไปหากาแฟไร้คาเฟอีนหรือเครื่องดื่มสุขภาพอื่น ๆ แทน
- ค่าครองชีพที่สูงเกินพีดานและรายได้ที่ไม่มั่นคง ทำให้คู่รักหลายคู่คิดหนักกับการมีบุตร กว่า 74% ของมิลเลนเนียล มองว่าสัตว์เลี้ยงเป็นอีกทางหนึ่งที่จะเติมเต็มครอบครัว
- Solo Service หรือการบริการลูกค้าเพียงคนเดียว กำลังเข้ามาตอบโจทย์ชาวมิลเลนเนียลคนโสดให้เข้าสังคมได้อย่างไม่เขินอาย ทั้งการกินคนเดียว อาศัยอยู่คนเดียวภายใต้บรรยากาศคล้ายเหงาจากพื้นที่ส่วนกลาง ทั้งนี้ยังเห็นการเติบโตของการสร้างบ้านให้ครอบครัวคนโสดที่อาจเป็นคนแปลกหน้าหรือมิตรสหายได้จับกลุ่มมาอยู่ร่วมกัน
- ชาวมิลเลนเนียลกว่า 1.8 พันล้านคนทั่วโลกจะเป็นตัวแปรสำคัญสำหรับอัตราการจ้างงาน การลงทุนในสินทรัพย์ และการจับจ่ายในครัวเรือน ด้วยช่วงวัยที่กำลังสร้างรากฐานความมั่นคงในครัวเรือนและลงทุนคุณภาพชีวิตให้ลูกน้อย

ผู้บริโภคน Gen GEN Z (1997–2012)

- เจนซีส่วนใหญ่ชอบการทำงานแบบยืดหยุ่น เช่น การทำงานแบบผสมผสาน และยังให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพจิตใจที่ดี ซึ่งอาจเชื่อมโยงไปถึงองค์กรที่มีระบบความเท่าเทียม และลดอคติระหว่างพนักงานที่แตกต่างกันทั้งในแง่ลำดับชั้น เพศ ศาสนา สถาบันการศึกษา หรือการเมือง
- เจนซียังให้ความสำคัญกับสังคมกลุ่มเล็ก พยายามสร้างตัวตนอยู่ในวัฒนธรรมตลาดย่อย เพื่อแสดงสิ่งที่ชื่นชอบออกมาได้ชัดเจน และมักสะท้อนผ่านการเลือกซื้อสินค้าที่ต้องแตกต่าง บ่งบอกตัวตนได้ชัด ถึงแม้จะต้องเลือกซื้อในร้านป๊อปอัปสโตร์ที่เปิดโอกาสให้จับสินค้าจริงได้เพียงแค่ช่วงเวลาที่กำหนดก็ตาม
- การเติบโตและก้าวสู่วัยผู้ใหญ่ด้วยแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ทำให้เจนซีเริ่มตระหนักถึงภัยร้ายของชีวิตที่แขวนอยู่บนโลกออนไลน์ ซึ่งส่งผลถึงสภาพจิตใจ ทำให้เกิดพฤติกรรมต่อต้านสื่อดิจิทัลและหันไปให้ความสนใจกับสื่อหรือกิจกรรมแอนาล็อกมากขึ้น เพื่อสร้างความผ่อนคลายและตีความกับจังหวะของการใช้ชีวิต

ผู้บริโภคน Gen ALPHA (2010–2024)

- เพราะเจนอัลฟามองว่าความเคารพเป็นสิ่งที่คนเราให้กันได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงอายุที่มาหรือน้อยกว่า วิธีการสื่อสารแบบ “ไม่สั่งสอน แต่เรียนรู้ไปด้วยกัน และพูดคุยกันตรง ๆ” จึงเป็นแนวทางที่ใช้สื่อสารกับคนกลุ่มนี้ได้อย่างตรงใจ

- การสำรวจชี้ว่า เจนอัลฟาจำนวนไม่น้อยชอบเล่นเกมมากกว่าดูโทรทัศน์หรือเล่นโซเชียลมีเดียใด ๆ การตลาดแบบเกมจึงนับเป็นอีกช่องทางที่เข้าถึงเด็ก ๆ กลุ่มนี้ได้ดี
- เจนอัลฟาเติบโตมาในโลกที่ผู้คนมีความสามารถหลากหลาย มีความสนใจเจาะลึก เข้าอกเข้าใจเรื่องละเอียดอ่อน ทั้งยังเต็มไปด้วยความแตกต่างที่สวยงาม ทำให้พวกเขามีความหลากหลายและมีวิธีคิดแบบนับรวมคนทุกกลุ่มมากที่สุด และนั่นก็ทำให้พวกเขามองหาแบรนด์ที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ที่สำคัญต้องไม่มีทัศนคติแบ่งแยก และสนับสนุนการแสดงออกของตัวตน
- เจนอัลฟานับเป็นกลุ่มแรกที่จะเติบโตในยุคดิจิทัล หรือช่วงเวลาที่โลกจริงและโลกเสมือนผสมผสานเข้าหากัน อีกทั้งเจนนี้มากกว่าครึ่งจะทำงานในตำแหน่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในเจนไหน ๆ
- การศึกษาพบว่า ระดับกิจกรรมทางกายของเด็กปฐมวัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่เกี่ยวข้องไปถึงช่วงวัยรุ่น การเล่นแบบ Active Play จึงสำคัญ และจะช่วยลดลดอาการวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้าที่อาจเกิดขึ้นในเด็กได้

แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570



การพัฒนารัฐบาลดิจิทัล จากบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมที่กล่าวมานี้ ในยุคเศรษฐกิจและสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานของรัฐให้ตอบสนองต่อความต้องการของภาคประชาชนและภาคธุรกิจที่เปลี่ยนไป โดยรัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญของการปรับเปลี่ยนหน่วยงานภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลทำให้ภาครัฐเล็งเห็นความจำเป็น ที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้หน่วยงานภาครัฐ ซึ่งรวมทั้งการให้บริการ และกระบวนการทำงานให้ อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (Digital Transformation) เพื่อรองรับกับพฤติกรรม และสถานการณ์ในความต้องการรับ บริการผ่านช่องทางออนไลน์ของประชาชน และภาคธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการที่จะทำให้การปรับเปลี่ยนรูปแบบ นี้อย่างเป็นรูปธรรม รัฐบาลจึงได้มีการตราพระราชบัญญัติการบริการงาน และการให้บริการภาครัฐผ่าน ช่องทางดิจิทัล พ.ศ. 2562 ซึ่งได้มีการกำหนดให้มีการจัดทำแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยเพื่อ รองรับการดำเนินการปรับเปลี่ยนกระบวนการให้บริการและการทำงานของภาครัฐให้ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม ด้วยเหตุนี้ สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัลจึงได้ดำเนินการจัดทำแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อพัฒนาบริการดิจิทัลสาธารณะของรัฐที่มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ สามารถอำนวยความสะดวกในการให้บริการและเป็นที่ยอมรับของประชาชน
2. เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการยกระดับการบริหารจัดการและการดำเนินงานภาครัฐให้มีความยืดหยุ่นคล่องตัว มีการบูรณาการแบบไร้รอยต่อ เปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน
3. เพื่อเป็นกรอบทิศทางให้หน่วยงานภาครัฐจัดทำแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562 และสร้างความต่อเนื่องในการพัฒนา

“บริการภาครัฐสะดวก โปร่งใส ทันสมัย ตอบโจทย์ประชาชน”

จากวิสัยทัศน์ แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย จะเห็นว่า หน่วยงานรัฐต่าง ๆ ที่รับผิดชอบในแต่ละบริการ ตามหน้าที่ ก็ต้องปรับเปลี่ยน ในองค์กร ในกรมกอง ส่วนงาน กระบวนการ สู่ดิจิทัล เพื่อสอดคล้องกับเป้าหมายของรัฐบาล เพื่อให้ภาครัฐให้บริการประชาชนด้วยระบบดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ ผ่านการให้บริการที่โปร่งใส ทันสมัย และเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลของรัฐ และมีส่วนร่วมในการบริหารงานและการให้บริการของภาครัฐ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์บริการให้ตรงกับความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

แผนภาพสถาปัตยกรรมรัฐบาลดิจิทัล



ที่มา : สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)

Digital Transformation เป็นการเปลี่ยนแปลงองค์กร หรือธุรกิจ โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการปรับเปลี่ยน หรือปรับปรุงให้ธุรกิจ หรือองค์กรมีความพร้อมแข่งขันได้ และสร้างขีดความสามารถใหม่ ๆ ให้กับองค์กร โดยการนำ Digital Transformation ในองค์กร ประกอบด้วย



1. Digitization คือ การปรับเปลี่ยนข้อมูล (Data) ต่าง ๆ ที่เป็นแบบอนาล็อก (Analog) ไปเป็นดิจิทัล (Digital) เช่น การลดการใช้กระดาษหันมาเก็บข้อมูลในระบบแทน หรือการนำเอาข้อมูลแบบฟอร์ม ต่าง ๆ มาสแกนเก็บในรูปแบบดิจิทัลไฟล์ สามารถสืบค้นผ่านระบบได้ เป็นต้น

2. Digitalization คือ การนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบกระบวนการทำงาน (Process) ทั้งภายในองค์กร หรือบริการต่าง ๆ ขององค์กรผ่านระบบดิจิทัลตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบกระบวนการ รวมถึงการสร้างบริการดิจิทัลใหม่มาสร้างมูลค่าให้กับองค์กร เช่น การจองหรือยื่น อุปกรณ์ ด้วยระบบออนไลน์ หรือการแจ้งซ่อมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบ เป็นต้น



คนดิจิทัล (People) มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นกำลังขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้า การเพิ่มทักษะให้พนักงานตามหน้าที่งานอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงทักษะดิจิทัลพื้นฐานสำหรับพนักงานทั่วไป และทักษะดิจิทัลขั้นสูงหรือผู้เชี่ยวชาญด้านไอที

เทคโนโลยีดิจิทัล (Technology) เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรดิจิทัล เพื่อปรับเปลี่ยนให้องค์กรสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้งาน ดังนั้น การเลือกเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมกับธุรกิจ

หรืองานแต่ละด้าน จึงเป็นสิ่งที่ควรพิจารณา ความยั่งยืนและทิศทางของเทคโนโลยี มีความน่าเชื่อถือ รองรับ การขยายตัวของธุรกิจ และมีความปลอดภัย

กระบวนการดิจิทัล (Process) กระบวนการหากองค์กรกำลังจะปรับเปลี่ยนระบบงานสู่ดิจิทัลคง ต้องมาพิจารณาถึง กระบวนการที่ลดความซ้ำซ้อน เพิ่มความเร็ว ตรวจสอบได้ ซึ่งมาได้กระบวนการก็ นำไปใช้ เครื่องมือ และเทคโนโลยี อาทิ Automation Workflow มาช่วยสร้างกระบวนการ เพื่อลดความ ผิดพลาด และลดเวลาการพัฒนาด้วย Low-code เทคนิค กล่าวคือ การเขียนโปรแกรมน้อยมาก หรือไม่มีการ เขียน โปรแกรม ไปใช้เครื่องลากวางแทน เพื่อสร้าง และทดสอบ กระบวนการใหม่ ได้อย่างรวดเร็ว

อุปสรรคของการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่ดิจิทัล

การจะเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานในภาครัฐแบบเดิม สู่ กระบวนการแบบใหม่นั้น มีปัจจัยที่ พิจารณาดังนี้

1. กฎระเบียบ ของหน่วยงาน กระทรวง หรือ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับสิ่งที่จะปรับเปลี่ยน
2. ผู้บริหาร บุคลากร ต้องมีความรู้ความเข้าใจในการทำ Digital Transformation ถึงเป้าหมายที่ชัดเจน มอบหมายชัดเจน ผู้รับผิดชอบชัดเจน ในการดำเนินงานต่าง ๆ รวมถึง ทักษะดิจิทัลของทีมงาน และ คนใน องค์กร กับสิ่งที่องค์กรกำลังจะเดินไป ต้องเติมเต็มให้พร้อม จะไปโดยขาดการพัฒนาคนไม่ได้
3. กระบวนการ ในกระบวนการทำงานของแต่ละงานย่อมมีการเดินของเอกสารที่แตกต่างกัน ฉะนั้น การนำเอาดิจิทัลเข้ามาช่วย ควรจะปรับปรุงกระบวนการทำงานเดิม ให้คล่องตัว และสมัยใหม่ ไม่ใช่การ เอา ดิจิทัล มาทำบนกระบวนการเดิม
4. เทคโนโลยีดิจิทัล ปัจจุบันมีก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว มีทั้งแบบให้เข้าใช้บริการบนคลาวด์ หรือแบบซื้อ มาพัฒนาบางส่วน ก็ต้องเลือกให้เหมาะสม หมดยุคการเขียนโปรแกรมจากศูนย์ ที่ต้องใช้เวลาในการ พัฒนา และการดูแลที่สูงมาก ในปัจจุบัน ด้วยการใช้ Low-Code Automation ช่วยให้การทำ กระบวนการสู่ กระบวนการแบบดิจิทัล ได้อย่างรวดเร็ว ในเวลาอันสั้น



รูปแบบการทำงานแบบเดิม ค่อนข้างเป็น Silos ทำงานในฝ่าย ส่วน แผนกตัวเอง ทำให้ Silos เกิดขึ้นเต็มไปหมด ทั้ง Silos ของระบบต่าง ๆ มากมาย ที่ไม่เชื่อมโยงกัน Silos ของข้อมูล ที่มีมหาศาลแต่ไม่เกิดประโยชน์ เพราะ ข้อมูลไม่นำมาเชื่อมโยงกัน เกิดเป็นข้อมูลอีกมิติให้เห็น โอกาสของธุรกิจหรือบริการมากขึ้น เพื่อการทำงานแบบ องค์กรดิจิทัล เกิดขึ้นได้นั้น จำเป็นต้องเปลี่ยนจาก Silos ให้เป็นการ Collaboration ระหว่างฝ่าย ส่วน กรมกอง ให้มากขึ้นบนแพลตฟอร์มการสื่อสารสมัยใหม่ แบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ อย่างปลอดภัย เมื่อการทำงานมีแพลตฟอร์มมาเป็นตัวกลางได้แล้ว องค์กรก็สามารถจะปรับรูปแบบการเข้ามาทำงานที่หน่วยงานกับบางส่วนงาน ฝ่ายงานหรือบุคคล ตามหน้าที่งานที่สามารถทำได้จากภายนอกสำนักงาน เป็นการ ทำงานแบบ Hybrid Working โดยที่ การปฏิบัติงานก็ยังคงดำเนินไปได้เสมือนอยู่ที่สำนักงาน

เพื่อการทำงานในองค์กร ก้าวสู่องค์กรดิจิทัล นั้น สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ กระบวนการทำงานเดิม จะปรับสู่กระบวนการงานแบบดิจิทัล ต้องมีการทำอย่างสม่ำเสมอ เลือกกระบวนการงานสำคัญๆหรือที่จำเป็น มากเริ่มเป็นโครงการต้นแบบก่อน และ ทำต่อเนื่องไปเรื่อยจนครบ ซึ่งการทำดังกล่าวนี จะใช้เทคโนโลยี Low-code Automation เข้ามาช่วย เพื่อสร้างแบบฟอร์มดิจิทัล การเดินเอกสารดิจิทัล การลงนาม ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ จินการออกรายงาน ต่าง ๆ ได้



2.4 แนวทางในการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์การตลาด



รูปที่ 2-11 แนวทางในการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์การตลาด จากผลการศึกษาสถานภาพปัจจุบันด้านดิจิทัลของ องค์การตลาด และแนวโน้มด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

ในปัจจุบัน สามารถสรุปประเด็นที่องค์การตลาดควรดำเนินการได้ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ควรมีการดำเนินการในประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) ระบบเครือข่ายภายในองค์กร และระบบเครือข่ายสำหรับองค์กร
- 2) การใช้งานระบบให้บริการคลาวด์ (Cloud Service)
- 3) ระบบบริหารจัดการเครื่องแม่ข่ายภายในองค์กร
- 4) ระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศสำหรับองค์กร (Cybersecurity as a Service)

2. ด้านการปฏิบัติงานภายในหน่วยงาน (Internal Operating Systems) ควรมีการดำเนินการ ใน ประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) ระบบ e-mail
- 2) ระบบเก็บข้อมูล
- 3) ระบบประชุมออนไลน์
- 4) ระบบการจัดเก็บเอกสาร
- 5) ระบบคลังความรู้

3. ด้านระบบงานภายใน (Internal Information Systems) ควรมีการดำเนินการในประเด็น ดังต่อไปนี้

- 1) ระบบทรัพยากรบุคคล
- 2) ระบบบัญชี
- 3) ระบบความเสี่ยง
- 4) ระบบตรวจสอบภายใน
- 5) ระบบภายในอื่น ๆ

4. ด้านระบบฐานข้อมูลกลาง ควรมีการดำเนินการในประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) ระบบฐานข้อมูลกลาง
- 2) ระบบวิเคราะห์และจัดการข้อมูลขนาดใหญ่
- 3) ระบบบริการข้อมูลเปิด

5. ด้านระบบงานทางธุรกิจ (Business Information Systems) ควรมีการดำเนินการใน ประเด็น ดังต่อไปนี้

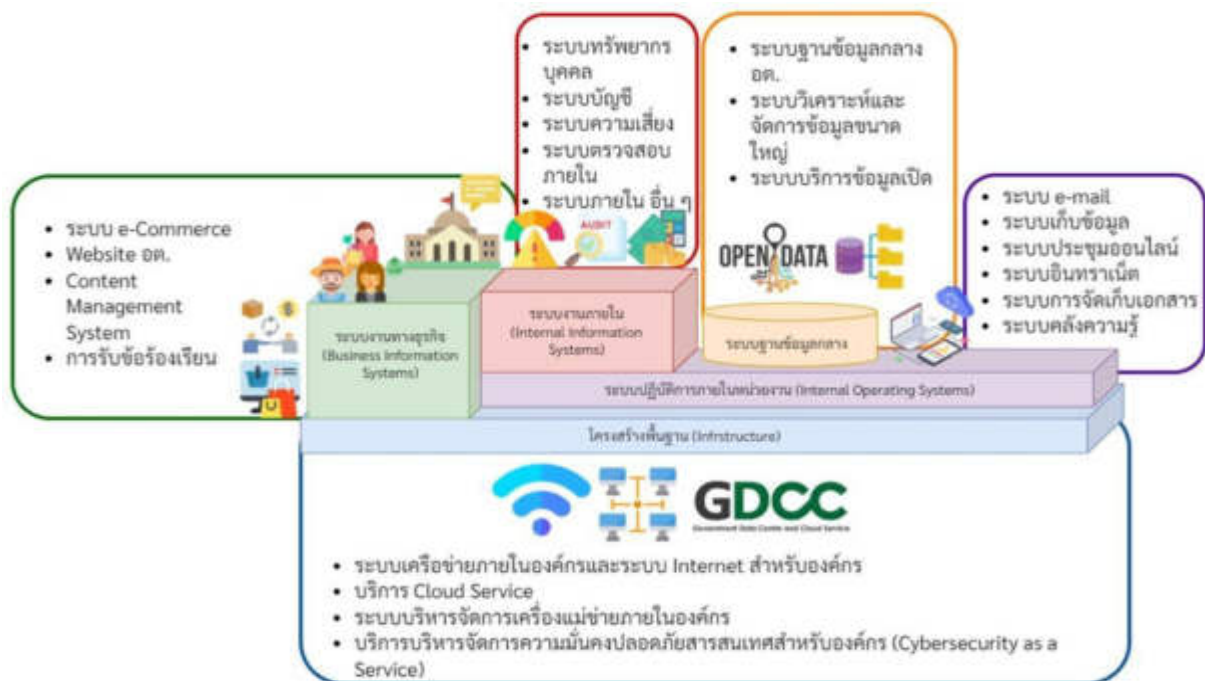
- 1) ระบบ e-commerce
- 2) ระบบเว็บไซต์ขององค์การตลาด

3) ระบบ Content Management System

4) ระบบการรับเรื่องร้องเรียน

นอกจากนี้ องค์การตลาดต้องดำเนินการจัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ในการดำเนินการด้านดิจิทัล แก่คณะกรรมการ หรือ คณะทำงาน หรือ บุคลากรขององค์การตลาด รวมถึงควรจัดให้มีการดำเนินการเพื่อเพิ่มทักษะความชำนาญ หรือความสามารถในการทำงาน ความสามารถในการกำกับดูแล ความสามารถในการบำรุงรักษา และทักษะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเอาเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมา ใช้กับการปฏิบัติงาน และการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาดให้กับบุคลากร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ ปฏิบัติงาน และการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

รูปที่ 2-12 เป้าหมายในการพัฒนาด้านดิจิทัลขององค์การตลาด



3. ผลการการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ (SWOT Analysis)

ในการจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด เริ่มต้นจากการศึกษา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์การตลาด โดยใช้การวิเคราะห์จากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) เพื่อนำไปสู่การกำหนด วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) เป้าหมาย ประเด็นยุทธศาสตร์ รวมทั้งได้มีการกำหนดเป้าประสงค์ ตัวชี้วัด การประเมินความคุ้มค่าการลงทุน



และผลตอบแทน ทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน

รูปที่ 3-1 กรอบแนวคิดในการการวิเคราะห์จากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ (SWOT Analysis)

