



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แบบสอบถาม

### 1. ผู้บริโภค

เรื่อง: ผลกระทบทางเศรษฐกิจของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ที่มีต่อร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

Economic Impacts of Modern Retailers on Small Scale Local Retailer in Mueang District, Chiang Rai Province.

### คำชี้แจง

ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คำถามในครั้งนี้จะถูกนำไปวิเคราะห์ในทางวิชาการ ไม่แสดงรายละเอียดเป็นรายบุคคลและไม่ได้เกี่ยวข้องเพื่อผลประโยชน์ต่อบริษัทเอกชนแต่อย่างใด ในโอกาสนี้ ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในกาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ชื่อ นางสาว อรรรณ บุโพธิ์

รหัส 531632555

ผู้วิจัย

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่และร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่และร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเลือก หรือ ตอบคำถามลงใน .... ที่ให้ไว้

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

- ( ) 1. ไม่เกิน 20 ปี ( ) 2. 21 – 25 ปี  
 ( ) 3. 26 – 30 ปี ( ) 4. 31 – 35 ปี  
 ( ) 5. 36 – 40 ปี ( ) 5. มากกว่า 40 ปี

3. สถานะภาพ

- ( ) 1. โสด ( ) 2. สมรส ( ) 3. หย่าร้าง/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ประถมศึกษา ( ) 2. มัธยมศึกษา  
 ( ) 3. อนุปริญญา/อาชีวศึกษา ( ) 4. ปริญญาตรี  
 ( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- ( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา ( ) 2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 ( ) 3. พนักงานบริษัทเอกชน ( ) 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 ( ) 5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน ( ) 6. เกษตรกรรม  
 ( ) 7. อื่นๆ ระบุ .....

6. รายได้ (ส่วนตัว) เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท ( ) 2. 5,001 – 10,000 บาท  
 ( ) 3. 10,001 – 15,000 บาท ( ) 4. 15,001 – 20,000 บาท  
 ( ) 5. มากกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่และร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

2.1 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่

1. ท่านใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่กี่ครั้งต่อเดือน (โดยประมาณ)

- ( ) 1. มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน ( ) 2. 3 - 4 ครั้ง/เดือน  
( ) 3. 1 - 2 ครั้ง/เดือน ( ) 4. ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส

2. ช่วงเวลาที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด

ช่วงเวลา	วันธรรมดา	วันหยุด
ช่วงเช้า 08.00-12.00 น.		
ช่วงบ่าย 12.00-17.00 น.		
ช่วงเย็น 17.00-20.00 น.		
หลัง 20.00 น.		

3. ท่านเดินทางมาใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่แห่งนี้โดย

- ( ) 1. รถโดยสารประจำทาง ( ) 2. รถยนต์ส่วนตัว  
( ) 3. รถจักรยานยนต์ ( ) 4. เดินเท้า  
( ) อื่นๆ ระบุ.....

4. ท่านมาใช้บริการแห่งนี้กับใครบ่อยที่สุด

- ( ) 1. คนเดียว ( ) 2. เพื่อน  
( ) 3.ญาติพี่น้อง พ่อ แม่ ( ) 4. ครอบครัว (สามี ภรรยา บุตร)  
( ) 5. อื่นๆ ระบุ .....

5. ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการ/ครั้ง

- ( ) 1. น้อยกว่า 15 นาที ( ) 2. 15 – 30 นาที  
( ) 3. 30 นาที – 1 ชั่วโมง ( ) 4. มากกว่า 1 ชั่วโมง  
( ) 5. ไม่แน่นอน

6. ท่านใช้งบในการซื้อสินค้าต่อครั้งเป็นจำนวนเงินเท่าใด

- ( ) 1. น้อยกว่า 500 บาท ( ) 2. 501-1,000 บาท  
 ( ) 3. 1,001-1,500 บาท ( ) 4. มากกว่า 1,500 บาท  
 ( ) 5. อื่นๆ ระบุ .....

7. วิธีการชำระเงินของท่าน

- ( ) 1. เงินสด ( ) 2. บัตรเครดิต  
 ( ) 3. อื่นๆ ระบุ .....

8. สินค้าประเภทใดที่ท่านเลือกซื้อ

ประเภทสินค้า	ซื้อประจำ	นานๆครั้ง	ไม่เคยซื้อ
- เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ถ่ายภาพ อุปกรณ์สื่อสาร			
- ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายและของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน			
- เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องหนัง			
- ผลิตภัณฑ์ภายในครัว เช่น น้ำปลา น้ำตาล			
- อาหาร เครื่องดื่ม ขนม ผักสด อาหารแช่แข็ง			
- อุปกรณ์ทำความสะอาด และเคมีภัณฑ์ เช่น พงซักฟอก ยา กันยุง			
- หนังสือ ของเล่นเด็ก			
- อุปกรณ์สำนักงาน อุปกรณ์กีฬา เครื่องมือช่าง อุปกรณ์ทำสวน			
- ยารักษาโรค			
- อื่นๆ .....			

2.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

1. ท่านใช้บริการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กกี่ครั้งต่อเดือน (โดยประมาณ)

- ( ) 1. มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน ( ) 2. 3 - 4 ครั้ง/เดือน  
 ( ) 3. 1 - 2 ครั้ง/เดือน ( ) 4. ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส

## 2. ช่วงเวลาที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด

ช่วงเวลา	วันธรรมดา	วันหยุด
ช่วงเช้า 08.00-12.00 น.		
ช่วงบ่าย 12.00-17.00 น.		
ช่วงเย็น 17.00-20.00 น.		
หลัง 20.00 น.		

## 3. ท่านเดินทางมาใช้บริการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กโดย

- ( ) 1. รถโดยสารประจำทาง ( ) 2. รถยนต์ส่วนตัว  
 ( ) 3. รถจักรยานยนต์ ( ) 4. เดินเท้า  
 ( ) 5. อื่นๆ ระบุ.....

## 4. ท่านมาใช้บริการแห่งนี้กับใครบ่อยที่สุด

- ( ) 1. คนเดียว ( ) 2. เพื่อน  
 ( ) 3.ญาติพี่น้อง พ่อ แม่ ( ) 4. ครอบครัว (สามี ภรรยา บุตร)  
 ( ) 5. อื่นๆ ระบุ .....

## 5. ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการ/ครั้ง

- ( ) 1. น้อยกว่า 15 นาที ( ) 2. 15 – 30 นาที  
 ( ) 3. 30 นาที – 1 ชั่วโมง ( ) 4. มากกว่า 1 ชั่วโมง  
 ( ) 5. ไม่แน่นอน

## 6. ท่านใช้งบในการซื้อสินค้าต่อครั้งเป็นจำนวนเงินเท่าใด

- ( ) 1. น้อยกว่า 500 บาท ( ) 2. 501-1,000 บาท  
 ( ) 3. 1,001-1,500 บาท ( ) 4. มากกว่า 1,500 บาท  
 ( ) 5. อื่นๆ ระบุ .....

## 7. วิธีการชำระเงินของท่าน

- ( ) 1. เงินสด ( ) 2. บัตรเครดิต  
 ( ) 3. อื่นๆ ระบุ .....

## 8. สินค้าประเภทใดที่ท่านเลือกซื้อ

ประเภทสินค้า	ซื้อประจำ	นานๆครั้ง	ไม่เคยซื้อ
- เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ถ่ายภาพ อุปกรณ์สื่อสาร			
- ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายและของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน			
- เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องหนัง			
- ผลิตภัณฑ์ภายในครัว เช่น น้ำปลา น้ำตาล			
- อาหาร เครื่องดื่ม ขนม ผักสด อาหารแช่แข็ง			
- อุปกรณ์ทำความสะอาด และเคมีภัณฑ์ เช่น พงชักฟอก ยา กันยุง			
- หนังสือ ของเล่นเด็ก			
- อุปกรณ์สำนักงาน อุปกรณ์กีฬา เครื่องมือช่าง อุปกรณ์ทำสวน			
- ยารักษาโรค			
- อื่นๆ .....			

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลปัจจัยที่มีผลผู้บริโภคต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่และร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่และร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ความหลากหลายของสินค้า					
2. ความทันสมัยของสินค้า					
3. สินค้าชนิดเดียวกันแต่มีหลายยี่ห้อ					
4. สามารถเลียน/คืนสินค้าได้					
<b>ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ</b>	<b>ระดับความสำคัญ</b>				

	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>					
5. ราคาใกล้เคียง/ถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่นๆ					
6. คุ่มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพ					
7. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน					
8. สามารถต่อรองราคาได้					
9. มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณ/มูลค่า มาก					
<b>ปัจจัยด้านสถานที่</b>					
10. อยู่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน					
11. เป็นทางผ่าน					
12. มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย					
13. มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่และ เป็นระเบียบ					
14. เวลาการเปิด-ปิดร้านค้าสะดวกต่อการ ใช้บริการ					
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
15. ทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เป็น ประจำ					
16. การจัดการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แคม)					
17. มีพนักงานให้คำแนะนำสินค้า					
18. มีบัตรสมาชิก/การสะสมแต้มเพื่อรับ ส่วนลด/แลกรางวัล					



ปัญหาและข้อเสนอนะอื่น ๆ

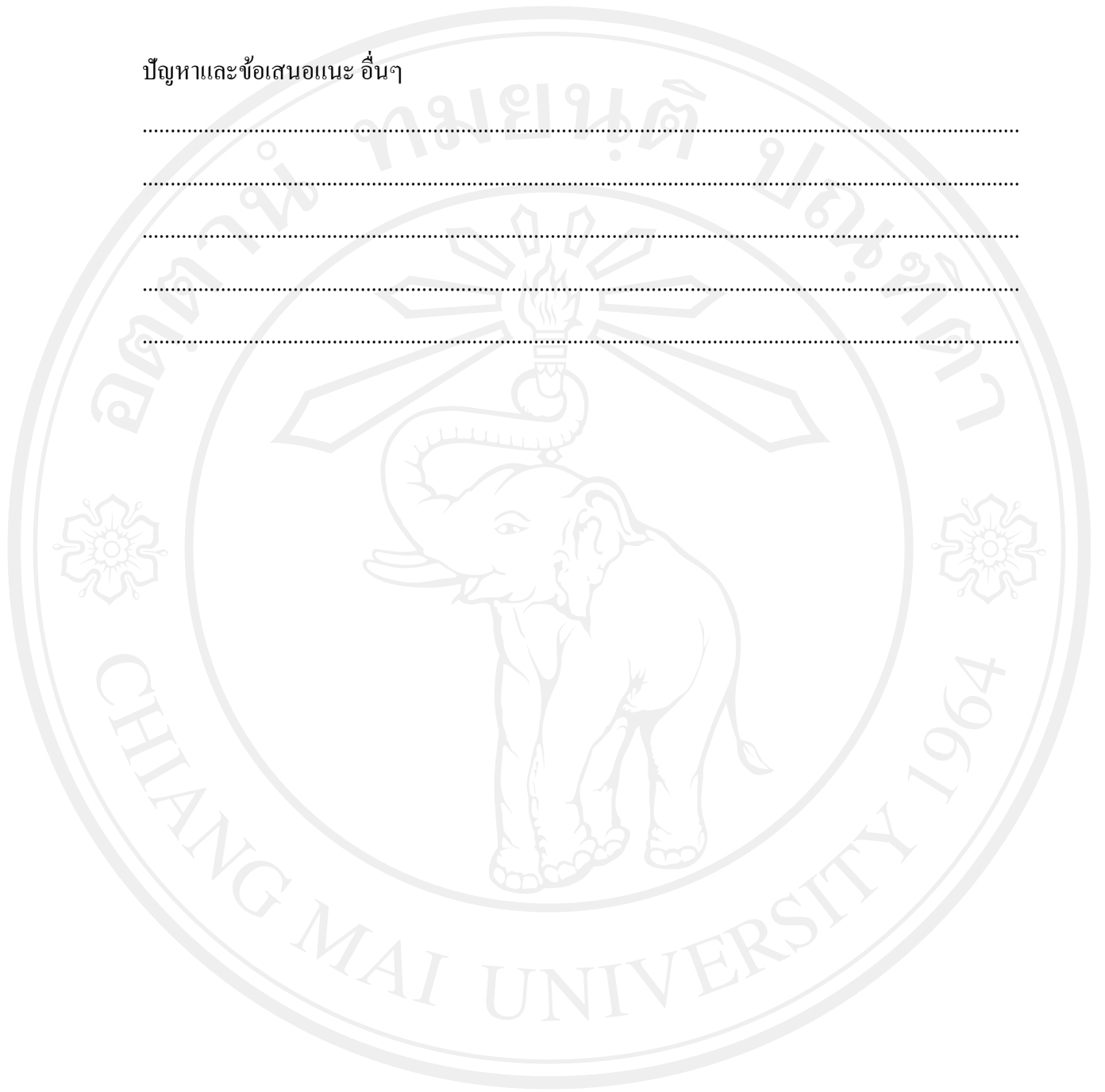
.....

.....

.....

.....

.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## 2. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

เรื่อง: ผลกระทบทางเศรษฐกิจของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่ที่มีต่อร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย  
 Economic Impacts of Modern Retailers on Small Scale Local Retailer in Mueang District, Chiang Rai Province.

### คำชี้แจง

ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คำถามในครั้งนี้จะถูกนำไปวิเคราะห์ในทางวิชาการ ไม่แสดงรายละเอียดเป็นรายบุคคลและไม่ได้เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ต่อบริษัทเอกชนแต่อย่างใด ในโอกาสนี้ ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในกาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ชื่อ นางสาว อรรวรรณ บุโพธิ์  
 รหัส 531632555  
 ผู้วิจัย

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลผลกระทบที่เกิดขึ้นกับร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กโดยวัดจากการปรับตัวด้าน

ต่างๆ

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลกลยุทธ์ในการปรับตัวร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเลือก หรือ ตอบคำถามลงใน .... ที่ให้ไว้

1. ชื่อร้านค้า .....

2. เพศ

( ) 1.ชาย

( ) 2.หญิง

3. อายุ

( ) 1. ไม่เกิน 25 ปี

( ) 2. 26 - 35 ปี

( ) 3. 36 - 45 ปี

( ) 4. 46 - 55 ปี

( ) 5. มากกว่า 55 ปี

4. ระดับการศึกษา

( ) 1. ประถมศึกษา/ต่ำกว่า

( ) 2. มัธยมศึกษา

( ) 3. อนุปริญญา/อาชีวศึกษา

( ) 4. ปริญญาตรี

( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. ที่ตั้งของร้าน

( ) 1. ติดตลาด

( ) 2. ในหมู่บ้าน

( ) 3. ติดถนนใหญ่

( ) 4. ในซอย

( ) 5. อื่นๆ ระบุ .....

6. ระยะห่างร้านค้าของท่านกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สมัยใหม่(ที่ใกล้ที่สุด)

( ) 1. น้อยกว่า 1 กิโลเมตร

( ) 2. 1-3 กิโลเมตร

( ) 3. 4-6 กิโลเมตร

( ) 4. 7-9 กิโลเมตร

( ) 5. 10 กิโลเมตรขึ้นไป

7. บริเวณที่จอดรถสำหรับลูกค้า

( ) 1. ไม่มี

( ) 2. มี สามารถจอดได้ 1 คัน

( ) 3. มี สามารถจอดได้ 2 คัน

( ) 4. มี สามารถจอดได้มากกว่า 3 คัน

8. ระยะเวลาดำเนินการร้านค้าของท่าน

- ( ) 1. น้อยกว่า 1 ปี ( ) 2. 1 – 5 ปี  
 ( ) 3. 5 – 10 ปี ( ) 4. มากกว่า 10 ปี

9. จำนวนชั่วโมงที่ร้านของท่านเปิดให้บริการ

- ( ) 1. ไม่เกิน 8 ชั่วโมงต่อวัน ( ) 2. 9 – 12 ชั่วโมง  
 ( ) 3. 13 – 16 ชั่วโมง ( ) 4. 17 – 24 ชั่วโมง

