

ตัวชี้วัดมิติที่ 4 ข้อ 1.6.7

5) การเปิดเผยข้อมูลการปฏิบัติงานตามนโยบายรัฐในเว็บไซต์

รายงานการปฏิบัติงานตามนโยบายพาณิชย์สร้างสรรค์คนไทยเข้มแข็ง กระทรวงพาณิชย์

รอบ 12 เดือน (ตุลาคม 2553 ถึง กันยายน 2554)

หน่วยงาน : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ

ชื่อโครงการ : ส่งเสริมและสนับสนุนโครงการพาณิชย์สร้างสรรค์คนไทยเข้มแข็ง มีโครงการย่อย 4 โครงการ

1. โครงการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับด้วยความมั่นใจ

1. วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและต่างชาติในการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย
2. เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยในเรื่องสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้มาตรฐานเทียบเท่านานาชาติ
3. เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจการค้าอัญมณีและเครื่องประดับอย่างเป็นธรรมต่อลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

2. ระยะเวลาดำเนินการ : 1 ปี (1 ตุลาคม 2553– 30 กันยายน 2554)

3. ผลการดำเนินงาน

* ตั้งแต่เปิดโครงการเมื่อเดือนมกราคม 2553 ดำเนินการประสานการมอบใบรับรองและตราสัญลักษณ์ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 940 ราย โดยแบ่งเป็นสมาชิกประเภทบัตรทอง 835 ราย สมาชิกประเภท บัตรเงิน 35 ราย และสมาชิกประเภท Platinum 70 ราย

* ในปีงบประมาณ 2554 มีผลการดำเนินงานดังนี้

- จัดพิธีมอบมอบสมาชิกประเภทบัตรแพลตินัม (Platinum) เมื่อวันที่ 9 พ.ย.53 จำนวน 70 ราย
- จัดพิธีมอบใบรับรองมาตรฐานร้านค้าและตราสัญลักษณ์จังหวัดชลบุรี 2 ครั้ง เมื่อวันที่ 25 พ.ย. 53 และ 13 ส.ค. 54 รวม 49 ราย จังหวัดเชียงใหม่ 2 ครั้ง เมื่อวันที่ 22 ธ.ค. 53 และ 28 พ.ค. 54 รวม 101 ราย จังหวัดเชียงราย เมื่อวันที่ 21 ม.ค. 54 จำนวน 42 ราย จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อวันที่ 29 มี.ค. 54 จำนวน 34 ราย กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 30 เม.ย. 54 จำนวน 28 ราย จังหวัดภูเก็ต เมื่อวันที่ 18 มิ.ย. 54 จำนวน 19 ราย
- ผู้ประกอบการสมัครเพิ่มเติม 4 ราย จากจังหวัดเชียงใหม่ 1 ราย ชลบุรี 1 ราย และกาญจนบุรี 2 ราย
- สถาบันร่วมกับ คณะกรรมการพัฒนาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย (GCT) จัดงานแถลงข่าว “GCT Gems & Jewelry Road Show พลอยไทยสุดขอดีอัญมณีโลก” ณ โรงแรมโพธิ์ศรีชั้นส์ เมื่อวันที่ 21 เม.ย. 54

- สถาบันร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย (GCT) จัดงานนิทรรศการอัญมณีและเครื่องประดับสัญจร “GCT Gems & Jewelry Road Show” โดยในงานได้มีการออกจำหน่ายสินค้าและจัดแสดงอัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงมีการให้บริการตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับของสถาบันภายในงานโดยเน้นจังหวัดหัวเมืองและเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ดังนี้

- กรุงเทพฯ เป็นแห่งแรก ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน บริเวณ โซน Life Style Hall ชั้น 2 ระหว่างวันที่ 29 เมษายน – 1 พฤษภาคม 2554 มีผู้เข้าร่วมประมาณ 3,100 คน และมีผู้เข้าชมบูธสถาบันโดยเฉลี่ยวันละ 30 คน

