

แผนปฏิบัติงานและแผนงบประมาณ ประจำปี 2561

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ปี 2559

มูลค่าส่งออกสินค้ารายการสำคัญ 10 อันดับแรกของไทย
(ไม่รวมทองคำ) ระหว่างปี 2558 และ 2559

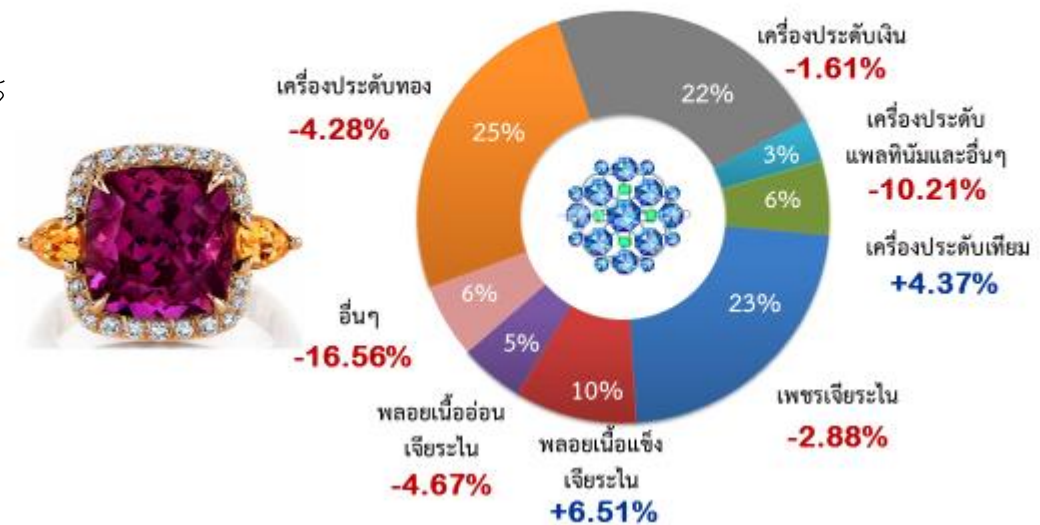


มูลค่าส่งออก (รวมทองคำ) ปี 2559 = 501,083 ล้านบาท

มูลค่าซื้อขายในประเทศ 300,000 – 500,000 ลบ.

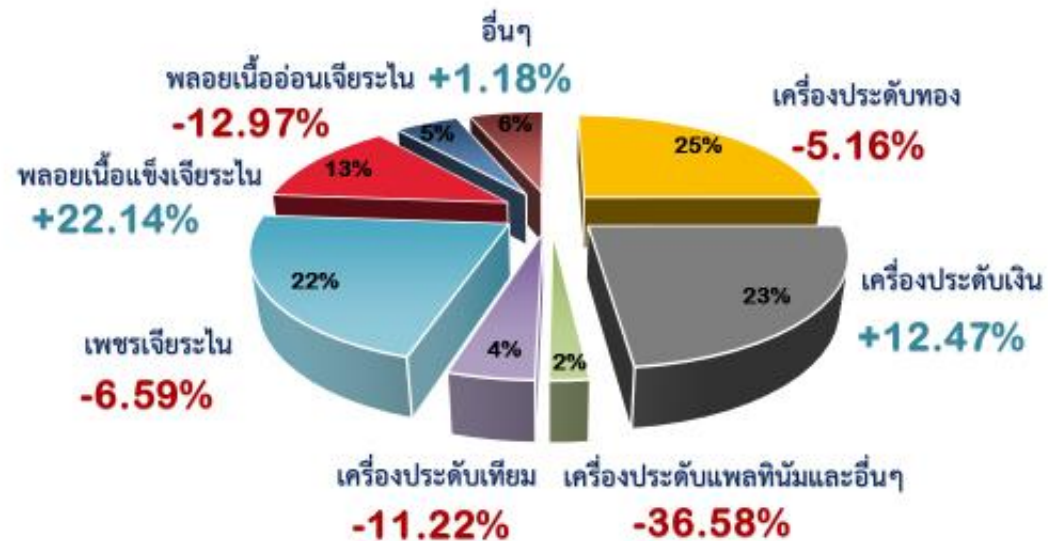
สร้างมูลค่า
เศรษฐกิจ/ GDP
= 8-9%

สัดส่วนการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับรายผลิตภัณฑ์/Growth
(ไม่รวมทองคำ) ปี 2559

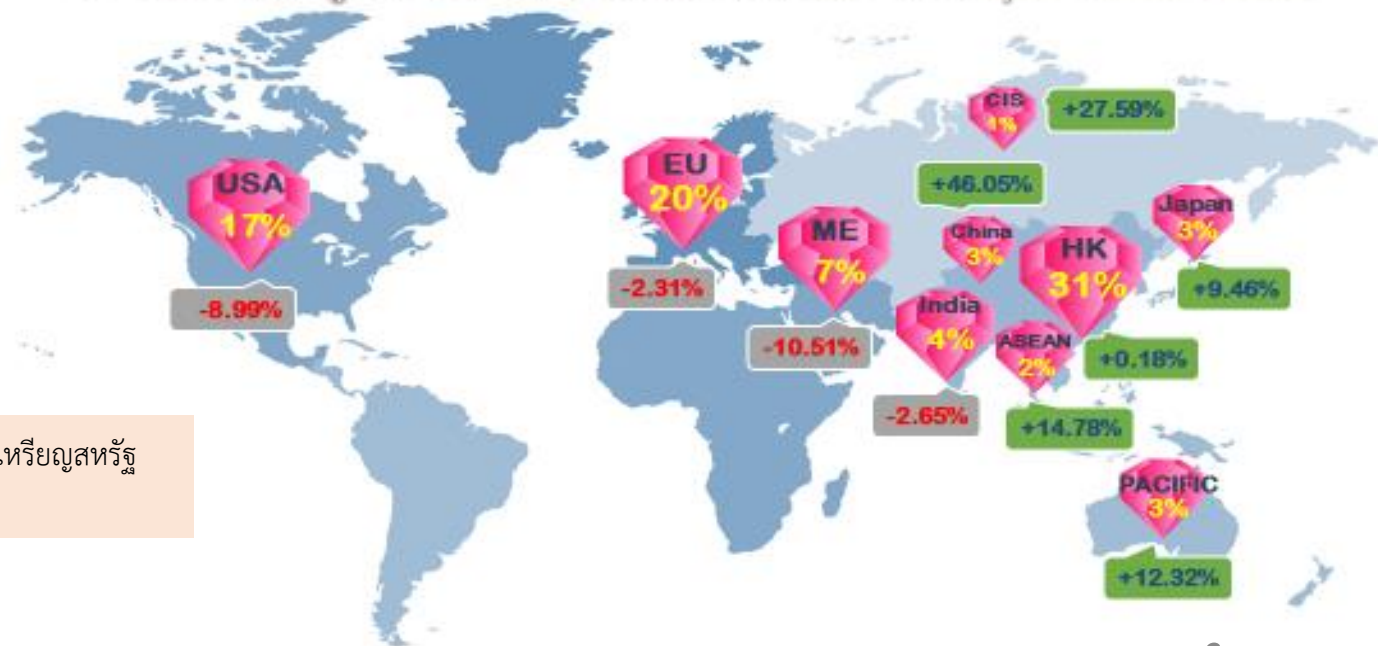


ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ปี 2560

สัดส่วนส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายผลิตภัณฑ์ (ไม่รวมทองคำ)
ในเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2560



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



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

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 :** ขยายระยะเวลาดำเนินมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสำหรับ 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

เป็นองค์กรมืออาชีพด้านอัญมณีและเครื่องประดับชั้นนำระดับโลก มีมาตรฐานและการบริการที่เป็นเลิศ

(A world-class leading professional organization in gem and jewelry with excellences in standard and services)



ยุทธศาสตร์ใหม่ ปี 2561

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มศักยภาพและสร้างตลาดให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นสากลและเพิ่มช่องทางการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์ (Country Image) ของประเทศไทยเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลกและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคทั้งเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์ (Digital Marketing)

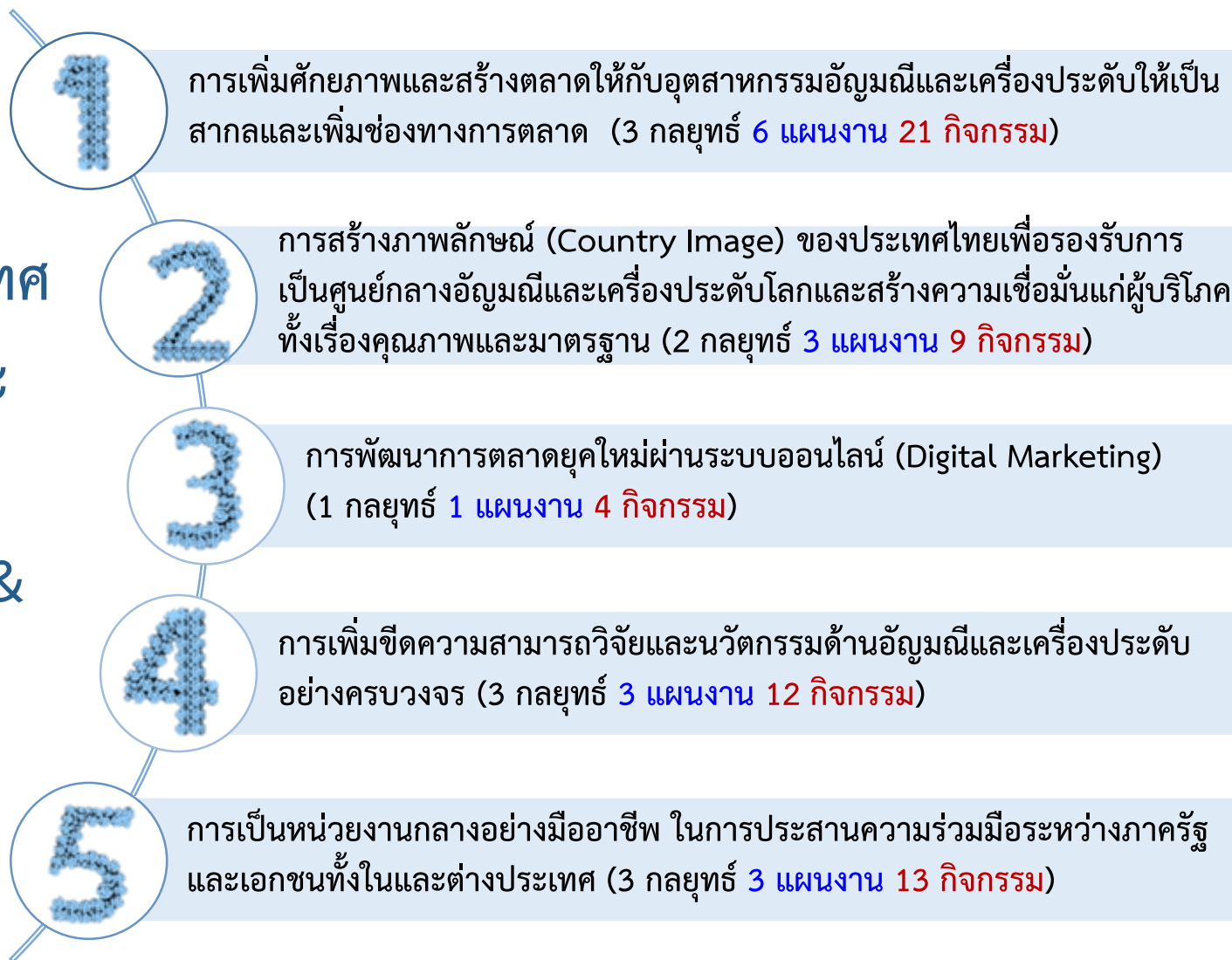
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเพิ่มขีดความสามารถวิจัยและนวัตกรรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเป็นหน่วยงานกลางอย่างมืออาชีพในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ

แผนปฏิบัติงาน ปี 2561

วิสัยทัศน์ :

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



แผนผังความเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2560-2579)

1. พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน

2. ความเป็นธรรมลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

3. ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้

4. การเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5. ความมั่นคง

6. พัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ สภาพัฒนา จ.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. การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับ
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและเพิ่ม
ช่องทางการตลาด

2. การสร้างภาพลักษณ์ (Country Image) ของ
ประเทศไทยเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางอัญมณี
และเครื่องประดับโลกและสร้างความเชื่อมั่นแก่
ผู้บริโภคทั้งเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน

3. พัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์
(Digital Marketing)

4. การเพิ่มขีดความสามารถวิจัยและนวัตกรรม
ด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร

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 เป็นหน่วยงานกลางประสานแก้ปัญหา ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

1.1.1 เป็นหน่วยงานกลางประสานแก้ปัญหาใน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