10. ร้านของท่านขายสินค้าประเภทใด

- ( ) 1. อาหารแห้งและเครื่องปรุงรส เช่น ข้าวสาร ปลากระป๋อง น้ำตาล เป็นต้น  
 ( ) 2. อาหารปรุงสำเร็จ อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เป็นต้น  
 ( ) 3. ขนม และของขบเคี้ยว เช่น ลูกอม หมากฝรั่ง เป็นต้น  
 ( ) 4. เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น เบียร์ เหล้า เป็นต้น  
 ( ) 5. ของใช้ส่วนตัวและเครื่องสำอางค์ เช่น สบู่ แชมพู เป็นต้น  
 ( ) 6. อุปกรณ์ภายในครัว เช่น หม้อ ครก เป็นต้น  
 ( ) 7. เครื่องเขียน หนังสือ เช่น หนังสือพิมพ์ ปากกา เป็นต้น  
 ( ) 8. ยาสามัญประจำบ้าน  
 ( ) 9. เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ  
 ( ) 10. สินค้าเบ็ดเตล็ด เช่น ถ่าน ไฟฉาย ยากันยุง น้ำยาล้างห้องน้ำ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลผลกระทบที่เกิดขึ้นกับร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก โดยวัดจากการปรับตัวด้านต่างๆ

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าเป็นที่มีผลกระทบต่อการปรับตัวของร้านค้าของท่าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัว	ระดับการปรับตัว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</u>					
1. ความหลากหลายของสินค้า					
2. ความทันสมัยของสินค้า					
3. สินค้าชนิดเดียวกันแต่มีหลายยี่ห้อ					
4. สามารถเลียน/คีนสินค้าได้					
<u>ปัจจัยด้านราคา</u>					
5. ราคาใกล้เคียง/ถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่นๆ					
6. คุ่มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพ					
7. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน					
8. สามารถต่อรองราคาได้					
9. มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณ/มูลค่ามาก					
<u>ปัจจัยด้านสถานที่</u>					
10. มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย					
11. การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ					
12. เวลาการเปิด-ปิดร้านค้าสะดวกต่อการใช้บริการ					

ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัว	ระดับการปรับตัว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
13. ทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เป็นประจำ					
14. การจัดการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม)					
15. มีพนักงานให้คำแนะนำสินค้า					
16. มีบัตรสมาชิก/การสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลด/แถมรางวัล					

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลกลยุทธ์ในการปรับตัวร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็ก

1. ร้านค้าของท่านได้มีการปรับปรุงหรือมีการเปลี่ยนแปลงในด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่นำมาขายในร้านอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

2. ร้านค้าของท่านได้มีการปรับปรุงหรือมีการเปลี่ยนแปลงในด้านราคาของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่นำมาขายในร้านอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....  
.....

3. ร้านค้าของท่านได้มีการปรับปรุงหรือมีการเปลี่ยนแปลงในด้านสถานที่การตัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่นำมาขายในร้านอย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....  
.....

4. ร้านค้าของท่านได้มีการปรับปรุงหรือมีการเปลี่ยนแปลงในด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่นำมาขายในร้านรวมถึงร้านค้าของท่านเองอย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....  
.....

ปัญหาและข้อเสนอแนะ อื่นๆ

.....  
.....

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาวอรรวรรณ บุโพธิ์

วัน เดือน ปี เกิด

15 มีนาคม 2525

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2543สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2546

ประสบการณ์

พ.ศ.2547 - 2552

ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน สตาร์บัคส์คอฟฟี่