

รายงานผลการปฏิบัติงานสำคัญของสถาบัน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561

รอบ 6 เดือน (ต.ค. 60 – มี.ค. 61)

1. ด้านการวิเคราะห์ ตรวจสอบ จัดระดับชั้น สร้างมาตรฐาน และรับรองคุณภาพสินค้าอัญมณี เครื่องประดับ และโลหะมีค่า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
- ให้บริการวิเคราะห์ ตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 10,587 ชิ้นงาน และการตรวจสอบโลหะมีค่า จำนวน 4,219 ชิ้นงาน	<u>สร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย</u> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมมีการใช้ใบรับรองในการดำเนินธุรกิจทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ - สถาบันเป็นหน่วยงานกลางที่ได้รับความเชื่อถือด้านการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับจากหน่วยงานภาครัฐหลายแห่ง ได้แก่ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักกษาปณ์ กรมธนารักษ์ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เป็นต้น
- ประชาสัมพันธ์งานบริการ Hallmark โลหะมีค่าผ่านหนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์	<u>สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคผ่านตราสัญลักษณ์ Hallmark</u> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างความเชื่อมั่นมาตรฐาน Hallmark แก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคภายในประเทศ ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกเครื่องประดับมากยิ่งขึ้น
- ความสำเร็จในการธำรงรักษาระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 และ ISO 17025	<u>ธำรงรักษาระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 และ ISO 17025</u> <ul style="list-style-type: none"> - วางแผนการตรวจติดตามคุณภาพภายใน ประจำปี 2561 และเตรียมการยื่นขยายขอบข่ายในเดือน ส.ค.-ก.ย. 2561

2. ด้านการฝึกอบรมและส่งเสริมขีดความสามารถของบุคลากรสู่ภาคอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
1. ให้บริการอบรม จำนวน 7 หลักสูตร มีผู้เข้าอบรมทั้งสิ้น 570 คน 2. ดำเนินการจัดอบรมแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ 2 หลักสูตร ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - หลักสูตรพัฒนาธุรกิจเชิงกลยุทธ์ด้วยแบบจำลอง Learn Canvas & Business Model Canvas - หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 3. จัดงานแถลงข่าววันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ในงาน Bangkok Gems and Jewelry Fair ครั้งที่ 61 ขณะนี้อยู่ระหว่าง PR ยังหน่วยงานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ	สร้างงาน และการสร้างแบรนด์ - ขยายธุรกิจ ผลจากการผลักดันให้ผู้ที่กำลังริเริ่มทำธุรกิจ ผู้ประกอบการรายย่อยถึงรายใหญ่ ลูกจ้างบริษัท อีกทั้งเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งชาวไทยและต่างชาติ ได้รับการอบรมเรียนรู้หลักสูตรต่างๆ ของสถาบัน พบว่ามีผู้สนใจทั่วไปผ่านการอบรมของสถาบัน เริ่มหันมาประกอบวิชาชีพธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น โดยเฉพาะนักออกแบบเครื่องประดับที่สามารถสร้างแบรนด์เป็นของตัวเองได้สำเร็จ อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับในตลาดสากลด้วย ส่วนผู้ที่อยู่ในวงจรธุรกิจอยู่แล้วนั้น สามารถขยายกิจการ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้บริษัท

3. ด้านการบริการข้อมูลทางวิชาการ

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
1) จัดทำบทความวิชาการด้านการตลาดอาเซียน +6 จำนวน 5 เรื่อง เผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - อินโดนีเซีย... อีกหนึ่งฐานการผลิตเครื่องประดับสำคัญของอาเซียน - เข้าใจชาว Gen Y อาเซียน... สื่อสารกลยุทธ์โดนใจ - การผลิตและการค้าอัญมณีเมียนมาหลังสหรัฐฯ ยกเลิก Jade Act 2008 - ศักยภาพการผลิตเครื่องประดับทองของมาเลเซีย - อุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องประดับเกาหลีใต้ 2) การเข้าถึงข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ 119,121 ครั้ง แบ่งเป็น <ul style="list-style-type: none"> - ระบบฐานข้อมูลฯ (infocenter.git.or.th) จำนวน 67,134 ครั้ง - เพชบุรีคูนย์ข้อมูล จำนวน 32,502 ครั้ง 	สร้างองค์ความรู้ติดอาวุธทางปัญญาแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ <ul style="list-style-type: none"> - ฐานข้อมูลด้านการตลาด เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการวางแผนทางธุรกิจภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและมีการแข่งขันสูง รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ได้ใช้ในการวางแผนนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในเวทีการค้าโลก - การเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ ถือเป็นการติดอาวุธทางปัญญาแก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการเผยแพร่ผ่าน Social Media ที่ทำให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลไปได้ในวงกว้างและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น - หน่วยงานต่างๆ นำข้อมูลไปใช้อ้างอิงและ/หรือต่อยอดองค์ความรู้ซึ่งส่งผลดีต่อการพัฒนาและส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม อาทิเช่น สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ธนาคารแห่งประเทศไทย ฝ่าย

