

แผนปฏิบัติงานและแผนงบประมาณ ประจำปี 2561

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ปี 2559

มูลค่าส่งออกสินค้ารายการสำคัญ 10 อันดับแรกของไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างปี 2558 และ 2559

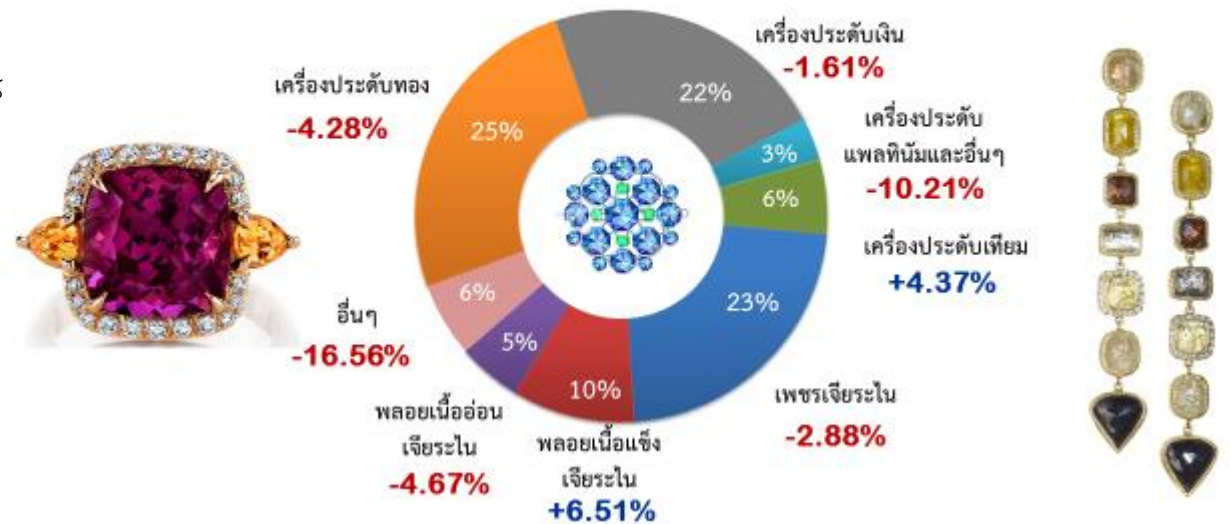


มูลค่าส่งออก (รวมทองคำ) ปี 2559 = 501,083 ล้านบาท

มูลค่าซื้อขายในประเทศ 300,000 – 500,000 ลบ.

สร้างมูลค่า
เศรษฐกิจ/ GDP
= 8-9%

สัดส่วนการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับรายผลิตภัณฑ์/Growth (ไม่รวมทองคำ) ปี 2559

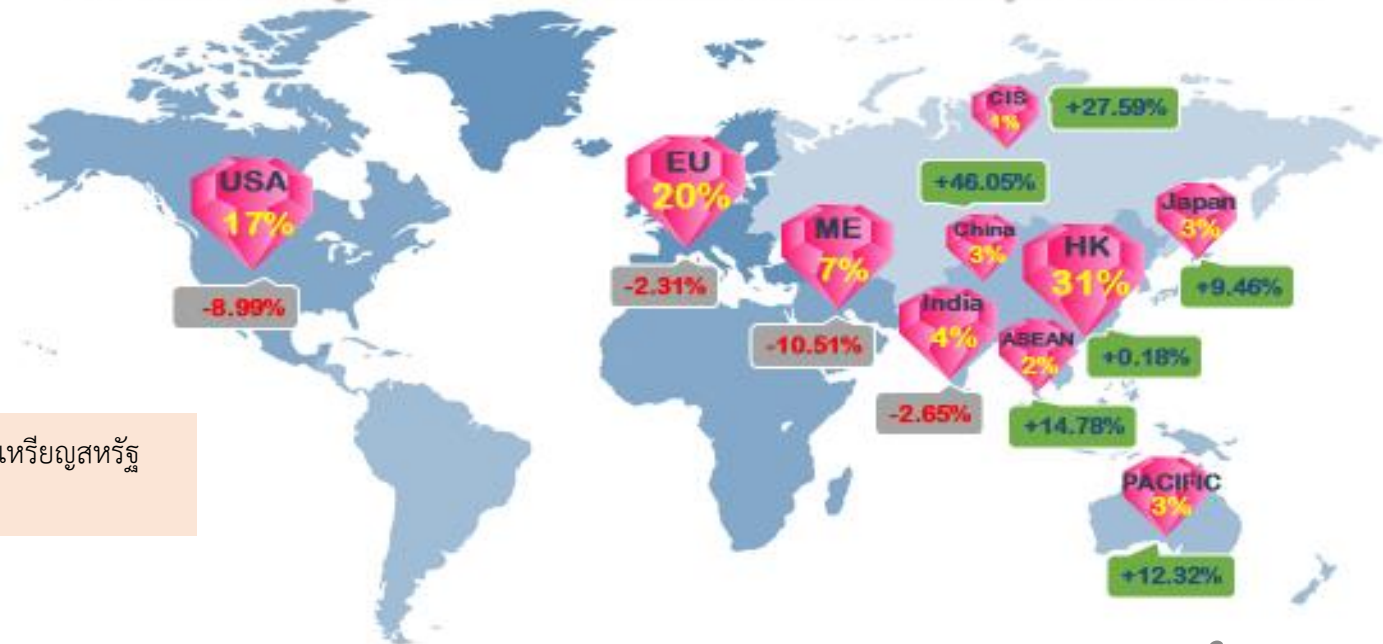


ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ปี 2560

สัดส่วนส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายผลิตภัณฑ์ (ไม่รวมทองคำ)
ในเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2560



การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ)
ไปยังตลาด/ภูมิภาคต่างๆ ในเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2560



มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ในเดือน ม.ค. - ก.ค. (ไม่รวมทองคำ) = 4,049 ล้านบาทสหรัฐ
*(รวมทองคำ = 6,944 ล้านบาทสหรัฐ)

มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 ม.ค. 60



มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Thailand: The World's Jewelry Hub)



มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

- ✓ ยกเว้นอากรขาเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสำเร็จรูป

มาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

- ✓ **มาตรการภาษี :** ผู้ประกอบการสามารถหักรายจ่ายได้ 2 เท่าสำหรับรายจ่ายประเภทเงินเดือนและค่าจ้างของแรงงานที่เป็นช่างเครื่องประดับที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นระยะเวลา 3 รอบระยะเวลาบัญชี

- ✓ **มาตรการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้า :**

- ✓ มาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก
- ✓ ตราสัญลักษณ์รับประกันคุณภาพ
- ✓ จัดประกวดออกแบบ

มอบหมาย

- กระทรวงพาณิชย์ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีฯ)
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

- ✓ **มาตรการยกระดับฝีมือแรงงาน :**

- ✓ องค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต
- ✓ โรงเรียนเฉพาะทางเพื่อส่งเสริมและพัฒนาช่างศิลป์
- ✓ การพัฒนาทายาทช่างฝีมือเพื่ออนุรักษ์

มอบหมาย

- กระทรวงพาณิชย์ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีฯ)
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

- ✓ **มาตรการทางการเงิน :** ขยายระยะเวลาดำเนินการมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ

เพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสำหรับ SMEs

(ยื่นขอสินเชื่อถึง 31 ต.ค. 60 + ธ.ออมสิน เบิกจ่ายภายใน 30 ธ.ค. 60 วงเงินคงเหลือ 17,323 ลบ.)

