



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านกาแฟแก้วคของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟแก้วค

ส่วนที่ 3 การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟแก้วค

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน และ / หรือ เติมคำตอบในช่องว่าง

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. สถานภาพ

() 1. โสด

() 2. สมรส

() 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

3. อายุ

() 1. 15 - 24 ปี

() 4. 45 - 54 ปี

() 2. 25 - 34 ปี

() 5. 55 - 64 ปี

() 3. 35 - 44 ปี

4. การศึกษา

() 1. มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า

() 4. ปริญญาตรี

() 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า

() 5. ปริญญาโท

() 3. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า

() 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5.

อาชีพ

- () 1. นักเรียน / นักศึกษา () 4. เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว
 () 2. พนักงานบริษัท () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
 () 3. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

6.

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5. 20,001 - 25,000 บาท
 () 2. 5,001 - 10,000 บาท () 6. 25,001 - 30,000 บาท
 () 3. 10,001 - 15,000 บาท () 7. 30,001 - 35,000 บาท
 () 4. 15,001 - 20,000 บาท () 8. มากกว่า 35,000 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน และ / หรือเติมคำลงในช่องว่าง

7. ท่านใช้บริการร้านกาแฟบ่อยแค่ไหน
- () 1. น้อยกว่า 1 ครั้ง / สัปดาห์ () 4. มากกว่า 4 ครั้ง / สัปดาห์
 () 2. 1 - 2 ครั้ง / สัปดาห์ () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
 () 3. 3 - 4 ครั้ง / สัปดาห์
8. ท่านมีค่าใช้จ่ายที่ร้านกาแฟต่อครั้งประมาณเท่าใด
- () 1. 1 - 50 บาท () 3. 101 - 200 บาท
 () 2. 51 - 100 บาท () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
9. ท่านไปร้านกาแฟเพื่อกิจกรรมใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ดื่มกาแฟ () 4. เจรจาทูรกีจ
 () 2. นัดพบเพื่อน () 5. พักผ่อนหย่อนใจ
 () 3. รอทำธุระอื่น () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
10. ร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ท่านชอบไปใช้บริการมากที่สุดคือร้านใด
- () 1. ร้านสตาร์บัคส์ () 6. ร้านกาแฟวารี
 () 2. ร้านแบล็กแคนยอน () 7. ร้านกาแฟมองเพิร์ล
 () 3. ร้านกาแฟฟี่เวิร์ล () 8. ร้านกาแฟฟี่เค้ก
 () 4. ร้านไนน์ตี้ไฟร์คอฟฟี่ () 9. ร้านกาแฟฟี่มานี
 () 5. ร้านบอนกาแฟ () 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
11. เพราะเหตุใดท่านจึงชอบไปใช้บริการร้านกาแฟในข้อ 10 มากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ราคาดี () 6. บริการดี
 () 2. มีรายการเครื่องดื่มหลากหลาย () 7. มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย
 () 3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ () 8. เสริมสร้างภาพลักษณ์ให้ตนเอง
 () 4. ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก () 9. เป็นแหล่งนัดพบเพื่อน และคนที่ต้องการพบ
 () 5. บรรยากาศดี () 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3 การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟแก้วด

ข้าพเจ้า กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน และ/หรือเติมค่าลงในช่องว่าง

2. ท่านเคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟ จากสื่อต่าง ๆ ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

กิจกรรมการสื่อสารการตลาด	ความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสาร				
	มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์	3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	ไม่เคย ได้รับ
1. การโฆษณา (Advertising)					
ทางนิตยสาร วารสาร					
ทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น					
ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ					
ใบแทรกในนิตยสารเช่า					
ทางสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
2. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)					
คูปองส่วนลด					
บัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก					
ของแถม ของที่ระลึกต่าง ๆ					
การสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล					
อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
3. การสื่อสาร ณ จุดซื้อ (Point of Purchase Communications)					
ป้ายต่าง ๆ บริเวณหน้าร้าน					
ป้ายต่าง ๆ ภายในร้าน					
แผ่นพับ โบรชัวร์					
บรรจุภัณฑ์					
กระดาษรองแก้ว					
อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
4. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)					
การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม					
การจัดนิทรรศการ					
บทความในหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร					
ทาง Website					