การที่องค์การตลาดจะบรรลุวัตถุประสงค์ ตามที่ได้ตั้งไว้นั้น สิ่งสำคัญก็คือ กลยุทธ์ โดยการกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) นั้น หมายถึง การวางแผน กลยุทธ์ หรือการวางแผนระยะยาว ซึ่งคำนึงถึงการ พัฒนา พันธกิจ วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และนโยบายขององค์กร การจะกำหนดกลยุทธ์ได้นั้น ต้องรู้ถึงสถานการณ์ หรือ สภาพขององค์กรเป็นอันดับแรก โดยเริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นกระบวนการในการ ค้นหา ความเหมาะสมเชิงกลยุทธ์ระหว่างโอกาสภายนอก และจุดแข็งภายใน ในขณะที่จัดการกับภัยคุกคาม ภายนอก และจุดอ่อนภายในให้เหมาะสม

สำหรับผลการการวิเคราะห์จากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์การตลาด จะถูกนำมาใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์ และจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลของ องค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566 - 2570 มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3-1 ผลประเมินศักยภาพทางยุทธศาสตร์ (SWOT Analysis) องค์การตลาด

PESTEL Model	SWOT Model			
	ปัจจัยภายใน		ปัจจัยภายนอก	
	จุดแข็ง (Strength: S)	จุดอ่อน (Weakness: W)	โอกาส (Opportunity: O)	ความท้าทาย/อุปสรรค (Threat: T)
Politics (PO)	SPO1: หน่วยงานมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการทำงานให้องค์กรสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลง มีรูปแบบการขับเคลื่อนทางธุรกิจโดยการใช้ข้อมูลอุปสงค์จากแหล่งอื่น นอกเหนือจากการทำตลาดรูปแบบเดิม SPO2: บุคลากรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานกับหน่วยงานมานานและมีความเชี่ยวชาญการทำงานในขอบเขตของตนเอง	WPO1: บุคลากรส่วนใหญ่มีคุณสมบัติไม่ตรงสายงานที่ปฏิบัติอยู่ โดยเฉพาะทักษะด้านการตลาดซึ่งเป็นการกิจหลักของหน่วยงาน ขาดทักษะการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ นอกจากนี้ทัศนคติและความแตกต่างของช่วงอายุอาจส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้และทำงานร่วมกัน	OPO1: รัฐบาลมีนโยบายปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเป็นการทำงานเชิงรุก โดยการลงพื้นที่เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ OPO2: นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการทำธุรกิจแบบรัฐต่อรัฐ (G2G) ทั้งในและต่างประเทศ	TPO1: หน่วยงานขาดคณะกรรมการองค์การตลาดส่งผลกระทบต่อการทำงานตามขั้นตอนอนุมัติ อนุญาตตามระเบียบของหน่วยงาน TPO1: นโยบายของหน่วยงานกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจและรัฐบาลอาจส่งผลกระทบต่อองค์การตลาดและรัฐวิสาหกิจที่มีภารกิจในลักษณะเดียวกัน และการเปลี่ยนแปลงนโยบายของคู่ค้าในการพิจารณาวิธีการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 อาจส่งผลกระทบต่อโอกาสในการแข่งขันในการทำธุรกิจขององค์การตลาด
Economic (EC)	SEC1: รัฐวิสาหกิจภายใต้กระทรวงมหาดไทยที่สามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายได้อย่างรวดเร็ว สามารถหารายได้ด้วยตนเองภายใต้ภารกิจด้านการค้าสินค้าอุปโภคบริโภคโดยไม่ขัดต่อระเบียบการจัดตั้งหน่วยงาน ทำให้มีความมั่นคงด้านผลประกอบการและฐานรายได้	WEC1: หน่วยงานขาดการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับ เพื่อสร้างโอกาสการดำเนินธุรกิจ	OEC1: รัฐบาลมีนโยบายการค้าเสรีเปิดโอกาสให้ประชาชนมีการค้าอิสระและเป็นธรรม ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจในการเชื่อมโยงแหล่งผลิตสู่อุปสงค์การตลาด	TEC1: การรวบรวมอุปสงค์ที่แท้จริงจากลูกค้าและเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อการกำหนดอุปทานกับคู่ค้าอย่างแม่นยำ TEC2: การเปิดเสรีทางการค้าทำให้สินค้าจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น และส่งผลกระทบต่อ การปฏิบัติงานตามภารกิจขององค์การตลาด รวมถึงการแข่งขันทางการค้าและขีดความสามารถในการลงทุนจากภาคเอกชน
Social (SO)				
Technology (TE)	STE1: มีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานในองค์การตลาด (Internet, กระทรวงมหาดไทย) และกับหน่วยงานภายนอก (Internet,GIN)	WTE1: ระบบสารสนเทศในปัจจุบันไม่เชื่อมโยงกันส่งผลให้การใช้ข้อมูลไม่เต็มประสิทธิภาพ ปัจจุบันมีข้อมูลอุปสงค์สนับสนุนการทำธุรกิจเฉพาะบางกลุ่ม WTE2: หน่วยงานขาดการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาสนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลขององค์การตลาดไม่พร้อมต่อการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้งาน รวมถึงขาดการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้านดิจิทัลอย่างเป็นระบบ และขาดกระบวนการบริหารจัดการผู้ให้บริการภายนอก	OET1: มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อแลกเปลี่ยนฐานข้อมูล (กรรมาการปกครอง กระทรวงมหาดไทย) และร่วมใช้งานระบบบริการสารสนเทศของกระทรวงมหาดไทยด้วยโครงข่ายเสมือนเพื่อให้เกิดการจัดเก็บข้อมูลที่มีความหลากหลายและกระจายกระจาย ด้วยการรวบรวมให้เป็นหนึ่งเดียว	TTE1: ความรุนแรงของภัยคุกคามทางไซเบอร์ในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศและข้อมูล TTE2: แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่รวดเร็วมากการพัฒนาฐานบุคลากรไม่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
Environment (EN)	SEN1: การดำเนินงานโครงการตลาดอยู่ดีกินดี (Go Green Plus Market) ที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมของตลาด			
Legal (LE)		WLE1: หน่วยงานขาดกระบวนการและ ผู้รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการความสอดคล้อง (Compliance)		

3.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Analysis)

สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) หมายถึง สภาพการณ์ภายในองค์กรที่ส่งผล กระทบ ต่อผลการดำเนินงานองค์กร เป็นสิ่งที่ผู้บริหารสามารถเปลี่ยนแปลง หรือควบคุมได้ และเป็น ตัวกำหนดจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ขององค์กร โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัย เชิงกลยุทธ์ที่เป็นปัจจัย ภายในขององค์กรตลาด แสดงดังตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 สรุปปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่เป็นปัจจัยภายใน (Internal Factor Analysis Summary: IFAS)

Code	ปัจจัย SW	น้ำหนัก (Weight)	คะแนน ประเมิน	คะแนนถ่วง น้ำหนัก (Weighted Score) (ค่าเฉลี่ยน้ำหนัก X ค่าเฉลี่ย Rating)	Normalized (10)	ข้อเสนอแนะ
	(1)	(2)	(3)	(4)		(5)
จุดแข็ง (Strengths)						
S1	หน่วยงานมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนา ปรับปรุงรูปแบบการทำงานให้องค์กร สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลง มีรูปแบบ การขับเคลื่อนทางธุรกิจโดยใช้ข้อมูล อุปสงค์จากแหล่งอื่น นอกเหนือจากการทำ ตลาดรูปแบบเดิม	0.2	4	0.8	7.5	1.ควรนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ ในสนับสนุนการปฏิบัติงาน 2. ควรเพิ่มประสิทธิภาพของข้อมูลเพื่อนำมาใช้ สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ
S2	รัฐวิสาหกิจภายใต้กระทรวงมหาดไทยที่ สามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานตาม ภารกิจที่ได้รับมอบหมายได้อย่างรวดเร็ว, สามารถหารายได้ด้วยตนเองภายใต้ภารกิจ ด้านการค้าสินค้าอุปโภคบริโภคโดยไม่ขัด ต่อระเบียบการจัดตั้งหน่วยงาน, มีความ มั่นคงด้านผลประโยชน์และฐานรายได้	0.2	3	0.6	5.5	1. ควรนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ ในเพิ่มประสิทธิภาพ และช่องทางในการดำเนิน ธุรกิจ
S3	บุคลากรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงาน กับหน่วยงานมานานและมีความเชี่ยวชาญ การทำงานในขอบเขตของตนเอง	0.2	3	0.6	5.2	1. ควรพัฒนาทักษะด้านการใช้งานเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การปฏิบัติงาน
S4	มีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานในองค์กร ตลาด (Internet, กระทรวงมหาดไทย) และ กับหน่วยงานภายนอก (Internet,GIN)	0.2	3	0.6	5.2	1. ควรนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ ในสนับสนุนการปฏิบัติงาน
S5	การดำเนินงานโครงการตลาดอยู่ดีกินดี (Go Green Plus Market) ที่มีส่วน สนับสนุนให้เกิดการบริหารจัดการ สภาพแวดล้อมของตลาด	0.2	3	0.6	4.8	1. ควรนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ ในสนับสนุนการปฏิบัติงาน
รวม		1	เฉลี่ย	0.64		
จุดอ่อน (Weaknesses)						
W1	บุคลากรส่วนใหญ่มีคุณวุฒิไม่ตรงสายงาน ที่ปฏิบัติงานอยู่ โดยเฉพาะทักษะ ด้าน การตลาดซึ่งเป็นภารกิจหลักของหน่วยงาน , ขาดทักษะการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยไซ	0.2	4	0.8	6.6	1 ควรพัฒนาทักษะด้านการใช้งานเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การปฏิบัติงาน

Code	ปัจจัย SW	น้ำหนัก (Weight)	คะแนน ประเมิน	คะแนนถ่วง น้ำหนัก (Weighted Score) (ค่าเฉลี่ยน้ำหนัก X ค่าเฉลี่ย Rating)	Normalized (10)	ข้อเสนอแนะ
	(1)	(2)	(3)	(4)		(5)
	เบอร์ นอกจากนี้ทัศนคติและความแตกต่างของช่วงอายุอาจส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้และทำงานร่วมกัน					
W2	ระบบสารสนเทศในปัจจุบันไม่เชื่อมโยงกันส่งผลให้การใช้ข้อมูลไม่เต็มประสิทธิภาพ, ปัจจุบันมีข้อมูลอุปสงค์สนับสนุนการทำธุรกิจเฉพาะบางกลุ่ม	0.25	4	1	9.1	1. ควรพัฒนาระบบสารสนเทศให้มีความเชื่อมโยงกับระบบสารสนเทศอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน และธุรกิจ 2. ควรเพิ่มประสิทธิภาพ
W3	หน่วยงานขาดการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักเพื่อสร้างโอกาสการค้าในธุรกิจ	0.1	2	0.2	1.3	
W4	หน่วยงานขาดการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาสนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลขององค์กรตลาดไม่พร้อมต่อการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้งานรวมถึงขาดการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้านดิจิทัลอย่างเป็นระบบและขาดกระบวนการบริหารจัดการผู้ให้บริการภายนอก	0.25	4	1	9.5	1. ควรพัฒนาทักษะด้านการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และการดำเนินธุรกิจ 2. ควรเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล
W5	หน่วยงานขาดกระบวนการและ ผู้รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการความสอดคล้อง (Compliance)	0.2	3	0.6	4.7	1. ควรเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการความสอดคล้อง (Compliance)
	รวม	1	เฉลี่ย	0.74		

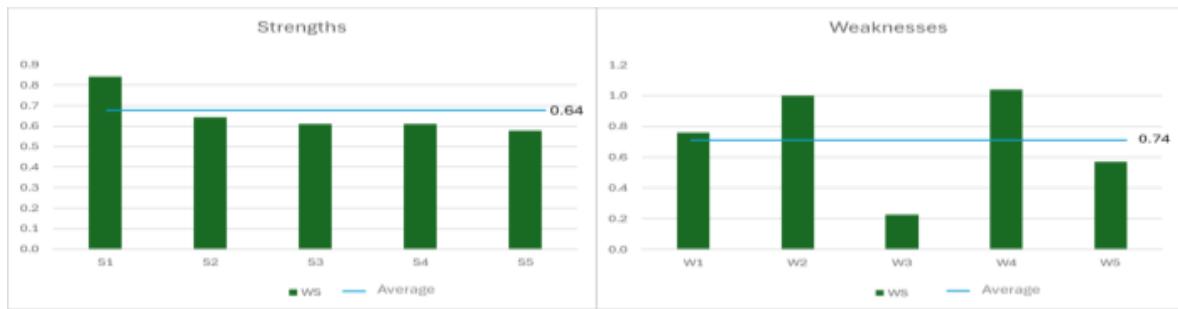
- คอลัมน์ที่ 1 (ปัจจัยภายใน) เป็นการใส่รายการปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง (S) /จุดอ่อน (W) สำหรับ องค์กร
- คอลัมน์ที่ 2 (น้ำหนัก) โดยหลักการในการให้ค่าถ่วงน้ำหนักนั้น คือ การพิจารณาว่า ประเด็นนั้น ๆ ส่งผลกระทบกับสถานะองค์กรมากน้อยแค่ไหน หากส่งผลกระทบให้กับความสำเร็จ มาก ควรกำหนดให้ค่าถ่วงน้ำหนักมากเช่นกัน โดยค่าสูงสุดคือ 1 และค่าต่ำสุดคือ 0 ซึ่งค่าถ่วง น้ำหนักรวมจะต้องเท่ากับ 1
- คอลัมน์ที่ 3 (คะแนนประเมิน) เป็นการให้คะแนนแต่ละปัจจัย โดยคะแนนประเมินแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ 1-5 ขึ้นอยู่กับว่าการตอบสนองขององค์กรในช่วงเวลานั้น ๆ เป็น อย่างไร โดยคะแนนประเมินแต่ละตัวจะเป็นอิสระต่อกัน
- คอลัมน์ที่ 4 (คะแนนถ่วงน้ำหนัก) เป็นการนำน้ำหนักคูณกับคะแนนตามที่กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ เมื่อรวมคะแนนถ่วงน้ำหนักจะได้คะแนนถ่วงน้ำหนักทั้งหมด (Total weighted score)

5. คอลัมน์ที่ 5 (ข้อเสนอแนะ) เป็นข้อสังเกต หรือข้อคิดเห็น เพื่อแสดงว่าทำไมปัจจัยนั้น จึงเป็น ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ และมีผลกระทบต่อองค์กรอย่างไร และองค์กรสามารถตอบสนองได้ดีแค่ไหน

เมื่อวิเคราะห์ลำดับความสำคัญด้วยเทคนิคการหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจะพบว่า ในกลุ่มจุดแข็ง มี ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักอยู่ที่ 0.64 และจุดอ่อนอยู่ที่ 0.74 ซึ่งแปลความได้ว่า องค์กรตลาดยังคงมีจุดอ่อน ที่มี นัยสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรสูงกว่าจุดแข็งในปัจจุบัน หน่วยงานต้องพิจารณาแก้ไข หรือหา แนวทางรับมือต่อ จุดอ่อนที่เกิดขึ้น และพัฒนาจุดแข็งของหน่วยงาน

ทั้งนี้จุดแข็งที่โดดเด่นของหน่วยงานคือ หน่วยงานมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ การ ทำงานให้องค์กรสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลง มีรูปแบบการขับเคลื่อนทางธุรกิจโดยการใช้ข้อมูล อุปสงค์ จากแหล่งอื่น นอกเหนือจากการทำตลาดรูปแบบเดิม ($X_{S1} = 0.8$, $\bar{X}_S = 0.64$)

ในขณะที่จุดอ่อนที่ต้องให้ความสำคัญเร่งด่วน ได้แก่ ระบบสารสนเทศในปัจจุบันไม่เชื่อมโยง กันส่งผล ให้อการใช้ข้อมูลไม่เต็มประสิทธิภาพ, ปัจจุบันมีข้อมูลอุปสงค์สนับสนุนการทำธุรกิจเฉพาะบาง กลุ่ม ($X_{W2} = 1$, $\bar{X}_W = 0.74$) และหน่วยงานขาดการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาสนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมี ประสิทธิภาพ ปัจจุบันโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลขององค์กรตลาดไม่ พร้อมต่อการนำนวัตกรรม และ เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้งาน รวมถึงขาดการบริหารจัดการสินทรัพย์ ด้านดิจิทัลอย่างเป็นระบบ และขาด กระบวนการบริหารจัดการผู้ให้บริการภายนอก ($X_{W4} = 1$, $\bar{X}_W = 0.74$)



รูปที่ 3-2 การเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของจุดแข็งและจุดอ่อน

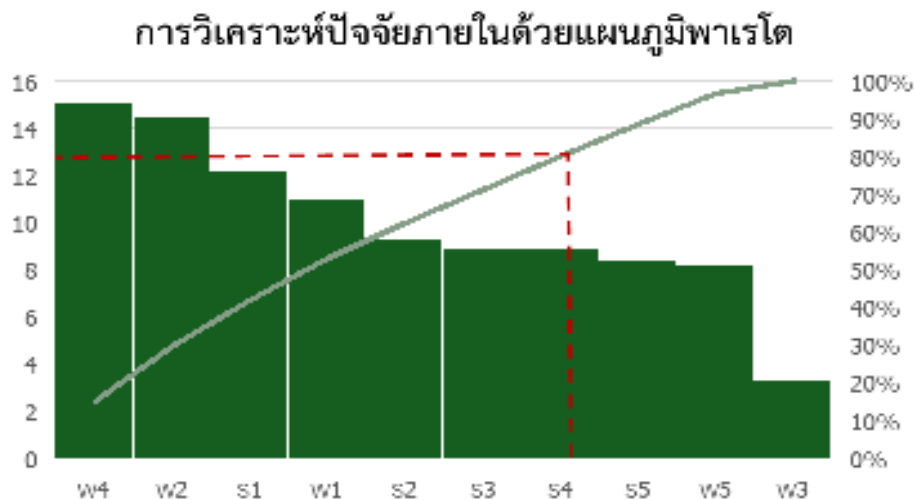
เมื่อพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของจุดแข็ง และจุดอ่อนโดยใช้การเปรียบเทียบค่าถ่วงน้ำหนักด้วยเทคนิค AHP (Analytic Hierarchy Process) พบว่า ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลมากที่สุดสาม อันดับแรกได้แก่ หน่วยงานขาดการนำ นวัตกรรม และเทคโนโลยีมาสนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันโครงสร้างพื้นฐาน ด้านดิจิทัลขององค์การตลาดไม่พร้อมต่อการนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้งาน รวมถึง ขาดการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้านดิจิทัลอย่างเป็นระบบ และขาดกระบวนการบริหารจัดการผู้ให้บริการภายนอกรองลงมาคือระบบสารสนเทศในปัจจุบันไม่เชื่อมโยงกันส่งผลให้การใช้ข้อมูลไม่เต็มประสิทธิภาพ, ปัจจุบันมีข้อมูลอุปสงค์สนับสนุนการทำธุรกิจเฉพาะบางกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15 และหน่วยงานมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการทำงานให้องค์กรสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลง มีรูปแบบการขับเคลื่อนทางธุรกิจโดยการ ใช้ข้อมูลอุปสงค์จากแหล่งอื่น นอกเหนือจากการทำตลาดรูปแบบเดิม คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 3-3 การจัดลำดับความสำคัญปัจจัยภายในด้วยวิธี AHP โดยใช้ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก

รหัส	คำอธิบาย	ค่าความสำคัญ
S1	หน่วยงานมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการทำงานให้องค์กรสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลง มีรูปแบบการขับเคลื่อนทางธุรกิจโดยการ ใช้ข้อมูลอุปสงค์จากแหล่งอื่น นอกเหนือจากการทำตลาดรูปแบบเดิม	12%
S2	รัฐวิสาหกิจภายใต้กระทรวงมหาดไทยที่สามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายได้อย่างรวดเร็ว, สามารถหารายได้ด้วยตนเองภายใต้ภารกิจด้านการค้าสินค้าอุปโภคบริโภคโดยไม่ขัดต่อระเบียบการจัดตั้งหน่วยงาน, มีความมั่นคงด้านผลประโยชน์และการและฐานรายได้	9%
S3	บุคลากรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานกับหน่วยงานมานานและมีความเชี่ยวชาญการทำงานในขอบเขตของตนเอง	9%
S4	มีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานในองค์การตลาด (Internet, กระทรวงมหาดไทย) และกับหน่วยงานภายนอก (Internet,GIN)	9%
S5	การดำเนินงานโครงการตลาดอยู่ดีกินดี (Go Green Plus Market) ที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมของตลาด	8%
W1	บุคลากรส่วนใหญ่มีคุณวุฒิไม่ตรงสายงานที่ปฏิบัติอยู่ โดยเฉพาะทักษะด้านการตลาดซึ่งเป็นภารกิจหลักของหน่วยงาน, ขาดทักษะการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ นอกจากนี้ทัศนคติและความแตกต่างของช่วงอายุอาจส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้และทำงานร่วมกัน	11%
W2	ระบบสารสนเทศในปัจจุบันไม่เชื่อมโยงกันส่งผลให้การใช้ข้อมูลไม่เต็มประสิทธิภาพ, ปัจจุบันมีข้อมูลอุปสงค์สนับสนุนการทำธุรกิจเฉพาะบางกลุ่ม	15%
W3	หน่วยงานขาดการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับเพื่อสร้างโอกาสการดำเนินธุรกิจ	3%

รหัส	คำอธิบาย	ค่าความสำคัญ
W4	หน่วยงานขาดการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาสนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลขององค์การตลาดไม่พร้อมต่อการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้งาน รวมถึงขาดการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้านดิจิทัลอย่างเป็นระบบ และขาดกระบวนการบริหารจัดการผู้ให้บริการภายนอก	15%
W5	หน่วยงานขาดกระบวนการและผู้รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการความสอดคล้อง (Compliance)	8%

การวิเคราะห์ด้วยแผนภูมิพาเรโตแบ่งซึ่งปัจจัยภายใน (ตามรหัส) ที่ต้องให้ความสำคัญได้แก่ W2, W4, S1, W1, W5, และ S2 ตามลำดับ



รูปที่ 3-3 การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยภายในด้วยวิธีการ AHP และแผนภูมิพาเรโต

3.1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Analysis)

การสร้างความสำเร็จในการประกอบกิจการ องค์กรจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับ สภาพแวดล้อม ดังนั้นองค์กรจะต้องมีกลยุทธ์ที่คำนึงถึงสิ่งที่สภาพแวดล้อมต้องการกับสิ่งที่กิจการ จะต้องสนองตอบ ขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงกลยุทธ์ที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องที่กิจการ ต้องการกับสิ่งที่ได้รับจาก สภาพแวดล้อม การตรวจสอบภายนอกจะทำให้พบโอกาส และอุปสรรคที่สำคัญที่องค์กรนั้น ๆ เผชิญอยู่ เพื่อที่จะได้สามารถกำหนดกลยุทธ์ เพื่อที่จะใช้ประโยชน์จากโอกาส และ หลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบที่เกิดจาก อุปสรรค โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่เป็นปัจจัย ภายนอก แสดงดังตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-4 สรุปปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่เป็นปัจจัยภายนอก (External Factor Analysis Summary: EFAS)

Code	ปัจจัย SW	น้ำหนัก (Weight)	คะแนน ประเมิน	คะแนนถ่วง น้ำหนัก (Weighted Score) (ค่าเฉลี่ยน้ำหนัก X ค่าเฉลี่ย Rating)	Normalized (10)	ข้อเสนอแนะ
	(1)	(2)	(3)	(4)		(5)
โอกาส (Opportunities)						
O1	รัฐบาลมีนโยบายปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเป็นการ ทำงานเชิงรุกโดยการลงพื้นที่เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ	0.25	2	0.5	3.9	1. ควรนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม ดิจิทัลมาใช้ในการสร้างโอกาส และช่องทางธุรกิจใหม่ ๆ
O2	นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการทำธุรกิจแบบ รัฐต่อรัฐ (G2G) ทั้งในและต่างประเทศ	0.3	3	0.9	7.4	1. ควรนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม ดิจิทัลมาใช้ในการสร้างโอกาส และช่องทางธุรกิจใหม่ ๆ
O3	รัฐบาลมีนโยบายการค้าเสรีเปิดโอกาสให้ประชาชนมีการค้า อิสระและเป็นธรรมทำให้เกิดโอกาสทาง ธุรกิจ ใน การ เชื่อมโยงแหล่งผลิตสู่อุปสงค์การตลาด	0.25	3	0.75	5.7	1. ควรนำเทคโนโลยี และนวัตกรรม ดิจิทัลมาใช้ในการสร้างโอกาส และช่องทางธุรกิจใหม่ ๆ
O4	มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อแลกเปลี่ยน ฐานข้อมูล(กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย) และร่วม ใช้งานระบบบริการสารสนเทศของกระทรวงมหาดไทยด้วย โครงข่ายเสมือนเพื่อให้เกิดการจัดเก็บข้อมูลที่มีความ หลากหลายและกระจายกระจายด้วยการรวบรวมให้เป็นหนึ่ง เดียว	0.2	3	0.6	4.1	1. ควรมีการประมวลผลข้อมูลเพื่อให้ สามารถตอบสนองต่ออุปสงค์และอุปทาน ของคู่ค้าได้อย่างอย่าง แม่นยำ
	รวม	1	เฉลี่ย	0.69		
อุปสรรค (Threats)						
T1	หน่วยงานขาดคณะกรรมการองค์การตลาดส่งผล กระทบต่อการดำเนินงานตามขั้นตอนอนุมัติอนุญาต ตาม ระเบียบของหน่วยงาน	0.3	5	1.5	11.7	
T2	นโยบายของหน่วยงานกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจและรัฐบาล อาจส่งผลกระทบต่อองค์การตลาดและรัฐวิสาหกิจที่มีการกิจ ในลักษณะเดียวกันและการเปลี่ยนแปลงนโยบายของคู่ค้าใน การพิจารณาวิธีการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัด จ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐพ.ศ.2560 อาจส่งผล กระทบต่อโอกาสในการแข่งขันในการทำ ธุรกิจขององค์การตลาด	0.15	3	0.45	3.1	1. ควรนำเทคโนโลยี และนวัตกรรม ดิจิทัลมาใช้ในการสร้างโอกาส และช่องทางธุรกิจใหม่ ๆ
T3	การรวบรวมอุปสงค์ที่แท้จริงจากลูกค้าและเครือข่ายทาง ธุรกิจเพื่อกำหนดอุปทานกับคู่ค้าอย่างแม่นยำ	0.15	3	0.45	3.1	1 ควรจัดทำระบบฐานข้อมูลกลางที่ สามารถจัดเก็บและเชื่อมโยงข้อมูลจาก แหล่งต่างๆ ทั้งภายใน และ ภายนอกองค์กร 2.ควรมีการประมวลผลข้อมูลเพื่อให้ สามารถตอบสนองต่ออุปสงค์ และอุปทานของคู่ค้าได้อย่างอย่าง แม่นยำ

T4	การเปิดเสรีทางการค้าทำให้สินค้าจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้ามากขึ้นและส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรการคลังและขีดความสามารถในการลงทุนจากภาคเอกชนส่งผลกระทบต่อกลไกทางการตลาดและการปฏิบัติงานตามภารกิจขององค์กรการคลังและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการบริหารตลาดและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	0.2	3	0.6	4.7	1. ควรนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป
T5	ความรุนแรงของภัยคุกคามทางไซเบอร์ในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศและข้อมูล	0.2	3	0.6	4.8	1. ควรเพิ่มขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานให้สามารถรองรับภัยคุกคามและการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต
	รวม	1	เฉลี่ย	0.72		

1. คอลัมน์ที่ 1 (ปัจจัยภายนอก) เป็นการใส่รายการปัจจัยที่เป็นโอกาส (O) /อุปสรรค (T) สำหรับองค์กร

2. คอลัมน์ที่ 2 (น้ำหนัก) โดยหลักการในการให้ค่าถ่วงน้ำหนักนั้น คือ การพิจารณาว่า ประเด็นนั้น ๆ ส่งผลกระทบกับสถานะองค์กรมากน้อยแค่ไหน หากส่งผลกระทบให้กับความสำเร็จ มาก ควรกำหนดให้ค่าถ่วงน้ำหนักมากเช่นกัน โดยค่าสูงสุดคือ 1 และค่าต่ำสุดคือ 0 ซึ่งค่าถ่วง น้ำหนักรวมจะต้องเท่ากับ 1

3. คอลัมน์ที่ 3 (คะแนนประเมิน) เป็นการให้คะแนนแต่ละปัจจัย โดยคะแนนประเมินแบ่ง ออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ 1-5 ขึ้นอยู่กับว่าการตอบสนองขององค์กรในช่วงเวลานั้น ๆ เป็น อย่างไร โดยคะแนนประเมินแต่ละตัวจะเป็นอิสระต่อกัน

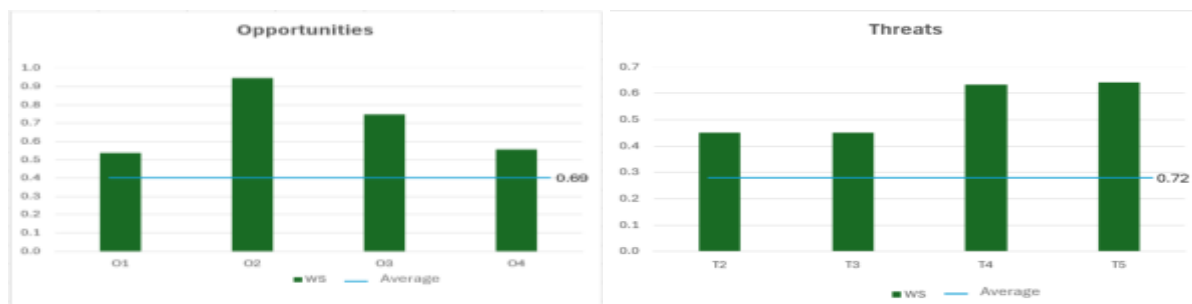
4. คอลัมน์ที่ 4 (คะแนนถ่วงน้ำหนัก) เป็นการนำน้ำหนักคูณกับคะแนนตามที่กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ เมื่อรวมคะแนนถ่วงน้ำหนักจะได้คะแนนถ่วงน้ำหนักทั้งหมด (Total weighted score)

5. คอลัมน์ที่ 5 (ข้อเสนอแนะ) เป็นข้อสังเกต หรือข้อคิดเห็น เพื่อแสดงว่าทำไมปัจจัยนั้น จึงเป็น ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ และมีผลกระทบต่อองค์กรอย่างไร และองค์กรสามารถตอบสนองได้ดีแค่ไหน

เมื่อวิเคราะห์ลำดับความสำคัญด้วยเทคนิคการหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจะพบว่า ในกลุ่มโอกาส มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักอยู่ที่ 0.69 และอุปสรรคอยู่ที่ 0.72 ซึ่งแปลความได้ว่า องค์กรการตลาดมีโอกาสที่มี นัยสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรสูงกว่าอุปสรรคในปัจจุบัน หน่วยงานต้องพิจารณาหาแนวทางการใช้ โอกาสเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ทั้งนี้โอกาสที่โดดเด่นของหน่วยงานคือ นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการทำธุรกิจแบบรัฐ ต่อรัฐ (G2G) ทั้งใน และต่างประเทศ ($X_{O_2} = 0.9, \bar{X}\sigma = 0.69$)

ในขณะที่อุปสรรคที่ต้องให้ความสำคัญเร่งด่วน ได้แก่ หน่วยงานขาดคณะกรรมการองค์การ ตลาดส่งผลกระทบต่อการทำงานตามขั้นตอนอนุมัติ อนุญาต ตามระเบียบของหน่วยงาน ($X_{T1} = 1.50$, $\bar{X}_T = 0.72$)



รูปที่ 3-4 การเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของโอกาส และอุปสรรค

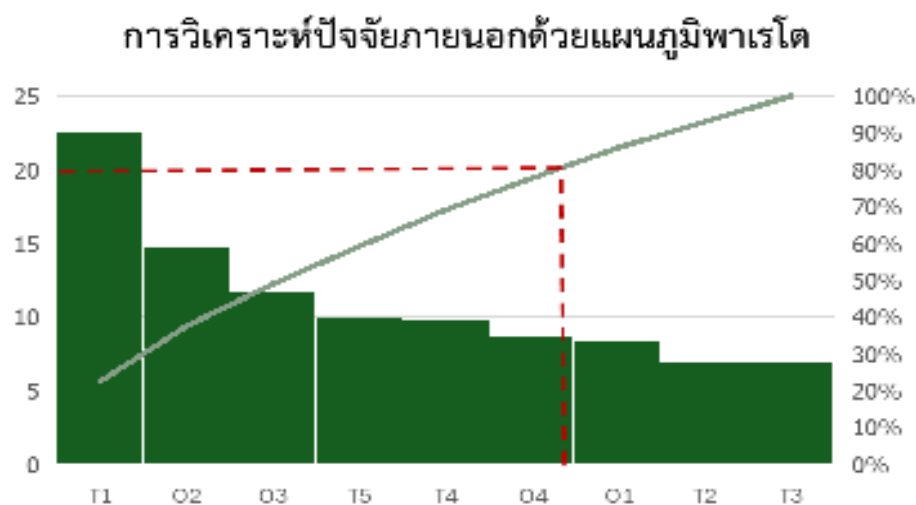
เมื่อพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของโอกาส และอุปสรรค โดยใช้การเปรียบเทียบค่าถ่วง น้ำหนัก ด้วยเทคนิค AHP (Analytic Hierarchy Process) พบว่า ปัจจัยภายนอกที่อิทธิพลมากที่สุด สามอันดับแรก ได้แก่ หน่วยงานขาดคณะกรรมการองค์การตลาดส่งผลกระทบต่อการทำงานตาม ขั้นตอนอนุมัติ อนุญาต ตามระเบียบของหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 23 และนโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการทำธุรกิจแบบรัฐต่อรัฐ (G2G) ทั้งใน และ ต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาคือ รัฐบาลมี นโยบายการค้าเสรีเปิดโอกาสให้ ประชาชนมีการค้าอิสระและเป็นธรรม ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจในการ เชื่อมโยงแหล่งผลิตสู่ผู้ประกอบการตลาด คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 3-5 การจัดลำดับความสำคัญปัจจัยภายนอกด้วยวิธี AHP โดยใช้ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก

รหัส	คำอธิบาย	ค่าความสำคัญ
O1	รัฐบาลมีนโยบายปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน เป็นการทำงานเชิงรุกโดยการลงพื้นที่เพื่อสร้าง โอกาสทางธุรกิจ	8%
O2	นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการทำธุรกิจแบบ รัฐต่อรัฐ (G2G) ทั้งในและต่างประเทศ	15%
O3	รัฐบาลมีนโยบายการค้าเสรีเปิดโอกาสให้ ประชาชนมีการค้าอิสระและเป็นธรรม ทำให้เกิด โอกาสทางธุรกิจในการเชื่อมโยงแหล่ง ผลิตสู่ อุปสงค์การตลาด	12%
O4	มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อแรก เปลี่ยนฐานข้อมูล(กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย) และร่วมใช้งานระบบบริการ สารสนเทศของกระทรวงมหาดไทยด้วยโครงข่าย เสมือนเพื่อให้เกิดการจัดเก็บข้อมูลที่มีความ	9%

รหัส	คำอธิบาย	ค่าความสำคัญ
	หลากหลายและกระจุกกระจายด้วยการรวบรวมให้เป็นหนึ่งเดียว	
T1	หน่วยงานขาดคณะกรรมการองค์การตลาดส่งผลกระทบต่อการทำงานตามขั้นตอนอนุมัติอนุญาต ตามระเบียบของหน่วยงาน	23%
T2	นโยบายของหน่วยงานกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจและรัฐบาลอาจส่งผลกระทบต่อองค์การตลาดและรัฐวิสาหกิจที่มีการกิจในลักษณะเดียวกัน และการเปลี่ยนแปลงนโยบายของคู่ค้าในการพิจารณาวิธีการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 อาจส่งผลกระทบต่อโอกาสในการแข่งขันในการทำธุรกิจขององค์การตลาด	7%
T3	การรวบรวมอุปสงค์ที่แท้จริงจากลูกค้าและเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อกำหนดอุปทานกับคู่ค้าอย่างแม่นยำ	7%
T4	การเปิดเสรีทางการค้าทำให้สินค้าจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น และส่งผลกระทบต่อการทำงานตามภารกิจขององค์การตลาด รวมถึงการแข่งขันทางการค้าและขีดความสามารถในการลงทุน จากภาคเอกชนส่งผลกระทบต่อกลไกทางการตลาดและการปฏิบัติงานตามภารกิจขององค์การตลาด และการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการบริหารตลาดและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	10%
T5	ความรุนแรงของภัยคุกคามทางไซเบอร์ในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศและข้อมูล	10%

การวิเคราะห์ด้วยแผนภูมิพาร์โตบ่งชี้ปัจจัยภายใน (ตามรหัส) ที่ต้องให้ความสำคัญได้แก่ O2, T1, O3, T5 และ T4 ตามลำดับ

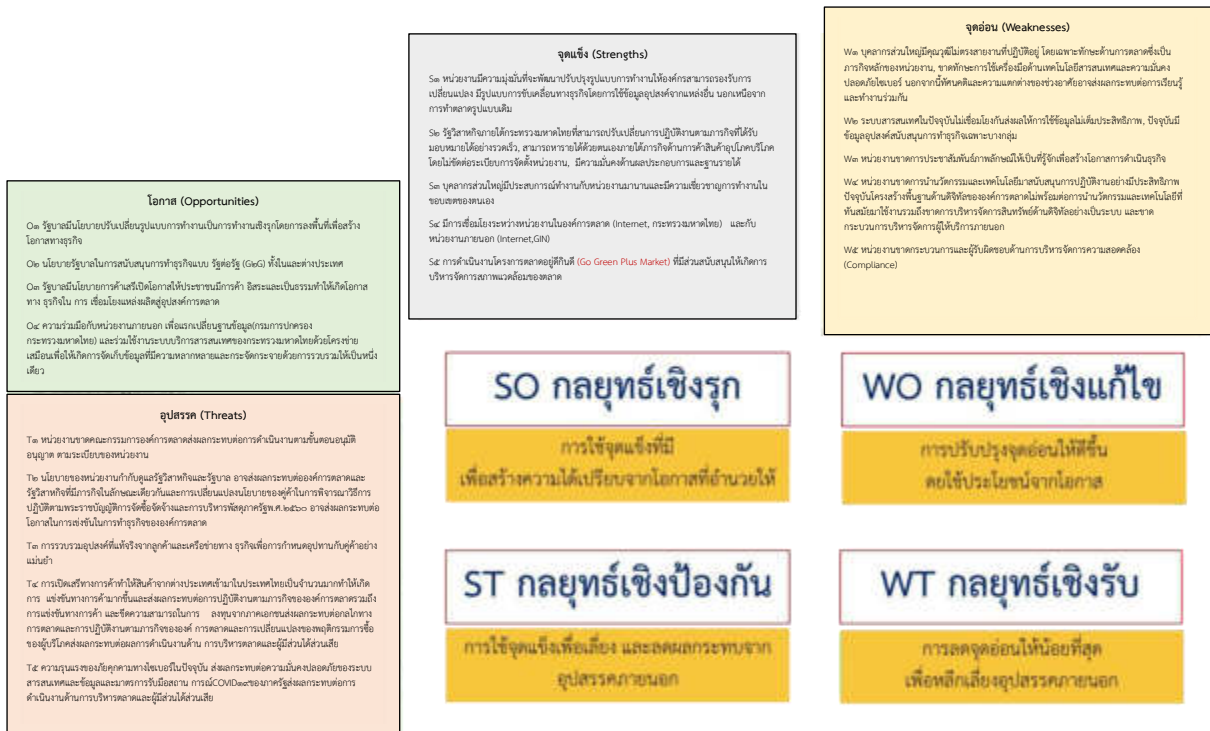


รูปที่ 3-5 การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยภายในด้วยวิธีการ AHP และแผนภูมิพาร์โต

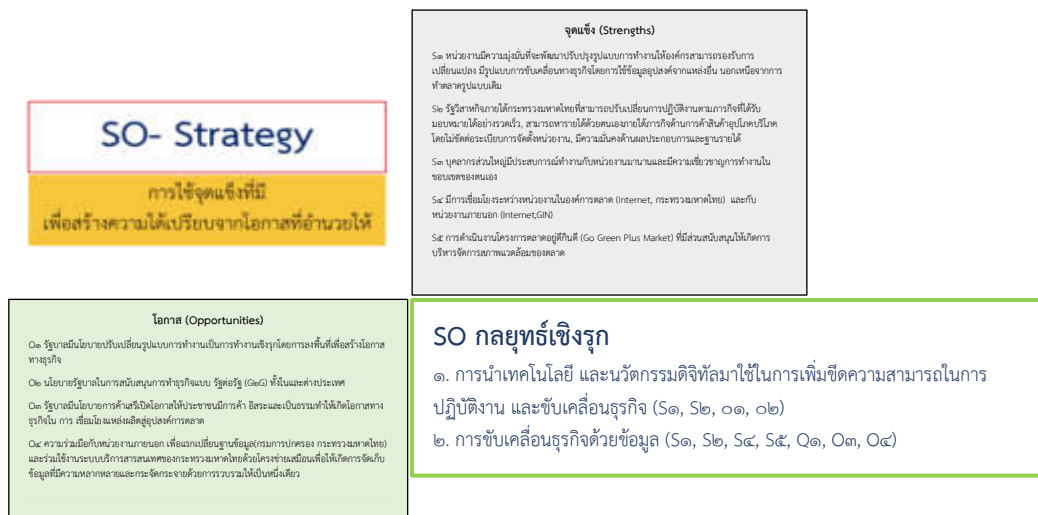
3.1.3 การจัดทำ TOWS Matrix

TOWS Matrix ใช้เป็นเทคนิคในการพิจารณากลยุทธ์ เพื่อจะสามารถตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ ทางเลือกที่ดีที่สุดต่อองค์กร โดยการจับคู่จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในแนวตั้ง และแนวนอน ในรูปแมทริกซ์ และกำหนดเป็นกลยุทธ์ต่างๆ ได้ 4 ทางเลือกดังนี้