- ❖ อบรมเฉพาะทางช่างฝีมือ/พนักงาน/
ผู้ประกอบการ/ทายาทช่างฝีมือ
- ❖ ประสานงานเพื่อช่วยแก้ไขข้อขัดข้องแก่
ภาคอุตสาหกรรม
- ❖ ประสานงานเพื่อช่วยแก้ไขข้อขัดข้องแก่
ผู้ประกอบการที่ทำการค้าในตลาดอาเซียน

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนผู้เข้ารับการอบรม
- ความสำเร็จในการจัดทำข้อมูลสนับสนุนการแก้ไขปัญหา
ให้ภาคอุตสาหกรรม เสนอกระทรวงพาณิชย์
- จำนวนเรื่องที่มีการนำเสนอกระทรวงพาณิชย์ เพื่อแก้ไข
ข้อขัดข้องของผู้ประกอบการที่ทำการค้าในตลาดอาเซียน

1.2 การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการและแรงงานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

1.2.1 จัดตั้ง Gems & Jewelry Training Institute เพื่อบ่มเพาะบุคลากรด้านอัญมณีเครื่องประดับ

- ❖ ฝึกอบรมครบวงจร
- ❖ ฝึกอบรมระดับภูมิภาค สำหรับ SMEs
- ❖ ฝึกอบรมระดับนานาชาติ Asean+6 Exclusive
Program
- ❖ จัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาหลักสูตรและเสริม
แนวความคิดการจัดอบรมสัมมนา
- ❖ MOU กับผู้ประกอบการรายใหญ่ ร่วมฝึกช่างฝีมือ
กับ GIT

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

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

9.7543 ลบ.

1.2.2 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ (นัก ออกแบบ/Start-Up) เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับ

- ❖ ประกวดออกแบบเครื่องประดับมุก
- ❖ ประกวดเจียระไนพลอย
- ❖ งานพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับสู่
AEC

6.2000 ลบ.

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- จำนวนแบบวาดเครื่องประดับมุกที่ส่งเข้าร่วมประกวด
- จำนวนพลอยเจียระไนที่ส่งเข้าร่วมประกวด
- 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 โดยเจาะกลุ่มตลาดใหญ่ เช่น สหรัฐอเมริกา ตะวันออกกลาง ฮองกง จีน และญี่ปุ่น ตลาดวัตถุดิบอัญมณี เช่น ศรีลังกา เป็นต้น และงานแสดงสินค้าในประเทศ ได้แก่ Bangkok Gems & Jewelry Fair
- ❖ ให้บริการตรวจสอบและออกใบรับรองภายในงาน จัดสัมมนาวิชาการ ประชาสัมพันธ์งานบริการด้านต่างๆ ของสถาบัน
- ❖ งานธุรกิจสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอัญมณี/เครื่องประดับไทย

2.2.2 GIT Inspiration Center

- ❖ กิจกรรมโปรโมท Museum + Library ยังนิสิต-นักศึกษา และประชาชนทั่วไปทั้งไทยและต่างประเทศ เช่น Museum Journey / Exhibition / Workshop/ปรับปรุงให้พิพิธภัณฑ์และห้องสมุดเป็นศูนย์การเรียนรู้ของอุตสาหกรรม
- ❖ ยกกระดับห้องสมุดสถาบันฯ 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 กลุ่ม 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

- ❖ การศึกษาเงื่อนไขของกระบวนการเตรียมฟิล์มบางไททาเนียมออกไซด์ในไตรดเพื่อสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ของการควบคุมเฉดสีและประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ
- ❖ การศึกษาสมบัติทางกายภาพและวิเคราะห์สีในโลหะทองคำผสมชมพูสำหรับผลิตเครื่องประดับ

ตัวชี้วัดเป้าหมาย

- ร้อยละความสำเร็จของงานวิจัยฯ

1.6852 ลบ.



4.3 การส่งเสริมงานวิจัยในเวทีระดับนานาชาติ

4.3.1 การส่งเสริมงานวิจัยในเวทีระดับนานาชาติ

- ❖ World Jewellery Confederation CIBJO Congress 2017
- ❖ งานประชุมนานาชาติด้านอัญมณีทัพบิม (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

ลบ.



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 ลบ.



Area Based

1 กลยุทธ์ 1 แผนงาน 3 กิจกรรม

- ❖ การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการและแรงงานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ 1 แผนงาน 3 กิจกรรม

5.0000 ลบ.



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