- จังหวัดเชียงใหม่ (ระหว่างวันที่ 27-29 พฤษภาคม 2554) มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 3,400 คน และมีผู้เข้าชมบูธสถาบันโดยเฉลี่ยวันละ 120 คน

- จังหวัดภูเก็ต (ระหว่างวันที่ 17-19 มิถุนายน 2554) มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 2,100 คน และมีผู้เข้าชมบูธสถาบันโดยเฉลี่ยวันละ 60 คน

- พัทยา จังหวัดชลบุรี (ระหว่างวันที่ 12 -14 สิงหาคม 2554) มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 3,100 คน และมีผู้เข้าชมบูธสถาบันโดยเฉลี่ยวันละ 80 คน

2. โครงการส่งเสริมเอกลักษณ์พลอยไทย

1. วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างชื่อและแบรนด์พลอยสีของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและเป็น“พลอยสีอันดับหนึ่ง”ในใจของผู้บริโภคทั่วโลก
2. สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคว่า “เมื่อต้องการซื้อพลอยสี ให้นึกถึงพลอยสีจากประเทศไทย”
3. เพื่อกระตุ้นความต้องการพลอยสีของไทยของผู้บริโภคในระดับสากล
4. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของพลอยไทยในสายตานานาชาติว่าเป็นอัญมณีที่มีคุณค่าและควรค่าแก่การมีไว้ครอบครองและทำการค้า
5. ปลูกฝังภาพลักษณ์ที่ดีมีคุณค่าของพลอยไทย และสร้างค่านิยมที่ดีในสายตาของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและนานาชาติ

2. ระยะเวลาดำเนินการ : 1 ปี (1 ตุลาคม 2553– 30 กันยายน 2554)

3. ผลการดำเนินงาน

- งานประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์พลอยไทย ภายใต้โครงการซื้อด้วยความมั่นใจมาตรฐานราคาและเอกลักษณ์พลอยไทย ผ่านทางรายการสารคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

- งานประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์อย่างบูรณาการ 3 โครงการด้วยกัน คือ โครงการซื้อด้วยความมั่นใจ มาตรฐานราคาและเอกลักษณ์พลอยไทย ภายใต้ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ และภายในดีพาร์ทเมนท์สโตร์ และสถานีขนส่ง

- งานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสารคดีเชิงข่าวโทรทัศน์และการสัมภาษณ์ในรายการวิทยุกระจายเสียง
- งานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์

3. โครงการมาตรฐานอัญมณีและดัชนีราคาอ้างอิง

1. วัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดมาตรฐานของทับทิม และแซปไฟร์ ในเรื่องสี ความสะอาด และราคา ให้เป็นหลักเกณฑ์และเอื้ออำนวยให้มีการดำเนินธุรกิจได้ง่ายและมีแบบแผนมากขึ้น
2. สร้างความชัดเจนในเรื่องสีและราคา ของทับทิม และแซปไฟร์ทั้งในแง่วิชาการและสำหรับการค้ามากขึ้น
3. เพื่อเป็นแม่แบบและแนวทางในการดำเนินการกำหนดมาตรฐานสำหรับพลอยตัวอื่นๆในอนาคต

2. ระยะเวลาดำเนินการ : 1 ปี (1 ตุลาคม 2553– 30 กันยายน 2554)

3. ผลการดำเนินงาน

- ได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์พลอยไทย ภายใต้โครงการซื้อด้วยความมั่นใจ มาตรฐานราคา และเอกลักษณ์พลอยไทย ผ่านทางสื่อสารคดีเชิงข่าวโทรทัศน์และการสัมภาษณ์ในรายการวิทยุกระจายเสียง, และสื่อโทรทัศน์

- ได้ทำมาตรฐานอัญมณีและดัชนีราคาอ้างอิงทาง web site : www.gctthailand.com เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมมาตรฐานอัญมณีและดัชนีราคาอ้างอิงอย่างเป็นทางการ