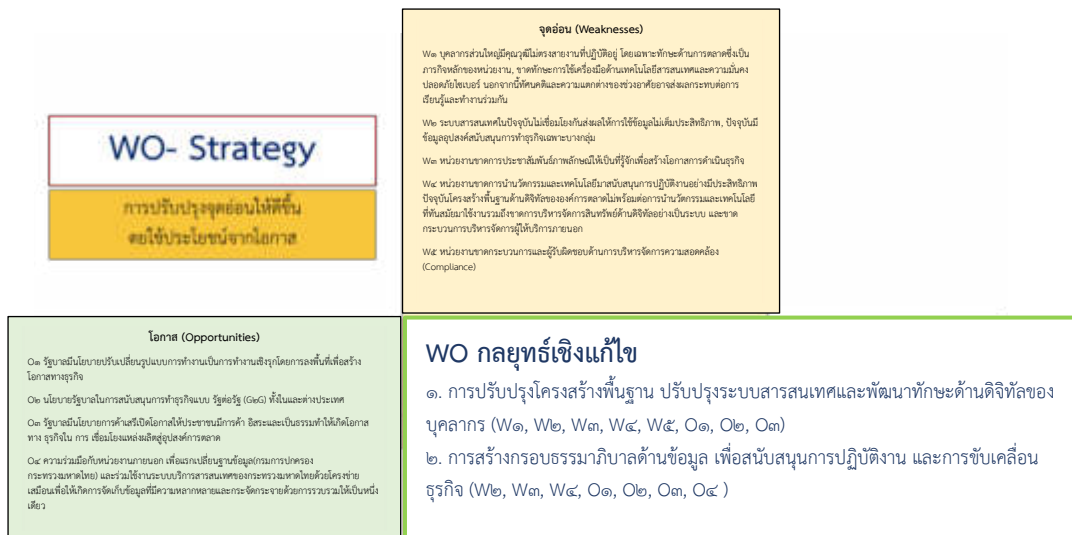
1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategies) เป็นการใช้จุดแข็งที่มี เพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาสที่ อำนวยให้
2. กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO Strategies) เป็นการปรับปรุงจุดอ่อนให้ดีขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากโอกาส
3. กลยุทธ์เชิงรับ (ST Strategies) เป็นการใช้จุดแข็งเพื่อเลี่ยง และลดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอก
4. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT Strategies) เป็นการลดจุดอ่อนให้น้อยที่สุด เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคภายนอก



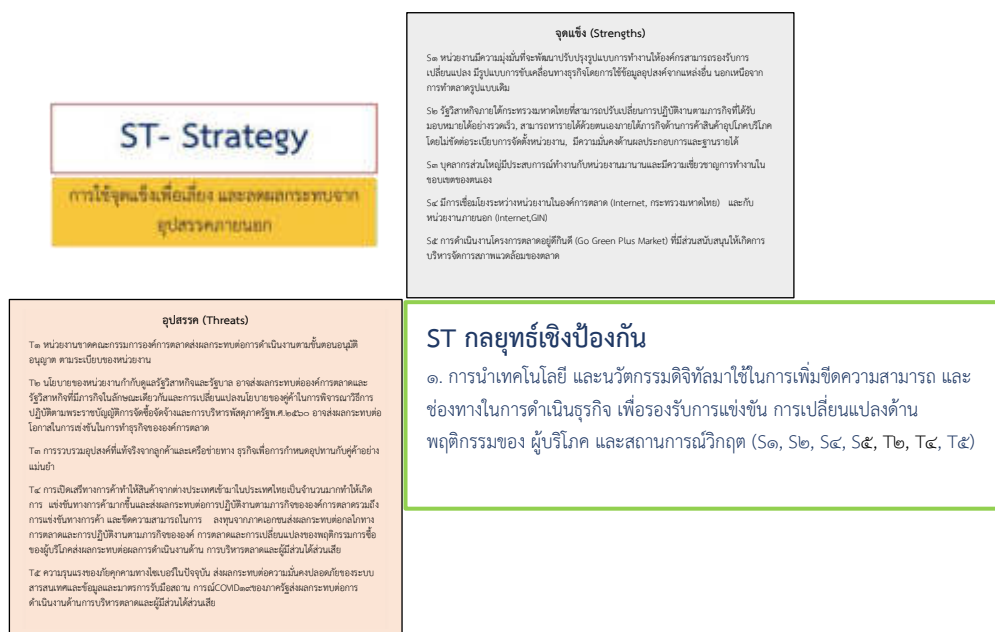
รูปที่ 3-6 การพิจารณากลยุทธ์ โดยใช้เทคนิค TOWS Matrix



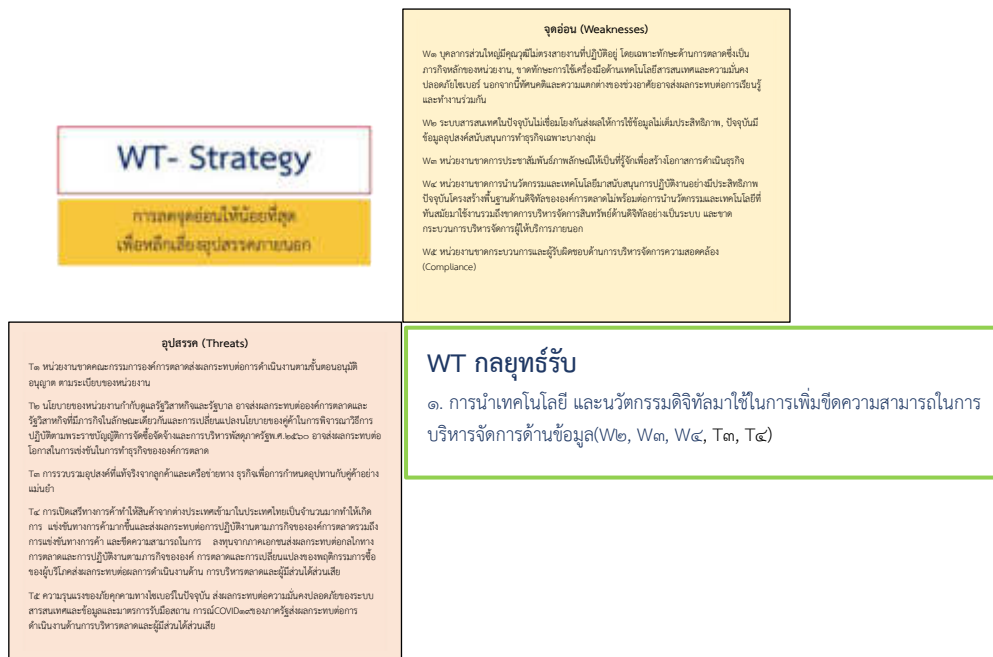
รูปที่ 3-7 ผลการวิเคราะห์ SO- Strategy



รูปที่ 3-8 ผลการวิเคราะห์ WO- Strategy



รูปที่ 3-9 ผลการวิเคราะห์ ST- Strategy



รูปที่ 3-10 ผลการวิเคราะห์ WT- Strategy

ตารางที่ 3-6 ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix

กลยุทธ์ SO (Strength + Opportunity) กำหนดกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งเพื่อแสวงหาโอกาส	กลยุทธ์ WO (Weakness + Opportunity) กำหนดกลยุทธ์เพื่อลดจุดอ่อน และแสวงหาโอกาส
1. การนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน และขับเคลื่อนธุรกิจ (S1, S2, O1, O2 ,O4) 2. การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูล (S1, S2, S4, S5, O1, O2, O3 ,O4)	1. การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงระบบสารสนเทศและพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากร (W1, W2, W3, W4, W5, O1, O2, O3) 2. การสร้างกรอบธรรมาภิบาลด้านข้อมูล เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน และการขับเคลื่อนธุรกิจ (W2, W3, W4, O1, O2, O3, O4)
กลยุทธ์ ST (Strength + Threat) กำหนดกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค	กลยุทธ์ WT (Weakness + Threat) กำหนดกลยุทธ์เพื่อลดจุดอ่อน และหลีกเลี่ยงอุปสรรค
1. การนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของ ผู้บริโภค และสถานการณ์วิกฤต (S1, S2, S4, S5, T2, T4, T5)	1. การนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการด้านข้อมูล(W2, W3, W4, T3, T4)

3.2 ความต้องการทางยุทธศาสตร์ (Strategic Needs)

องค์การตลาด ในฐานะรัฐวิสาหกิจในสังกัด กระทรวงมหาดไทย ดำเนินกิจการตามวัตถุประสงค์ และ อำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. 2496 และยังมีหน้าที่ปฏิบัติตาม แผนนโยบายของรัฐบาล รวมถึงกฎหมาย ข้อกำหนด หรือกฎระเบียบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลได้ มีการกำหนดนโยบาย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน และการทำธุรกิจขององค์การตลาด อาทิเช่น

นโยบาย “ประเทศไทย 4.0” เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล บนวิสัยทัศน์ที่ ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีการกิจสำคัญในการ ขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ หรือ กล่าวได้ว่า นโยบาย “ประเทศไทย 4.0” มีความมุ่งมั่นที่จะ ปรับเปลี่ยนเป็น“เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” (Value-Based Economy) เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและ รุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้

ทั้งนี้ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ประเทศไทยมีการบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น พระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติการบริการภาครัฐผ่าน ระบบดิจิทัล พ.ศ.2562 พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ ภาครัฐ 4.0 และ นโยบาย Digital Transformation ที่รัฐบาลมีนโยบายผลักดันให้มีการนำเทคโนโลยีและ กล ยุทธ์ทางดิจิทัลเข้ามาใช้ในการวางรากฐาน เป้าหมาย การดำเนินธุรกิจ ตลอดจนขั้นตอนการทำงานและ วัฒนธรรมขององค์กร เป็นต้น ดังนั้น สามารถกล่าวได้ว่า ในปัจจุบัน รัฐบาลมีนโยบายให้หน่วยงานภาครัฐ ซึ่ง ครอบคลุมถึงองค์การตลาด ต้องปรับตัว และต้องพลิกโฉมเข้าสู่ยุคดิจิทัล ยกกระดับประสิทธิภาพภาครัฐสู่สังคม ดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน และอำนวยความสะดวก ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคมในยุคดิจิทัล ความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและไม่สามารถคาดเดา ได้

นอกจากนี้ด้วยภาวะของความเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ไป อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายของ ผู้บริโภค และปัญหาอันเนื่องมาจากวิกฤตการณ์โรคระบาดต่างๆ เป็นต้น โดยความเปลี่ยนแปลงและปัญหา เหล่านี้ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการปฏิบัติงาน และผลประกอบการของ องค์การตลาด เป็นเหตุให้องค์การ ตลาดมีความจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน ให้สามารถ รองรับกับความเปลี่ยนแปลงและ ปัญหาต่าง ๆ

ดังนั้น องค์การตลาดจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัล โดย การนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งาน รวมถึงการขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล ด้วยการนำข้อมูลที่องค์กร

ตลาดมีอยู่ และข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้งาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำเนินงานให้สามารถรองรับกับความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ และสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันที่อาจจะเกิดขึ้นได้

3.3 จุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning)

เพื่อสนองต่อนโยบายของภาครัฐ และรองรับรองรับกับความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ และสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันที่อาจจะเกิดขึ้น องค์การตลาดจะต้องมีการกำหนดจุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ดังนี้

1. การนำเอาเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเข้ามาใช้งาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ ปฏิบัติงาน และเป็นช่องทางในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ หรือช่องทางในการดำเนิน ธุรกิจขององค์การตลาด
2. ขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล ด้วยการนำข้อมูลที่องค์การตลาดมีอยู่ และข้อมูลจาก แหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้งาน เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน หรือประกอบการ ตัดสินใจในการทำธุรกิจ
3. มีโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลที่แข็งแกร่ง มีเสถียรภาพ มีความมั่นคงปลอดภัย สามารถ ปฏิบัติงานได้ในทุกที่ ทุกเวลา ทุกอุปกรณ์ (Anywhere anytime any device) และรองรับ การเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. บุคลากรขององค์การตลาดมีทักษะการใช้งาน การบริหารจัดการ การดูแลรักษา และการ กำกับดูแลเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลที่นำมาใช้งานในองค์กร รวมถึงมีความรู้เท่าทัน และมีความพร้อมในการรับมือต่อภัยคุกคาม และความเปลี่ยนแปลง

3.4 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective) ด้านดิจิทัลขององค์การตลาด ปี 2566 – 2570

1. สร้างนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจ โดยนำข้อมูลมาใช้ในการขับเคลื่อน และเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจขององค์การตลาด ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล
2. พัฒนาแพลตฟอร์มทางธุรกิจ และความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล เป็นสื่อกลางในการเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และบุคลากรด้านดิจิทัลขององค์การตลาดให้สามารถปฏิบัติงานภายใต้ กระแสการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

3.5 ความสามารถหลัก (Core Competency)

1. ความสามารถหลักขององค์กรในปัจจุบัน

1) การกำกับคู่ค้า และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วน รวมถึงการลงพื้นที่เพื่อเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม

2) การเข้าถึงข้อมูลรัฐ ความต้องการประชาชนทุกกลุ่ม ข้อมูลทางการตลาด การอาศัยอำนาจเพื่อขอเข้าถึงข้อมูลบางประเภท เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานสู่ เป้าหมายที่วางไว้

3) ความเชี่ยวชาญทางการตลาดและการบริหารจัดการตลาด

2. ความสามารถหลักขององค์กรในอนาคต

1) การกำกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับคู่ค้า เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนถ่ายทางดิจิทัลแบบเป็นห่วงโซ่ (digital transformation chain)

2) สร้างโอกาสการขับเคลื่อนด้านดิจิทัลด้วยข้อมูล (data driven)

3) การบูรณาการความเชี่ยวชาญทางการตลาดและการบริหารจัดการตลาดมากับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.6 ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge)

1. การตลาดจากภาคเอกชนทั้งใน และต่างประเทศที่มีการระดมทุนมหาศาล ภาคเอกชนที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่สร้างอำนาจต่อรองกับรัฐ หรือสามารถแทรกแซงกลไกทางการตลาด ทำให้ เกิดผลกระทบต่อประชาชน

2. การดำเนินธุรกิจที่ต้องพึงระวังพฤติกรรมที่เป็นการแทรกแซงหรือผูกขาดที่ไม่เป็นธรรมต่อภาคเอกชน การดำเนินการที่ขัดต่อวัตถุประสงค์ของจัดตั้งหน่วยงานอันเป็นเหตุจากการ เปลี่ยนแปลงยุคสมัยและเทคโนโลยีที่รวดเร็ว

3. ความยั่งยืนของการลงทุนและการใช้งบประมาณในการลงทุน ที่ต้องพิจารณาถึงงบประมาณต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความสำเร็จในระยะยาว

3.7 ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage)

1. องค์กรตลาดเป็นรัฐวิสาหกิจที่มีแหล่งรายได้ และการใช้นโยบายการสนับสนุนภาครัฐ ในการสร้างโอกาสทางธุรกิจผ่านเครือข่ายหน่วยงานรัฐและรัฐวิสาหกิจอื่น ๆ

2. ความชัดเจนในการกิจ บทบาทหน้าที่ เพราะเป็นการจัดตั้งหน่วยงานตามกฎหมาย รวมถึงการใช้ อำนาจตามกฎหมายเพื่อควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ อาทิ การคัดเลือกคู่ค้าและมีอำนาจ ตรวจสอบ

3. การลงทุน หรือการใช้งบประมาณ ทั้งจากงบประมาณภาครัฐ และงบประมาณส่วนหน่วยงานด้วย กลไกที่ชัดเจน ตรวจสอบได้ รวมถึงการยื่นเพื่อรับการสนับสนุนจากรัฐบาลผ่านมาตรการส่งเสริม ความมั่นคง แห่งรัฐ

4. แผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570

ในการจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 โดยมุ่งเน้นให้ องค์การตลาดสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ รวมถึงสถานการณ์ และวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่อาจ เกิดขึ้นได้โดยไม่คาดฝัน และเพื่อให้องค์การตลาดสามารถปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่ความเป็นองค์กรดิจิทัลอย่าง เต็มรูปแบบ ต่อไป

ทั้งนี้ จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่าง ๆ ขององค์การตลาด สามารถนำมากำหนดความ ต้องการทางยุทธศาสตร์ (Strategic Needs) จุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) ยุทธศาสตร์ (Strategy) เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลของ องค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 ได้ดังนี้

4.1 พันธกิจด้านดิจิทัลขององค์การตลาด พ.ศ. 2566-2570

1. พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อมูลขององค์การตลาด เพื่อสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถ ในการทำธุรกิจขององค์การตลาด ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล

2. พัฒนาแพลตฟอร์มทางธุรกิจ และความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล เป็นสื่อกลางในการเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด

3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และบุคลากรด้านดิจิทัลขององค์การตลาดให้สามารถปฏิบัติงานภายใต้ กระแสการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

4.2 วิสัยทัศน์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

“ดิจิทัลเพื่อฐานรากเศรษฐกิจไทย พัฒนาตลาดล้ำสมัย เคียงคู่ไปกับประชาชน”

4.3 ยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570

ในการจัดทำยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 นั้น ได้กำหนดกลุ่มของยุทธศาสตร์ไว้ 2 กลุ่ม คือ

1. ยุทธศาสตร์เพื่อการสนับสนุนธุรกิจหลัก (Strategy for Core Business Function) เป็นยุทธศาสตร์ที่กำหนดทิศทางในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลไปใช้ในการ เพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด โดยแบ่งออกเป็นกำหนด ทิศทางในการดำเนินธุรกิจภายใต้สถานะของความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ซึ่งครอบคลุม ถึงโอกาสในการสร้างช่องทางในการทำธุรกิจ และการสร้างความร่วมมือในการทำธุรกิจขององค์การตลาด และเป็นการกำหนดทิศทางในการใช้ข้อมูล Demand side, Supplies side ในการสนับสนุน และขับเคลื่อนธุรกิจขององค์การตลาดด้วยข้อมูล (Data Driven)

2. ยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานภายใน (Strategy for Internal Supporting Function) เป็นยุทธศาสตร์ที่กำหนดทิศทางในการพัฒนาการปฏิบัติงานภายในสำนักงานขององค์การตลาด ทั้งในส่วนของโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสารสนเทศ และบุคลากรขององค์การตลาด โดยมุ่งเน้นในการปรับเปลี่ยน (Transform) จากกระบวนการปฏิบัติงานเดิม สู่กระบวนการ ปฏิบัติที่นำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลไปใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติ และปรับเปลี่ยนสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล ที่พร้อมปฏิบัติงานภายใต้ความเปลี่ยนแปลง และการ แข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีรายละเอียดของยุทธศาสตร์ทั้ง 2 กลุ่ม ดังนี้

ยุทธศาสตร์เพื่อการสนับสนุนธุรกิจหลัก (Strategy for Core Business Function)

ยุทธศาสตร์ที่ 1: นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจโดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล
Digital Innovations to Transform Business Models by Data Driven

เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการยกระดับการบริหารจัดการด้านข้อมูลของ องค์การตลาด เพื่อสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจของ องค์การตลาด ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล ซึ่งสามารถแบ่งการ ดำเนินการออกเป็น 3 กลยุทธ์ คือ

1) การสร้างกรอบธรรมาภิบาลด้านข้อมูล เพื่อสร้างมาตรฐานในการ บริหารจัดการข้อมูล

2) การสังเคราะห์ หรือ ประมวลผลข้อมูล สำหรับนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ หรือสนับสนุนการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด

หมายเหตุในการดำเนินการตาม 1) และ 2) นั้น องค์การตลาดจะต้องมีการดำเนินการ กำหนดจำนวนชุดข้อมูลสำคัญ (High Value Dataset) ตามกรอบการกำกับ ข้อมูล สพร เป็นอันดับแรก

3) การจัดทำชุดข้อมูลเปิด (Open data) เพื่อรองรับการเผยแพร่ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

หมายเหตุ ในการดำเนินการตาม 3) องค์การตลาดจะต้องมีการดำเนินจัดทำระบบบริหาร จัดการข้อมูลกลางขององค์การตลาด เป็นอันดับแรก

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ

Digital Transformation for Business Collaboration and Performance

เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ ในการสร้างแพลตฟอร์มทางธุรกิจ และความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเป็นสื่อกลาง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการ ดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด โดยแบ่งการดำเนินการออกเป็น 2 กลยุทธ์ คือ

1) การนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการสร้างแพลตฟอร์ม ทางธุรกิจ เพื่อสร้างรายได้ให้กับองค์การตลาด

2) การนำข้อมูลผ่านการสังเคราะห์ หรือประมวลผลแล้ว มาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ และสร้างความร่วมมือทางธุรกิจขององค์การตลาด

หมายเหตุ ในการดำเนินการตาม 1) และ 2) นั้น องค์การตลาดจะต้องมีการดำเนินการ จัดทำแพลตฟอร์มสำหรับใช้เป็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจ เป็นอันดับแรก

ยุทธศาสตร์สนับสนุนการปฏิบัติงานภายใน (Strategy for Internal Supporting Function)

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การปรับปรุงเชิงดิจิทัลของงานบริหารองค์กร ระบบ และโครงสร้างพื้นฐาน

Digital Renovation of Organization Management, System and Infrastructure เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานภายในสำนักงานขององค์การตลาด โดยแบ่งการดำเนินการออกเป็น 2 กลยุทธ์ คือ

1) การนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการเพิ่มขีด ความสามารถในการระบบสารสนเทศ และกระบวนการปฏิบัติงาน ภายในสำนักงานขององค์การตลาด เพื่อลดภาระ และเพิ่มขีด ความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรขององค์การตลาด

2) การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรขององค์การตลาด เพื่อสนับสนุนการการปฏิบัติงาน และเพื่อ เตรียมความพร้อมให้บุคลากรขององค์การตลาดสามารถใช้งานเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และมี ความพร้อมในการปฏิบัติงานภายใต้ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ อาจจะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ



รูปที่ 4-1 ยุทธศาสตร์ดิจิทัลองค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570