ให้สินเชื่อโดย

ธ.พ.
+
SFIs
ยกเว้น EXIM

Soft Loan

มาตรการส่งเสริมด้านการตลาด

มอบหมายกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- ✓ ประชาสัมพันธ์แหล่งการท่องเที่ยวในย่านการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญ
- ✓ ประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพให้นักท่องเที่ยวบนสื่อต่าง ๆ
- ✓ ประชาสัมพันธ์การจัดแสดงสินค้าในงาน Thailand Grand Sale



ยุทธศาสตร์ GIT ระยะ 5 ปี (2559-2563)

วิสัยทัศน์
เป็นองค์กรมืออาชีพด้านอัญมณีและ
เครื่องประดับชั้นนำระดับโลก มีมาตรฐาน
และการบริการที่เป็นเลิศ
(A world-class leading professional
organization in gem and jewelry with
excellences in standard and services)



แผนปฏิบัติการ ปี 2561

วิสัยทัศน์ :

เป็นองค์กรมีชื่อเสียงที่ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกในปี 2564
(Thailand: The World's Gems & Jewelry Hub)

1

การเพิ่มศักยภาพและสร้างตลาดให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นสากลและเพิ่มช่องทางการตลาด (3 กลยุทธ์ 6 แผนงาน 21 กิจกรรม)

2

การสร้างภาพลักษณ์ (Country Image) ของประเทศไทยเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลกและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคทั้งเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน (2 กลยุทธ์ 3 แผนงาน 9 กิจกรรม)

3

การพัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์ (Digital Marketing) (1 กลยุทธ์ 1 แผนงาน 4 กิจกรรม)

4

การเพิ่มขีดความสามารถวิจัยและนวัตกรรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร (3 กลยุทธ์ 3 แผนงาน 12 กิจกรรม)

5

การเป็นหน่วยงานกลางอย่างมีชื่อเสียง ในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ (3 กลยุทธ์ 3 แผนงาน 13 กิจกรรม)

แผนผังความเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2560-2579)

1. พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน
 2. ความเป็นธรรมลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
 3. ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้
 4. การเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 5. ความมั่นคง
 6. พัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ
- ยุทธศาสตร์ สภาพัฒนาฯ 12 (2560-2579)
7. โครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์
 8. วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม
 9. การต่างประเทศ ประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาค
 10. พัฒนาภาคเมืองและพื้นที่ทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ 20 ปี (2560-2579)

1. การพัฒนาผู้ประกอบการครบวงจร
2. การพัฒนาระบบการค้าให้มีประสิทธิภาพ
3. การเสริมสร้างบทบาทผู้ประกอบการ
4. การบูรณาการกับระบบการค้าโลก
5. การบริหารจัดการองค์กรเชิงรุกและมีธรรมาภิบาล

ยุทธศาสตร์ GIT (2561)

1. การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและเพิ่มช่องทางการตลาด
2. การสร้างภาพลักษณ์ (Country Image) ของประเทศไทยเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลกและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ประกอบการทั้งเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน
3. พัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์ (Digital Marketing)
4. การเพิ่มขีดความสามารถวิจัยและนวัตกรรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร
5. การสร้างนวัตกรรมองค์กร (GIT 4.0)

แผนงบประมาณ ปี 2561

162.7680 ลบ.



งบประมาณและเงินนอกงบประมาณรวม

=

131.5680 ลบ.



งบประมาณแผ่นดิน

+

31.2000 ลบ.



เงินนอกงบประมาณ

รายการค่าใช้จ่าย	2560 (สัดส่วน)	2561 (สัดส่วน)	เพิ่ม(-ลด)
1. ค่าใช้จ่ายบุคลากร	45.0956 (36%)	46.9358 (35%)*	-0.1228
2. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	70.2770 (56%)	74.4152 (57%)	+6.0682
3. ค่าใช้จ่ายลงทุน	10.1750 (8%)	10.2500 (8%)	+0.0750
รวม	125.5476 (100%)	131.5680 (100%)	+6.0204

* ค่าใช้จ่ายบุคลากร เมื่อนำเป้าหมายรายได้ของปี 2561 (39.0000 ลบ.) มาคำนวณตามมติ ครม. (131.5680 + 39.0000 = 170.5680) สัดส่วนค่าใช้จ่ายบุคลากรจะลดลงเหลือร้อยละ 27.52

1. การเพิ่มศักยภาพและสร้างตลาดให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นสากลและเพิ่มช่องทางการตลาด (3 กลยุทธ์ 6 แผนงาน 21 กิจกรรม)

1.1 เป็นหน่วยงานกลางประสานแก้ปัญหาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

1.1.1 เป็นหน่วยงานกลางประสานแก้ปัญหาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

- ❖ อบรมเฉพาะทางช่างฝีมือ/พนักงาน/ผู้ประกอบการ/ทายาทช่างฝีมือ
- ❖ ประสานงานเพื่อช่วยแก้ไขข้อขัดข้องแก่ภาคอุตสาหกรรม
- ❖ ประสานงานเพื่อช่วยแก้ไขข้อขัดข้องแก่ผู้ประกอบการที่ทำการค้าในตลาดอาเซียน

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนผู้เข้ารับการอบรม
- ความสำเร็จในการจัดทำข้อมูลสนับสนุนการแก้ไขปัญหาให้ภาคอุตสาหกรรม เสนอกระทรวงพาณิชย์
- จำนวนเรื่องที่มีการนำเสนอกระทรวงพาณิชย์ เพื่อแก้ไขข้อขัดข้องของผู้ประกอบการที่ทำการค้าในตลาดอาเซียน

1.2 การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการและแรงงานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

1.2.1 จัดตั้ง Gems & Jewelry Training Institute เพื่อบ่มเพาะบุคลากรด้านอัญมณีเครื่องประดับ

- ❖ ฝึกอบรมครบวงจร
- ❖ ฝึกอบรมระดับภูมิภาค สำหรับ SMEs
- ❖ ฝึกอบรมระดับนานาชาติ Asean+6 Exclusive Program
- ❖ จัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาหลักสูตรและเสริมแนวความคิดการจัดอบรมสัมมนา
- ❖ MOU กับผู้ประกอบการรายใหญ่ ร่วมฝึกช่างฝีมือกับ GIT

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนผู้เข้ารับการอบรม (ในส่วนกลาง/SMEs ในส่วนภูมิภาค/Asean+6)

9.7543 ลบ.

1.2.2 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ (นักออกแบบ/Start-Up) เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

- ❖ ประกวดออกแบบเครื่องประดับมุก
- ❖ ประกวดเจียรระโนพลอย
- ❖ งานพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับสู่ AEC

6.2000 ลบ.

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนแบบวาดเครื่องประดับมุกที่ส่งเข้าร่วมประกวด
- จำนวนพลอยเจียรระโนที่ส่งเข้าร่วมประกวด
- จำนวน นักออกแบบ/Start-Up ที่พัฒนาแบรนด์ของตนเองได้

1. การเพิ่มศักยภาพและสร้างตลาดให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นสากลและเพิ่มช่องทางการตลาด (ต่อ) (3 กลยุทธ์ 6 แผนงาน 20 กิจกรรม)

1.2 การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการและแรงงานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

1.2.3 การพัฒนาผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดย่อมใน 6 ภูมิภาค

- ❖ จัดอบรมผู้ประกอบการ และวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดที่สำคัญใน 6 ภูมิภาค
- ❖ การพัฒนาสินค้า (ใน 6 ภูมิภาค) และนำมาแสดงในงานแสดงสินค้า โดยฝึกอบรมให้ความรู้ พัฒนาการออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และแนะนำช่องทางการตลาดใหม่ๆ
- ❖ ให้บริการตรวจสอบและออกใบรับรองภายในงาน จัดสัมมนาวิชาการ ในจังหวัดที่เป็นแหล่งการค้าอัญมณีและเครื่องประดับบูรณาการร่วมกับกระทรวงพาณิชย์

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- ลงพื้นที่ 6 ภูมิภาคและเห็นการพัฒนาสินค้าไม่ต่ำกว่า 3 ภูมิภาค และมีการนำมาจัดแสดงในงานแสดงสินค้า

5.0000 ลบ.



1.2.4 การจัดทำฐานข้อมูลเชิงลึกตลาดอัญมณีและเครื่องประดับทั้งในประเทศและต่างประเทศแก่ผู้ประกอบการไทย

- ❖ จัดทำดัชนีหรือตัวเลขอ้างอิงสำหรับภาคอุตสาหกรรม
- ❖ งานจัดทำข้อมูลสนับสนุนหน่วยงานในและนอกองค์กรเพื่อก้าวสู่ World Jewelry Hub
- ❖ ศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อหาโอกาสการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดอาเซียน

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนบทความ/ข้อมูลเชิงลึกด้านตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ
- จำนวนการเข้าถึงบทความด้านอัญมณีเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์

3.5000 ลบ.



1.3 การยกระดับมาตรฐานการบริการตรวจสอบอัญมณีและโลหะมีค่าสู่สากล

1.3.1 การยกระดับมาตรฐานการบริการตรวจสอบอัญมณีและโลหะมีค่าสู่สากล

- ❖ การวิเคราะห์ ตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับ
- ❖ การตรวจสอบและรับรองเครื่องประดับและโลหะมีค่าของไทย
- ❖ การจัดทำระบบมาตรฐานสำหรับการให้บริการด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ได้แก่ ISO 17025 และ ISO 001:2015
- ❖ การเผยแพร่และความรู้ความเข้าใจ ตราสัญลักษณ์ Hallmarking และให้บริการประทับตรา Hallmark

15.2950 ลบ.



ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนการตรวจวิเคราะห์อัญมณี/ชิ้นงานวิเคราะห์ร่วมกับแกะสลักโลหะมีค่า
- จำนวนชิ้นงานที่เข้ารับบริการประทับตรา Hallmark
- ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2. การสร้างภาพลักษณ์ (Country Image) ของประเทศไทยเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลกและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคทั้งเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน (2 กลยุทธ์ 3 แผนงาน 9 กิจกรรม)

2.1 การสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าให้กับผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

2.1.1 การสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าให้กับผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

- ❖ บูรณาการร่วมกับ ททท. / สคบ. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นโดยตรงให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว โดย GIT รับรองสินค้า / ททท. รับรองร้านค้า/ สคบ. ตรวจสอบกำกับ
- ❖ ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างเส้นทางอัญมณีเครื่องประดับ (Gems & Jewelry Map) บูรณาการร่วมกับ ททท.
- ❖ ผลักดัน Think Exquisite Jewelry - Think Thailand ร่วมกับ สค.

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการกับสถาบันฯ
- จำนวนกิจกรรมที่บูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ททท./ สค./ สคบ.)



2.2 การสร้างความเชื่อมั่นผ่านตราสัญลักษณ์ GIT

2.2.1 การสร้างการรับรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

- ❖ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ และการยอมรับ GIT ผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อนิตยสาร การจัดงานแถลงข่าวโครงการต่างๆ รวมทั้งการจัดกิจกรรม event และสื่อเว็บไซต์
- ❖ ประชาสัมพันธ์ผ่านการร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มตลาดใหญ่ เช่น สหรัฐอเมริกา ตะวันออกกลาง ฮองกง จีน และญี่ปุ่น ตลาดวัตถุดิบอัญมณี เช่น ศรีลังกา เป็นต้น และงานแสดงสินค้าในประเทศ ได้แก่ Bangkok Gems & Jewelry Fair
- ❖ ให้บริการตรวจสอบและออกใบรับรองภายในงาน จัดสัมมนาวิชาการ ประชาสัมพันธ์งานบริการด้านต่างๆของสถาบัน
- ❖ งานธุรกิจสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอัญมณี/เครื่องประดับไทย

