

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	ภาพประกอบ รายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix)...	18
2.2	การเปลี่ยนแปลง	21
2.3	การสื่อสารที่ผู้สื่อสารและผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมกันต่างกัน	22
2.4	การสื่อสารที่ผู้สื่อสารและผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมกันอยู่บ้าง	23
2.5	การสื่อสารและผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมกันอย่างสมบูรณ์	23
2.6	แผนภาพแสดงขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับแท้.....	32
2.7	ราคาทองคำเฉลี่ยในรอบ 5 ปี	40
2.8	ลักษณะต่างๆ ของเพชร	44
2.9	รูปแบบของการเจียระไนเพชรและพลอยในแบบต่างๆ ระดับสากล	45
2.10	มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปี 2543 - 2549	57
2.11	ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปี 2549	60
2.12	ส่วนแบ่งทางการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดโลก ปี 2548 ...	60
2.13	แหล่งนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับ ปี 2549.....	63
2.14	ประเภทธุรกิจของผู้เข้าร่วมงาน	65
2.15	สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่คาดว่าจะได้รับความนิยมสูงในอนาคต.....	66
2.16	ตลาดส่งออกที่สำคัญในอนาคตของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย.	66
2.17	อุปสรรคสำคัญต่อการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย.....	67
2.18	การจัดทำเว็บไซต์เพื่อใช้ในกิจการบริษัท	68
2.19	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำกิจกรรม E-Commerce	68
5.1	การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (5-Forces Model) ของ ธุรกิจประเภท Training Center อัญมณีและเครื่องประดับ.....	89
6.1	แสดงองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรของสถาบันจรัสอัญมณีศาสตร์	102
6.2	แผนผังองค์กรของสถาบันจรัสอัญมณีศาสตร์.....	103
6.3	แสดงทางเข้าและบรรยากาศภายในสถาบันฯ.....	104
6.4	แสดงลักษณะการตกแต่งและบรรยากาศภายในสถาบันจรัสฯ.....	104
6.5	แสดงบรรยากาศการฝึกอบรมภาคทฤษฎี.....	109

6.6	แสดงบรรยายภาศการฝึกอบรมภาคปฏิบัติ.....	109
7.1	โลโก้สถาบันจรัลธัญมณีศาสตร์	115
7.2	โครงสร้างการสร้างแบรนด์ของสถาบันจรัลฯ.....	117