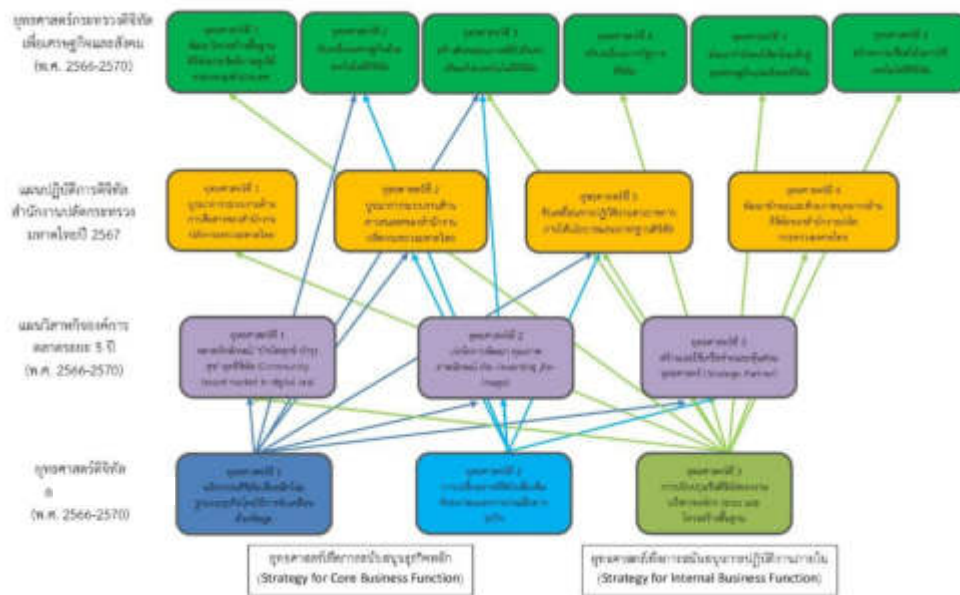
ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
Demand Driven by Data					
ยุทธศาสตร์เพื่อการสนับสนุนธุรกิจหลัก (Strategy for Core Business Function)					
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจโดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Digital Innovations to Transform Business Models by Data Driven)					
เป้าประสงค์ตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการบริหารจัดการด้านข้อมูลขององค์การตลาด เพื่อสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจขององค์การตลาด ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล					
กลยุทธ์ 1.1 กำกับ และพัฒนาธรรมาภิบาลข้อมูล ขององค์การตลาด (Data Governance)	Pre-requisite (เงื่อนไข): องค์การตลาดจะต้องมีการดำเนินการกำหนดจำนวนชุดข้อมูลสำคัญ (High Value Dataset) ตามกรอบการกำกับข้อมูล สพร. จำแนกตามลักษณะการใช้งานเป็น 2 ประเภท -ชุดข้อมูลทั่วไป -ชุดข้อมูลธุรกิจ จำแนกตามลักษณะการเปิดเผยข้อมูลเป็น 2 ประเภท -ชุดข้อมูลเปิด -ชุดข้อมูลภายใน				
	ร้อยละ 5 ของชุดข้อมูลของ องค์ตลาดที่ผ่านการ ดำเนินการตามกรอบ มาตรฐาน หรือธรรมาภิบาล ข้อมูล	ร้อยละ 10 ของชุดข้อมูล ขององค์ตลาดที่ผ่านการ ดำเนินการตามกรอบ มาตรฐาน หรือธรรมาภิบาล ข้อมูล	ร้อยละ 15 ของชุดข้อมูลของ องค์ตลาดที่ผ่านการ ดำเนินการตามกรอบ มาตรฐาน หรือธรรมาภิบาล ข้อมูล	ร้อยละ 25 ของชุดข้อมูลของ องค์ตลาดที่ผ่านการ ดำเนินการตามกรอบ มาตรฐาน หรือธรรมาภิบาล ข้อมูล	ร้อยละ 50 ของชุดข้อมูลของ องค์ตลาดที่ผ่านการ ดำเนินการตามกรอบ มาตรฐาน หรือธรรมาภิบาล ข้อมูล

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
กลยุทธ์ 1.2 สร้างรูปแบบการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูล (Data Driven Business Approach)	ร้อยละ 5 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่ผ่านการสังเคราะห์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานปฏิบัติงาน หรือธุรกิจขององค์กรตลาด	ร้อยละ 10 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่ผ่านการสังเคราะห์เพื่อสนับสนุนการดำเนินปฏิบัติงาน หรือธุรกิจขององค์กรตลาด	ร้อยละ 15 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่ผ่านการสังเคราะห์เพื่อสนับสนุนการดำเนินปฏิบัติงาน หรือธุรกิจขององค์กรตลาด	ร้อยละ 20 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่ผ่านการสังเคราะห์เพื่อสนับสนุนการดำเนินปฏิบัติงาน หรือธุรกิจขององค์กรตลาด	ร้อยละ 40 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่ผ่านการสังเคราะห์เพื่อสนับสนุนการดำเนินปฏิบัติงาน หรือธุรกิจขององค์กรตลาด
กลยุทธ์ 1.3 พัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปสงค์ และอุปทาน (Data Platform for Demand and Supply Chain)	Pre-requisite (เงื่อนไข): องค์กรตลาดจะต้องมีการดำเนินการจัดทำระบบบริหารจัดการข้อมูลกลางขององค์กรตลาด				
	ร้อยละ 10 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่มีการดำเนินการจัดทำเป็นข้อมูลเปิด (Open data) สำหรับเผยแพร่ภายใต้เงื่อนไขขององค์กรตลาด	ร้อยละ 20 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่มีการดำเนินการจัดทำเป็นข้อมูลเปิด (Open data) สำหรับเผยแพร่ภายใต้เงื่อนไขขององค์กรตลาด	ร้อยละ 30 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่มีการดำเนินการจัดทำเป็นข้อมูลเปิด (Open data) สำหรับเผยแพร่ภายใต้เงื่อนไขขององค์กรตลาด	ร้อยละ 40 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่มีการดำเนินการจัดทำเป็นข้อมูลเปิด (Open data) สำหรับเผยแพร่ภายใต้เงื่อนไขขององค์กรตลาด	ร้อยละ 50 ของข้อมูลขององค์กรตลาดที่มีการดำเนินการจัดทำเป็นข้อมูลเปิด (Open data) สำหรับเผยแพร่ภายใต้เงื่อนไขขององค์กรตลาด
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ (Digital Transformation for Business Collaboration and Performance)					
เป้าประสงค์ตามยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างแพลตฟอร์มทางธุรกิจ และความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเป็นสื่อกลาง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจขององค์กรตลาด					
กลยุทธ์ 2.1 พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	Pre-requisite (เงื่อนไข): องค์กรตลาดจะต้องมีการดำเนินการบูรณาการร่วมกับเอกชนโดยใช้แพลตฟอร์มของเอกชนสำหรับใช้เป็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจ				
	รายได้จากการทำธุรกรรมผ่าน	รายได้จากการทำธุรกรรมผ่าน	รายได้จากการทำธุรกรรมผ่าน	รายได้จากการทำธุรกรรมผ่าน	รายได้จากการทำธุรกรรมผ่าน

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
	แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 3 ของการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม	แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 3 ของการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม	แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 3 ของการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม	แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 3 ของการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม	แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 3 ของการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม
กลยุทธ์ 2.2 สร้างรูปแบบการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูล (Data Driven Business Approach)	ร้อยละ 5 ของข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการดำเนินการตามมาตรฐาน และพร้อมนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลกลางร้อยละ 10 ของการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์การตลาด มีการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการปฏิบัติงาน	ร้อยละ 10 ของข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการดำเนินการตามมาตรฐาน และพร้อมนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลกลางร้อยละ 20 ของการดำเนินงานทางธุรกิจมีการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการปฏิบัติงาน	ร้อยละ 20 ของข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการดำเนินการตามมาตรฐาน และพร้อมนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลกลางร้อยละ 30 ของการดำเนินงานทางธุรกิจมีการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการปฏิบัติงาน	ร้อยละ 30 ของข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการดำเนินการตามมาตรฐาน และพร้อมนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลกลางร้อยละ 40 ของการดำเนินงานทางธุรกิจมีการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการปฏิบัติงาน	ร้อยละ 50 ของข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการดำเนินการตามมาตรฐาน และพร้อมนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลกลางร้อยละ 50 ของการดำเนินงานทางธุรกิจมีการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการปฏิบัติงาน
ยุทธศาสตร์เพื่อการสนับสนุนการปฏิบัติงานภายใน (Strategy for Internal Supporting Function)					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การปรับปรุงเชิงดิจิทัลของงานบริหารองค์กร ระบบ และโครงสร้างพื้นฐาน (Digital Renovation of Organization Management, System and Infrastructure)					
เป้าประสงค์ตามยุทธศาสตร์ที่ 3 นำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานภายในสำนักงานขององค์การตลาด					

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย				
	2566	2567	2568	2569	2570
กลยุทธ์ 3.1 พัฒนาขีดความสามารถการทำงานในยุคดิจิทัล (Working in Digital Era)	ร้อยละ 10 ของกระบวนการปฏิบัติงานขององค์การตลาดที่ปรับเปลี่ยนเป็นกระบวนการดิจิทัล	ร้อยละ 20 ของกระบวนการปฏิบัติงานขององค์การตลาดที่ปรับเปลี่ยนเป็นกระบวนการดิจิทัล	ร้อยละ 30 ของกระบวนการปฏิบัติงานขององค์การตลาดที่ปรับเปลี่ยนเป็นกระบวนการดิจิทัล	ร้อยละ 40 ของกระบวนการปฏิบัติงานขององค์การตลาดที่ปรับเปลี่ยนเป็นกระบวนการดิจิทัล	ร้อยละ 50 ของกระบวนการปฏิบัติงานขององค์การตลาดที่ปรับเปลี่ยนเป็นกระบวนการดิจิทัล
กลยุทธ์ 3.2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรด้านดิจิทัล (Digital infrastructure and Literacy)	ความพึงพอใจในการใช้งานโครงการพื้นฐานขององค์การตลาดอยู่ในระดับร้อยละ 50 ร้อยละ 75 ของบุคลากรขององค์การตลาดผ่านการอบรมทักษะการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล	ความพึงพอใจในการใช้งานโครงการพื้นฐานขององค์การตลาดอยู่ในระดับร้อยละ 60 ร้อยละ 80 ของบุคลากรขององค์การตลาดผ่านการอบรมทักษะการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล	ความพึงพอใจในการใช้งานโครงการพื้นฐานขององค์การตลาดอยู่ในระดับร้อยละ 70 ร้อยละ 85 ของบุคลากรขององค์การตลาดผ่านการอบรมทักษะการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล	ความพึงพอใจในการใช้งานโครงการพื้นฐานขององค์การตลาดอยู่ในระดับร้อยละ 80 ร้อยละ 90 ของบุคลากรขององค์การตลาดผ่านการอบรมทักษะการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล	ความพึงพอใจในการใช้งานโครงการพื้นฐานขององค์การตลาดอยู่ในระดับร้อยละ 85 ร้อยละ 95 ของบุคลากรขององค์การตลาดผ่านการอบรมทักษะการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล

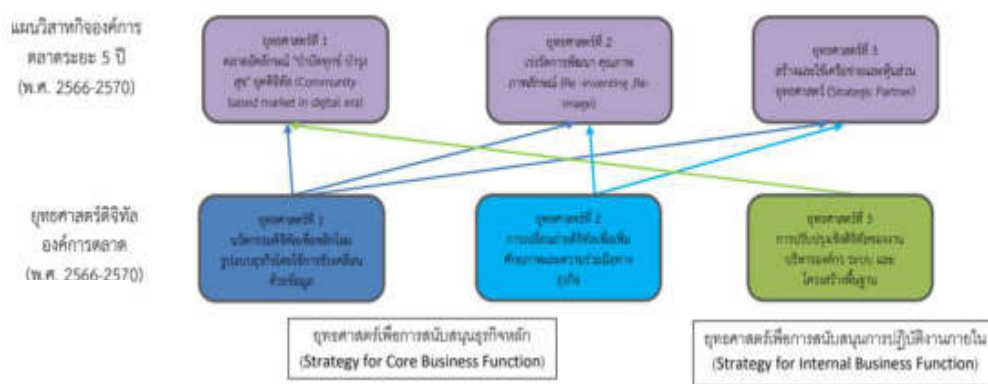
4.4 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 กับยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง



รูปที่ 4-2 ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ดิจิทัลองค์การตลาด ปี 2566-2570 กับยุทธศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
ในการจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด งบประมาณ 2568 นั้น

ในขั้นตอนการจัดทำ ได้มีการกำหนดให้มีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของแผนวิสาหกิจองค์การตลาด (พ.ศ.2566-2570) แผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (พ.ศ. 2566-2570) และยุทธศาสตร์ กระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2566-2570) โดยรายละเอียดของความเชื่อมโยงทาง ยุทธศาสตร์ ดังนี้

4.4.1 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 กับ แผนวิสาหกิจองค์การตลาด(พ.ศ.2566-2570)



รูปที่ 4-3 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด
ปีงบประมาณ 2566 -2570 กับ แผนวิสาหกิจองค์การตลาด(พ.ศ.2566-2570)

แผนวิสาหกิจองค์การตลาด(พ.ศ.2566-2570) เป็นการบริหารทรัพยากร และ สินทรัพย์ในปัจจุบันให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะเป็นการลดภาระหนี้สินขององค์การ ตลาด ลดการก่อหนี้เพิ่ม โดยการควบรวมตลาดซึ่งจะช่วยให้องค์การตลาดสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการเช่าที่ได้ เป็นอย่างมาก รวมถึงการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและฐานข้อมูล และการ เสริมสร้างบทบาทการเป็น Co-promoter และ Marketing Arm ให้กับตลาด เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทาง การเงินของ องค์การ ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังแสดงในรูปที่ 4-3

สำหรับยุทธศาสตร์ดิจิทัลตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566- 2570 มีความเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจองค์การตลาด(พ.ศ.2566-2570) ดังนี้

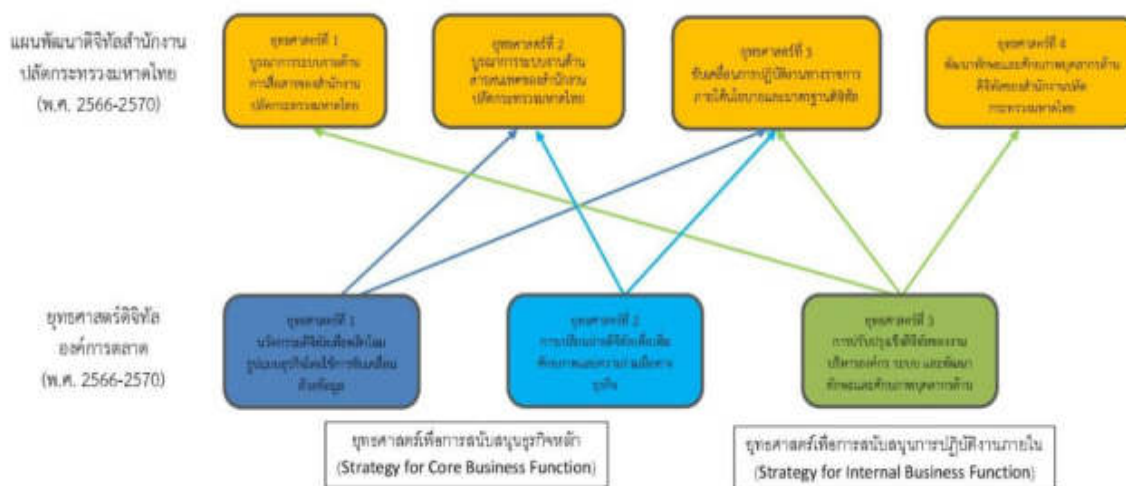
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 “นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจโดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (DDD1) (Digital Innovations to Transform Business Models by Data Driven)” เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการยกระดับการบริหารจัดการด้านข้อมูลขององค์การตลาด เพื่อสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจขององค์การตลาดด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล มีความเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจองค์การตลาดระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 1 ตลาดอัตลักษณ์ "บับด์ทุกซ์ บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era) ยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพ ภาพลักษณ์ (Re-inventing ,Re-image) และยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner) กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นการจัดทำมาตรฐาน และการ

เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมด้านข้อมูล สำหรับนำมาใช้สนับสนุนการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาตลาดในรูปแบบใหม่ที่ เชื่อมโยงข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกระดับชั้นเข้าไว้ด้วยกัน และใช้ข้อมูลในการสร้างมูลค่าทางธุรกิจ รวมถึง การใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจภายใต้สภาวะของการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นใน อนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 “การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ (DDD2) (Digital Transformation for Business Collaboration and Performance)” เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรม ดิจิทัลมาใช้ในการสร้างแพลตฟอร์มทางธุรกิจ และความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม ดิจิทัลเป็นสื่อกลาง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด มีความ เชื่อมโยงกับแผนแผนวิสาหกิจองค์การตลาด(พ.ศ.2566-2570) ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดการพัฒนา คุณภาพภาพลักษณ์ (Re -inventing ,Re-image)ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างและใช้เครือข่ายและหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partner) กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล รวมถึงข้อมูลที่ผ่านการสังเคราะห์ และมีการบริหารจัดการอย่างมี มาตรฐานมาใช้ในการสร้างรายได้ให้กับองค์การตลาด กล่าวคือ ด้วยการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเป็น สื่อกลางในสร้างช่องทางในการทำธุรกิจที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว สามารถรองรับการ เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วย การ สนับสนุนด้านข้อมูลที่มีผ่านการสังเคราะห์อย่างมีมาตรฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 “การปรับปรุงเชิงดิจิทัลของงานบริหารองค์ ระบบและโครงสร้างพื้นฐาน (DDD3) (Digital Renovation of Organization Management, System and Infrastructure)” เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานภายในสำนักงานขององค์การตลาด มีความเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจองค์การตลาด(พ.ศ.2566-2570) ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 1 ตลาดอัตลักษณ์ "บำบัดทุกข์ บำรุงสุข" ยุคดิจิทัล (Community based market in digital era) กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นการเพิ่มขีดความสามารถให้กับ โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสารสนเทศ และบุคลากรขององค์การตลาด ให้มี ความพร้อมในการปฏิบัติงาน การทำ ธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในยุคดิจิทัล

4.4.2 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 กับ แผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทยปีงบประมาณ 2566-2570



รูปที่ 4-4 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด

ปีงบประมาณ 2567 -2570 กับ แผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทยปี 2566-2570

แผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทยปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นแผนปฏิบัติการดิจิทัลที่ ดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ “เป็นกระทรวงชั้นนำที่มีศักยภาพในการประยุกต์ และบริการภาคประชาชนด้วย เทคโนโลยีดิจิทัล” มีเป้าหมายครอบคลุมใน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านบริการภาคประชาชน ด้านบูรณาการ ข้อมูล และระบบงาน ด้านบุคลากร และด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ดัง แสดงในรูปที่ 4-4 สำหรับยุทธศาสตร์ดิจิทัลตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566- 2570 มีความเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย ปีงบประมาณ 2566-2570 ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 “นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจโดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (DDD1) (Digital Innovations to Transform Business Models by Data Driven)” เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการยกระดับการบริหารจัดการด้านข้อมูลขององค์การตลาด เพื่อสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจขององค์การตลาด ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล มีความเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย ปีงบประมาณ 2566-2570 ในส่วนของยุทธศาสตร์ ที่ 2 บูรณาการระบบงานด้านสารสนเทศของสำนักงาน

ปลัดกระทรวงมหาดไทย และยุทธศาสตร์ที่ 3 ขับเคลื่อนการปฏิบัติงานทางราชการภายใต้นโยบายและมาตรฐานดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นการจัดทำมาตรฐาน และการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมด้านข้อมูล สำหรับนำมาใช้สนับสนุนการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด เพื่อให้้องค์การตลาดสามารถนำข้อมูลที่ผ่านการสังเคราะห์ และมีการบริหารจัดการตามมาตรฐานสากลมาใช้สนับสนุนการปฏิบัติงานร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 “การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ (DDD2) (Digital Transformation for Business Collaboration and Performance)” เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรม ดิจิทัลมาใช้ในการสร้างแพลตฟอร์มทางธุรกิจ และความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม ดิจิทัลเป็นสื่อกลาง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด มีความเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทยปีงบประมาณ 2566-2570 ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 2 บูรณาการระบบงานด้านสารสนเทศของสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย และยุทธศาสตร์ที่ 3 ขับเคลื่อนการปฏิบัติงานทางราชการภายใต้นโยบายและมาตรฐานดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นการนำเอาเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้เพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจ และการปฏิบัติการภายใน ขององค์การตลาดให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และสามารถรองรับต่อสภาวะวิกฤต ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 “การปรับปรุงเชิงดิจิทัลของงานบริหารองค์ ระบบและโครงสร้างพื้นฐาน (DDD3) (Digital Renovation of Organization Management, System and Infrastructure)” เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานภายในสำนักงานขององค์การตลาด มีความเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทยปีงบประมาณ 2566-2570 ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 1 บูรณาการระบบงานด้านการสื่อสารของสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย ยุทธศาสตร์ที่ 3 ขับเคลื่อนการปฏิบัติงานทางราชการภายใต้นโยบายและมาตรฐานดิจิทัล และยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาทักษะ และศักยภาพบุคลากรด้านดิจิทัลของสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ตามแผนพัฒนาดิจิทัลสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทยปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล มาใช้เป็นเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานขององค์การตลาด ซึ่งครอบคลุมการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรขององค์การตลาดให้สามารถใช้งานเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4.3 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 กับยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2566-2570)



รูปที่ 4-5 ความเชื่อมโยงทางยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566 -2570 กับ ยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2566-2570)

ยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2566-2570) มีวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำและผลักดันการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทย” เพื่อให้ประเทศไทยที่สามารถสร้างสรรค์ และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากร อื่นใดเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยแผนปฏิบัติการการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ดังแสดงในรูปที่ 4-5

สำหรับยุทธศาสตร์ดิจิทัลตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566- 2570 มีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2566-2570) ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 “นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจโดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (DDD1) (Digital Innovations to Transform Business Models by Data Driven)” เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการยกระดับการบริหาร

จัดการด้านข้อมูลขององค์การตลาด เพื่อสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจขององค์การตลาด ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล มีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2566-2570) ในส่วนของยุทธศาสตร์ ที่ 2 สร้างสังคมแห่งอนาคตและลดความเหลื่อมล้ำด้วยการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล และยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการให้บริการประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นการนำ เทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล และข้อมูลมาเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจขององค์การตลาด รวมถึงการ จัดทำ มาตรฐาน และธรรมาภิบาลข้อมูล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 “การเปลี่ยน ถ่ายดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ (DDD2) (Digital Transformation for Business Collaboration and Performance)” เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรม ดิจิทัลมา ใช้ในการสร้างแพลตฟอร์มทางธุรกิจ และความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม ดิจิทัลเป็น สื่อกลาง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจขององค์การตลาด มีความ เชื่อมโยงกับ ยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2566-2570) ในส่วนของยุทธศาสตร์ ที่ 2 สร้าง สังคมแห่งอนาคตและลดความเหลื่อมล้ำด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการให้บริการ ประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นการ นำเอาเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงองค์การตลาดเข้ากับคู่ค้าใน ทุก ระดับชั้น และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจขององค์การตลาดในยุคดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 “การ ปรับปรุงเชิงดิจิทัลของงานบริหารองค์กร ระบบ และโครงสร้างพื้นฐาน (DDD3) (Digital Renovation of Organization Management, System and Infrastructure)” เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานภายในสำนักงานขององค์การตลาด มี ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐานและ นวัตกรรมดิจิทัล 3 ส่งเสริมการให้บริการประชาชน ภาคเอกชนและภาครัฐด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล 4 พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 เป็นการ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรระบบสารสนเทศ ระบบเครือข่าย และ ทักษะ

ดิจิทัลของบุคลากรขององค์การตลาด ให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และสามารถรองรับต่อสภาวะวิกฤตต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

4.5 โครงการ และวงเงินงบประมาณตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570

ตารางที่ 4-1 สรุปโครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 (ประจำปี 2568)

ลำดับ	ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ (บาท)	หมายเหตุ
		รับผิดชอบ		
1	โครงการจัดทำ/ทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัล	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
2	โครงการกรอบมาตรฐานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบร่วมมือ	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
3	โครงการจัดทำแผนสถาปัตยกรรมองค์การตลาด (Enterprise Architecture)	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
4	โครงการจัดทำกรอบการบริหารการกำกับดูแลข้อมูล	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
5	โครงการ E-commerce	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
6	โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	ฝ่ายสารสนเทศ	400,000	
7	จัดทำ/ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและดิจิทัล	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
8	โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Risk Management)	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
9	โครงการบริหารจัดการทรัพย์สินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Asset Management)	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
10	โครงการจัดทำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่องของระบบสารสนเทศ(BCP,BCM)	ฝ่ายสารสนเทศ	-	

ลำดับ	ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ (บาท)	หมายเหตุ
		รับผิดชอบ		
11	โครงการจัดทำกรอบการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์การตลาด	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
12	โครงการล่องวงจรปิดทดแทนกล้องอายุเกิน 5 ปี	ฝ่ายสารสนเทศ	400,000	
13	โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการโครงการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล(Digital Project Management)	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
14	โครงการจัดทำคู่มือการจัดการด้านคุณภาพ	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
15	โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการคอนฟิ กูเรชั่น	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
16	โครงการการปฏิบัติงานเรื่องกระบวนการบริหารจัดการเหตุการณ์ผิดปกติ และปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์การตลาด	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
17	โครงการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
18	โครงการจัดทำการบริหารจัดการการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
19	โครงการแพลตฟอร์มกลางข้อมูลกระทรวงมหาดไทย (MOI Single Data Platform) บูรณาการร่วมกับ กระทรวงมหาดไทย	ฝ่ายสารสนเทศ	-	
20	โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์การตลาด	ฝ่ายสารสนเทศ	-	2,250,000

ตารางที่ 4-2 สรุปโครงการและงบประมาณตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด

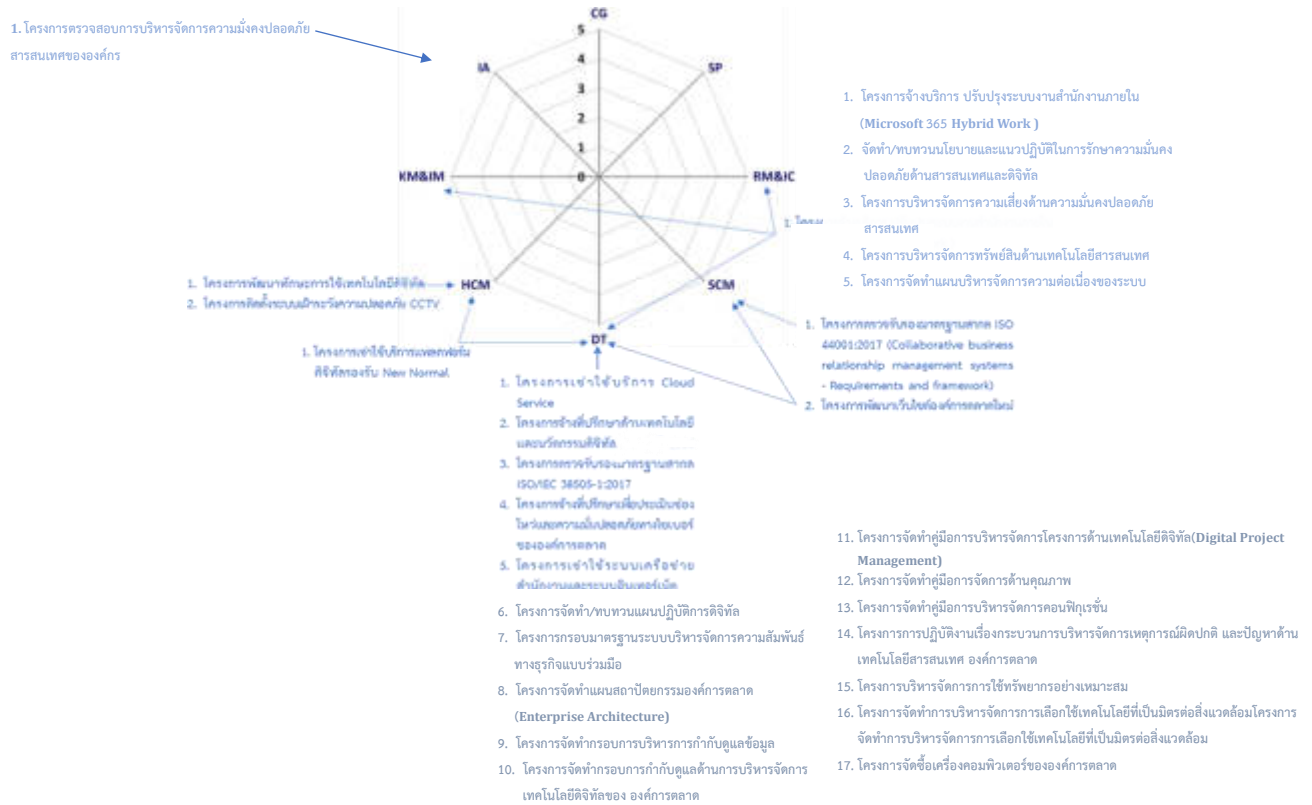
ลำดับ	ชื่อโครงการ	Digital Transformation	วงเงินงบประมาณ (บาท)				
			ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
ยุทธศาสตร์เพื่อการสนับสนุนธุรกิจหลัก (Strategy for Core Business Function)							
ยุทธศาสตร์ที่ 1 นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจโดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (DDD1) (Digital Innovations to Transform Business Models by Data Driven) จำนวน 6 โครงการ							
1	โครงการจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล 1.1 ทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัล 1.2 จัดทำกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance) 1.3 จัดทำชุดข้อมูลเปิดภาครัฐ (Open Data) ขององค์การตลาด 1.4 จัดทำกรอบมาตรฐานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบร่วมมือ(Collaborative Business Relationship Management System) 1.5 ที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล	Process People Technology	5,000,000				
2	โครงการจัดทำ/ทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัล	People		-	-	-	-
3	โครงการตรวจรับรองมาตรฐานสากล ISO/IEC 38505-1:2017 (Information technology — Governance of IT — Governance of data — Part 1: Application of ISO/IEC 38500 to the governance of data)	Process, People, Technology	100,000				
4	โครงการกรอบมาตรฐานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบร่วมมือ	People		-	-	-	-
5	โครงการจัดทำแผนสถาปัตยกรรมองค์กรการตลาด (Enterprise Architecture)	Technology		-	-	-	-
6	โครงการจัดทำกรอบการบริหารการกำกับดูแลข้อมูล	Process, People, Technology		-	-	-	-
7	โครงการแพลตฟอร์มกลางข้อมูลกระทรวงมหาดไทย (MOI Single Data Platform) บูรณาการร่วมกับกระทรวงมหาดไทย	Process, Technology			-	-	-

ลำดับ	ชื่อโครงการ	Digital Transformation	วงเงินงบประมาณ (บาท)				
			ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ (DDD2) (Digital Transformation for Business Collaboration and Performance) จำนวน 3 โครงการ							
8	โครงการ E-commerce	Technology		-	-	-	-
9	โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาดใหม่ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ	Technology	3,000,000	1,000,000			
10	โครงการตรวจรับรองมาตรฐานสากล ISO 44001:2017 (Collaborative business relationship management systems — Requirements and framework)	Process People	-				
ยุทธศาสตร์เพื่อการสนับสนุนการปฏิบัติงานภายใน (Strategy for Internal Supporting Function)							
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การปรับปรุงเชิงดิจิทัลของงานบริหารองค์กร ระบบ และโครงสร้างพื้นฐาน (Digital Renovation of Organization Management, System and Infrastructure) จำนวน 9 โครงการ							
11	โครงการเข้าใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรองรับ New Normal - ระบบบันทึกเวลาการทำงานผ่านแอปพลิเคชัน - ระบบลาออนไลน์ - ระบบมอบหมายงาน - ระบบติดตามประเมินผล - ระบบบริหารสัญญา - ระบบบริหารความเสี่ยง	Technology Process	240,000 240,000 240,000 240,000 120,000 120,000				
12	โครงการจ้างบริการ ปรับปรุงระบบงานสำนักงานภายใน (Microsoft 365 Hybrid Work)	Technology	500,000				
13	โครงการเข้าใช้บริการ Cloud Service	Technology	500,000	-	-	-	-

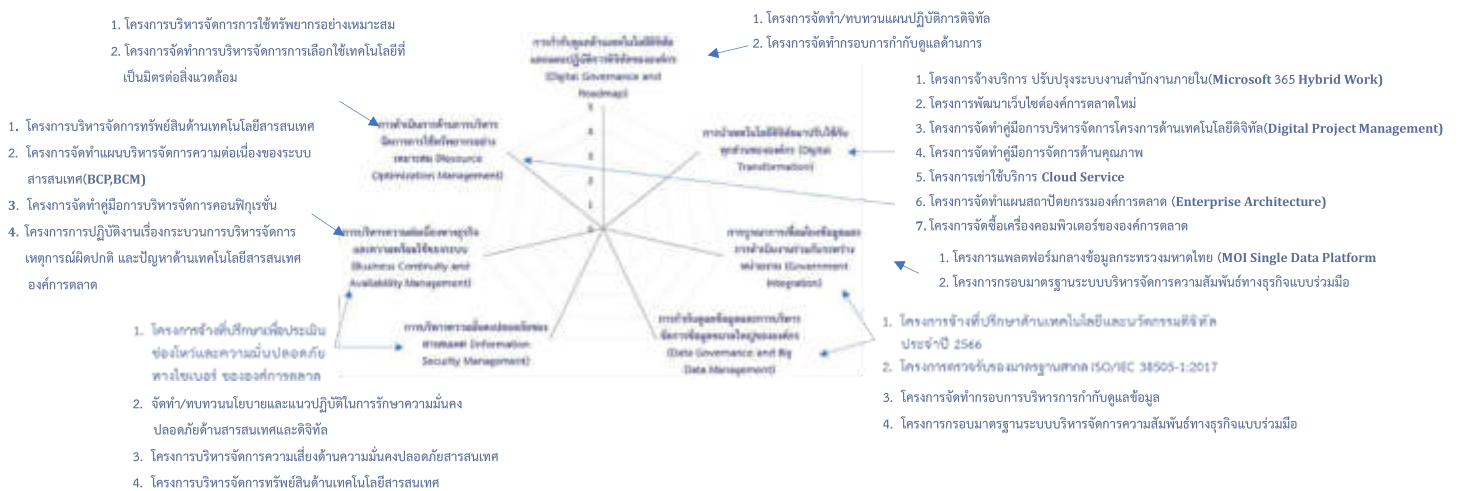
ลำดับ	ชื่อโครงการ	Digital Transformation	วงเงินงบประมาณ (บาท)				
			ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
14	โครงการเข้าใช้ระบบเครือข่ายสำนักงานและระบบอินเทอร์เน็ต Firewall, Corporate Internet 50M & backup link	Technology	460,000				
15	โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	People	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
16	โครงการประเมินความเสี่ยงระบบสารสนเทศช่องโหว่และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ขององค์การตลาด	Technology	420,000				
17	โครงการติดตั้งระบบเฝ้าระวังความปลอดภัย CCTV (โครงการกล้องวงจรปิดทดแทนกล้องอายุเกิน 5 ปี พ.ศ. 2568) สำนักงานใหญ่ และสาขา	Technology	200,000	500,000	400,000		
18	จัดทำ/ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและดิจิทัล	Technology		-	-	-	-
19	โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Risk Management)	Technology		-	-	-	-
20	โครงการบริหารจัดการทรัพย์สินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Asset Management)	Technology		-	-	-	-
21	โครงการจัดทำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่องของระบบสารสนเทศ(BCP,BCM)	Process		-	-	-	-
22	โครงการจัดทำกรอบการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์การตลาด	Process		-	-	-	-
23	โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการโครงการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล(Digital Project Management)	Process			-	-	-
24	โครงการจัดทำคู่มือการจัดการด้านคุณภาพ	Process			-	-	-
25	โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการคอนฟิกูเรชัน	Process			-	-	-
26	โครงการการปฏิบัติงานเรื่องกระบวนการบริหารจัดการเหตุการณ์ผิดปกติ และปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์การตลาด	Process			-	-	-
27	โครงการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม	Process			-	-	-
28	โครงการจัดทำการบริหารจัดการการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	Process			-	-	-
29	โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์การตลาด	Technology			2,250,000		
รวมทั้งสิ้น 28 โครงการ			12,080,000	1,400,000	3,050,000	400,000	400,000

ตารางที่ 4-3 สรุปโครงการ และวงเงินตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566-2568

โครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2566 - โครงการต่อเนื่อง จำนวน 6 โครงการ - โครงการใหม่ จำนวน 4 โครงการ	จำนวน	10	โครงการ	วงเงินงบประมาณปี 2566 - งบประมาณต่อเนื่อง - งบประมาณใหม่	12,080,000 (3,560,000) (8,520,000)	บาท
โครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2567 - โครงการต่อเนื่อง จำนวน 4 โครงการ - โครงการใหม่ จำนวน 8 โครงการ	จำนวน	12	โครงการ	วงเงินงบประมาณปี 2567 - งบประมาณต่อเนื่อง - งบประมาณใหม่	1,400,000 (400,000) (1,000,000)	บาท
โครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2568 - โครงการต่อเนื่อง จำนวน 18 โครงการ - โครงการใหม่ จำนวน 1 โครงการ	จำนวน	19	โครงการ	วงเงินงบประมาณปี 2568 - งบประมาณต่อเนื่อง - งบประมาณใหม่	3,050,000 (800,000) (2,250,000)	บาท
โครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2569 - โครงการต่อเนื่อง จำนวน 19 โครงการ - โครงการใหม่ จำนวน - โครงการ	จำนวน	19	โครงการ	วงเงินงบประมาณปี 2569 - งบประมาณต่อเนื่อง - งบประมาณใหม่	400,000 (400,000) (-)	บาท
โครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์การตลาด ปีงบประมาณ 2570 - โครงการต่อเนื่อง จำนวน 19 โครงการ - โครงการใหม่ จำนวน - โครงการ	จำนวน	19	โครงการ	วงเงินงบประมาณปี 2570 - งบประมาณต่อเนื่อง - งบประมาณใหม่	400,000 (400,000) (-)	บาท
รวมทั้งสิ้น	จำนวน	28	โครงการ	วงเงินงบประมาณ	17,330,000	บาท



รูปที่ 4-6 ความสัมพันธ์ของโครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์กรตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 กับ Core Business Enablers ทั้ง 8 ด้าน



รูปที่ 4-7 ความสัมพันธ์ของโครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัลขององค์กรตลาด ปีงบประมาณ 2566-2570 กับ Core Business Enablers ด้าน Digital Technology (DT)

5. การประเมินความคุ้มค่าและการจัดลำดับความสำคัญโครงการดิจิทัล

โครงการดิจิทัล เป็นโครงการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาปรับปรุงองค์กร ทั้งในด้าน เทคโนโลยี กระบวนการ และบุคลากร การลงทุนในโครงการดิจิทัลจึงเป็นประเด็นที่หน่วยงานต้องให้ ความสำคัญ วิเคราะห์ และตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อเท็จ การประมาณการ และความเสี่ยง โดยยังต้อง คำนึงถึงผลตอบแทนที่ได้ อย่าง การลงทุนทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน การพิจารณาผลตอบแทน การลงทุนจึงเป็นเรื่องที่มีความข้องเกี่ยวกับแนวความคิดทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพอันเป็นผลผลิตจาก วัฒนธรรม นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ตลอดจนแผนการพัฒนา ขององค์กรนั้น ๆ เอง

การสร้างกรอบแนวทางการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัลของหน่วยงาน โดยการ ดัดแปลง จากองค์ความรู้ และทฤษฎีสากลสู่รูปแบบที่มีความเหมาะสมกับบริบทองค์กร จึงเป็นเครื่องมือที่ สำคัญในการ ประกอบการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร และยังใช้เป็นเครื่องมือแสดงถึงกลไกการตัดสินใจจน สะท้อนถึงความโปร่งใส ของการดำเนินงาน โดยเฉพาะในหน่วยงานรัฐ และรัฐวิสาหกิจ ซึ่งต้องให้ความสำคัญ เป็นอย่างยิ่งกับการอธิบาย ถึงกลไก และแนวทางที่นำมาใช้ในการใช้ประมาณการลงทุนด้านดิจิทัลอย่าง เป็นประจักษ์ การสร้างกรอบแนวทางการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล จึงต้องใช้วิธีการเก็บ รวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อการ เข้าถึงข้อเท็จจริง และความเข้าใจทั้งในสถาปัตยกรรมองค์กร วัฒนธรรม และความจำเป็นในการลงทุนด้านดิจิทัล

5.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ที่ปรึกษาจำแนกหลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่

1. การประเมินความคุ้มค่าที่เป็นตัวเงินในการลงทุน
2. การประเมินความคุ้มค่าที่ไม่เป็นตัวเงินในการลงทุน
3. วิธีการทางสถิติในการวัดความสอดคล้องและการยอมรับ

5.1.1 การประเมินความคุ้มค่าที่เป็นตัวเงินในการลงทุน

หลักการในกลุ่มนี้ประกอบด้วยหลักวิเคราะห์เชิงประจักษ์ และปริมาณที่แสดงถึงค่าตอบแทน หรือตัวเงิน ที่ได้กลับมาจากการลงทุน ซึ่งเป็นวิธีสามัญทั่วไปที่นิยมนำมาใช้ขึ้นอยู่กับความซับซ้อน และบริบทที่ นำไปใช้งาน ได้แก่

จุดคุ้มทุน (Break Even point: BEP)

จุดคุ้มทุน คือ จุด หรือช่วงเวลาที่ยรายได้เท่าทุน หรืออีกนัยหนึ่ง ตัวเงินที่ได้สูงกว่าจุดคุ้มทุนจึง หมายถึง กำไร และในทางตรงข้าม ตัวเงินได้ที่ต่ำกว่าจุดคุ้มทุนก็คือ ขาดทุนนั่นเอง สมการเพื่ออธิบาย ความสัมพันธ์ระหว่าง จุดคุ้มทุน ต้นทุน และรายได้ ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \text{ต้นทุนคงที่} \div \text{กำไรต่อหน่วย}$$

ผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment: ROI)

ROI คือตัวเลขที่แสดงถึงผลตอบแทนของการลงทุน หรือ สัดส่วนของกำไรต่อค่าใช้จ่ายที่ใช้ใน การลงทุน โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\text{ผลตอบแทนการลงทุน} = (\text{กำไร} \div \text{ต้นทุน}) \times 100\%$$

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio)

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันสุทธิของ กระแสเงินสด ที่ได้รับตลอดช่วงเวลาหนึ่งกับเงินลงทุนเริ่มแรก เป็นการเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนในรูป ของกระแสรายได้ ที่เกิดขึ้นในอนาคตตลอดช่วงเวลาหนึ่งที่มีการปรับค่าให้เป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วกับเงินลงทุน เริ่มแรกที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+i)^t}}{C_0}$$

