



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก
รายละเอียดราคาขายของผู้แข่งขันในตลาด

ตารางที่ ผ.1 แสดงรายละเอียดราคาขายของผู้แข่งขันในตลาด ณ เดือนกันยายน พ.ศ.2549

ตราสินค้า	ชนิด	รส	ขนาด	ราคา	ราคา/ กิโลกรัม
			(กรัม)	(บาท)	(บาท)
มอคโคน่าดีอี	บด	สแตนดาส	500	123.00	246.00
ควงดี	บด	คลาสสิก	500	135.00	270.00
ควงดี	บด	รสเข้ม	250	71.00	284.00
ควงดี	บด	นุ่มนวล	250	71.00	284.00
ควงดี	บด	คลาสสิก	250	71.00	284.00
ควงดี	เม็ด	คลาสสิก	250	79.00	316.00
มอคโคน่าดีอี	บด	ซีเล็ก	500	160.00	320.00
วีพีพี	บด	พรีเมียร์ เบลนด์	250	84.50	338.00
เคอะคอฟฟี่บีน	บด	สยาม เบลนด์	200	69.00	345.00
วีพีพี	บด	เอสเปรสโซ่ เบลนด์	250	88.00	352.00
คองชู	เม็ด	รสอ่อน	250	89.00	356.00
มอนโตเร่	เม็ด	รสอ่อน-อเมริกัน	100	36.00	360.00
เคอะคอฟฟี่บีน	บด	เอสเปรสโซ่	200	73.00	365.00
มอนโตเร่	เม็ด	เอสเปรสโซ่-อิตาเลียน	100	37.00	370.00
คองชู	เม็ด	เอสเปรสโซ่สยาม	250	94.00	376.00
คองชู	เม็ด	เอสเปรสโซ่	250	94.00	376.00
คองชู	เม็ด	อเมริกัน	250	94.00	376.00
คองชู	เม็ด	มีเดียม	250	94.00	376.00
มอนโตเร่	เม็ด	เอสเปรสโซ่-สยาม	100	38.00	380.00
วีพีพี	บด	มอคค่า	250	96.00	384.00

ตารางที่ ผ.1(ต่อ)

ตราสินค้า	ชนิด	รส	ขนาด	ราคา	ราคา/ กิโลกรัม
			(กรัม)	(บาท)	(บาท)
วีพีพี	บด	เอ็กเซกคลูทีฟ เบลนด์	250	96.00	384.00
อโรม่า	เม็ด	เอสเปรสโซ่	100	39.00	390.00
อโรม่า	เม็ด	อราบิก้าสเปเชียล	100	39.00	390.00
อโรม่า	เม็ด	คลาสสิกเบรนต์	100	39.00	390.00
โจวันนี	บด	ฝรั่งเศส	200	79.00	395.00
เดอะคอฟฟี่ปิ่น	บด	อเมริกันโรสท์	200	80.00	400.00
มอนโตเร่	เม็ด	อราบิก้า	100	42.00	420.00
ตุงยู	เม็ด	อราบิก้า	250	105.00	420.00
NATURAL ORGANIC	เม็ด	NATURAL ORGANIC	400	170.00	425.00
โจวันนี	บด	เอสเปรสโซ่	200	85.50	427.50
โจวันนี	บด	อราบิก้า	200	88.00	440.00
เดอะคอฟฟี่ปิ่น	บด	อราบิก้า	200	89.00	445.00
ออฟเอเชีย	เม็ด	ออฟเอเชีย	435	200.00	459.77
อโรม่า	บด	คอนติเนนตัลเบลนด์	200	92.00	460.00
ชูชุกิ	บด	โกลด์ เบลนด์	100	46.00	460.00
บอนกาแฟ	บด	มอร์นิง	250	120.00	480.00
โซลิดัโรส	บด	บาร์เตอร์ซีเล็คต์	250	120.00	480.00
ชูชุกิ	บด	เอสเปรสโซ่ เบลนด์	100	49.00	490.00
คอยซ้าง	บด	คอยซ้าง	250	125.00	500.00
ชูชุกิ	บด	พรีเมียร์ เบลนด์	100	52.00	520.00
บอนกาแฟ	เม็ด	คาเฟ่คลาสสิก้า	250	135.00	540.00
ชูชุกิ	บด	เฮ้าส์สเปเชียล เบลนด์	100	56.00	560.00
บอนกาแฟ	บด	ฮอลเคย์	250	140.00	560.00

ตารางที่ ผ.1 (ต่อ)

ตราสินค้า	ชนิด	รส	ขนาด	ราคา	ราคา/ กิโลกรัม
			(กรัม)	(บาท)	(บาท)
ฮิลล์คอฟฟี	บด	ชิตี	200	116.00	580.00
ฮิลล์คอฟฟี	บด	อิตาเลียน,ไทย	200	116.00	580.00
ฮิลล์คอฟฟี	บด	อิตาเลียน,เอสเปรสโซ	200	116.00	580.00
บอนกาแฟ	บด	เอสเปรสโซ	250	145.00	580.00
ฮิลล์คอฟฟี	เมล็ด	ฝรั่งเศส	200	116.00	580.00
บอนกาแฟ	เมล็ด	คาเฟรามมา	250	150.00	600.00
บอนกาแฟ	บด	มอคค่า	250	151.00	604.00
โซลิโต้โรส	บด	บังโกทาโร่	250	154.00	616.00
ชูชุกิ	บด	เอสเปรสโซ	250	155.00	620.00
ชูชุกิ	บด	สเปเชียล	250	157.00	628.00
ชูชุกิ	บด	พรีเมียร์	250	157.00	628.00
โซลิโต้โรส	บด	เอสเปรสโซ	250	159.00	636.00
ลานนา กาแฟ	บด	ธรรมดา	226	145.00	641.59
ลานนา กาแฟ	บด	คลาสสิก	226	145.00	641.59
ลานนา กาแฟ	เมล็ด	ธรรมดา	226	145.00	641.59
คอยาวี	บด	คอยาวี	200	130.00	650.00
คอยาวี	เมล็ด	คอยาวี	200	130.00	650.00
ชูชุกิ	บด	สเปเชียล	250	169.00	676.00
อโรมา	เมล็ด	เวียนนา เบลนด์	100	69.00	690.00
อโรมา	เมล็ด	เยอรมัน เบลนด์	100	69.00	690.00
อโรมา	บด	กรูเม่เอสเปรสโซ	200	140.00	700.00
อโรมา	บด	อราบิก้า	200	140.00	700.00
บอนกาแฟ	เมล็ด	ครีมา	250	175.00	700.00
ลานนา กาแฟ	บด	พรีเมียม	226	165.00	730.09
ลานนา กาแฟ	บด	เอสเปรสโซ	226	165.00	730.09

ตารางที่ ผ.1 (ต่อ)

ตราสินค้า	ชนิด	รส	ขนาด	ราคา	ราคา/ กิโลกรัม
			(กรัม)	(บาท)	(บาท)
ลานนา กาแฟ	บด	เบลนด์	226	165.00	730.09
ลานนา กาแฟ	เมล็ด	เบอร์นด์	226	165.00	730.09
ลานนา กาแฟ	เมล็ด	เอสเปรสโซ่	226	165.00	730.09
คอยช้าง	เมล็ด	ซีเล็กเตด เอสเปรสโซ่	250	185.00	740.00
คอยช้าง	บด	พรีเมา เอสเปรสโซ่	250	192.00	768.00
โซลิโต้โรส	บด	โกลด์เด็นท์	250	195.00	780.00
แทนดี	บด	สมูท	200	183.00	915.00
มอนโตเร่	เมล็ด	ชวา-บาห์ลี	100	92.00	920.00
คอยตุง	บด	รอยัลมีเดีย DARK ROASTED	200	185.00	925.00
คอยตุง	บด	รอยัลมีเดีย MEDIUM ROASTED	200	185.00	925.00
คอยช้าง	เมล็ด	ซีเล็กเตด	226	210.00	929.20
ชูชุกิ	บด	สเปเชียลโกลด์	250	238.00	952.00
ฮิลล์คอฟฟี่	เมล็ด	หอมละไม	200	195.00	975.00
กาแฟไทยฮิลล์	บด	ไทรปโกรีเม่	150	150.00	1,000.00
ชูชุกิ	บด	โกลด์ สเปเชียล	250	252.50	1,010.00
ฮิลล์คอฟฟี่	บด	หอมละไม	200	210.00	1,050.00
คอยช้าง	เมล็ด	พรีเมียม	250	270.00	1,080.00
คาร์เทเนอร์	บด	คาร์เทเนอร์	250	279.00	1,116.00
มอนโตเร่	เมล็ด	มอลค่า	100	116.00	1,160.00
เดวิกอฟฟี่	บด	ไฟน์โรมา	250	292.00	1,168.00
เดวิกอฟฟี่	บด	อโรมา	250	292.00	1,168.00
เดวิกอฟฟี่	บด	เอสเปรสโซ่ คาร์ก โรสต์	250	292.00	1,168.00

ตารางที่ ผ.1 (ต่อ)

ตราสินค้า	ชนิด	รส	ขนาด	ราคา	ราคา/ กิโลกรัม
			(กรัม)	(บาท)	(บาท)
ยูซีซี เอสเอ	บด	มอคค่า อ๊ฟ	250	295.00	1,180.00
ยูซีซี เอสเอ	บด	ออริจินัล เบลนด์ อ๊ฟ	250	295.00	1,180.00
บอนกาแพ	บด	มิกาเฟอีน	250	295.00	1,180.00
บอนกาแพ	บด	คี้กาฟ	250	297.00	1,188.00
เดอะคอฟฟี่บีน	บด	แคฟฟีคลาสสิก	250	299.00	1,196.00
ตุงฮู	เม็ด	มอลค่า	250	305.00	1,220.00
มอนโตเร่	เม็ด	บราซึล	100	123.00	1,230.00
มอนโตเร่	เม็ด	โคลัมเบีย	100	123.00	1,230.00
อโรมา	เม็ด	บราซึล ซานโต้ส	100	125.00	1,250.00
อโรมา	เม็ด	โคลัมเบีย สุพรีโม	100	125.00	1,250.00
อโรมา	เม็ด	มอคค่า	100	125.00	1,250.00
ยูซีซี เอสเอ	บด	ซูมียากิคอฟฟี่	225	288.00	1,280.00
กีราเคลลี่	บด	เอเชนัท	170	220.00	1,294.12
กีราเคลลี่	บด	ราชเบอร์รี่	170	220.00	1,294.12
กีราเคลลี่	บด	ซ็อคโกแลต	170	220.00	1,294.12
กีราเคลลี่	บด	คาราเมล	170	220.00	1,294.12
คอยซ้าง	เม็ด	โซลบินพรีเมียม	226	295.00	1,305.31
ลาวาซซา	บด	เอสเปรสโซ	250	450.00	1,800.00
ลาวาซซา	บด	เอสเปรสโซอินบูล	250	450.00	1,800.00
ซีเอทเทิลส์เบสต์	บด	ซินนามอน	340	620.00	1,823.53
ซีเอทเทิลส์เบสต์	บด	เอเชนัท	340	620.00	1,823.53
ซีเอทเทิลส์เบสต์	บด	วานิลลา	340	620.00	1,823.53
ซีเอทเทิลส์เบสต์	บด	โคลัมเบีย	340	620.00	1,823.53
ลาวาซซา	บด	DEK DECAFFEINATO	250	480.00	1,920.00

ตารางที่ ผ.1 (ต่อ)

ตราสินค้า	ชนิด	รส	ขนาด	ราคา	ราคา/ กิโลกรัม
			(กรัม)	(บาท)	(บาท)
ลาวาซซา	เม็ด	QUALITA	250	495.00	1,980.00
ลาวาซซา	บด	ควอลิต้าออโร	250	510.00	2,040.00
ลาวาซซา	เม็ด	แคฟเฟครีมา	500	1,050.00	2,100.00
อิลลี	บด	อิลลี	250	589.00	2,356.00
อิลลี	บด	อิลลี	250	589.00	2,356.00
ไอคิ	บด	คลาสสิก	126	335.00	2,658.73
อิลลี	บด	อินพอก	250	799.00	3,196.00
แจ๊คเดเนี่ยล	บด	DAK BARREL	120	410.00	3,416.67
แจ๊คเดเนี่ยล	บด	TENNESSEE MIN	120	410.00	3,416.67
แจ๊คเดเนี่ยล	บด	OLD BLEND	120	410.00	3,416.67
ยูซีซี เอสเอ	บด	อโรมาริช มอคค่า	32	145.00	4,531.25
เฉลี่ยราคากาแฟแก้วที่แข่งขันในตลาด (บาทต่อกิโลกรัม)					945.55

ที่มา : สำรวจจากริมบิงซูเปอร์มาร์เก็ตและท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเกี่ยวกับต้นทุนของร้านกาแฟ

แบบสอบถาม

วิธีการกำหนดราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำ

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษา วิชาการค้นคว้าแบบอิสระ ของ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อศึกษาวิธีการกำหนดราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำ จึงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด และผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์

กมลวรรณ กลัปศรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด ถ้าไม่มี

ข้อความที่ท่านต้องการเลือกโปรดเขียนข้อความลงในช่องที่ระบุว่า อื่นๆ

1. ร้านของท่านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกาแฟอะไรบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) กาแฟกะลา (2) เมล็ดกาแฟ (3) กาแฟคั่ว
 (4) เครื่องดื่มกาแฟ (5) เครื่องมือและอุปกรณ์กาแฟ (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ปีที่เริ่มดำเนินกิจการร้านกาแฟ พ.ศ.

3. ลักษณะของกิจการร้านกาแฟของท่านเป็นแบบใด

- (1) เจ้าของกิจการ (2) เฟรนไชส์ (3) อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ร้านของท่านเป็นลักษณะใด

- (1) ร้าน (stand-alone) (2) คอร์เนอร์ (corner/kiosk) (3) รถเข็น(cart)
 (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. มูลค่ารวมของสินทรัพย์ถาวร โดยประมาณ (บาท)

- (1) น้อยกว่า 100,001 (2) 100,001 – 500,000 (3) 500,001 – 1,000,000
 (4) 1,000,001 – 1,500,000 (5) 1,500,001 – 2,000,000 (6) มากกว่า 2,000,000 ขึ้นไป

6. จำนวนพนักงานประจำร้านค้าแพทั้งหมดเท่าใด

- (1) ไม่เกิน 5 คน (2) 6 - 10 คน (3) 11 - 15 คน
 (4) 15 - 20 คน (5) 21 - 25 คน (6) มากกว่า 25 คนขึ้นไป

7. ร้านของท่านจำหน่ายเครื่องดื่มกาแฟได้วันละกี่แก้ว

- (1) น้อยกว่า 101 แก้ว (2) 101 - 150 แก้ว (3) 151 - 200 แก้ว
 (4) 201 - 250 แก้ว (5) 251 - 300 แก้ว (6) 301 แก้วขึ้นไป

8. ยอดขายรวมต่อปี ในปีที่ผ่านมา โดยประมาณ

- (1) น้อยกว่า 1 ล้านบาท (2) 1 - 5 ล้านบาท (3) 6 - 10 ล้านบาท
 (4) 11 - 15 ล้านบาท (5) 15 - 20 ล้านบาท (6) มากกว่า 20 ล้านบาทขึ้นไป

9. ผลกำไรสุทธิหลังภาษี ในปีที่ผ่านมา โดยประมาณ

- (1) น้อยกว่า 1 ล้านบาท (2) 1 - 5 ล้านบาท (3) 6 - 10 ล้านบาท
 (4) 11 - 15 ล้านบาท (5) 15 - 20 ล้านบาท (6) มากกว่า 20 ล้านบาทขึ้นไป

10. ผลกำไรสุทธิหลังภาษีต่อยอดขาย ในปีที่ผ่านมา โดยประมาณ

- (1) ไม่เกิน 10 % (2) 11 - 20 % (3) 21 - 30 %
 (4) 31 - 40 % (5) 41 - 50 % (5) มากกว่า 50 %

11. ท่านสั่งซื้อหรือผลิตกาแฟด้วยวิธีใด

- (1) คอยดูง (2) คอยคั่ว (3) ชูชุกิ
 (4) คอยวารี (5) คอยชั่ง (6) ถานนา คาเฟ่
 (7) แบล็ค แคนยอน (8) สตาร์ บัคส์ (9) ฮิลล์ คอฟ
 (10) อโรมา (11) บอนกาแพ (12) อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. ท่านสั่งซื้อกาแฟแก้วหรือสามารถผลิตกาแฟแก้วได้เอง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) สั่งซื้อ (ตอบคำถามข้อ 13 และ 14)
 (2) ผลิตเอง (ตอบคำถามข้อ 15)

13. ท่านสั่งซื้อกาแฟรสชาติ (ระดับความเข้ม) ใดบ้าง และสั่งซื้อครั้งละปริมาณเท่าใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ระดับอ่อน ในปริมาณครั้งละ
 (1) น้อยกว่า 1 กก. (2) 1 – 25 กก. (3) 26 – 50 กก.
 (4) 51 – 75 กก. (5) 76 – 100 กก. (6) มากกว่า 100 กก.ขึ้นไป
- (2) ระดับกลาง ในปริมาณครั้งละ
 (1) น้อยกว่า 1 กก. (2) 1 – 25 กก. (3) 26 – 50 กก.
 (4) 51 – 75 กก. (5) 76 – 100 กก. (6) มากกว่า 100 กก.ขึ้นไป
- (3) ระดับเข้ม ในปริมาณครั้งละ
 (1) น้อยกว่า 1 กก. (2) 1 – 25 กก. (3) 26 – 50 กก.
 (4) 51 – 75 กก. (5) 76 – 100 กก. (6) มากกว่า 100 กก.ขึ้นไป
- (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....ในปริมาณครั้งละ
 (1) น้อยกว่า 1 กก. (2) 1 – 25 กก. (3) 26 – 50 กก.
 (4) 51 – 75 กก. (5) 76 – 100 กก. (6) มากกว่า 100 กก.ขึ้นไป

14. ท่านสั่งซื้อกาแฟแก้วราคาเท่าใด ต่อ 1 กิโลกรัม (หน่วยบาท)

- (1) ระดับอ่อน
 (1) น้อยกว่า - 100 (2) 101 – 150 (3) 151 – 200
 (4) 201 – 250 (5) 251 – 300 (6) 301 – 350
 (7) 351 – 400 (8) 401 – 450 (9) 451 – 500
 (10) 501 บาทขึ้นไป
- (2) ระดับกลาง
 (1) น้อยกว่า - 100 (2) 101 – 150 (3) 151 – 200
 (4) 201 – 250 (5) 251 – 300 (6) 301 – 350
 (7) 351 – 400 (8) 401 – 450 (9) 451 – 500
 (10) 501 บาทขึ้นไป

(3) ระดับเข้ม

- (1) น้อยกว่า - 100 (2) 101 – 150 (3) 151 – 200
 (4) 201 – 250 (5) 251 – 300 (6) 301 – 350
 (7) 351 – 400 (8) 401 – 450 (9) 451 – 500
 (10) 501 บาทขึ้นไป

 (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

- (1) น้อยกว่า - 100 (2) 101 – 150 (3) 151 – 200
 (4) 201 – 250 (5) 251 – 300 (6) 301 – 350
 (7) 351 – 400 (8) 401 – 450 (9) 451 – 500
 (10) 501 บาทขึ้นไป

15. ท่านผลิตกาแฟแก้วที่รสชาติ (ระดับความเข้ม) ใดบ้าง และผลิตครั้งละปริมาณเท่าใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

 (1) ระดับอ่อน ในปริมาณครั้งละ

- (1) น้อยกว่า 1 กก. (2) 1 – 25 กก. (3) 26 – 50 กก.
 (4) 51 – 75 กก. (5) 76 – 100 กก. (6) มากกว่า 100 กก.ขึ้นไป

 (2) ระดับกลาง ในปริมาณครั้งละ

- (1) น้อยกว่า 1 กก. (2) 1 – 25 กก. (3) 26 – 50 กก.
 (4) 51 – 75 กก. (5) 76 – 100 กก. (6) มากกว่า 100 กก.ขึ้นไป

 (3) ระดับเข้ม ในปริมาณครั้งละ

- (1) น้อยกว่า 1 กก. (2) 1 – 25 กก. (3) 26 – 50 กก.
 (4) 51 – 75 กก. (5) 76 – 100 กก. (6) มากกว่า 100 กก.ขึ้นไป

 (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....ในปริมาณครั้งละ

- (1) น้อยกว่า 1 กก. (2) 1 – 25 กก. (3) 26 – 50 กก.
 (4) 51 – 75 กก. (5) 76 – 100 กก. (6) มากกว่า 100 กก.ขึ้นไป

16. ราคากาแฟคั่วที่ท่านซื้อเปลี่ยนแปลงหรือไม่

- (1) เปลี่ยนแปลง ตาม
- (1) รายวัน (2) รายสัปดาห์ (3) รายเดือน
- (4) ฤดูกาล (5) รายปี (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- (2) ไม่เปลี่ยนแปลง

17. ท่านสั่งซื้อหรือผลิตกาแฟคั่วบ่อยครั้งเท่าใด

- (1) วันละครั้ง (2) สัปดาห์ละครั้ง (3) เดือนละครั้ง
- (4) 3 เดือนครั้ง (5) 6 เดือนครั้ง (6) ปีละครั้ง
- (7) นานๆครั้ง (8) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ปีที่ท่านเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการ ปี พ.ศ.