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
<p>- เว็บไซต์เครือข่าย จำนวน 19,485 ครั้ง</p> <p>3) การประชาสัมพันธ์/สร้างการรับรู้</p> <ul style="list-style-type: none"> • แนะนำหนังสือใหม่/บทความที่น่าสนใจ จากวารสาร ผ่านโซเชียลมีเดีย 3 ช่องทาง <ul style="list-style-type: none"> - เพชบุ๊คห้องสมุด โพสต์ จำนวน 58 ครั้ง มีการเข้าถึงจำนวน 44,017 ครั้ง - Google+ ห้องสมุด โพสต์จำนวน 19 ครั้ง มีการเข้าถึงจำนวน 6,813 ครั้ง - Line ห้องสมุด โพสต์ จำนวน 8 ครั้ง มีการเข้าถึงจำนวน 780 ครั้ง • เผยแพร่บทความ/งานเขียน/ข่าวสถาบันที่มีการตีพิมพ์ในนิตยสารทั้งในและต่างประเทศผ่านเว็บไซต์อ่านออนไลน์ ระดับสากล ISSUU.COM มีการเข้าถึงจากกลุ่มผู้อ่านทั่วโลก จำนวน 48,240 ครั้ง (https://issuu.com/gemandjewelrylibrary) • สร้างความร่วมมือกับ TCDC โดยเปิดให้สมาชิก TCDC เข้าใช้บริการห้องสมุดสถาบันได้ฟรี ถึง 31 พฤษภาคม 2561 เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดสถาบันให้รู้จักไปในวงกว้างมากยิ่งขึ้น 	<p>วิจัยธนาคารพาณิชย์ต่างๆ กลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น</p>

4. ด้านการวิจัยและพัฒนา

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
<p>1. โครงการวิจัย จำนวน 6 โครงการ ได้แก่ โครงการการเพิ่มการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก / โครงการลักษณะเฉพาะของพลอยสปิเนลแหล่งประเทศพม่าและเวียดนาม / โครงการลักษณะเฉพาะของการ์เน็ตจากอัฟริกา ตะวันออก / โครงการสำรวจและประเมินแหล่งพลอยคอร์ันดัมปัจจุบันในประเทศไทย / โครงการการศึกษาเงื่อนไขของกระบวนการเตรียมพิมพ์บางไททาเนียมออกซีไนไตรด์เพื่อสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ฯ / โครงการการศึกษาสมบัติทางกายภาพและวิเคราะห์สีในโลหะทองคำผสมสีชมพู</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างความเข้มแข็งทางด้านงานวิจัยจากภายในไปสู่ภายนอก ให้เป็นที่ประจักษ์ต่อภาคอุตสาหกรรม ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างแล่อัญมณีทั้งในและต่างประเทศ - ใช้งานวิจัยพัฒนาเสริมสร้างความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กร และสร้างนักวิจัย/นักอัญมณีหน้าใหม่ที่มีคุณภาพ เพื่อสนับสนุนความต้องการด้านแรงงานในอุตสาหกรรม - ผู้ประกอบการไทยสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนากระบวนการผลิต

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
<p>สำหรับผลิตเครื่องประดับ ได้ดำเนินงานตามขั้นตอนการจัดจ้างที่ปรึกษาทำวิจัย ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินงานวิจัย</p> <p>2. จัดประชุมงาน CIBJO Congress 2017 ระหว่างวันที่ 2-7 พฤศจิกายน 2560 ณ โรงแรมแชงกรีลา โดยมีนายกรัฐมนตรียมาเป็นประธานในพิธีเปิดการประชุม มีผู้เข้าร่วมประชุม 272 คน จาก 43 ประเทศ และงาน World Ruby Forum วันที่ 4 พฤศจิกายน 2560 มีผู้เข้าร่วมประชุม 399 คน จาก 42 ประเทศ แบ่งเป็นชาวไทย 209 คน ชาวต่างชาติ 190 คน</p> <p>3. จัดแสดงผลงานต้นแบบเครื่องประดับ “วิจันท์ศน์” จากโครงการวิจัยเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์กับการประยุกต์เพื่อพัฒนาธุรกิจด้านอัญมณีและเครื่องประดับสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกาญจนบุรี ในงาน Bangkok Gem & Jewelry Fair ครั้งที่ 61</p>	