2.2.2 GIT Inspiration Center

- ❖ กิจกรรมโปรโมท Museum + Library ยั่งยืน-นักศึกษา และประชาชนทั่วไปทั้งไทยและต่างประเทศ เช่น Museum Journey / Exhibition /Workshop/ปรับปรุงให้พิพิธภัณฑ์และห้องสมุดเป็นศูนย์การเรียนรู้ของอุตสาหกรรม
- ❖ ยกระดับห้องสมุดสถาบันฯ สู่การเป็นคลังความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศ/อาเซียน ในรูปแบบใหม่ เพื่อดึงดูดให้มีการเข้าถึงห้องสมุดสถาบันฯ มากขึ้น

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนการรับรู้งานบริการสถาบันฯ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ



3. การพัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์ (Digital Marketing)

(1 กลยุทธ์ 1 แผนงาน 4 กิจกรรม)

3.1 การพัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์ (Digital Marketing)

3.1.1 การพัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์ (Digital Marketing)

- ❖ การเพิ่มรูปแบบ/วิธีการชำระเงินผ่าน Application โทรศัพท์มือถือ และเปิดบริการบัตรเครดิตเติมเงินชำระค่าสินค้าและบริการ
- ❖ นำเทคโนโลยีด้านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มาใช้ในการตลาดเพิ่มขึ้น
- ❖ จัดทำฐานข้อมูลในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบการ แยกประเภทแต่ละสินค้า รวบรวมในคลังข้อมูล
- ❖ E-Marketplace : ประสานงานกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สค.) และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (พค.) โดยจัดกลุ่มผู้ประกอบการและพัฒนาต่อยอดกับ ThaiCommerceStore.com (พค.) และ thaitrade.com (สค.)

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนผู้ใช้บริการที่มีการชำระเงินผ่าน Application โทรศัพท์มือถือ
- จำนวนผู้ใช้บริการบัตรเครดิตเติมเงินชำระค่าสินค้าและบริการ
- จำนวนการรับรู้งานบริการสถาบันฯ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- สถาบันฯ มีฐานข้อมูลในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับครบถ้วน
- รายชื่อผู้ประกอบการที่เผยแพร่ผ่านระบบ E-Marketplace



4. การเพิ่มขีดความสามารถวิจัยและนวัตกรรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร

(3 กลยุทธ์ 3 แผนงาน 12 กิจกรรม)

4.1 การเพิ่มงานวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ

4.1.1 การเพิ่มงานวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ

- ❖ การเพิ่มการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (การผลักดันวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่ Value Chain)
- ❖ จัดทำฐานข้อมูลงานวิจัย แยกเป็นด้านการผลิตการตลาดตามกลุ่มประเภทอัญมณีเครื่องประดับ
- ❖ ลักษณะเฉพาะของพลอยสปิเนลแหล่งประเทศเมียนมาร์ และเวียตนาม เพื่อศึกษาภาพในการบ่งชี้แหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์
- ❖ ลักษณะเฉพาะของโกเมนจากอัฟริกาตะวันออก
- ❖ การสำรวจและประเมินแหล่งพลอยคอร์ันดัมปัจจุบันในประเทศไทย
- ❖ งานเพิ่มขีดความสามารถวิจัยและพัฒนาด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร (บริหารงานวิจัย)

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- ร้อยละความสำเร็จของงานวิจัยฯ

6.2302 ลบ.



4.2 การพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

4.2.1 การพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้สินค้าด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

- ❖ การศึกษาเงื่อนไขของกระบวนการเตรียมฟิล์มบางไททาเนียมออกไซด์ในไตรด์เพื่อสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ของการควบคุมเฉดสีและประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ
- ❖ การศึกษาสมบัติทางกายภาพและวิเคราะห์สีในโลหะทองคำผสมชมพูสำหรับผลิตเครื่องประดับ

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- ร้อยละความสำเร็จของงานวิจัยฯ

1.6852 ลบ.



4.3 การส่งเสริมงานวิจัยในเวทีระดับนานาชาติ

4.3.1 การส่งเสริมงานวิจัยในเวทีระดับนานาชาติ

- ❖ World Jewellery Confederation CIBJO Congress 2017
- ❖ งานประชุมนานาชาติด้านอัญมณีทับทิม (World Ruby Forum)
- ❖ งานประชุมวิชาการนานาชาติด้านอัญมณีและเครื่องประดับ (GIT Conference)
- ❖ จัดทำหนังสือและเอกสารทางวิชาการด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

13.4675 ลบ.



ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนผู้เข้าร่วมงานประชุมวิชาการนานาชาติที่สถาบันฯ จัดขึ้น
- จำนวนการเข้าถึงบทความวิชาการด้านอัญมณีศาสตร์ของสถาบันฯ

5. การสร้างนวัตกรรมองค์กร (GIT 4.0)

(3 กลยุทธ์ 3 แผนงาน 11 กิจกรรม)

5.1 การพัฒนาศักยภาพและบริหารจัดการบุคลากรขององค์กรให้สอดคล้องกับ Thailand 4.0

5.1.1 การพัฒนาศักยภาพและบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลขององค์กรให้สอดคล้องกับ Thailand 4.0

- ❖ การสร้างค่านิยมองค์กร (Core Value)
- ❖ การพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เข้าสู่ยุค HR 4.0



6.5000 ลบ.

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- ระดับความสำเร็จของการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (IDP) และแผนอบรมประจำปี (มุ่งตอบยุทธศาสตร์ชาติ Thailand 4.0)
- ร้อยละความสำเร็จการดำเนินกิจกรรมสร้างความผูกพันต่อองค์กร/วัฒนธรรมองค์กร 3)
- ร้อยละความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ต่อการใช้งานระบบ HRIS

5.2 การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของสถาบันฯ ให้เข้มแข็งโดยการนำนวัตกรรมมาใช้

5.2.1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

- ❖ การพัฒนาเครือข่ายเชื่อมโยงองค์ความรู้และบริหารจัดการองค์ความรู้ในองค์กรสู่การเป็น Learning Organization
- ❖ การบริหารยุทธศาสตร์และติดตาม/ประเมินผลงานสถาบันฯ
- ❖ การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ปี 2561-2565
- ❖ การประเมินผลการดำเนินงานของสถาบันฯ ระยะ 3 ปี (2558-2560)
- ❖ ประเมินมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและประเมินความคุ้มค่าของการจัดตั้งองค์การมหาชน ปี 2561-2565
- ❖ ปรับปรุงแก้ไขระเบียบสถาบันฯ

5.2.2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

- ❖ พัฒนาระบบอุปกรณ์ป้องกันเครือข่าย (Firewall) และปรับปรุงระบบ Wifi เพื่อรองรับบริการลูกค้า
- ❖ การพัฒนาสารสนเทศในองค์กร



9.8500 ลบ.

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- สถาบันฯ มีแผนยุทธศาสตร์องค์กร ระยะ 5 ปี (2561-2565) เพื่อขับเคลื่อนสู่ Thailand: The World's Gems & Jewelry Hub
- จำนวนกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง

5.3 การพัฒนาให้เป็นองค์กรที่มีคุณธรรมความโปร่งใส

5.3.1 การพัฒนาให้เป็นองค์กรที่มีคุณธรรมความโปร่งใส

- ❖ การสร้างมาตรฐานบริหารความเสี่ยง
- ❖ การประเมินคุณธรรมความโปร่งใสขององค์กร
- ❖ งานตรวจสอบภายในและจัดทำแผนการป้องกันและปราบปรามการทุจริตประจำปี



0.2500 ลบ.

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- คะแนนการประเมินคุณธรรมความโปร่งใสขององค์กร (ITA) สูงกว่า 80%

ค่าใช้จ่ายประจำปี/พื้นฐาน 72.1858 ลบ.

- ❖ ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและสวัสดิการ
- ❖ ค่าใช้จ่ายในการบริหารองค์กรส่วนกลาง

แผนปฏิบัติงาน ปี 2561

Agenda Based

9 กลยุทธ์ 13 แผนงาน 43 กิจกรรม

- ❖ เป็นหน่วยงานกลางประสานแก้ปัญหาในอุตสาหกรรม 1 แผนงาน 3 กิจกรรม
- ❖ การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการและแรงงานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ 3 แผนงาน 11 กิจกรรม
- ❖ การยกระดับมาตรฐานการบริการตรวจสอบอัญมณีและโลหะมีค่าสู่สากล 1 แผนงาน 4 กิจกรรม
- ❖ การสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าให้กับผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว 1 แผนงาน 3 กิจกรรม
- ❖ การสร้างความเชื่อมั่นผ่านตราสัญลักษณ์ GIT 2 แผนงาน 6 กิจกรรม
- ❖ การพัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์ (Digital Marketing) 1 แผนงาน 4 กิจกรรม
- ❖ การเพิ่มงานวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ 1 แผนงาน 6 กิจกรรม
- ❖ การพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 1 แผนงาน 2 กิจกรรม
- ❖ การส่งเสริมงานวิจัยในเวทีระดับนานาชาติ 1 แผนงาน 4 กิจกรรม

68.7322

ลป.



Function Based

3 กลยุทธ์ 4 แผนงาน 13 กิจกรรม

- ❖ การพัฒนาศักยภาพและบริหารจัดการบุคลากรขององค์กรให้สอดคล้องกับ Thailand 4.0 1 แผนงาน 2 กิจกรรม
- ❖ การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของสถาบันฯให้เข้มแข็งโดยการนำนวัตกรรมมาใช้ 2 แผนงาน 8 กิจกรรม
- ❖ การพัฒนาให้เป็นองค์กรที่มีคุณธรรมความโปร่งใส 1 แผนงาน 3 กิจกรรม
- ❖ ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและสวัสดิการ
- ❖ ค่าใช้จ่ายในการบริหารองค์กรส่วนกลาง

89.0358 ลป.



Area Based

1 กลยุทธ์ 1 แผนงาน 3 กิจกรรม

- ❖ การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการและแรงงานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ 1 แผนงาน 3 กิจกรรม

5.0000 ลป.



15

แผนงบประมาณ ปี 2561

ยุทธศาสตร์	งบประมาณ (ล้านบาท)	
	งปม.	เงินนอก
รวมงบประมาณทั้งสถาบันฯ	162.7680	
	131.5680	31.2000
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับและเพิ่มช่องทางการตลาด	39.7493	
	34.7493	5.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์ (Country Image) เพื่อรองรับการ เป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลก	10.1000	
	10.1000	0.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์ (Digital Marketing)	2.5000	
	2.5000	0.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเพิ่มขีดความสามารถวิจัยและนวัตกรรมด้านอัญมณี และเครื่องประดับอย่างครบวงจร	21.3829	
	21.3829	0.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างนวัตกรรมองค์กร (GIT 4.0)	16.8500	
	3.1000	13.7500
ค่าใช้จ่ายประจำ/พื้นฐาน	72.1858	
	59.7358	12.4500

ภารกิจ	เงินงบประมาณ		เงินนอกงบประมาณ	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
ภารกิจสำคัญเร่งด่วน/ยุทธศาสตร์ (Agenda based)	63.7322	48%	5.0000	16%
ภารกิจระดับพื้นที่ (Area based)	5.0000	4%	0.0000	0%
ภารกิจพื้นฐาน (Function based)	62.8358	48%	26.2000	84%
- ค่าใช้จ่ายยุทธศาสตร์ด้านการ พัฒนาองค์กร	3.1000		13.7500	
- ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	46.9358		7.0200	
- ค่าใช้จ่ายบริหารส่วนกลาง	12.8000		5.4300	
รวม	131.5680	100%	31.2000	100%

แผนงานที่สำคัญ ปี 2561 (Flagship)

- ❖ การพัฒนาผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดย่อมใน 6 ภูมิภาค
- ❖ การให้บริการ Hallmark สำหรับโลหะมีค่า
- ❖ Gems and Jewelry Training Institute
- ❖ Big Data
- ❖ E-Marketplace for Gems & Jewelry
- ❖ World Jewellery Confederation (CIBJO) Congress 2017
- ❖ World Ruby Forum 2017