2. เพศ (1) ชาย (2) หญิง

3. อายุ

- (1) น้อยกว่า - 20 ปี (2) 21 - 30 ปี (3) 31 - 40 ปี
- (4) 41 - 50 ปี (5) 51 - 60 ปี (6) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

4. การศึกษา

- (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี (2) ปริญญาตรี (3) สูงกว่าปริญญาตรี

5. สถานภาพในการสืบทอดกิจการนับจากวันก่อตั้ง

- (1) ผู้ก่อตั้งกิจการ (ข้ามไปข้อที่ 1 ในส่วนที่ 3)
- (2) รุ่นที่ 2 (3) รุ่นที่ 3 (4) หลังจากรุ่นที่ 3

6. ความสัมพันธ์กับผู้ก่อตั้งกิจการ

- (1) บุตร (2) พี่น้อง (3) หลาน (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- (5) ไม่ได้เป็นสมาชิกในครอบครัวของผู้ก่อตั้งกิจการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่กิจการประสบอยู่ในปัจจุบัน

ตัวอย่าง ร้านกาแฟของท่านประสบความรุนแรงของปัญหา ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ปัญหาของร้านกาแฟ	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
ปัญหาด้านการจัดการ..... * ถ้าท่านคิดว่าเรื่องการจัดการร้านกาแฟ มีความรุนแรงของปัญหามากที่สุด... ท่านควรทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องแรก	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
* ถ้าท่านคิดว่าเรื่องการจัดการร้านกาแฟ ไม่มีความรุนแรงของปัญหาหรือความรุนแรง ของปัญหาน้อยที่สุด...ท่านควรทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องท้าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

3.1 ปัจจุบันร้านกาแฟของท่านประสบความรุนแรงของปัญหา ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ปัญหาของร้านกาแฟ	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1.ปัญหาด้านการตลาด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.ปัญหาด้านการผลิต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.ปัญหาด้านการเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.ปัญหาด้านการจัดการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.ปัญหาด้านอื่น ๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ก. ปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาของร้านกาแฟ ด้านการตลาด	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. จำนวนลูกค้าเดิมลดลง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. จำนวนลูกค้าใหม่ลดลง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ลูกค้าเดิมหันไปซื้อที่ร้านคู่แข่ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ปริมาณการซื้อต่อลูกค้าลดลง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. พนักงานขายมีจำนวนน้อย/ไม่เพียงพอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. คู่แข่งขันขนาดใกล้เคียงกัน เพิ่มมากขึ้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. คู่แข่งขันขนาดใหญ่กว่า เพิ่มมากขึ้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. คู่แข่งขันขนาดเล็กกว่า เพิ่มมากขึ้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. คู่แข่งขันต่างประเทศ เพิ่มมากขึ้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. คุณภาพสินค้าสู้คู่แข่งไม่ได้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ราคาของสินค้าสู้คู่แข่งไม่ได้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ช่องทางการจัดจำหน่ายสู้คู่แข่งไม่ได้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. การส่งเสริมการขายสู้คู่แข่งไม่ได้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ข. ปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาของร้านกาแฟ ด้านการผลิต	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด ←			→ น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1
1. วัตถุดิบ (กาแฟคั่ว) ขาดแคลน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. วัตถุดิบ (กาแฟคั่ว) คุณภาพไม่ดี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ราคาวัตถุดิบ (กาแฟคั่ว) สูง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. กำลังการผลิต (การชงเครื่องคั่วกาแฟ) น้อยเกินไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. กำลังการผลิต (การชงเครื่องคั่วกาแฟ) มากเกินไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. การผลิตเครื่องคั่วกาแฟ ไม่ได้คุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. พนักงานไม่เชี่ยวชาญ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. เทคโนโลยีการผลิต (การชงเครื่องคั่วกาแฟ) ล้าสมัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ค. ปัญหาด้านการเงิน

ปัญหาของร้านกาแฟ ด้านการเงิน	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด ←			→ น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1
1. ขาดเงินทุนหมุนเวียน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ปริมาณหนี้สูญมากเกินไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. สถาบันการเงินไม่ให้กู้เงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ไม่ได้รับเครดิตจากบริษัทคู่ค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ระบบบัญชีไม่ดี/ไม่มีประสิทธิภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ไม่ทราบข้อมูลต้นทุนที่แท้จริง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ง.กลยุทธ์ด้านการจัดการ

กลยุทธ์ด้านการจัดการ	ไม่ได้ ดำเนินการ	ประสบความสำเร็จ/ช่วย แก้ปัญหา				
		มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
		5	4	3	2	1
1.ปรับปรุงกฎ – ระเบียบ ในการทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.การปรับปรุงขึ้นเงินเดือน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.การให้สวัสดิการเพิ่มขึ้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.เพิ่มการฝึกอบรม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*****ขอขอบพระคุณอย่างสูง*****

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

ผลการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนของร้านกาแฟ

การศึกษาเรื่องเกี่ยวกับต้นทุนวัตถุดิบของร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาราคากาแฟคั่วซึ่งเป็นต้นทุนวัตถุดิบของร้านกาแฟ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนร้านกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้ได้ทำการสุ่มตัวอย่างร้านกาแฟจำนวน 33 ร้าน ทำการสุ่มโดยวิธีสุ่มอย่างสะดวก เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่กิจการประสบอยู่ในปัจจุบัน

3.1 ปัญหาของร้านกาแฟต่อไปนี้มี ความรุนแรงของปัญหามากน้อยเพียงใด

3.2 กลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาของร้านกาแฟต่อไปนี้มีประสิทธิผลความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

กลุ่มตัวอย่าง ร้านกาแฟทั้งหมด 33 ร้าน เป็นผู้ผลิตกาแฟคั่วจำนวน 5 ร้าน ผู้ซื้อกาแฟคั่วมาเป็นวัตถุดิบจำนวน 23 ร้าน และเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ซื้อกาแฟคั่วจำนวน 6 ร้าน ซึ่งบางคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับต้นทุนวัตถุดิบของร้านกาแฟร้านกาแฟผู้ตอบแบบสอบถามบางร้านไม่สามารถให้คำตอบได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ผ.2 แสดงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกาแฟ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
(1) กาแฟกะลา	-	-
(2) เมล็ดกาแฟ	8	24.2
(3) กาแฟคั่ว	7	21.2
(4) เครื่องดื่มกาแฟ	32	97.0
(5) เครื่องมือและอุปกรณ์กาแฟ	8	24.2
(6) อื่นๆ ไปรระบุ.....	3	9.1

หมายเหตุ : ตอบแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ ผ.2 พบว่า ร้านกาแฟจำหน่ายเครื่องดื่มกาแฟมากที่สุด ร้อยละ 97.0

ตารางที่ ผ.3 แสดงปีที่เริ่มดำเนินการร้านกาแฟ

พ.ศ.	จำนวน	ร้อยละ
2521	2	6.1
2540	1	3.0
2542	1	3.0
2543	1	3.0
2544	3	9.1
2545	2	6.1
2547	2	6.1
2548	7	21.2
2549	13	39.4
ไม่ตอบ	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.3 พบว่า ร้านกาแฟเริ่มดำเนินการ ปี พ.ศ. 2549 มากที่สุด ร้อยละ 39.4

ตารางที่ ผ.4 แสดงลักษณะของกิจการร้านกาแฟ

ลักษณะกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
(1) เจ้าของกิจการ	27	81.8
(2) เฟรนไชส์	3	9.1
(3) บริษัท	2	6.1
(4) มูลนิธิ	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.4 พบว่า ร้านกาแฟมีลักษณะของกิจการเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด ร้อยละ 81.8

ตารางที่ ผ.5 แสดงลักษณะร้าน

ลักษณะร้าน	จำนวน	ร้อยละ
(1) ร้าน (stand-alone)	25	75.8
(2) คอเนอร์ (corner/kiosk)	7	21.2
(3) รถเข็น (cart)	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.5 พบว่า ร้านกาแฟมีลักษณะเป็นร้าน (stand-alone) มากที่สุด ร้อยละ 75.8

ตารางที่ ผ.6 แสดงมูลค่ารวมสินทรัพย์ถาวร

มูลค่ารวมสินทรัพย์ถาวร	จำนวน	ร้อยละ
(1) น้อยกว่า 100,001 บาท	4	12.1
(2) 100,001 – 500,000 บาท	14	42.4
(3) 500,001 – 1,000,000 บาท	2	6.1
(4) 1,000,001 – 1,500,000 บาท	3	9.1
(5) 1,500,001 – 2,000,000 บาท	3	9.1
(6) มากกว่า 2,000,000 บาทขึ้นไป	6	18.2
ไม่ตอบ	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.6 พบว่า ร้านกาแฟมีมูลค่ารวมสินทรัพย์ถาวร 100,001 – 500,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 42.2

ตารางที่ ผ.7 แสดงจำนวนพนักงานประจำร้าน

จำนวนพนักงานประจำร้าน	จำนวน	ร้อยละ
(1) ไม่เกิน 5 คน	20	60.6
(2) 6 - 10 คน	7	21.2
(3) 11 – 15 คน	3	9.1
(4) 15 – 20 คน	2	6.1
(5) 21 – 25 คน	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.7 พบว่า ร้านกาแฟมีจำนวนพนักงานประจำร้านไม่เกิน 5 คน มากที่สุด ร้อยละ 60.6

ตารางที่ ผ.8 แสดงการจำหน่ายเครื่องตัดหญ้าแต่ละวัน

จำนวนจำหน่ายเครื่องตัดหญ้าแต่ละวัน	จำนวน	ร้อยละ
(1) น้อยกว่า 101 แก้ว	24	72.7
(2) 101 – 150 แก้ว	4	12.1
(3) 151 – 200 แก้ว	3	9.1
(4) 201 – 250 แก้ว	1	3.0
(5) 301 แก้วขึ้นไป	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.8 พบว่า ร้านกาแฟมีการจำหน่ายเครื่องตัดหญ้าวันละ น้อยกว่า 101 แก้วมากที่สุด ร้อยละ 72.7

ตารางที่ ผ.9 แสดงยอดขายรวมต่อปี ในปีที่ผ่านมา

ยอดขายรวมต่อปี ในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
(1) น้อยกว่า 1 ล้านบาท	21	63.7
(2) 1 - 5 ล้านบาท	8	24.3
(3) 6 - 10 ล้านบาท	1	3.0
(4) 11 - 15 ล้านบาท	1	3.0
(5) 15 - 20 ล้านบาท	1	3.0
ไม่ตอบ	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.9 พบว่า ร้านกาแฟมียอดขายรวมต่อปี ในปีที่ผ่านมา น้อยกว่า 1 ล้านบาทมากที่สุด ร้อยละ 63.6

ตารางที่ ผ.10 แสดงผลกำไรสุทธิหลังภาษี ในปีที่ผ่านมา โดยประมาณ

ผลกำไรสุทธิหลังภาษี	จำนวน	ร้อยละ
(1) น้อยกว่า 1 ล้านบาท	25	75.8
(2) 1 - 5 ล้านบาท	2	6.1
(3) 6 - 10 ล้านบาท	1	3.0
(4) 11 - 15 ล้านบาท	1	3.0
ไม่ตอบ	4	12.1
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.10 พบว่า ร้อยละของร้านกาแฟมีผลกำไรสุทธิหลังภาษี ในปีที่ผ่านมา โดยประมาณ น้อยกว่า 1 ล้านบาทมากที่สุด ร้อยละ 75.8

ตารางที่ ผ.11 แสดงผลกำไรสุทธิหลังภาษีต่อยอดขาย ในปีที่ผ่านมา โดยประมาณ

ผลกำไรสุทธิหลังภาษีต่อยอดขาย	จำนวน	ร้อยละ
(1) ไม่เกิน 10 %	15	45.4
(2) 11 - 20 %	2	6.1
(3) 21 - 30 %	4	12.1
(4) 31 - 40 %	3	9.1
(5) 41 - 50 %	2	6.1
ไม่ตอบ	7	21.2
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.11 พบว่า ร้อยละของร้านกาแฟมีผลกำไรสุทธิหลังภาษีต่อยอดขาย ในปีที่ผ่านมา โดยประมาณ ไม่เกิน 10 %มากที่สุด ร้อยละ 46.5

ตารางที่ ผ.12 แสดงยี่ห้อที่สั่งซื้อหรือผลิตกาแฟแก้ว

ยี่ห้อ	จำนวน	ร้อยละ
(1) คอยตุง	2	6.1
(2) คอยคำ	1	3.0
(3) คอยวาวิ	1	3.0
(4) แบล็ค แคนยอน	1	3.0
(5) สตาร์ บัคส์	1	3.0
(6) ซิลล์ คอฟ	10	30.3
(7) อโรมา	1	3.0
(8) บอนกาแฟ	2	6.1
(9) คอฟแมน	2	6.1
(10) อื่นๆ*	15	45.5

หมายเหตุ: คอบแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ชื่อ

อื่นๆ*: ไม่มียี่ห้อ P&F กาแฟวาวิ และ เกษตร มข.

จากตารางที่ ผ.12 พบว่า ร้านกาแฟสั่งซื้อหรือผลิตกาแฟแก้วเป็นยี่ห้ออื่นๆมากที่สุด ร้อยละ 45.5

ตารางที่ ผ.13 แสดงปริมาณการตั้งชื่อ (กิโลกรัม)

ปริมาณการตั้งชื่อ (กิโลกรัม)	ระดับอ่อน	ระดับกลาง	ระดับเข้ม	ระดับอื่นๆ**
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
(1) น้อยกว่า 1	3 (9.1)	1 (3.0)	3 (9.1)	- (-)
(2) 1-25	5 (15.2)	10 (30.3)	14 (42.4)	1 (3.0)
(3) 26 – 50	- (-)	4 (12.1)	- (-)	- (-)

หมายเหตุ : คอบแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ชื่อ

ระดับอื่นๆ** : Premium Blend 100% Arabica Roma, Organic

จากตารางที่ ผ.13 พบว่า ร้านกาแฟตั้งชื่อกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้ม ครั้งละ 1 – 25 กิโลกรัมมากที่สุด ร้อยละ 42.4

ตารางที่ ผ.14 แสดงปริมาณการผลิต (กิโลกรัม)

ปริมาณการผลิต	ระดับอ่อน	ระดับกลาง	ระดับเข้ม	ระดับอื่นๆ**
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
(1) น้อยกว่า 1 กก.	1 (3.0)	- (-)	- (-)	- (-)
(2) 1 – 25 กก.	2 (6.1)	2 (6.1)	2 (6.1)	- (-)
(3) 26 – 50 กก.	1 (3.0)	3 (9.1)	1 (3.0)	- (-)
(4) 76 – 100 กก.	- (-)	- (-)	1 (3.0)	- (-)
(5) มากกว่า 100 กก.ขึ้นไป	1 (3.0)	1 (3.0)	3 (9.1)	1 (3.0)

หมายเหตุ : ตอบแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ข้อ

ระดับอื่นๆ** : Premium Blend 100% Arabica Roma, Organic

จากตารางที่ ผ.14 พบว่า ร้านกาแฟผลิตกาแฟคั่วสีน้ำตาลปานกลางครั้งละ 26 – 50 กิโลกรัม และกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มครั้งละ มากกว่า 100 กิโลกรัมขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 9.1

ตารางที่ ผ.15 แสดงราคาซื้อกาแฟคั่วของร้านกาแฟ

ราคาต่อ 1 กิโลกรัม	ระดับอ่อน	ระดับกลาง	ระดับเข้ม	ระดับอื่นๆ**
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
(1) น้อยกว่า – 100 บาท	- (-)	- (-)	2 (6.1)	- (-)
(2) 101 – 150 บาท	- (-)	- (-)	1 (3.0)	- (-)
(3) 151 – 200 บาท	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
(4) 201 – 250 บาท	- (-)	- (-)	1 (3.0)	- (-)
(5) 251 – 300 บาท	- (-)	5 (15.2)	2 (6.1)	- (-)
(6) 301 – 350 บาท	3 (9.1)	4 (12.1)	5 (15.2)	- (-)
(7) 351 – 400 บาท	4 (12.1)	4 (12.1)	5 (15.2)	- (-)
(8) 401 – 450 บาท	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
(9) 451 – 500 บาท	1 (3.0)	- (-)	- (-)	- (-)
(10) 501 บาทขึ้นไป	1 (3.0)	2 (6.1)	2 (6.1)	1 (3.0)

หมายเหตุ : ระดับอื่นๆ** Premium Blend 100% Arabica Roma, Organic

ที่มา : ตอบแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ ผ.15 พบว่า กาแฟคั่วที่ใช้เป็นวัตถุดิบในร้านกาแฟเป็นกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้ม
กิโลกรัมละ 301 – 350 และ กิโลกรัมละ 350-400 บาทมากที่สุด ร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

ตารางที่ ผ.16 แสดงการเปลี่ยนแปลงราคากาแฟแก้ว

การเปลี่ยนแปลง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เปลี่ยนแปลง	21	63.6
(1) รายเดือน	1	3.0
(2) ฤดูกาล	1	3.0
(3) รายปี	2	6.1
(4) อื่นๆ	3	9.1
ไม่ตอบ	5	15.2
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.16 พบว่า ร้านกาแฟมีความคิดเห็นว่าราคากาแฟแก้วไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด ร้อยละ 63.6

ตารางที่ ผ.17 แสดงการสั่งซื้อหรือผลิตกาแฟแก้ว

การสั่งซื้อหรือผลิตกาแฟแก้ว	จำนวน	ร้อยละ
(1) วันละครั้ง	1	3.0
(2) สัปดาห์ละครั้ง	13	39.4
(3) เดือนละครั้ง	8	24.3
(4) ปีละครั้ง	1	3.0
(5) อื่นๆ	3	9.1
ไม่ตอบ	7	21.2
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.17 พบว่า ร้านกาแฟมีการสั่งซื้อหรือผลิตกาแฟแก้วสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด ร้อยละ 39.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ผ.18 แสดงปีที่เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

พ.ศ.	จำนวน	ร้อยละ
2540	1	3.0
2542	2	6.1
2544	1	3.0
2545	3	9.1
2546	1	3.0
2547	4	12.2
2548	6	18.2
2549	14	42.4
ไม่ตอบ	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการ ปี พ.ศ. 2549 มากที่สุด ร้อยละ 42.2

ตารางที่ ผ.19 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
(1) ชาย	10	30.3
(2) หญิง	23	69.7
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงมากที่สุด ร้อยละ 69.7

ตารางที่ ผ.20 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
(1) 21 – 30 ปี	18	54.5
(2) 31 – 40 ปี	12	36.4
(3) 41 – 50 ปี	2	6.1
(4) 51 – 60 ปี	1	3.0
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 – 30 ปีมากที่สุด ร้อยละ 54.5

ตารางที่ ผ.21 แสดงการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4	12.1
(2) ปริญญาตรี	21	63.6
(3) สูงกว่าปริญญาตรี	8	24.3
รวม	33	100.0

จากตารางที่ ผ.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 63.6

ตารางที่ ผ.22 แสดงสถานภาพในการสืบทอดกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามนับจากวันก่อตั้ง

สถานภาพ		จำนวน	ร้อยละ
ผู้ก่อตั้งกิจการ		23	69.8
รุ่นที่ 1	(1) บุตร	1	3.0
	(2) พี่น้อง	1	3.0
	(3) หลาน	-	-
	(4) อื่นๆ	1	3.0
	(5) ไม่ได้เป็นสมาชิกในครอบครัวของผู้ก่อตั้งกิจการ	1	3.0
รุ่นที่ 2	(1) บุตร	1	3.0
	(2) พี่น้อง	-	-
	(3) หลาน	-	-
	(4) อื่นๆ	-	-
	(5) ไม่ได้เป็นสมาชิกในครอบครัวของผู้ก่อตั้งกิจการ	1	3.0
รุ่นที่ 3	(1) บุตร	-	-
	(2) พี่น้อง	-	-
	(3) หลาน	-	-
	(4) อื่นๆ	-	-
	(5) ไม่ได้เป็นสมาชิกในครอบครัวของผู้ก่อตั้งกิจการ	4	12.2
รวม		33	100.0

จากตารางที่ ผ.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ก่อตั้งกิจการมากที่สุด ร้อยละ 69.7

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่กิจการประสบอยู่ในปัจจุบัน

3.1 ปัญหาของร้านค้าแฟตต่อไปนี้มี ความรุนแรงของปัญหามากน้อยเพียงใด

ตารางที่ ผ.23 แสดงความรุนแรงของปัญหาที่เกิดขึ้นร้านค้าแฟ

ปัญหาของร้านค้าแฟ	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1.ปัญหาด้านการตลาด	7 (21.2)	9 (27.3)	12 (36.4)	3 (9.1)	2 (6.1)
2.ปัญหาด้านการผลิต	2 (6.1)	4 (12.1)	4 (12.1)	7 (21.2)	16 (48.5)
3.ปัญหาด้านการเงิน	2 (6.1)	2 (6.1)	8 (24.2)	9 (27.3)	12 (36.4)
4.ปัญหาด้านการจัดการ	3 (9.1)	2 (6.1)	9 (27.3)	9 (27.3)	10 (30.3)
5.ปัญหาด้านอื่น ๆ บุคลากร,สถานที่	4 (12.1)	2 (6.1)	- (-)	- (-)	- (-)

จากตารางที่ ผ.23 พบว่า ร้านค้าแฟโดยส่วนใหญ่มีปัญหา ด้านการผลิต ด้วยความรุนแรง น้อยที่สุดหรือไม่มีปัญหาเลย ร้อยละ 48.5

ตารางที่ ผ.24 แสดงความรุนแรงของปัญหาด้านการตลาดที่เกิดขึ้นร้านกาแฟ

ปัญหาของร้านกาแฟ ด้านการตลาด	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1.จำนวนลูกค้าเดิมลดลง	1 (3.0)	1 (3.0)	13 (39.4)	11 (33.3)	7 (21.2)
2.จำนวนลูกค้าใหม่ลดลง	3 (9.1)	3 (9.1)	11 (33.3)	11 (33.3)	5 (15.2)
3.ลูกค้าเดิมหันไปซื้อร้าน คู่แข่งอื่น	2 (6.1)	3 (9.1)	8 (24.2)	11 (33.3)	9 (27.3)
4.ปริมาณการซื้อต่อลูกค้า ลดลง	- (-)	6 (18.2)	8 (24.2)	9 (27.3)	10 (30.3)
5.พนักงานขายมีจำนวนน้อย/ ไม่เพียงพอ	2 (6.1)	6 (18.2)	6 (18.2)	4 (12.1)	15 (45.5)
6.คู่แข่งอื่นขนาดใกล้เคียงกัน เพิ่มมากขึ้น	9 (27.3)	9 (27.3)	8 (24.2)	4 (12.1)	3 (9.1)
7.คู่แข่งอื่นขนาดใหญ่กว่า เพิ่มมากขึ้น	10 (30.3)	4 (12.1)	6 (18.2)	4 (12.1)	9 (27.3)
8.คู่แข่งอื่นขนาดเล็กกว่าเพิ่ม มากขึ้น	4 (12.1)	4 (12.1)	11 (33.3)	8 (24.2)	6 (18.2)
9.คู่แข่งอื่นต่างประเทศเพิ่ม มากขึ้น	1 (3.0)	3 (9.1)	8 (24.2)	7 (21.2)	14 (42.2)
10.คุณภาพสินค้าสู้คู่แข่งอื่น ไม่ได้	- (12.1)	- (-)	4 (12.1)	9 (27.3)	20 (60.6)
11.ราคาของสินค้าสู้คู่แข่งอื่น ไม่ได้	1 (3.0)	2 (6.1)	4 (12.1)	9 (27.3)	17 (51.5)

ตารางที่ ผ.24 (ต่อ)

ปัญหาของร้านค้ากาแฟ ด้านการตลาด (ต่อ)	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด				น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
12.ช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ คู่แข่งขันไม่ได้	2 (6.1)	6 (18.2)	7 (21.2)	4 (12.1)	14 (42.4)
13.การส่งเสริมการขายผู้ คู่แข่งขันไม่ได้	3 (9.1)	5 (15.2)	7 (21.2)	8 (24.2)	10 (30.3)
14.อื่น ๆ สภาพแวดล้อมของ สถานที่	- (-)	- (-)	1 (3.0)	- (-)	- (-)

จากตารางที่ ผ.24 พบว่า ร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการตลาดเรื่อง คุณภาพสินค้า
คู่แข่งขันไม่ได้ ด้วยความรุนแรงน้อยที่สุดหรือไม่มีปัญหาเลย ร้อยละ 60.6

ตารางที่ ผ.25 แสดงความรุนแรงของปัญหาด้านการผลิตที่เกิดขึ้นร้านกาแฟ

ปัญหาของร้านกาแฟ ด้านการผลิต	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด				น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1.วัตถุดิบ (กาแฟคั่ว) ขาดแคลน	- (-)	1 (3.0)	2 (6.1)	7 (21.2)	23 (69.7)
2.วัตถุดิบ (กาแฟคั่ว) คุณภาพไม่ดี	- (-)	- (-)	5 (15.2)	6 (18.2)	21 (63.6)
3.ราคาวัตถุดิบ (กาแฟคั่ว) สูง	2 (6.1)	4 (12.1)	7 (21.2)	6 (18.2)	14 (42.4)
4.กำลังการผลิตน้อยเกินไป	- (-)	- (-)	6 (18.2)	6 (18.2)	21 (63.6)
5.กำลังการผลิตมากเกินไป	- (-)	- (-)	5 (15.2)	7 (21.2)	21 (63.6)
6.การผลิตสินค้า ไม่ได้คุณภาพ	- (-)	- (-)	4 (12.1)	8 (24.2)	21 (63.6)
7.พนักงานไม่เชี่ยวชาญ	- (-)	1 (3.0)	8 (24.2)	6 (18.2)	18 (54.5)
8.เทคโนโลยีการผลิตล้าสมัย	1 (3.0)	1 (3.0)	3 (9.1)	6 (18.2)	22 (66.7)

จากตารางที่ ผ.25 พบว่า ร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการผลิตเรื่องเทคโนโลยีการผลิตล้าสมัย ด้วยความรุนแรงน้อยที่สุดหรือไม่มีปัญหาเลย ร้อยละ 66.7

ตารางที่ ผ.26 แสดงความรุนแรงของปัญหาด้านการเงินที่เกิดขึ้นร้านกาแฟ

ปัญหาของร้านกาแฟ ด้านการเงิน	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด				น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1.ขาดเงินทุนหมุนเวียน	2 (6.1)	- (-)	7 (21.2)	8 (24.2)	16 (48.5)
2.ปริมาณหนี้สูญมากเกินไป	1 (3.0)	1 (3.0)	4 (12.1)	7 (21.2)	20 (60.6)
3.สถาบันการเงินไม่ให้กู้เงิน	2 (6.1)	- (-)	1 (3.0)	7 (21.2)	23 (69.7)
4.อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป	1 (3.0)	4 (12.1)	3 (9.1)	6 (18.2)	19 (57.6)
5.ไม่ได้รับเครดิตจากบริษัทผู้ ค้า	1 (3.0)	1 (3.0)	4 (12.1)	6 (18.2)	21 (63.6)
6.ระบบบัญชีไม่ดี/ไม่มี ประสิทธิภาพ	- (-)	1 (3.0)	3 (9.1)	9 (27.3)	20 (60.6)
7.ไม่ทราบข้อมูลต้นทุนที่ แท้จริง	2 (6.1)	1 (3.0)	3 (9.1)	5 (15.2)	22 (66.7)

จากตารางที่ ผ.26 พบว่า ร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการเงินสถาบันการเงินไม่ให้
กู้เงิน ด้วยความรุนแรงน้อยที่สุดหรือไม่มีปัญหาเลย ร้อยละ 69.7

ตารางที่ ผ.27 แสดงความรุนแรงของปัญหาด้านการจัดการที่เกิดขึ้นร้านกาแฟ

ปัญหาของร้านกาแฟ ด้านการจัดการ	ความรุนแรงของปัญหา				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1.พนักงานเข้า - ออกบ่อย	5 (15.2)	5 (15.2)	10 (30.3)	3 (9.1)	9 (27.3)
2.ค่าแรง/ค่าตอบแทนสูง	4 (12.1)	5 (15.2)	8 (24.2)	8 (24.2)	7 (21.2)
3.ขาดทักษะในการจัดการ	- (-)	3 (9.1)	9 (27.3)	11 (33.3)	9 (27.3)

จากตารางที่ ผ.27 พบว่า ร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการจัดการ คือ ขาดทักษะในการจัดการ ด้วยความรุนแรงปานกลาง ร้อยละ 27.3

3.2 กลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหของร้านกาแฟต่อไปนี้ประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด
 ตารางที่ ผ.28 แสดงผลประสบความสำเร็จของการแก้ปัญหาด้านการตลาดที่เกิดขึ้นร้านกาแฟ

กลยุทธ์ด้านการตลาด	ไม่ได้ดำเนินการ	ประสบความสำเร็จ/ช่วยแก้ปัญหา				
		มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.การหาลูกค้าใหม่/ตลาดใหม่	6 (18.2)	5 (15.2)	9 (27.3)	8 (24.2)	3 (9.1)	2 (6.1)
2.การเพิ่มยอดซื้อจากลูกค้าเดิม	5 (15.2)	3 (9.1)	9 (27.3)	10 (30.3)	3 (9.1)	3 (9.1)
3.การปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบสินค้า	4 (12.1)	10 (30.3)	9 (27.3)	4 (12.1)	3 (9.1)	4 (12.1)
4.การพัฒนาสินค้า/บริการใหม่	5 (15.2)	10 (30.3)	8 (24.2)	5 (15.2)	2 (6.1)	3 (9.1)
5.การลดราคาสินค้า	9 (27.3)	3 (9.1)	4 (12.1)	8 (24.2)	5 (15.2)	4 (12.1)
6.การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ	10 (30.3)	4 (12.1)	4 (12.1)	7 (21.2)	4 (12.1)	4 (12.1)
7.การโฆษณาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	6 (18.2)	4 (12.1)	7 (21.2)	9 (27.3)	3 (9.1)	4 (12.1)
8.การเพิ่มเวลาในการให้บริการ	7 (21.2)	3 (9.1)	5 (15.2)	7 (21.2)	6 (18.2)	5 (15.2)
9.การหาพันธมิตรทางการค้า	8 (24.2)	5 (15.2)	5 (15.2)	8 (24.2)	3 (9.1)	4 (12.1)

จากตารางที่ ผ.28 พบว่า ร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบสินค้าและการพัฒนาสินค้า/บริการใหม่ ทำให้ประสบผลสำเร็จมากที่สุด ในการแก้ไขปัญหาด้านการตลาด ร้อยละ 30.3

ตารางที่ ผ.29 แสดงผลประสบความสำเร็จของการแก้ปัญหาด้านการผลิตที่เกิดขึ้นร้านกาแฟ

กลยุทธ์ด้านการผลิต	ไม่ได้ดำเนินการ	ประสบความสำเร็จ/ช่วยแก้ปัญหา				
		มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.การหาแหล่งวัตถุดิบ(กาแฟคั่ว)ใหม่	17 (51.5)	3 (9.1)	1 (3.0)	4 (12.1)	5 (15.2)	2 (6.1)
2.การปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือและอุปกรณ์	13 (39.4)	4 (12.1)	7 (21.2)	3 (9.1)	1 (3.0)	4 (12.1)
3.การปรับเปลี่ยนวิธีการ/กระบวนการผลิต	14 (42.4)	3 (9.1)	5 (15.2)	4 (12.1)	3 (9.1)	3 (9.1)
4.การหาพันธมิตรด้านการผลิต/ปฏิบัติการ	15 (45.5)	2 (6.1)	4 (12.1)	6 (18.2)	1 (3.0)	4 (12.1)

จากตารางที่ ผ.29 พบว่า ร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่ยังไม่ได้ดำเนินการใช้กลยุทธ์การหาแหล่งวัตถุดิบ (กาแฟคั่ว) ใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาด้านการผลิต ร้อยละ 51.5

ตารางที่ ผ.30 แสดงผลประสบความสำเร็จของการแก้ปัญหาด้านการเงินที่เกิดขึ้นร้านกาแฟ

กลยุทธ์ด้านการเงิน	ไม่ได้ดำเนินการ	ประสบความสำเร็จ/ช่วยแก้ปัญหา				
		มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.การกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์	22 (66.7)	2 (6.1)	2 (6.1)	2 (6.1)	3 (9.1)	2 (6.1)
2.การกู้เงินสถาบันเฉพาะด้าน	27 (81.8)	- (-)	2 (6.1)	- (-)	2 (6.1)	2 (6.1)
3.การกู้เงินนอกระบบ	24 (72.2)	3 (9.1)	2 (6.1)	- (-)	1 (3.0)	3 (9.1)
4.การปรับโครงสร้างหนี้	26 (78.8)	- (-)	2 (6.1)	1 (3.0)	1 (3.0)	3 (9.1)
5.การให้ส่วนลดเพื่อเร่งเวลาชำระเงินของลูกค้าหนี้	24 (72.7)	1 (3.0)	3 (9.1)	- (-)	3 (9.1)	2 (6.1)
6.การเจรจายืดระยะเวลาชำระเงินกับบริษัทคู่ค้า	25 (75.8)	- (-)	3 (9.1)	1 (3.0)	1 (3.0)	3 (9.1)

จากตารางที่ ผ.30 พบว่า ร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่ยังไม่ได้ดำเนินการใช้กลยุทธ์การกู้เงินสถาบันเฉพาะด้านเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการเงิน ร้อยละ 81.8

ตารางที่ ผ.31 แสดงผลประสพความสำเร็จของการแก้ปัญหาด้านการจัดการที่เกิดขึ้นร้านกาแฟ

กลยุทธ์ด้านการจัดการ	ไม่ได้ดำเนินการ	ประสพความสำเร็จ/ช่วยแก้ปัญหา				
		มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.ปรับปรุงกฎระเบียบในการทำงาน	8 (24.2)	8 (24.2)	6 (18.2)	9 (27.3)	1 (3.0)	1 (3.0)
2.การปรับปรุงขึ้นเงินเดือน	9 (27.3)	3 (9.1)	9 (27.3)	9 (27.3)	3 (9.1)	- (-)
3.การให้สวัสดิการเพิ่มขึ้น	8 (24.2)	3 (9.1)	10 (30.3)	8 (24.2)	3 (9.1)	1 (3.0)
4.เพิ่มการฝึกอบรม	8 (24.2)	6 (18.2)	8 (24.2)	6 (18.2)	1 (3.0)	4 (12.1)

จากตารางที่ ผ.31 พบว่า ร้านกาแฟโดยส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การให้สวัสดิการเพิ่มขึ้น ทำให้ประสพผลสำเร็จมากในการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการ ร้อยละ 30.3

ภาคผนวก ง

กาแฟสำเร็จรูป : ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ารายเดือน

ตารางที่ ผ.32 แสดงปริมาณและมูลค่าการนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปรายเดือน

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

เดือน	ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มค.	92	12.39	181	15.28	265	53.08
กพ.	110	18.64	81	7.91	130	29.95
มีค.	25	5.24	57	6.1	207	45.29
เมย.	56	9.55	6	0.71	104	22.90
พค.	88	8.51	87	14.13	137	28.49
มิย.	94	14.47	32	2.6	200	40.31
กค.	96	11.32	64	6.43	283	58.17
สค.	31	5.62	63	11.53	183	39.38
กย.	65	5.53	114	20.84	212	42.01
ตค.	93	12.49	58	15.25	230	45.09
พย.	182	17.05	113	24.19	171	36.88
ธค.	85	11	165	38.54	55	15.14
รวม	1,017	131.81	1,021	163.51	2,177	456.69

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือของ กรมศุลกากร

All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวกมลวรรณ กลีบศรี
วัน เดือน ปี เกิด	17 สิงหาคม 2526
ประวัติการศึกษา	- สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนอรุโณทัย ลำปาง ปีการศึกษา 2540 - สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญ ลำปาง ปีการศึกษา 2543 - สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปีการศึกษา 2547
ประวัติการทำงาน	แคชเชียร์ส่วนหน้า โรงแรมศิรินาถ การ์เด็นท์ เชียงใหม่
พ.ศ.2548 – 2549	
พ.ศ.2549 – ปัจจุบัน	พนักงานธุรการ โครงการกาแฟอร่าบิก้า มูลนิธิโครงการหลวง