สารบัญ

บทที่		หน้า
1	**บทนำ**.....	1
	สถานการณ์ปัจจุบันที่เป็นปัญหาและโอกาส.....	1
	วิวัฒนาการและรูปแบบร้านกาแฟสดในประเทศไทย.....	2
	ความจำเป็นที่จะต้องมีการวางยุทธศาสตร์.....	4
	ความสำคัญของการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์.....	5
	ความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์	8
	ผลที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการวางยุทธศาสตร์.....	8
	ขอบเขตของยุทธศาสตร์.....	9
2	**บทวิเคราะห์สถานการณ์**.....	10
	สภาพแวดล้อมของปรากฏการณ์ (C-PEST Analysis).....	10
	การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งโอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis).....	25
	เป้าหมายรวมของยุทธศาสตร์.....	26
	วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์.....	28
	การคาดการณ์สถานการณ์ (Assumptions).....	28
	วัตถุประสงค์ระดับองค์กร.....	29
	วัตถุประสงค์ระดับธุรกิจ.....	29
3	**ยุทธศาสตร์**.....	30
	กลุ่มเป้าหมาย.....	30
	ส่วนผสมในการวางยุทธศาสตร์.....	30
	ขั้นตอนและกระบวนการในการวางยุทธศาสตร์.....	39
	เหตุผลของการวางยุทธศาสตร์.....	42

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	**โครงการต่าง ๆตามแนวทางของยุทธศาสตร์**.....	44
	ด้านผลิตภัณฑ์.....	44
	ด้านราคา.....	54
	ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย.....	55
	ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย.....	58
	ด้านการประชาสัมพันธ์.....	59
	ด้านการบริหารจัดการร้าน.....	61
	ด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการ.....	62
	ด้านการตกแต่งภายในและภายนอก.....	63
	ด้านการมีส่วนร่วม.....	65
	Action Plan.....	66
5	**การประเมินผล**.....	68
	ความคาดหวัง.....	68
	ประเมินผล.....	68
	ข้อเสนอแนะ.....	70
บรรณานุกรม.....		72
ภาคผนวก.....		75
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....		80

สารบัญตาราง

ตาราง **หน้า**

1 แสดงตารางแข่งขันในตลาดร้านกาแฟสด……..…..... 10

2 แสดงแผนการดำเนินงาน..... 66

สารบัญภาพ

ภาพ **หน้า**

1 เครื่องชงกาแฟแบบหยดน้ำร้อนผ่านกาแฟบด..... 21
2 เครื่องชงกาแฟแบบเพอร์โคเลเตอร์..... 22
3 เครื่องชงกาแฟแบบเอสเพรสโซ..... 23
4 เครื่องชงกาแฟแบบเฟรนช์เพรส..... 23
5 ถ้วยกาแฟพลาสติกพร้อมฝา ขนาด 22 ออนซ์..... 31
6 ถ้วยกาแฟพลาสติกพร้อมฝา ขนาด 16 ออนซ์..... 32
7 ถ้วยกาแฟเซรามิค..... 32
8 ร้านกาแฟบลูเมาท์เทนคอฟฟี่..... 35
9 ตราสินค้าของบลูเมาท์เทนคอฟฟี่..... 44
10 เมนูเครื่องดื่มของแฟรนไชส์กาแฟสดบลูเมาท์เทนคอฟฟี่..... 53