4. โครงการส่งเสริมมาตรฐานอัญมณีและเครื่องประดับไทยสู่เขตการค้าเสรีอาเซียน (ACFTA)

1. วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างมั่นใจสำหรับผู้ประกอบการของจีนในสินค้าพลอยสีและสร้างภาพลักษณ์ของพลอยสีในระดับสินค้าที่มีมูลค่าในตลาดประเทศจีน มาเลเซีย และสิงคโปร์
2. เพื่อสร้างมาตรฐานที่สามารถใช้อ้างอิงเป็นรูปธรรมและมีแนวทางที่เด่นชัดมากขึ้น ซึ่งสามารถดำเนินการได้สำหรับพลอยสีอื่นๆได้ในอนาคต
3. เพื่อเผยแพร่ความรู้ข้อมูลในสินค้าพลอยสีคือ ทับทิมและแซปไฟร์ให้กว้างขวางมากขึ้น สม่่าเสมอและต่อเนื่องในประเทศจีน มาเลเซีย และสิงคโปร์

4. เพื่อเป็นช่องทางการตลาดของพลอยสีในระดับประเทศผ่านสู่การค้าเสรีอาเซียน ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการค้าการส่งออกของประเทศในภาพรวม
5. เพื่อเป็นแม่แบบและแนวทางในการดำเนินการกำหนดมาตรฐานสำหรับพลอยไทยตัวอื่นๆ ในอนาคต

2. ระยะเวลาดำเนินการ : 1 ปี (1 ตุลาคม 2553– 30 กันยายน 2554)

3. ผลการดำเนินงาน

สถาบันมีแผนในการเข้าร่วมงาน Exhibition โดยมีแผนภาพรวมทั้งหมด ดังนี้

1. Malaysia, 25-28 Mar 2011
2. Singapore, 27-31 July 2011
3. Hong Kong, China, 19-25 Sep 2011
4. Beijing, China, 23-27 November 2011
5. Shanghai, China, 2-5 December 2011

3.1 การดำเนินการไปแล้วสำหรับในประเทมาเลเซีย โดยได้เข้าร่วมในงาน Malaysia International Jewelry Show 2011 Spring ที่ Mandarin Oriental Hotel ตามแผนงานช่วงระยะเวลา 25 - 28 มีนาคม 2554 โดยได้มีการจัดสัมมนา 2 ครั้ง คือ

- การจัดสัมมนาในวันที่ 26 มีนาคม 2554 สำหรับผู้ประกอบการชาวมาเลเซียและต่างชาติ ภายใต้หัวข้อ Thailand's Gemstone Market: Choice of Quality

- การจัดสัมมนาในวันที่ 27 มีนาคม 2554 สำหรับผู้ซื้อชาวมาเลเซียและต่างชาติ ภายใต้หัวข้อ How to buy Ruby & Sapphire: Quality Standard and Buying Tips.

3.2 การดำเนินการไปแล้วสำหรับในประเทศสิงคโปร์ โดยได้เข้าร่วมในงาน Singapore Convention Center ตามแผนงานระหว่างวันที่ 27 กรกฎาคม – 31 กรกฎาคม 2554 โดยได้มีการจัดสัมมนา 2 ครั้ง คือ

- การจัดสัมมนาในวันที่ 30 กรกฎาคม 2554 สำหรับผู้ประกอบการชาวสิงคโปร์และชาติต่างๆ ภายใต้หัวข้อ

“Tibetan red andesine: Gemstone from the roof of the world” .

- การจัดสัมมนาในวันที่ 31 กรกฎาคม 2554 สำหรับผู้ซื้อชาวสิงคโปร์และชาติต่างๆ ภายใต้หัวข้อ ***“Getting into the world of colored stones” the outset of successful buying gemstones***” การประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศจีน เพื่อเป็นการส่งเสริมมาตรฐาน สร้างความรู้ความเข้าใจสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับประเภทพลอยสี