

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(9)
สารบัญภาพประกอบ.....	(10)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการ	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	2
1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น.....	3
1.5 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	3
1.6 วิธีการดำเนินการศึกษา	4
1.7 การเก็บข้อมูล	5
1.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	5
1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 ความหมาย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 ความหมายและแหล่งกำเนิดอัญมณีศาสตร์.....	7
2.1.2 ความหมายของเครื่องประดับ.....	11

2.1.3	แนวคิดทฤษฎีการบริหารจัดการ.....	12
2.1.4	ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)	13
2.1.5	แนวคิด ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา	21
2.1.6	ความหมายและทฤษฎีการสื่อสาร	22
2.1.7	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
2.2	สภาพอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	29
2.2.1	ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	29
2.2.2	ประเภทของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	30
2.3	โครงสร้างปัจจัยการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	33
2.4	การประเมินคุณภาพเพชรและพลอยจะพิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ประการ โดยพิจารณาเป็นเกณฑ์มาตรฐาน ซึ่งเรียกว่า 4 C.....	41
2.5	การวิเคราะห์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (SWOT Analysis)	49
2.6	ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ.....	51
2.7	สถิติมูลค่าการนำเข้าและการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	52
2.8	บทสรุปภาพการนำเข้า-ส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปี 2549	56
2.9	โอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย	63
2.10	การตลาดอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย.....	64
3.	ระเบียบและวิธีวิจัย.....	69
3.1	การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.....	69
3.2	การออกแบบในการสุ่มตัวอย่าง	70
3.3	การเก็บรวบรวมข้อมูล	71
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	71
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล	72
3.6	ระยะเวลาในการทำวิจัย.....	73
4.	ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ผล	73

4.1	สรุปผลการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	73
4.2	สรุปผลการสัมภาษณ์ (Depth Interview)	81
5.	รูปแบบการดำเนินการ	82
5.1	คำนิยาม.....	82
5.2	กลยุทธ์ (Strategy)	84
5.3	การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจ (5-Forces Model) ประเภท Training Center ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	87
5.4	การวิเคราะห์ 5 C (5 'C Model).....	90
5.5	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของสถาบันจรัสอัญมณีศาสตร์ (SWOT Analysis).....	96
6.	แผนการดำเนินการของสถาบันจรัสอัญมณีศาสตร์.....	100
6.1	เกี่ยวกับสถาบันจรัสอัญมณีศาสตร์.....	100
6.1.1	ที่มาเกี่ยวกับโครงการจรัส 1 (JARAD Project 1)	100
6.1.2	วัตถุประสงค์ของโครงการจรัส 1	101
6.2	สถาบันจรัสอัญมณีศาสตร์.....	102
6.2.1	องค์กรของสถาบันจรัสอัญมณีศาสตร์	102
6.3	โครงสร้างขององค์กร	103
6.4	รูปแบบการจัดตกแต่งภายในสถาบันจรัสอัญมณีศาสตร์	104
7.	แผนการตลาด.....	110
7.1	วัตถุประสงค์ทางการตลาดของสถาบันฯ.....	110
7.2	กลุ่มเป้าหมาย.....	111
7.3	กลยุทธ์ทางการตลาด 4P Implementation Plan.....	111
7.4	การวัดผล (Evaluation)	114

7.5 Alternative Strategies and Objectives	114
7.6 โครงสร้างการสร้างแบรนด์จรัสอณูมณีศาสตร์	115
7.7 การบริหารความเสี่ยง Risk Management	118
8. แผนการเงิน	120
8.1 แหล่งที่มาของเงินลงทุน	120
8.2 ค่าใช้จ่ายในการบริหารสถาบันฯ	120
8.3 ความเป็นไปได้ทางการเงิน	122
8.3.1 ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period)	122
8.3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	122
8.3.3 อัตราผลตอบแทนการดำเนินงานกิจการ (Internal Rate Return หรือ IRR)	123
8.4 บทสรุปทางการเงิน.....	126
9. สรุปและเสนอแนะ	127
9.1 สรุป	127
9.2 ผลตอบแทนทางด้านสังคม.....	128
ภาคผนวก	
ก. ตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติอณูมณี.....	131
โครงสร้างอุตสาหกรรมอณูมณีและเครื่องประดับไทย.....	132
ข. สรุปผลวิจัย	133
ค. กรณีศึกษา Case Study	151
ง. งบการเงิน.....	170
จ. แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์.....	181
บรรณานุกรม	193