กิจกรรมการสื่อสารการตลาด	ความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสาร				
	มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์	3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	ไม่เคย ได้รับ
ก. การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)					
การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย					
การแต่งกายของพนักงานขาย					
ข. การสนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketing)					
สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ					
เช่น เป็นสปอนเซอร์การจัดทำสมุด กิจกรรมนักศึกษา					
ค. กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing)					
การออกร้านในงานแสดงสินค้า					
การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เทศกาลต่าง ๆ					
ง. กิจกรรมอื่น ๆ					
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ (Word of Mouth)					
อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

3. ท่านคิดว่าสื่อต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟอย่างไร

กิจกรรมการสื่อสารการตลาด	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ก. การโฆษณา (Advertising)					
ทางนิตยสาร วารสาร					
ทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น					
ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ					
ใบแทรกในนิตยสารเช่า					
ทางสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
ข. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)					
คูปองส่วนลด					
บัตรส่วนลดสำหรับสมาชิก					
ของแถม ของที่ระลึกต่าง ๆ					
การสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล					
อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

กิจกรรมการสื่อสารการตลาด	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. การสื่อสาร ณ จุดซื้อ (Point of Purchase Communications)					
ป้ายต่าง ๆ บริเวณหน้าร้าน					
ป้ายต่าง ๆ ภายในร้าน					
แผ่นพับ โบรชัวร์					
บรรจุภัณฑ์					
กระดาษรองแก้ว					
อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
5. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)					
การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม					
การจัดนิทรรศการ					
บทความในหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร					
ทาง Website					
6. การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)					
การให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย					
การแต่งกายของพนักงานขาย					
8. การสนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketing)					
สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ					
เช่น เป็นสปอนเซอร์การจัดทำสมุด กิจกรรมนักศึกษา					
7. กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing)					
การออกร้านในงานแสดงสินค้า					
การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เทศกาลต่าง ๆ					
3. การสื่อสารการตลาดโดยตรง (Direct Marketing Communications)					
ทางจดหมายโดยตรง (Direct mail)					
ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e - mail)					
9. กิจกรรมอื่น ๆ					
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ (Word of Mouth)					
อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

4. ท่านต้องการทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟหรือไม่

() ใช่ ตอบข้อ 14.1

() ไม่ใช่ ข้ามไปตอบข้อ 14.2

14.1 ท่านต้องการทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

วัตถุประสงค์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เพื่อให้มีความรู้เหมือนคนอื่น					
เพื่อความทันสมัย					
เพื่อใช้ในการสนทนาและอ้างอิง					
เพื่อทราบข้อมูลที่สนใจโดยเฉพาะ					
เพื่อผ่อนคลายอารมณ์					
เพื่อไม่ต้องปฏิบัติหรือหลีกเลี่ยงภารกิจที่กระทำอยู่					
เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ					

เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ (โปรดระบุ)

.....

14.2 เหตุผลใดที่ทำให้ท่านไม่ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารจากกิจกรรมการสื่อสารการตลาดของร้านกาแฟ

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ไม่มีความสนใจ

() ข่าวสารไม่ชัดเจน เข้าใจยาก จากสื่อ

() ความไม่น่าสนใจของสื่อที่ใช้ จากสื่อ

() ความไม่ทั่วถึงครอบคลุมของสื่อที่ใช้ จากสื่อ

() การนำเสนอในเวลาที่ไม่เหมาะสม จากสื่อ

() การนำเสนอบ่อยเกินไป จากสื่อ

() ปัญหาและข้อเสนอนั้นอื่น ๆ (โปรดระบุ).....

.....

.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อมูลร้านกาแฟคั่วบดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสำรวจโดยผู้ศึกษา ณ วันที่ 1 เมษายน 2547 พบว่า ร้านกาแฟคั่วบดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีการดำเนินงานใน 3 ลักษณะคือ ร้านกาแฟที่เป็นของคนท้องถิ่น ร้านกาแฟที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ และร้านกาแฟที่เป็นแฟรนไชส์ของคนไทย ซึ่งแต่ละประเภทมีดังนี้

1. ร้านกาแฟที่เป็นของคนในท้องถิ่น จำนวน 19 ร้าน

ชื่อร้าน	จำนวนสาขา	สถานที่ตั้ง
ร้านกาแฟวาวี	3	ถนนนิมมานเหมินท์/ หน้าสุริวงศ์บุคเซ็นเตอร์ / ศูนย์นานาชาติ (IC)
ร้านพีชออฟเค้ก	1	ถนนห้วยแก้ว
ร้านคาเฟ่มองเพิร์ล	2	ถนนห้วยแก้ว / ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า
ร้านชา	1	ถนนห้วยแก้ว
ร้านคอกลิ่นา	2	ถนนเจริญประเทศ / ตลาดคำเที่ยง
ร้านริเวอร์นาร์ค คอฟฟี่	1	ถนนช้างม้อย
ร้านบ้านชา	1	ถนนคันคลองชลประทาน
ร้านทอม ทอม คอฟฟี่	1	ถนนฟ้าฮ่าม
ร้านบราวน์บีน	1	ถนนเจริญราษฎร์
ร้านแฮปปี้ฮัท	1	ถนนนิมมานเหมินท์
ร้านคอฟฟี่มาเนีย	2	ถนนศรีคอนไชย / ถนนเจริญราษฎร์
ร้านอีส	1	ถนนสามล้าน
ร้านกาแฟล้านนา	1	ถนนห้วยแก้ว
ร้านเทศดี	1	ถนนบำรุงบุรี
ร้านเซ็นโทรคอฟฟี่	1	ริมปิงซูเปอร์สโตร์ ถนนโชตนา
ร้านครัวเมล็ดกาแฟ	1	ถนนคันคลองชลประทาน
ร้านอินสไปร์	1	ถนนมถีนพรัตน์
ร้านคอยช้างคอฟฟี่เฮาส์	1	ถนนเจริญราษฎร์
ร้านลีลาวดีคอฟฟี่แกลอรี	1	ถนนมหิดล

2. ร้านกาแฟแฟรนไชส์จากต่างประเทศ จำนวน 3 ร้าน

ชื่อร้าน	จำนวนสาขา	สถานที่ตั้ง
ร้านสตาร์บัคส์	2	หน้าโรงแรมสุริวงค์ ถนนช้างคลาน / ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า
ร้านบอนกาแฟ	1	ถนนช้างคลาน
ร้านคอฟฟี่เวิร์ล	3	ณ วันที่ 27 สิงหาคม 2547 หยุดดำเนินการ ทั้ง 3 สาขา

3. ร้านกาแฟแฟรนไชส์ของคนไทย จำนวน 4 ร้าน

ชื่อร้าน	จำนวนสาขา	สถานที่ตั้ง
ร้านแบล็คแคนยอน	6	ห้างสรรพสินค้ากาดสวนแก้ว / ห้างสรรพสินค้า แอร์พอร์ต พลาซ่า / เทสโก้โลตัส ซุปเปอร์สโตร์ สาขาลาดคำเที่ยง / คาร์ฟูร์ ซุปเปอร์สโตร์ / สนามบินเชียงใหม่ (3 สาขาย่อย) / ถนนช้างคลาน (ช้างคลานไนท์บาซาร์)
ร้านไนน์ตีโฟร์คอฟฟี่	1	ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า
ร้านดุงเวียงคอฟฟี่	1	ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า
ร้านดีโอไร	2	ลานหน้าห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลกาดสวนแก้ว / ในปั๊มน้ำมันคิ๊วเอท ถนนสุเทพ



แบล็คแคนยอน

แบล็คแคนยอน | กาแฟ!! | สานา | เมนู | บริษัท | English

Black Canyon Food and Coffee Legend



กาแฟดีมีที่ใดถึงไหนถิ่นเดียว
กาแฟ อารมณ์ "แบล็คแคนยอน"

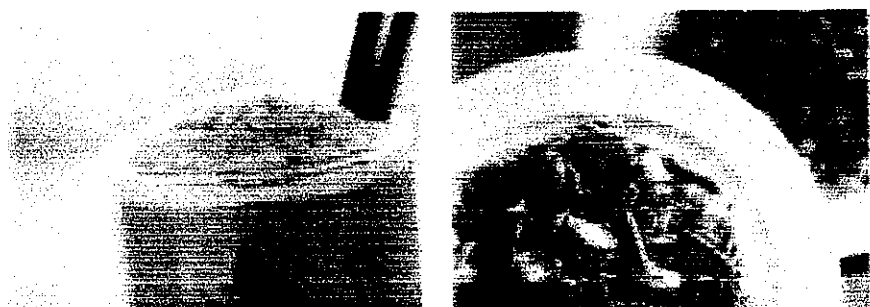
A world of coffee in a single restaurant... Visit Austria for a sip of Viennese. Wake up in Italy with the pleasant taste of Cappuccino. Sample the unique flavor of Mexico, or enjoy the aroma of a coffee from the heart of Africa — Kenya. From Asia, try the exotic

new Arabica Viengping from Thailand, or you can even sample the "mother of all coffees" : Java. If a cold drink is more to your taste, try our own sweet and refreshing special Iced Black Canyon.

Our coffees are complemented by a complete food menu combining the best of East and West — grilled steaks to Thai-style fried rice. All served in the relaxed country atmosphere of the old West. The perfect place for a light pick-me-up in the morning, mid-day snacks or evening meals. A relaxing environment for a rendezvous at any time of day, where friends and business associates can have a quiet chat over a cup of coffee.

On Today's Menu:

A random selection from our food and coffee menus.



Member:



Specialty Coffee Association of America

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Our Branches

Enjoy Black Canyon Coffee All Around Asia

You can now enjoy Black Canyon Coffee and our innovative Thai Fusion outside of Thailand. When travelling around Southeast Asia, visit our branches in these countries:



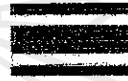
Indonesia




Malaysia



Singapore



Thailand

Click on the  icon next to a branch name to see more photos of that branch.

Additional
Information:

About the Posters

Find out about
Franchising.

Search our site:



Home

Coffee!

Branches

Menu

News

Company

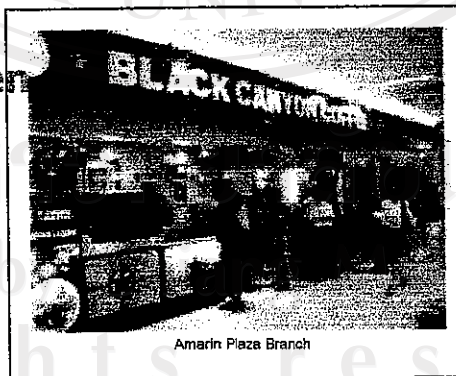
ไทย



Partial list of Black Canyon Outlets in Bangkok

Central Department Stores:

Lad Prao,
Ram Indra,
Bangna, Pin
Klao, Rama
III, Silom
Complex,
Rama II



Amarin Plaza Branch

The Mall: Ngam Wong Wan (two branches), Bang Khae, Bangkok (two branches), Tha Pra

Robinson: Bangrak, Sukhumvit

Carrefour: Ratchadapisek, On Nuch,
Samrong, Ram Indra

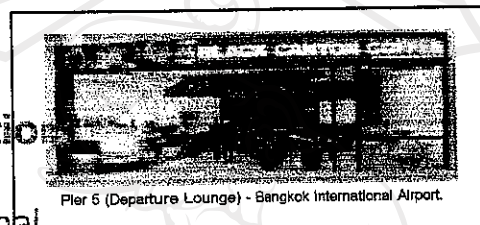
Big C: Bangna, Lad Prao (old Imperial
World), Rajadamri Road, Saphan Kwai

Jusco: Sukhumvit 71, Wang Hin,
Ratanathibet, Ratchadapisek

Major Cineplex: Ratchayothin,
Rangsit, World Trade Center, Chaeng
Wattana, Pinklao, Sukhumvit

SF Cinema: Mahboonkrong, The Mall
Bangkapi, The Mall Ngam Wong Wan

**Don
Muang
Internatio
Airport:**
International



Terminal Departure Hall (three
branches), International Departure
Lounge Pier 5, Domestic Departure
Lounge

Tesco Lotus Superstores:
Prachacheun, Bangna-Trad

Index Living Malls: Bangna,
Paholyothin

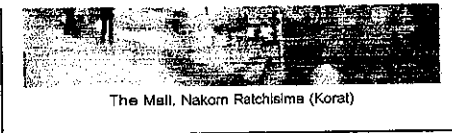
Central World Plaza (World Trade
Centre, two branches), Siam Center,
Mahboonkrong (two branches), Siam
Square, Amarin Plaza, Future Park
Rangsit

Centre One, Silom Complex, Queen
Sirikit National Convention Center, The
Old Siam Plaza, Wanglung Pier (Sirirat),
ABAC Mall (Bang Na Campus)

Fashion
Island,
Seacon



Nakorn Ratchisima (Korat):
The Mall



Nong Khai: Big Jieng Center

In the North:

Chiang Mai: Huay Kaew Road, Kad Suan Kaew (2 Branches), Airport Plaza, Tesco Lotus Kumtieng, Carrefour, Chiang Mai Airport (3 Branches), Chang Klan Road (Night Bazaar area)

Chiang Rai: Shell Station - Mae Kajan, Big C Supercenter, Chiang Rai Airport

Lampang: Seri Center

Phitsunalok: Top Land Shopping Complex, Big C

In the South:

Samui:
Chaweng

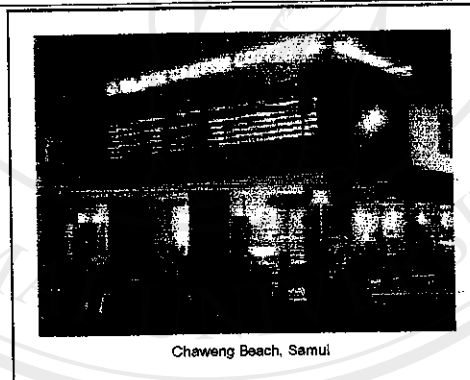


Surat Thani:

Tesco Lotus,
CP City Center

Phuket: Phuket Coliseum Theater, Tesco Lotus

Hat Yai: Tesco Lotus



International Locations



ความอร่อยที่เราให้คุณด้วยใจ

เริ่มที่การปลูกกาแฟ

เราเลือกกาแฟอาราบิก้าที่ปลูกบนพื้นที่สูงของภาคเหนือไทย เพราะทุกเมล็ดกาแฟของเราจะใช้เวลาเริ่มต้นของดอกกาแฟงอกผลสุกเป็นเมล็ดชอร์มิ่ง 10 เดือนขึ้นไป จึงทำให้สารที่สะสมในเมล็ดกาแฟของเรามีคุณภาพที่ได้มาตรฐานในการผลิตของกาแฟลาว

กาแฟดีด้วยระบบมาตรฐาน GMP

เราคัดกาแฟดีด้วยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ คัดเมล็ดกาแฟที่ดีที่สุดก่อนการคั่ว เพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟลาวี่ คุณภาพดีเยี่ยม รสชาติเข้มข้น และคงคุณค่าโภชนาการไว้ให้สอดคล้องกับสุขภาพดีของคุณ

ชงกาแฟจากบาริสต้าระดับแชมป์ประเทศไทย

เราให้ความสำคัญสำหรับกาแฟที่เสิร์ฟให้ถึงลูกค้า ระยะเวลาของการชงกาแฟ จะถูกควบคุมและใส่ใจโดยบาริสต้าที่ได้ผ่านการฝึกอบรมและทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญของกาแฟลาวี่ ด้วยรางวัลระดับแชมป์การแข่งขัน Thailand Barista Championship 2004

บริษัทกาแฟลาวี่จำกัด 183/1 หมู่ 6 ต.ฟ้าฮ่าม อ.เมือง จ.เชียงใหม่
Wawee Coffee Co., Ltd. 183/1 Moo 6 T.Farham A.Maung, Chiangmai 50000.
Tel: 0-5326-0125, 0-5322-1687 Fax: 0-5326-0125