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

มูลค่าปัจจุบัน หมายถึง ผลต่างระหว่างผลประโยชน์ และค่าใช้จ่ายในช่วงเวลา เมื่อคิดเป็น มูลค่าปัจจุบัน ตลอดอายุโครงการโดยใช้อัตราส่วนลด (Discount Rate) เพื่อประเมินเป็นมูลค่าปัจจุบัน

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}$$

อัตราผลตอบแทนภายในทางเศรษฐกิจ (Economic Internal Rate of Return: EIRR)

อัตราผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ หมายถึง ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน หรืออัตราส่วนลด (Discount Rate) ที่ทำให้ มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ และมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายเท่ากันพอดี

$$EIRR = i; NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} = 0$$

5.1.2 การประเมินความคุ้มค่าที่ไม่เป็นตัวเงินในการลงทุน

การประเมินในกลุ่มนี้ อาจเป็นการวัดประสิทธิผล และประสิทธิภาพที่ใช้การเปรียบเทียบตัว เงินอย่างเดียว แต่ก็เป็นการผสมผสานทั้งตัวแปรที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน เพื่อให้ได้ซึ่งนัยสำคัญ และ ผลกระทบเชิงปริมาณด้วยความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจ หรือการวัดระดับความพึงพอใจ แม้ว่าจะสามารถสะท้อนออกมาด้วยตัวเลข แต่ก็ยังเป็นอุปมาของความพึงพอใจที่เป็นนามธรรม และไม่มีหน่วยวัดของแต่ละบุคคลที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยปกติความพึงพอใจได้มาซึ่งการสำรวจโดยเกณฑ์สำรวจ และเกณฑ์การวัด (ระดับ) ที่สร้างขึ้นมา

ผลกระทบที่เกิดขึ้น (Impact)

ผลกระทบ หมายถึง ผลอันสืบเนื่องจากการปฏิบัติงาน ทั้งที่คาดหวังหรือตั้งใจ และไม่ได้ คาดหมายทั้งที่เกิดขึ้นระหว่าง และภายหลังการปฏิบัติงาน ที่อาจกระทบต่อการพัฒนาในมิติอื่น หรือการ ปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่น หรือประชาชนทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มอื่น ทั้งใน และนอกพื้นที่ การ วิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามพันธกิจของหน่วยงาน ครอบคลุมถึงผลกระทบทั้งทางตรง และทางอ้อม รวมทั้งผลกระทบด้านบวก และด้านลบ ในมิติที่สามารถประเมินในรูปตัวเงิน และไม่ใช้ตัวเงินซึ่ง มีประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ผลกระทบต่อประชาชน ได้แก่ ผลกระทบที่ประชาชนได้รับจากการดำเนินงานตามพันธกิจ ของหน่วยงานที่เป็นประโยชน์ และความพึงพอใจ เช่น ประชาชนมีความเข้าใจ และตระหนัก ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

- ผลกระทบทางสังคม ได้แก่ ผลกระทบที่เกิดขึ้นแก่สังคมจากการดำเนินงานตามพันธกิจ ของหน่วยงาน ซึ่งรวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับโครงสร้างทางสังคม วิถีชีวิต อาชีพ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ชุมชน และการสร้างความเป็นธรรมให้สังคม

- ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ได้แก่ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานตาม พันธกิจ หน่วยงาน เช่น ด้านมลภาวะ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านระบบนิเวศน์ เป็นต้น
- ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ได้แก่ผลกระทบต่อรายได้ประชาชาติ/การขยายตัวทางเศรษฐกิจ การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ (ระดับราคาสินค้า ดุลบัญชีเดินสะพัดดุลการคลัง การกีดกันสาธารณะ) และการกระจายรายได้
- ผลกระทบด้านอื่นๆ เช่น ด้านการเมือง และความมั่นคงของประเทศ

5.1.3 วิธีการทางสถิติในการวัดความสอดคล้องและการยอมรับ

วิธีการทางสถิติในการวัดความสอดคล้อง และการยอมรับ เป็นวิธีทางสถิติ และเครื่องมือที่ สะท้อนถึงการยอมรับโดยหลักการทางสถิติ เป็นสากล และไม่สามารถปฏิเสธได้ ซึ่งที่ปรึกษานำมาใช้ในการ วิเคราะห์ และสรุปผลการดำเนินงาน กรอบแนวทางที่น่าเสนอ ตลอดจนการวัดความคุ้มค่าในมิติที่เป็นเชิง ปริมาณการประเมินค่าดัชนี ความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC)

IOC คือ ค่าความเที่ยงตรง หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ นิยมใช้เพื่อ การวัดข้อคำถามในแบบสอบถาม แต่ในบางบริบทสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการวัดการยอมรับของการ นำเสนอ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

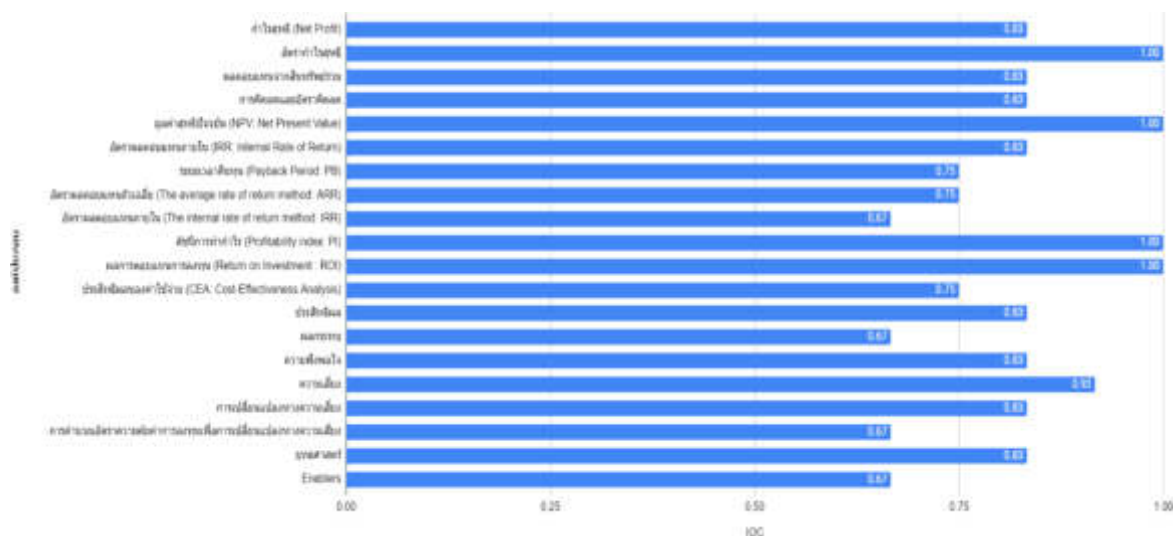
5.1.4 การจัดทำรอบการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล

ที่ปรึกษานำเสนอกรอบแนวทางการประเมินความคุ้มค่า โดยจำแนกตามองค์ประกอบของกรอบ ดังนี้

- ความคุ้มค่าที่เป็นตัวเงิน
 - กำไรสุทธิ
 - อัตรากำไรสุทธิ
 - ผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม
 - การคิดลดและอัตราคิดลด
 - มูลค่าสุทธิปัจจุบัน

- อัตราผลตอบแทนภายใน
- ระยะเวลาคืนทุน
- อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย
- ดัชนีการทำการกำไร
- ผลการตอบแทนการลงทุน
- ความคุ้มค่าที่ไม่เป็นตัวเงิน
- ประสิทธิภาพของค่าใช้จ่าย
- ประสิทธิภาพ
- ผลกระทบ
- ความพึงพอใจ
- ความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงทางความเสี่ยง
- การคำนวณอัตราความคุ้มค่าการลงทุนเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางความเสี่ยง
- ความสอดคล้องต่อยุทธศาสตร์
- ความสอดคล้องต่อ Enabler ตามกรอบการประเมินรัฐวิสาหกิจ SE-AM

องค์ประกอบข้างต้นถูกนำเสนอแก่เจ้าหน้าที่ขององค์การตลาดเพื่อการแสดงความคิดเห็น และตัดสินใจเลือกองค์ประกอบที่จะปรากฏในกระบวนการประเมินความคุ้มค่าการลงทุน จากผลการประเมิน IOC พบว่า ไม่มีองค์ประกอบใดต่ำกว่าเกณฑ์การยอมรับ ($IOC < 0.5$)



รูปที่ 5-1 ผลการประเมิน IOC ขององค์ประกอบในกรอบการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล เนื่องจากทุกองค์ประกอบได้รับการยอมรับ จึงสามารถพิจารณาปรับลดหรือเลือกใช้ให้เหมาะสมต่อโครงการที่ถูกนำมาประเมินความคุ้มค่าการลงทุน ที่ปรึกษาจึงกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำของการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัลอย่างน้อย ประกอบด้วย

- ความคุ้มค่าที่เป็นตัวเงิน
 - กำไรสุทธิ
 - การคิดลดและอัตราคิดลด
 - มูลค่าสุทธิปัจจุบัน
 - ระยะเวลาคืนทุน
 - ผลการตอบแทนการลงทุน
- ความคุ้มค่าที่ไม่เป็นตัวเงิน
 - ประสิทธิภาพ

- ผลกระทบ
- ความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงทางความเสี่ยง
- ความสอดคล้องต่อยุทธศาสตร์
- ความสอดคล้องต่อ Enabler ตามกรอบการประเมินรัฐวิสาหกิจ SE-AM

5.1.5 ขั้นตอนการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล

การประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. กำหนดรายละเอียดของโครงการดิจิทัล ผู้รับผิดชอบ ขอบเขตงาน และผลที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินโครงการ
2. คณะทำงานโครงการกำหนดแนวทางการประเมิน ติดตาม และรายงาน ผลการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล โดยต้องมั่นใจว่าการประเมิน ติดตาม และรายงานผล เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอตลอดอายุโครงการ เพื่อให้มั่นใจว่า ในระหว่างการดำเนินโครงการ หรือภายหลังเสร็จสิ้น ผลของการดำเนินโครงการเป็นไปตาม หรือแตกต่างจากค่าการ ประเมินอย่างไร
3. คณะทำงานโครงการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล ทั้งนี้ในกรณีที่ผู้เลือกการลงทุนให้ประเมินโดยเปรียบเทียบระหว่างโครงการ และตัวเลือกการลงทุน อื่น ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจการลงทุน โดยในขั้นตอนของการประเมินความคุ้มค่าการลงทุนโครงการดิจิทัล ประกอบไปด้วยขั้นตอนย่อย ดังนี้
 - 3.1. กำหนดตัวเลือกการลงทุน (Alternative Solutions) ทั้งที่เป็นตัวเลือกระหว่างโครงการ หรือตัวเลือกระหว่างเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในโครงการ ที่ส่งผลกระทบต่อ ต้นทุน และกำไรทั้งในระยะสั้นและยาว
 - 3.2. กำหนดขอบเขตระยะเวลาการพิจารณาที่เปรียบเทียบได้ระหว่างตัวเลือกการลงทุน(ถ้ามี) เพราะบางโครงการ หรือตัวเลือกการลงทุนจะคืนผลกำไรตอบแทนในระยะ ยาวที่ดีกว่า จึงต้องมีการกำหนด ขอบเขตด้านระยะเวลาที่เปรียบเทียบได้
 - 3.3. กำหนดต้นทุนการลงทุนทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน ในกรณีที่ต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงินที่สามารถเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบตัวเงินได้ ให้ดำเนินการเปลี่ยนเป็นตัวเงิน และกำหนดไว้เป็นหมายเหตุในการรายงานผล

3.4. กำหนดผลตอบแทนการลงทุนทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน ในกรณีที่มิผลตอบแทนการลงทุนที่ไม่เป็นตัวเงินที่สามารถเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบตัวเงินได้ ให้ดำเนินการเปลี่ยนเป็นตัวเงิน และกำหนดไว้เป็นหมายเหตุในการรายงานผล

3.5. คำนวณความคุ้มค่าการลงทุนด้วยชุดรูปแบบการประเมินมาตรฐานขั้นต่ำ กรณีต้องการประเมินเพิ่มเติมให้กำหนดเป็นหมายเหตุในการรายงานผล

4. จัดลำดับความสำคัญของตัวเลือกการลงทุน (ถ้ามี) และจัดลำดับความสำคัญของโครงการ ดิจิทัล (กรณีที่มีประเมินหลายโครงการ) เพื่อกำหนดทิศทาง และแผนการลงทุน กรณีที่ โครงการดิจิทัลมีความสัมพันธ์กันให้พิจารณาจับกลุ่มโครงการ และใช้การคำนวณความ คุ้มค่าการลงทุนแบบภาพรวมประกอบการรายงานผล

5. นำเสนอผลการประเมินต่อฝ่ายบริหาร เพื่อการพิจารณาปรับแก้ และอนุมัติผลการ ประเมิน

6. เมื่อโครงการเริ่มดำเนินการให้คณะทำงานเริ่มพิจารณามูลค่าจริงที่เกิดขึ้น (Actual Value) และมูลค่าการลงทุนจริง และประเมินความคุ้มค่าโดยใช้มูลค่าจริง กรณีที่มีส่วน งานที่ยังไม่เริ่มดำเนินการให้ยึดค่าประมาณการค่าเดียวกันที่ใช้ในการประเมินความคุ้มค่า ก่อนการลงทุนจริง รายงานผลการประเมินอย่างสม่ำเสมอ

7. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านการลงทุน หรือผลตอบแทนที่คาดว่าจะส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการผลการประเมินที่ตั้งไว้ ให้รายงานการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวผ่านคณะทำงานโครงการ และพิจารณารายงานต่อฝ่ายบริหาร ตามกระบวนการบริหารจัดการโครงการดิจิทัลต่อไป

5.1.6 กรอบการจัดลำดับความสำคัญการลงทุนโครงการดิจิทัล

ในการจัดลำดับความสำคัญการลงทุนโครงการดิจิทัล ต้องพิจารณาครอบคลุมทุกมิติ และให้มี การกำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก ของแต่ละมิติพิจารณาโดยให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ และแนวทางการขับเคลื่อน หน่วยงาน อาทิ การให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางความเสี่ยง เมื่อหน่วยงานมุ่งเน้นการลงทุน หรือการใช้จ่ายที่มีความเสี่ยงต่ำ ทั้งนี้การพิจารณาจะต้องครอบคลุมมิติดังนี้

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| 1. ความคุ้มค่าที่เป็นตัวเงิน | กำหนดมาตรฐานค่าน้ำหนักที่ 0.25 |
| 2. ความคุ้มค่าที่ไม่เป็นตัวเงิน | กำหนดมาตรฐานค่าน้ำหนักที่ 0.15 |
| 3. การเปลี่ยนแปลงทางความเสี่ยง | กำหนดมาตรฐานค่าน้ำหนักที่ 0.15 |

4. ความสอดคล้องต่อยุทธศาสตร์และ Enablers กำหนดมาตรฐานค่าน้ำหนักที่ 0.15

5. ข้อยกเว้นและความจำเป็นอย่างเร่งด่วน กำหนดมาตรฐานค่าน้ำหนักที่ 0.30

5.1.7 ผลการประเมินความคุ้มค่าและการจัดลำดับความสำคัญโครงการดิจิทัล

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาใช้ทำการประเมินความคุ้มค่าและการจัดลำดับ ความสำคัญโครงการดิจิทัลตามแผนปฏิบัติการดิจิทัล ปีงบประมาณ 2566–2568 โดยมีผลการประเมินความ คุ้มค่า และการจัดลำดับความสำคัญของโครงการดิจิทัล ดังนี้

ตารางที่ 5-1 การประเมินความคุ้มค่าและการจัดลำดับความสำคัญโครงการดิจิทัลตามแผนปฏิบัติการดิจิทัล ปีงบประมาณ 2566–2568

ลำดับ	ยุทธศาสตร์:	กลยุทธ์:	โครงการ:	ผลประโยชน์ความคุ้มค่าการลงทุน					
				ตัวเงิน	ไม่เป็นตัวเงิน	ความเสี่ยง	ความสอดคล้อง	ความจำเป็น	ความสำคัญ (P)
				25%	15%	15%	15%	30%	
1	ยุทธศาสตร์ที่ 1: นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจ โดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล	กลยุทธ์ที่ 1.1: กำกับและพัฒนาระบบราชการ	โครงการจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล (กลยุทธ์ที่ 1.1, 1.2 และ 1.3)	1	3	3	3	3	2.50
2		ข้อมูลขององค์การตลาด (Data Governance)	โครงการจัดทำ/ทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัล(กลยุทธ์ที่ 1.1, 1.2 และ 1.3)	3	3	3	3	3	3
3		กลยุทธ์ที่ 1.2: สร้างรูปแบบการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูล (Data Driven Business Approach)	โครงการตรวจรับรองมาตรฐานสากล ISO/IEC 38505-1:2017 (Information technology — Governance of IT — Governance of data — Part 1: Application of ISO/IEC 38500 to the governance of data) (กลยุทธ์ที่ 1.1)	1	1	2	1	1	1.15
4		กลยุทธ์ที่ 1.3: พัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปสงค์และอุปทาน (Data Platform for Demand and Supply Chain)	โครงการกรอบมาตรฐานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบร่วมมือ (กลยุทธ์ที่ 1.1)	2	3	3	3	3	2.75
5			โครงการจัดทำแผนสถาปัตยกรรมองค์การตลาด (Enterprise Architecture) (กลยุทธ์ที่ 1.1)	3	3	3	3	3	3
6			โครงการจัดทำกรอบการบริหารการกำกับดูแลข้อมูล(กลยุทธ์ที่ 1.1) โครงการรอบกำกับดูแลข้อมูลและการบริหารจัดการข้อมูลขององค์กร (Data Governance and Implementation)	2	3	3	3	3	2.75
7			โครงการแพลตฟอร์มกลางข้อมูลกระทรวงมหาดไทย (MOI Single Data Platform) บูรณาการร่วมกับกระทรวงมหาดไทย(กลยุทธ์ที่ 1.2, 1.3)	2	3	3	3	3	2.75

8	ยุทธศาสตร์ที่ 2: การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพและ ความร่วมมือทางธุรกิจ	กลยุทธ์ที่ 2.1: พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National E-Commerce)	โครงการ E-COMMERCE(กลยุทธ์ที่ 2.1, 2.2)	2	3	1	3	3	2.45
9		กลยุทธ์ที่ 2.2: พัฒนานวัตกรรมเพื่อความ	โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาดใหม่ ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ (กลยุทธ์ที่ 2.2)	1	2	3	2	3	2.20
10		ร่วมมือทางธุรกิจ (Innovation for Business Collaboration)	โครงการตรวจรับรองมาตรฐานสากล ISO 44001:2017 (Collaborative business relationship management systems — Requirements and framework) (กลยุทธ์ที่ 2.1, 2.2)	1	1	2	1	1	1.15
11	ยุทธศาสตร์ที่ 3: การปรับปรุงเชิงดิจิทัล ของงานบริหารองค์กรและ ระบบและโครงสร้าง พื้นฐาน	กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาขีดความสามารถการ ทำงานในยุคดิจิทัล (Working in Digital Era)	โครงการเข้าใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรองรับ New Normal(กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	1	1	3	3	3	2.20
12		กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ บุคลากรด้านดิจิทัล (Digital Infrastructure and Literacy)	โครงการจ้างบริการ ปรับปรุงระบบงานสำนักงานภายใน (Microsoft 365 Hybrid Work) (กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	1	1	3	3	3	2.20
13			โครงการเข้าใช้บริการ Cloud Service(กลยุทธ์ที่ 3.2)	1	1	3	3	3	2.20
14			โครงการเข้าใช้ระบบเครือข่ายสำนักงานและระบบอินเทอร์เน็ต(กลยุทธ์ที่ 3.2)	1	1	3	3	3	2.20
15			โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล(กลยุทธ์ที่ 3.2)	2	3	3	3	3	2.75
16			โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อประเมินช่องโหว่และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของ องค์การตลาด(กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	1	1	3	3	3	2.20
17			โครงการติดตั้งระบบเฝ้าระวังความปลอดภัย CCTV(กลยุทธ์ที่ 3.2)	2	2	3	2	3	2.45
18			จัดทำ/ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้าน สารสนเทศและดิจิทัล(กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	2	3	3	3	3	2.75
19			โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information	2	3	3	3	3	2.75

			Security Risk Management) (กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)						
20			โครงการบริหารจัดการทรัพย์สินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Asset Management) (กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	2	3	3	3	3	2.75
21			โครงการจัดทำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่องของระบบสารสนเทศ(BCP,BCM) (กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	3	3	3	3	3	3
22			โครงการจัดทำกรอบการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์กรตลาด(กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	3	3	3	3	3	3
23			โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการโครงการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล(Digital Project Management) (กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	1	1	3	3	3	2.20
24			โครงการจัดทำคู่มือการจัดการด้านคุณภาพ(กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	1	1	3	3	3	2.20
25			โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการคอนฟิเกอเรนซ์(กลยุทธ์ที่ 3.2)	1	3	3	3	3	2.5
26			โครงการการปฏิบัติงานเรื่องกระบวนการบริหารจัดการเหตุการณ์ผิดปกติ และปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศองค์กรตลาด(กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	1	3	3	3	3	2.5
27			โครงการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม (กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	1	1	3	3	3	2.20
28			โครงการจัดทำการบริหารจัดการการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม(กลยุทธ์ที่ 3.2)	1	1	3	3	3	2.20
29			โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์กรตลาด(กลยุทธ์ที่ 3.1, 3.2)	3	1	3	3	3	2.5

