

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(2)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(11)
บทที่	
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	2
1.2 วัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการ	3
1.3 ขอบเขตของโครงการงานวิจัย.....	3
1.4 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.6 กลุ่มตัวอย่าง.....	6
1.7 การเก็บข้อมูล	7
1.8 ข้อตกลงเบื้องต้น.....	8
1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะ	8
1.10สรุปที่มาของการจัดทำโครงการ	8
2. ทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	10
2.2 องค์ประกอบของทัศนคติ	11
2.3 แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดในอนาคต	13
2.3.1 แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค	13

2.3.2	กลยุทธ์การตลาดในอนาคต.....	25
2.3.3	แนวโน้มสินค้าเครื่องประดับ.....	30
2.4	แนวคิดที่เกี่ยวกับการจัดการตลาดแบบผสมผสาน.....	32
2.5	แบบจำลองพลังห้าอย่าง (The Five Forces Model)	33
2.5.1	คู่แข่งชั้นรายใหม่	37
2.5.2	อำนาจการต่อรองของผู้ส่งมอบ.....	37
2.5.3	อำนาจการต่อรองของลูกค้า	37
2.5.4	การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทน	37
2.5.5	การแข่งขันระหว่างบริษัทที่มีอยู่	38
2.6	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์	38
2.7	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39
2.8	ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3.	ระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
3.1	การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	44
3.2	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	45
3.3	การสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย	48
3.3.1	โครงสร้างแบบสอบถาม.....	49
3.3.2	ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)	49
3.3.3	ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	51
3.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
3.4.1	การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	53
3.4.2	การจัดกระทำกับข้อมูล	53
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล	54
3.6	ระยะเวลาในการทำวิจัย	56
4.	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย.....	57
4.1	การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ..	58
4.2	การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับของท่าน.....	60

4.3	การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ.....	65
4.4	การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อการจัดตั้ง เข้าเลทการขาย เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี และเครื่องประดับเงิน.....	83
4.5	การนำข้อมูลผู้บริโภคเป้าหมาย มาจัดทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เฉพาะกลุ่ม (Focus Group).....	86
4.6	ผลการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นศูนย์แฟชั่นอัญมณีในกลุ่มผู้ประกอบการ..	88
5.	การวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อการจัดตั้งโครงการ.....	92
5.1	การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจ (Five Forces Model)	92
5.2	การวิเคราะห์ 5Cs (5Cs Model).....	97
5.3	การวิเคราะห์พื้นที่เพื่อการจัดตั้งโครงการ.....	108
6.	รูปแบบธุรกิจ การจัดตั้งโครงการและการดำเนินงาน.....	119
6.1	ชื่อบริษัท	119
6.2	วิสัยทัศน์.....	120
6.3	พันธกิจ.....	120
6.4	เป้าหมาย.....	122
6.5	แผนกลยุทธ์.....	123
6.6	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค	130
6.7	Competency ของ โครงการ	132
6.8	แผนการตลาด (4 Ps).....	133
6.9	โครงสร้างองค์กร.....	146
6.10	การวัดผลโครงการ.....	151
6.11	โครงสร้างการสร้างแบรนด์ พราว เข้าเลท เซ็นเตอร์.....	152
6.12	สรุปผลโครงการ.....	153
7.	แผนการเงิน	155
7.1	สมมติฐานในการจัดทำแผนการเงิน	155
7.2	การประมาณการรายได้.....	156

7.3 การประเมินการลงทุน.....	157
7.4 การประมาณการณ้ค่าใช้จ่ายโครงการ.....	158
7.5 ลูกหนี้การค้า.....	161
7.6 สรุปผลงบการเงินของโครงการ.....	162
7.7 ความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	163
7.8 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ.....	163
7.9 ผลตอบแทนต่อปี	163
7.10 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	164
7.11 อัตราผลตอบแทนการดำเนินงานกิจการ	164
ภาคผนวก	
ก. กรณีศึกษา.....	169
ข. เส้นทางเดินรถไฟฟ้าใต้ดิน.....	174
ค. เส้นทางเดินรถไฟฟ้า (MRT)	175
ง.. งบการเงิน.....	176
จ. ลักษณะทั่วไปของภาคอุตสาหกรรมอัญมณี.....	182
ฉ. แนวโน้มการตลาดอัญมณีปี 51-52	188
ช. ตัวอย่างงานโฆษณา.....	192
บรรณานุกรม	193
ประวัติการศึกษา.....	195