การเริ่มต้นของกาแฟอาราบิก้า

ความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,200-1,500 เมตรบนดอย
ข้างยอดดอยอาราบิก้า ปริมาณน้ำฝนความชื้นในอากาศที่เหมาะสม
อุณหภูมิเฉลี่ย 18-19°C อากาศเย็นตลอดปีแหล่งเพาะปลูก
กาแฟอาราบิก้าสายพันธุ์คาร์ติมอร์ ที่ดีที่สุดของเมืองไทยเป็น
วัตถุดิบที่เรานำมาผลิตกาแฟคุณภาพเยี่ยมของ
กาแฟอาราบิก้าผ่านขั้นตอนการคั่วอย่างพิถีพิถันเอา
ใจใส่ในทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อให้กาแฟอาราบิก้ามีกลิ่นหอมและ
รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สัมกับเป็นกาแฟคุณภาพอันดับ
3 ของโลก ให้ทุกท่านได้สัมผัสกับกาแฟหลากหลายรสชาติ
ทั้งสไตล์ไทยและต่างประเทศกว่า 20 รายการ



Starbucks Coffee Company
Thailand

Welcome to Starbucks Thailand



- โลกแห่งกาแฟ
- เกี่ยวกับสตาร์บัคส์
- ประวัติสตาร์บัคส์
- การดำเนินงานของสตาร์บัคส์
- สตาร์บัคส์ประเทศไทย
- ห้องข่าว
- ร่วมเป็นพาร์ทเนอร์ของสตาร์บัคส์
- คำถามทั่วไป
- ติดต่อสตาร์บัคส์

- สาขาของเรา
- เครื่องดื่มแก้วโปรด
- สินค้าอื่น และของขวัญ
- ความรับผิดชอบต่อสังคม

สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ ประเทศไทย

ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ ได้เปิดตัวครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อเดือนกรกฎาคม 2541 ณ ห้างเซ็นทรัล ชิดลม โดยบริษัท คอฟฟี่ พาร์ทเนอร์ส จำกัด อันเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ จำกัด และ บริษัทเซ็นทรัลพัฒนาเป็นผู้ริเริ่มแนะนำสตาร์บัคส์ให้แก่ลูกค้าชาวไทย

ในเดือนกรกฎาคม 2543 บริษัท สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ จำกัด ได้เข้ามาถือสิทธิ์กิจการทั้งหมดของ บริษัทคอฟฟี่ พาร์ทเนอร์ส จำกัด อันเป็นผลทำให้สตาร์บัคส์ในประเทศไทยดำเนินงานโดยบริษัท สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ ประเทศไทย จำกัด นับจากนั้นเป็นต้นมา

ในเดือนมกราคม 2545 บริษัท สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ จำกัด เมืองซีแอตเติล มลรัฐวอชิงตัน ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มอบหมายให้ Mr. Andrew Nathan มาดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการของ บริษัท สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ ประเทศไทย และดำรงตำแหน่งสืบมา

ปัจจุบันมีร้านกาแฟสตาร์บัคส์ในประเทศไทยอยู่ 46 สาขา ลองค้นหา [ร้านกาแฟสตาร์บัคส์](#)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University



Starbucks Coffee Company
Thailand

Welcome to Starbucks Thailand

- โลโก้ Starbucks
- เกี่ยวกับ Starbucks
- สาขาของเรา
- กิจกรรมพิเศษ
- กิจกรรมที่ร้าน Starbucks คอฟฟี่



- เครื่องดื่มแก้วโปรด
- สินค้าอื่น ๆ และของชำร่วย
- ความรับผิดชอบต่อสังคม

ร้าน Starbucks



ยินดีต้อนรับสู่ Starbucks คอฟฟี่ ร้านกาแฟพิเศษสำหรับทุกคน มีลูกค้าหลายท่านมาร้าน Starbucks เพื่อดื่มด่ำกับกาแฟคุณภาพเยี่ยม บ้างมาเจียบ ๆ เพื่อใคร่ครองเรื่องบางเรื่อง บ้างก็นัดเจอกับเพื่อนคลายในบรรยากาศสบาย ๆ เพลิดเพลินกับเสียงเข่าทานก็มาที่ร้านของเราด้วยเหตุผลทั้งหมดนี้ หรืออาจจะนั้น...