วิธีคำนวณ คะแนนผลประโยชน์ความคุ้มค่าการลงทุน x มาตรฐานค่าน้ำหนัก(น้ำหนักทั้ง 5 รวมกัน) = ความสำคัญ(P)

จากผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน และจัดลำดับความสำคัญในการเลือกโครงการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัล พบว่า โครงการที่มีระดับความสำคัญสูงสุด คือ โครงการทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัล ทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัล โครงการจัดทำกรอบการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์การตลาด โครงการจัดทำแผนสถาปัตยกรรมองค์การตลาด โครงการจัดทำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่องของระบบสารสนเทศ(P=3) รองลงมาคือโครงการกรอบมาตรฐานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบร่วมมือ โครงการจัดทำกรอบการบริหารการกำกับดูแลข้อมูล โครงการแพลตฟอร์มกลางข้อมูล กระทรวงมหาดไทย โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล จัดทำ/ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและดิจิทัล โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โครงการบริหารจัดการทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 7 โครงการ (P=2.75) โครงการจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการคอนฟิเกอรัล โครงการการปฏิบัติงานเรื่องกระบวนการบริหารจัดการเหตุการณ์ผิดปกติ และปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์การตลาด โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์การตลาดจำนวน 4 โครงการ (P=2.50) โครงการ E-commerce โครงการติดตั้งระบบเฝ้าระวังความปลอดภัย CCTV จำนวน 2 โครงการ (P = 2.45) และโครงการจำนวน 10 โครงการ (P=2.20)

แม้ว่ากลุ่มโครงการที่มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 2 จะมีค่าความสำคัญที่น้อยกว่าโครงการ ในกลุ่มยุทธศาสตร์ที่ 1 และ 3 แต่ก็ไม่ได้เป็นข้อกำหนดว่า องค์การตลาดสามารถเลือกไม่ดำเนินการ หรือ ดำเนินการก่อน-หลัง เพราะปัจจัยที่กำหนดการเลือกดำเนินการ หรือดำเนินการก่อน-หลังของโครงการไม่สามารถเปรียบเทียบข้ามยุทธศาสตร์ได้ เนื่องจากว่าทุกยุทธศาสตร์ขององค์การตลาดมีความสำคัญเท่ากัน และ ควรได้รับการพัฒนาอย่างควบคู่กันไป เว้นแต่ว่าโครงการมีความไม่เป็นอิสระต่อกัน ซึ่งต้องแจกแจง รายละเอียดเหล่านั้นตามสถาปัตยกรรมองค์กร หรือหลักการบริการจัดการโครงการ

5.1.7.1 โครงการที่มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 1: นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉม รูปแบบธุรกิจโดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 และยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2566-2570) องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทยได้จัดทำโครงการด้านนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจ โดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูลโดยจัดทำโครงการจัดทำ/ทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัลประจำปี 2568 โครงการจัดทำแผนสถาปัตยกรรมองค์การตลาด (Enterprise Architecture) เพื่อนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในทุกส่วนขององค์กร และกระบวนการทำงาน และดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โครงการจัดทำกรอบการบริหารการกำกับดูแลข้อมูล(ด้านธรรมาภิบาลข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล) เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการข้อมูลที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ส่งผลต่อคุณภาพความ

มั่นคงปลอดภัย โครงการกรอบมาตรฐานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบร่วมมือ พัฒนากลอบและเครื่องมือที่ช่วยในการจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบร่วมมือ รวมถึงการสร้างกระบวนการและเครื่องมือที่เป็นประโยชน์ในการสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งและยั่งยืน และองค์การตลาดควรพิจารณาคัดเลือกที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล อย่างต่อเนื่อง เพื่อการสนับสนุนการกำหนดออกแบบ พัฒนา ตรวจสอบ และวัดผลการดำเนินงานด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศของหน่วยงานให้ตรงตามภารกิจ วัตถุประสงค์ ตลอดจนเกณฑ์การวัดประเมินต่าง ๆ เนื่องจากหน่วยงานยังคงขาดความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมดิจิทัล และยังไม่มีการ กำหนดการถ่ายทอดองค์ความรู้ หรือการเตรียมทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนา เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมดิจิทัลของหน่วยงานอย่างยั่งยืน การพิจารณาโครงการจ้างที่ปรึกษาจึง เป็นทางเลือกที่มีประสิทธิภาพในระยะสั้น หรือในระหว่างที่หน่วยงานพัฒนากำลังคนด้านเทคโนโลยี สารสนเทศของหน่วยงาน ซึ่งต้องใช้ระยะเวลา การฝึกอบรม ตลอดจนการสั่งสมประสบการณ์จากที่ปรึกษา เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเองในอนาคต ทั้งนี้การจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ นวัตกรรมต้องคำนึงถึงหน่วยงานที่ปรึกษาที่มีความเข้าใจในบริบทขององค์การตลาด และมีศักยภาพในการ พัฒนาระบบบริหารจัดการ (Management System) ภายในหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของผลการ ดำเนินงาน และสามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนาตามกลยุทธ์ และ ยุทธศาสตร์ด้านอื่น ๆ ของหน่วยงานต่อไป

5.1.7.2 โครงการที่มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 2: การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัลเพื่อเพิ่ม ศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ

องค์การตลาดดำเนินกิจกรรมตามภารกิจ และการให้บริการประชาชน โดยการสร้างระบบสารสนเทศหรือแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ และดึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนมาใช้แพลตฟอร์มเดียวกัน เพื่อการส่งมอบบริการ โครงการ E-commerce โดยที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการ หรือเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศผ่าน เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมดิจิทัล โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาดใหม่ ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ ถือว่ามีความสำคัญลำดับรองลงมาในกลุ่ม ของ ยุทธศาสตร์ที่ 2 เนื่องจากว่าเป็นโครงการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นของรัฐสู่ประชาชน ซึ่งต้องสอดคล้อง กับข้อกำหนดกฎหมาย ทั้งในมิติของข้อมูลคอมพิวเตอร์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการให้บริการ ข้อมูลประชาชน และโครงการตรวจรับรองมาตรฐานสากล ISO 44001:2017 (Collaborative business relationship management systems - Requirements and framework) เพื่อตรวจสอบว่าองค์กรมีกระบวนการและระบบที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการจัดการความสัมพันธ์ร่วมมือตามมาตรฐาน ISO 44001:2017

5.1.7.3 โครงการที่มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 3: การปรับปรุงเชิงดิจิทัลของงาน บริหารองค์ระบบและโครงสร้างพื้นฐาน

กลุ่มโครงการที่มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 3 ประกอบด้วยโครงการทั้งสิ้น 19 โครงการ ซึ่งเป็นโครงการที่เน้นการพัฒนาที่ไม่จำเพาะกลุ่ม กล่าวคือ เป็นโครงการที่พัฒนาพื้นฐานของการ ปฏิบัติการ และการบริหารจัดการภายในองค์การตลาดในภาพรวม ได้แก่ การยกระดับเทคโนโลยีพื้นฐาน สำนักงาน ระบบเครือข่ายสำนักงาน การพัฒนาทักษะของเจ้าหน้าที่ และความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของ องค์การตลาด การดำเนินโครงการเหล่านี้จะสนับสนุนให้การดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์ที่ 1 และ 2 มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากว่าทรัพยากรที่เกิดจากการพัฒนาตามกลุ่มโครงการในยุทธศาสตร์ที่ 3 เป็น ทรัพยากรที่มีความจำเป็นต่อการสนับสนุนการดำเนินโครงการในกลุ่มยุทธศาสตร์ที่ 1 และ 2 ดังนั้นในระยะ เริ่มต้นองค์การตลาด จึงควรพิจารณาการเริ่มดำเนินโครงการในกลุ่มยุทธศาสตร์ที่ 3 ก่อนและกำหนดให้เป็น การดำเนินโครงการที่มีระยะสั้น (น้อยกว่า 1 ปี) เพื่อเร่งให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างรวดเร็ว

6. การถ่ายทอดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

การถ่ายทอดยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ อยู่บนพื้นฐานของแผนปฏิบัติการดิจิทัล องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย ที่แสดงจุดมุ่งหมายทั้งในระยะยาวและระยะสั้น รวมทั้งการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (strategic objective) เป็นรูปธรรมที่สามารถวัดได้อย่างเป็นวัตถุ และมีตัวชี้วัดที่มีกลยุทธ์ขับเคลื่อนให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยกรอบยุทธศาสตร์ที่ได้มีการกำหนดขึ้นนี้ เป็นแผนระยะ 5 ปี มีการกำหนดค่าเป้าหมายของเป้าประสงค์ในระยะ 5 ปี ซึ่งต้องมีรายละเอียดเป็นรายปีโดยมีรายละเอียดตามตารางถ่ายทอดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (SO)	เป้าประสงค์ (Goal)	กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ (Plan/Project)	ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย				
							ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
ยุทธศาสตร์ที่ 1: นวัตกรรมดิจิทัล เพื่อ พลิกโฉม รูปแบบธุรกิจ โดย ใช้การขับเคลื่อน ด้วยข้อมูล	1. สร้าง นวัตกรรมดิจิทัล เพื่อพลิกโฉม รูปแบบธุรกิจ โดยนำข้อมูลมาใช้ในการขับเคลื่อน และเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจขององค์กรตลาด ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล	ยกระดับการบริหารจัดการ ด้านข้อมูลขององค์กรตลาด เพื่อสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถ ในการทำ ธุรกิจของ องค์กรตลาด ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล	กลยุทธ์ที่ 1.1: กำกับและพัฒนา ธรรมาภิบาล ข้อมูลขององค์กรตลาด (Data Governance) กลยุทธ์ที่ 1.2: สร้างรูปแบบการขับเคลื่อน ธุรกิจ ด้วยข้อมูล (Data Driven Business Approach) กลยุทธ์ที่ 1.3: พัฒนาศูนย์ข้อมูล เพื่อการ บริหาร จัดการห่วงโซ่อุปสงค์ และอุปทาน (Data Platform for Demand and Supply Chain)	1.โครงการจัดทำ/ทบทวน แผนปฏิบัติการดิจิทัล 2.โครงการจัดทำแผน สถาปัตยกรรมองค์กรตลาด (Enterprise Architecture) 3.โครงการจัดทำกรอบการ บริหารการกำกับดูแลข้อมูล	1.ร้อยละความสำเร็จของการ ปฏิบัติการตามแผนปฏิบัติการดิจิทัล	ร้อยละ	80	80	80	80	80
					2.ดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	80	80	80	80	80
					3.ดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	80	80	80	80	80

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (SO)	เป้าประสงค์ (Goal)	กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ (Plan/Project)	ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย				
							ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
ยุทธศาสตร์ที่ 2: การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ	2. พัฒนาแพลตฟอร์มทางธุรกิจ และความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัล เป็นสื่อกลางในการเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจ ขององค์การ ตลาด	สร้างแพลตฟอร์มทางธุรกิจ และความร่วมมือทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมดิจิทัลเป็นสื่อกลาง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจของ องค์การตลาด	กลยุทธ์ที่ 2.1: พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แห่งชาติ (National E-Commerce) กลยุทธ์ที่ 2.2: พัฒนานวัตกรรม เพื่อความ ร่วมมือทางธุรกิจ (Innovation for Business Collaboration)	4.โครงการ E-commerce	4.รายได้โครงการเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า	ร้อยละ	-	10	10	10	10

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (SO)	เป้าประสงค์ (Goal)	กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ (Plan/Project)	ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย				
							ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
ยุทธศาสตร์ที่ 3: การปรับปรุงเชิงดิจิทัล ของงานบริหารองค์และระบบและโครงสร้างพื้นฐาน	3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และบุคลากรด้านดิจิทัลขององค์การตลาดให้สามารถปฏิบัติงานภายใต้ กระแสการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน ภายในสำนักงานขององค์การตลาด	กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาขีดความสามารถการทำงานในยุคดิจิทัล (Working in Digital Era)	5.โครงการกรอบมาตรฐานระบบบริหารจัดการ	5.ดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	-	80	80	80	80
				ระบบบริหารจัดการ	6.มีการอบรมอย่างน้อย	หลักสูตร	1	1	1	1	1
			กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรด้านดิจิทัล (Digital Infrastructure and Literacy)	ความสัมพันธทางธุรกิจแบบร่วมมือ	7.ดำเนินการตามแผน	ร้อยละ	80	80	80	80	80
				6.โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	8.ดำเนินการตามแผน	ร้อยละ	80	80	80	80	80
				7.จัดทำ/ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและดิจิทัล	9.ดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	-	80	80	80	80
				8.โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Risk Management)	10.ทดสอบระบบตามแผน BCP ไม่น้อยกว่า	ครั้ง	1	1	1	1	1
				9.โครงการบริหารจัดการทรัพย์สินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Asset Management)	11.ดำเนินงานตามแผน	ชั่วโมง	24	24	24	24	24
				10.โครงการจัดทำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่อง	12.ความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	80	80	80	80	80
					13.ความพึงพอใจต่อกลุ่มผู้รับบริการ	ร้อยละ	-	-	100	-	-
					14.ดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	-	-	80	80	80
					15.ดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	-	80	80	80	80
					16.ระยะเวลาดำเนินการแล้วเสร็จ	ร้อยละ	-	80	80	80	80
					17.ดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	80	80	80	80	80
					18.ดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	80	80	80	80	80
					19.ระยะเวลาดำเนินการแล้วเสร็จ	ร้อยละ	-	80	80	80	80
					20.ดำเนินงานตามแผน	ร้อยละ	-	80	80	80	80
					21.โครงการจัดหาเทคโนโลยี	ร้อยละ	-	80	80	80	80
					22.โครงการจัดหาเทคโนโลยี	ร้อยละ	-	80	80	80	80
					23.โครงการจัดหาเทคโนโลยี	ร้อยละ	-	80	80	80	80

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (SO)	เป้าประสงค์ (Goal)	กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ (Plan/Project)	ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย				
							ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
				ของระบบสารสนเทศ (BCP,BCM) 11.โครงการจัดทำกรอบการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์การตลาด 12.โครงการกล้องวงจรปิดทดแทนกล้องอายุเกิน 5 ปี 13.โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการโครงการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล(Digital Project Management) 14.โครงการจัดทำคู่มือการจัดการด้านคุณภาพ 15.โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการคอนฟิเกอเรชั่น 16.โครงการการปฏิบัติงานเรื่องกระบวนการบริหารจัดการเหตุการณ์ผิดปกติและปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์การตลาด	20. ความสำเร็จในการดำเนินการตามแผน	ร้อยละ	-	-	100	-	-

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (SO)	เป้าประสงค์ (Goal)	กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ (Plan/Project)	ตัวชี้วัด (Indicators)	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย				
							ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
				17.โครงการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม 18.โครงการจัดทำการบริหารจัดการการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 19.โครงการแพลตฟอร์มกลางข้อมูลกระทรวงมหาดไทย (MOI Single Data Platform) บูรณาการร่วมกับกระทรวงมหาดไทย 20.โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์การตลาด							

องค์การตลาด ปรับเปลี่ยนองค์กรสู่ หน่วยงานภาครัฐยุคใหม่ New Normal



App สำหรับลูกค้าหรือคู่ค้า

E-Commerce
(Co-Partner)

Web Site MO
(TH, EN, CN)

แพลตฟอร์ม Low-code Automation สร้างระบบงานดิจิทัลใน อด.



ระบบวิเคราะห์ข้อมูล
และแสดงผล



- ระบบอีเมล
- ระบบเก็บข้อมูล
- ระบบประชุมออนไลน์ Chat Call
- ระบบอินเทอร์เน็ต อด
- ระบบจัดเก็บเอกสารของแต่ละฝ่ายงาน
- ระบบคลังความรู้ KM



ระบบบริหารจัดการ
ฐานข้อมูลกลาง อด.

บริการ DGA เดิม
ระบบสารบัญ

ERP
HR Payroll

ระบบงานเดิม

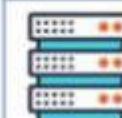


ระบบเครือข่ายภายในองค์กร
และอินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กร



GDCC
Government Data Center and Cloud Service

บริการ
Cloud Services



Server
ในองค์กร

สรุปแผนงาน/โครงการตามแผนการดิจิทัล องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ ประจำปี ๒๕๖๘

ลำดับ	ชื่อโครงการ	Digital Transformation	วงเงินงบประมาณ (บาท)				
			ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
ยุทธศาสตร์เพื่อการสนับสนุนธุรกิจหลัก (Strategy for Core Business Function)							
ยุทธศาสตร์ที่ 1 นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมรูปแบบธุรกิจโดยใช้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (DDD1) (Digital Innovations to Transform Business Models by Data Driven) จำนวน 6 โครงการ							
1	โครงการจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล 1.1 ทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัล 1.2 จัดทำกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance) 1.3 จัดทำชุดข้อมูลเปิดภาครัฐ (Open Data) ขององค์การตลาด 1.4 จัดทำกรอบมาตรฐานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบร่วมมือ(Collaborative Business Relationship Management System) 1.5 ที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล	Process People Technology	5,000,000				
2	โครงการจัดทำ/ทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัล	People		-	-	-	-
3	โครงการตรวจรับรองมาตรฐานสากล ISO/IEC 38505-1:2017 (Information technology — Governance of IT — Governance of data — Part 1: Application of ISO/IEC 38500 to the governance of data)	Process, People, Technology	100,000				
4	โครงการกรอบมาตรฐานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบร่วมมือ	People		-	-	-	-
5	โครงการจัดทำแผนสถาปัตยกรรมองค์การตลาด (Enterprise Architecture)	Technology		-	-	-	-
6	โครงการจัดทำกรอบการบริหารการกำกับดูแลข้อมูล	Process, People, Technology		-	-	-	-
7	โครงการแพลตฟอร์มกลางข้อมูลกระทรวงมหาดไทย (MOI Single Data Platform) บูรณาการร่วมกับกระทรวงมหาดไทย	Process, Technology			-	-	-

ลำดับ	ชื่อโครงการ	Digital Transformation	วงเงินงบประมาณ (บาท)				
			ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเปลี่ยนถ่ายดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางธุรกิจ (DDD2) (Digital Transformation for Business Collaboration and Performance) จำนวน 3 โครงการ							
8	โครงการ E-commerce	Technology		-	-	-	-
9	โครงการพัฒนาเว็บไซต์องค์การตลาดใหม่ให้ได้ตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ	Technology	3,000,000	1,000,000			
10	โครงการตรวจรับรองมาตรฐานสากล ISO 44001:2017 (Collaborative business relationship management systems — Requirements and framework)	Process People	-				
ยุทธศาสตร์เพื่อการสนับสนุนการปฏิบัติงานภายใน (Strategy for Internal Supporting Function)							
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การปรับปรุงเชิงดิจิทัลของงานบริหารองค์กร ระบบ และโครงสร้างพื้นฐาน (Digital Renovation of Organization Management, System and Infrastructure) จำนวน 9 โครงการ							
11	โครงการเข้าใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรองรับ New Normal - ระบบบันทึกเวลาการทำงานผ่านแอปพลิเคชัน - ระบบลาออนไลน์ - ระบบมอบหมายงาน - ระบบติดตามประเมินผล - ระบบบริหารสัญญา - ระบบบริหารความเสี่ยง	Technology Process	240,000 240,000 240,000 240,000 120,000 120,000				
12	โครงการจ้างบริการ ปรับปรุงระบบงานสำนักงานภายใน (Microsoft 365 Hybrid Work)	Technology	500,000				
13	โครงการเข้าใช้บริการ Cloud Service	Technology	500,000	-	-	-	-

ลำดับ	ชื่อโครงการ	Digital Transformation	วงเงินงบประมาณ (บาท)				
			ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
14	โครงการเข้าใช้ระบบเครือข่ายสำนักงานและระบบอินเทอร์เน็ต Firewall, Corporate Internet 50M & backup link	Technology	460,000				
15	โครงการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	People	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
16	โครงการประเมินความเสี่ยงระบบสารสนเทศช่องโหว่และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ขององค์การตลาด	Technology	420,000				
17	โครงการติดตั้งระบบเฝ้าระวังความปลอดภัย CCTV (โครงการกล้องวงจรปิดทดแทนกล้องอายุเกิน 5 ปี พ.ศ. 2568) สำนักงานใหญ่ และสาขา	Technology	200,000	500,000	400,000		
18	จัดทำ/ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและดิจิทัล	Technology		-	-	-	-
19	โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Risk Management)	Technology		-	-	-	-
20	โครงการบริหารจัดการทรัพย์สินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Asset Management)	Technology		-	-	-	-
21	โครงการจัดทำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่องของระบบสารสนเทศ(BCP,BCM)	Process		-	-	-	-
22	โครงการจัดทำกรอบการกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลขององค์การตลาด	Process		-	-	-	-
23	โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการโครงการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล(Digital Project Management)	Process			-	-	-
24	โครงการจัดทำคู่มือการจัดการด้านคุณภาพ	Process			-	-	-
25	โครงการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการคอนฟิเกอเรชัน	Process			-	-	-
26	โครงการการปฏิบัติงานเรื่องกระบวนการบริหารจัดการเหตุการณ์ผิดปกติ และปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์การตลาด	Process			-	-	-
27	โครงการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม	Process			-	-	-
28	โครงการจัดทำการบริหารจัดการการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	Process			-	-	-
29	โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์การตลาด	Technology			2,250,000		

ลำดับ	ชื่อโครงการ	Digital Transformation	วงเงินงบประมาณ (บาท)				
			ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570
รวมทั้งสิ้น 28 โครงการ			12,080,000	1,400,000	3,050,000	400,000	400,000