5. ด้านการพัฒนาธุรกิจและความร่วมมือทางธุรกิจขององค์กร

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
<p>1. ดำเนินการตามแผนประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ ประจำปี 2561 ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ ในนิตยสารในประเทศ และนิตยสารในต่างประเทศ หนังสือพิมพ์ รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ต่างๆ</p> <p>2. วันที่ 2 เมษายน 2561 สถาบันได้จัดงานแถลงข่าวโครงการซื้อด้วยความมั่นใจ ณ ห้องบูรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธานในพิธี กิจกรรมในงานมีพิธีลงนามบันทึกความตกลงร่วมกัน 5 หน่วยงาน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรมการท่องเที่ยว กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว และ สวอ. นอกจากนี้ ประธานได้มอบตราสัญลักษณ์ BWC ให้กับผู้ประกอบการที่ร่วมโครงการจำนวน 68 บริษัท</p>	<p>ภาคอุตสาหกรรมเชื่อถือภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์สถาบัน เพื่อให้เกิดการรู้จักยอมรับ เชื่อถือ แก่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย และในต่างประเทศ ในบริการต่างๆ ได้แก่ บริการตรวจวิเคราะห์อัญมณีและเครื่องประดับ บริการตรวจวิเคราะห์และรับรองโลหะมีค่า บริการด้านฝึกอบรม และบริการด้านข้อมูล - สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้รับการตรวจสอบจากสถาบัน เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ <p>สร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างการยอมรับให้แก่สถาบัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบัน

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
<p>3. เข้าร่วมงานนิทรรศการในต่างประเทศ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - งาน Singapore Jewelry & Gem Fair ให้บริการตรวจสอบอัญมณีแบบปากเปล่า และประชาสัมพันธ์งานบริการของสถาบัน - งาน Jewellery Arabia ณ เมืองมานามา ราชอาณาจักรบาห์เรน โดยให้บริการตรวจสอบอัญมณีแบบปากเปล่า และประชาสัมพันธ์งานบริการของสถาบัน - งาน AGTA Tuscon Gem Fair ณ เมืองทูซอน ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยให้บริการตรวจสอบอัญมณีแบบปากเปล่า และประชาสัมพันธ์งานบริการของสถาบัน <p>4. เข้าร่วมงานนิทรรศการในประเทศ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - งานท่องเที่ยวไทย เก้ไกลิ่งชุมชน 2017 ให้บริการตรวจสอบอัญมณีแบบปากเปล่า และจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องประดับดินเผาต้านเกวียน - งานเปิดโลกอัญมณีและของดีเมืองจันทน์ครั้งที่ 14 เพื่อให้บริการตรวจสอบอัญมณี และประชาสัมพันธ์งานบริการของสถาบัน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการได้รับการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ผ่านกิจกรรมต่างๆ ของสถาบัน - ผู้ประกอบการได้รับรู้ถึงความสำคัญของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีต่อเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศไทยในด้านการส่งออกและด้านการจ้างงานที่เป็นกลไกขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างครบวงจร

6. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในส่วนภูมิภาค

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
<p>1. ลงพื้นที่พบผู้ประกอบการและผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อหารือการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาการค้าและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ในจังหวัดต่างๆ ได้แก่ ภูเก็ต น่าน ตาก สุรินทร์ เพชรบุรี และ แพร่</p> <p>2. จัดการอบรมพัฒนาความรู้ด้านการออกแบบและสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ประกอบการและคนรุ่นใหม่ในชุมชนด้านเกวียน นครราชสีมา สุโขทัย และ เชียงใหม่</p> <p>3. ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันลงพื้นที่ติดตามและให้คำปรึกษาในการพัฒนารูปแบบและคุณภาพสินค้าเครื่องประดับ และได้พัฒนาและผลิตสินค้าสำหรับนำมาจำหน่ายและจัดแสดงในงานบางกอกเจมส์ แพร่ ครั้งที่ 61 โดย จัดนิทรรศการ “จาก</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีการรับรองคุณภาพด้านอัญมณีและโลหะมีค่ามากขึ้น ทำให้สินค้าไทยด้านอัญมณีและเครื่องประดับมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล - ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนด้านอัญมณีและเครื่องประดับในภูมิภาค มีขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพและการออกแบบที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล - มีการพัฒนาการออกแบบรวมทั้งการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าในท้องถิ่นมากขึ้น - นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รับรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับด้านอัญมณีและเครื่องประดับไทยมากขึ้น

ผลผลิตเชิงปริมาณ (Output)	ผลลัพธ์ต่ออุตสาหกรรม (Outcome)
<p>ท้องถิ่น สู่มือง เลื่องชื่ออัตลักษณ์” / จัดแสดง สินค้าอัตลักษณ์ท้องถิ่น รวมถึงนำเสนอผลงานและ ความก้าวหน้าของโครงการพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาคของ 4 จังหวัดน่าน ได้แก่ นครราชสีมา เชียงใหม่ สุโขทัย และเพชรบุรี</p>	<p>- ประชากรในท้องถิ่นต่างๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายด้านอัญมณี และเครื่องประดับ มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เป็นการกระจาย รายได้สู่ท้องถิ่นเพื่อทำให้ท้องถิ่นมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น</p>