รายชื่อสาขาของร้าน Starbucks คอฟฟี่

สตาร์บอร์รี่ นอนท์ คัม แฟมปู้ไฉ่
ดื่มมีคุณค่าพิเศษแบบกับความหวานมัน และความสดชื่นของเมล็ดสตาร์บอร์รี่ หรือค้นหาความหวานมันของร้านนี้ได้ที่นี่

Find the perfect gift
เลือกสรร Tumbler สีสันสดใสทุกแห่งเพื่อเติมเต็มกับเครื่องดื่มโปรดได้ทุกเวลา และพบกับมันในร้านพิเศษนี้

- เขตเมือง วิทยุ
- จังหวัด วิทยุ
- บางนา
- ปากเกร็ด
- ปิ่นเกล้า
- พระนคร
- สะพาน 2
- สะพาน 3
- สะพาน 4
- สถานีรถไฟ วิทยุ
- ราชดำริ วิทยุ
- บางนา วิทยุ
- สุขุมวิท

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved



Starbucks Coffee Company
Thailand

Welcome to Starbucks Thailand



- โลกแห่งกาแฟ
- เกี่ยวกับสตาร์บัคส์
- ประวัติสตาร์บัคส์
- การดำเนินงานของสตาร์บัคส์
- สตาร์บัคส์ประเทศไทย
- ห้องข่าว
- ร่วมเป็นพาร์ทเนอร์ของสตาร์บัคส์
- คำถามทั่วไป
- ติดต่อสตาร์บัคส์

- สาขาของเรา
- เครื่องดื่มแก้วโปรด
- สินค้าใหม่ และของขวัญ
- ความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวทางการดำเนินธุรกิจของสตาร์บัคส์

วิสัยทัศน์ในการดำเนินงานของสตาร์บัคส์นั้นมีความมากกว่าเพียงคำนิยามที่แต่งขึ้น แต่ปรัชญาของการดำเนินธุรกิจในแต่ละวันของพวกเรา

นโยบายการดำเนินงานของสตาร์บัคส์

สตาร์บัคส์เป็นดังผู้เสาะแสวงหาเมล็ดกาแฟที่ดีที่สุดจากทั่วทุกมุมโลก ในขณะที่เราเรายังคงรักษากฎอย่างเคร่งครัดในการคงไว้ซึ่งคุณภาพ และมาตรฐานอันดีเยี่ยม หลังข้อนี้เป็นสิ่งช่วยวัดความเหมาะสมในการตัดสินใจของเรา:

- การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน และปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงานทุกความเคารพ
- การคำนึงถึงความแตกต่างของแต่ละบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงาน
- การประกอบธุรกิจในการสั่งซื้อ การควักกาแฟ และการปรุงกาแฟเป็นพิเศษเพื่อความต้องการของลูกค้าแต่ละคน
- การทำงานด้วยความกระตือรือร้นเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจตลอดเวลา
- ช่วยเหลือและสนับสนุนในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
- ตระหนักว่าการมีผลกำไรเป็นสิ่งสำคัญของความสำเร็จในอนาคตของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

SUMATI

Verdine

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวฐจิตรรา สรรพกิจ	
วัน เดือน ปี เกิด	21 กุมภาพันธ์ 2518	
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2534	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	ปีการศึกษา 2538	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประสบการณ์ทำงาน	2539 – 2544	นักวิเคราะห์และควบคุมคุณภาพ บริษัทยูไนเต็ดฟลาวมิลล์จำกัด (มหาชน)
	2544 – 2545	ผู้จัดการ ร้านอาหาร ไก่วัด จังหวัดเชียงใหม่
	2546 – ปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการ ร้านกาแฟวารี
		สาขานนนิมมานเหมินทร์ จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved