

แนวทางการยกระดับกาแฟไทยสู่ตลาดโลก

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร | สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



**สถานการณ์
กาแฟไทย
และโลก**



**นโยบายและ
มาตรการ
ที่เกี่ยวข้อง**



**โอกาส
ทางการค้า
กาแฟไทย**



แนวทางการยกระดับกาแฟไทย
สู่ตลาดสากล

โดย กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

คำนำ

ปัจจุบัน กาแฟได้ก้าวข้ามจากการเป็นเพียงเครื่องดื่มเพื่อความสดชื่น สู่การเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต และวัฒนธรรมการบริโภคที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก อุตสาหกรรมกาแฟมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านปริมาณการบริโภคและมูลค่าตลาด สะท้อนถึงศักยภาพของกาแฟในฐานะสินค้าเกษตรที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มสูงในห่วงโซ่อุปทานโลก ขณะเดียวกัน ตลาดกาแฟโลกกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว อาทิ ความต้องการกาแฟคุณภาพสูงและมีที่มาเฉพาะถิ่น (Specialty Coffee) กาแฟที่ตอบโจทย์ด้านสุขภาพ (Functional Coffee) กาแฟพร้อมดื่ม (Ready-to-Drink: RTD) ตลอดจนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการผลิต การตลาด และการบริการ ควบคู่กับกระแสความยั่งยืนที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ความโปร่งใส และจริยธรรมทางการค้า ซึ่งได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั่วโลก สำหรับประเทศไทย แม้จะเป็นผู้ผลิตกาแฟรายสำคัญในลำดับรองของโลก แต่มีจุดแข็งด้านความหลากหลายของสายพันธุ์กาแฟ รวมถึงอัตลักษณ์ของแหล่งปลูกที่สามารถต่อยอดสู่ตลาดมูลค่าสูงได้ การขยายตัวของส่งออกกาแฟไทยในช่วงที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการยกระดับอุตสาหกรรมกาแฟไทยให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดโลก

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้จัดทำรายงานการศึกษา “แนวทางการยกระดับกาแฟไทยสู่ตลาดสากล” เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มตลาดกาแฟโลก ตลอดจนชี้ให้เห็นโอกาสและทิศทางการยกระดับการค้าสินค้ากาแฟไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก อันจะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการปรับตัววางแผนการผลิตและการค้า สร้างมูลค่าเพิ่ม และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของกาแฟไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืนในเวทีการค้าโลก

คณะผู้จัดทำ
สิงหาคม 2569

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	ส-1
Infographic	ส-6
1. สถานการณ์กาแฟ	1
1.1 สถานการณ์กาแฟโลก	1
1.2 สถานการณ์กาแฟไทย	4
1.3 การบริโภค ความต้องการใช้ และราคา	6
1.4 การค้ากาแฟโลก	9
1.5 การค้ากาแฟของไทย	17
2. ห่วงโซ่อุปทานของกาแฟ	28
2.1 ต้นน้ำ	28
2.2 กลางน้ำ	28
2.3 ปลายน้ำ	28
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ	30
3.1 กลุ่มอุตสาหกรรมกาแฟคั่วและเครื่องดื่ม	30
3.2 อุตสาหกรรมเบเกอรี่และของหวาน	32
3.3 อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	32
3.4 อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง	33
3.5 อุตสาหกรรมหมูนเวียนจากกากกาแฟ	33
3.6 การกระจายสินค้าและการเข้าถึงผู้บริโภค (Distribution Channels)	34
3.7 ประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ	35
4. นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องของไทย	36
4.1 มาตรการนำเข้ากาแฟของไทย	36
4.2 มาตรการส่งออกกาแฟของไทย	39
4.3 แผนพัฒนา กาแฟแห่งชาติ ฉบับที่ 1 2568 – 2575	41
5. นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ	44
5.1 บราซิล	44
5.2 เวียดนาม	46
5.3 โคลอมเบีย	48
5.4 สหรัฐอเมริกา	51
5.5 อิตาลี	52
5.6 จีน	54
5.7 มาเลเซีย	55
5.8 ออสเตรเลีย	56

5.9 สวิสเซอร์แลนด์.....	57
5.10 ญี่ปุ่น.....	58
5.11 เยอรมนี.....	59
6. ถอดบทเรียนนโยบายและแนวทางการประยุกต์ใช้ 5 ด้าน	61
6.1 ด้านการผลิต	61
6.2 ด้านการรักษาเสถียรภาพราคา และยกระดับกลไกบริหารความเสี่ยง.....	62
6.3 ด้านการสร้างแบรนด์และการส่งเสริมการส่งออกสินค้ากาแฟ	62
6.4 การดึงดูดเงินลงทุนต่างชาติและการพัฒนาอุตสาหกรรมกลางน้ำ-ปลายน้ำ.....	63
6.5 การส่งเสริมความยั่งยืน และการตรวจสอบย้อนกลับ.....	64
6.6 การส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการผลิตและการค้ากาแฟ	64
6.7 การพัฒนาเชิงสถาบันและความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน.....	65
7. การวิเคราะห์ SWOT Analysis	72
8. ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการค้ากาแฟไทย	76
8.1 ด้านต้นน้ำ	76
8.2 ด้านกลางน้ำ	78
8.3 ด้านปลายน้ำ.....	79
ภาคผนวก	83
เอกสารอ้างอิง	84

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 ปริมาณการผลิตกาแฟของโลก ปี 2564/65 - 2568/69	1
ภาพที่ 2 สัดส่วนการผลิตกาแฟของโลก ปี 2568/69	2
ภาพที่ 3 สัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกกาแฟของโลก ปี 2566	3
ภาพที่ 4 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกาแฟ (HS 0901) 5 อันดับแรกของโลก ปี 2568	9
ภาพที่ 5 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112) 5 อันดับแรกของโลก ปี 2568	11
ภาพที่ 6 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ากาแฟ (HS 0901) 5 อันดับแรกของโลกปี 2568	13
ภาพที่ 7 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112) 5 อันดับแรกของโลก ปี 2568	15
ภาพที่ 8 ห่วงโซ่อุปทานของกาแฟไทย	29
ภาพที่ 9 อุตสาหกรรมกาแฟแก้ว	30
ภาพที่ 10 ผู้นำผลิตภัณฑ์กาแฟปรุงสำเร็จ (3-in-1)	31
ภาพที่ 11 ผู้นำผลิตภัณฑ์กาแฟสกัดเย็น (Cold Brew)	31
ภาพที่ 12 ผู้นำผลิตภัณฑ์กาแฟพร้อมดื่ม (Ready to Drink)	32
ภาพที่ 13 ผู้นำอุตสาหกรรมเบเกอรี่และของหวาน	32
ภาพที่ 14 ผู้นำอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	33
ภาพที่ 15 ผู้นำอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง	33
ภาพที่ 16 อุตสาหกรรมหมูนเวียนจากกากกาแฟ	33
ภาพที่ 17 การแปรรูปพลังงานและวัสดุทางการเกษตรจากกากกาแฟ	34
ภาพที่ 18 ตัวอย่างช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบค้าปลีก	35

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ภาพรวมการผลิตกาแฟโลก ปี 2564/65 - 2568/69	1
ตารางที่ 2 ประเทศผู้ผลิตกาแฟ 5 อันดับแรกของโลกใน ปี 2564/65 - 2568/69	2
ตารางที่ 3 พื้นที่เพาะปลูกกาแฟของโลก ปี 2562 - 2566.....	3
ตารางที่ 4 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของไทย ในช่วงปี 2565 - 2569.....	4
ตารางที่ 5 ฤดูกาลผลิตกาแฟในปีเพาะปลูก 2568/69	5
ตารางที่ 6 ความต้องการใช้กาแฟไทย และโลก.....	6
ตารางที่ 7 ราคาเมล็ดกาแฟดิบ ปี 2564/65 - 2568/69	8
ตารางที่ 8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเมล็ดกาแฟของโลกปี 2564 - 2568.....	10
ตารางที่ 9 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟของโลกปี 2564 - 2568	12
ตารางที่ 10 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าเมล็ดกาแฟของโลก ปี 2564 - 2568.....	14
ตารางที่ 11 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟของโลก ปี 2564 - 2568	16
ตารางที่ 12 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกาแฟและผลิตภัณฑ์.....	19
ตารางที่ 13 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ากาแฟและผลิตภัณฑ์	23
ตารางที่ 14 แสดงดุลทางการค้ากาแฟและผลิตภัณฑ์แปรรูปของไทย	26
ตารางที่ 15 ตารางแสดงข้อมูลประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกาแฟและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	35
ตารางที่ 16 ตารางสรุปนโยบายที่เกี่ยวข้องและแนวทางการประยุกต์ใช้	66
ตารางที่ 17 วิเคราะห์ SWOT Analysis	75
ตารางที่ 18 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการค้ากาแฟไทย	82

บทสรุปผู้บริหาร

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่นิยมเพื่อสร้างความสดชื่น และได้รับความนิยมเรื่อยมาจนปัจจุบันก้าวสู่การเป็นสินค้าที่ควบคู่กับไลฟ์สไตล์กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต และวัฒนธรรมการบริโภคที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก อุตสาหกรรมกาแฟมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านปริมาณการบริโภคและมูลค่าตลาด สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของกาแฟในฐานะสินค้าเกษตรมูลค่าสูง ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานโลก

สถานการณ์กาแฟโลก ในช่วงปี 2567-2569 สะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างตลาดที่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในประเทศผู้ผลิตหลัก โดยปี 2568/69 มีผลผลิตรวมประมาณ 10.52 ล้านตัน โดยบราซิล (มีสัดส่วน 37%) รองลงมาคือ เวียดนาม (16.54%) โคลอมเบีย (8.46%) อินโดนีเซีย (6.08%) และเอธิโอเปีย (6.37%)

ขณะที่การค้าระหว่างประเทศ โลกมีปริมาณการส่งออกเมล็ดกาแฟโลก (HS 0901) ในปี 2568 อยู่ที่ 9.10 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 71,779.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 39.17% โดยประเทศผู้ส่งออกหลัก ได้แก่ บราซิล (มีสัดส่วนมูลค่า 20.78%) และเวียดนาม (8.41%) ประเทศในยุโรป ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ (มีสัดส่วน 8.31%) และเยอรมนี (7.54%) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในฐานะศูนย์กลางการแปรรูปและส่งออก และโคลอมเบีย (5.89%) และการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112) ของโลก ปี 2568 มีปริมาณ 1.27 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 13,325.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 22.87% โดยประเทศผู้ส่งออกหลัก ได้แก่ เวียดนาม (มีสัดส่วนมูลค่า 11.37%) เยอรมนี (10.12%) บราซิล (8.73%) สเปน (6.88%) มาเลเซีย (5.61%) และสำหรับไทยมีมูลค่าส่งออกอยู่ที่อันดับที่ 21 (1.09%) **การนำเข้าเมล็ดกาแฟโลก** (HS 0901) ในปี 2568 อยู่ที่ 8.82 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 71,784.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 38.71% โดยตลาดหลักกระจุกตัวในประเทศพัฒนาแล้ว ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (มีสัดส่วนมูลค่า 17.83 %) เยอรมนี (12.40%) ฝรั่งเศส (6.11%) อิตาลี (6.35%) และแคนาดา (3.68%) สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการบริโภคกาแฟที่ยังคงแข็งแกร่งในภูมิภาคตะวันตก และความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานกาแฟโลกที่พึ่งพาทั้งประเทศผู้ผลิต และผู้บริโภคอย่างชัดเจน สำหรับไทยมีมูลค่านำเข้าเมล็ดอยู่ที่อันดับที่ 34 (0.26%) และสำหรับการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟโลก (HS 210111 และ 210112) ในปี 2568 อยู่ที่ 1.29 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 13,147.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 23.76% โดยประเทศนำเข้าหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (มีสัดส่วนมูลค่า 10.68%) สหราชอาณาจักร (สัดส่วน 5.81%) เยอรมนี (5.72%) ฟิลิปปินส์ (4.28%) โปแลนด์ (4.07%) และสำหรับไทยมีมูลค่าการนำเข้าเป็นอันดับที่ 6 (3.97%)

สำหรับสถานการณ์กาแฟไทยในปี 2569 มีแนวโน้มเติบโต โดยคาดว่าผลผลิตรวมอยู่ที่ จำนวน 16,208 ตัน เพิ่มขึ้น 1.17% จากปีก่อน สอดคล้องกับผลผลิตต่อไร่ที่ปรับตัวดีขึ้นเป็น 88 กิโลกรัมต่อไร่ เพิ่มขึ้น 2.33% สะท้อนการพัฒนาด้านการจัดการและเทคโนโลยีการผลิต ขณะที่**ความต้องการใช้กาแฟ**ทั้งในและต่างประเทศยังขยายตัว โดยความต้องการใช้เมล็ดกาแฟของโลกเพิ่มขึ้น 1.34% และของไทยเพิ่มขึ้น 3.34% อยู่ที่ 99,646 ตัน (มากกว่าผลผลิตที่ผลิตได้ประมาณ 6 เท่า) อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงพึ่งพาการนำเข้าเป็นหลัก โดยในปี 2568 มีการนำเข้าเมล็ดกาแฟ (HS 0901) การนำเข้า 36,426.98 ตัน มูลค่า 185.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากแหล่งสำคัญคือ 1) สเปน (สัดส่วนมูลค่า 35.58%) 2) เวียดนาม (26.45%) 3) อินโดนีเซีย (19.42%) 4) มาเลเซีย (9.49%) และ 5) สวิตเซอร์แลนด์ (4.14%) และการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112) 44,134.12 ตัน มูลค่า 517.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่การส่งออกกาแฟ (HS 0901) มีปริมาณ อยู่ที่ 3,242.27 ตัน มูลค่า 24.90

ล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีตลาดสำคัญ คือ 1) เวียดนาม (สัดส่วนมูลค่า 58.77%) 2) กัมพูชา (11.06%) 3) มาเลเซีย (4.45%) 4) ส่องกง (3.87%) และ 5) ญี่ปุ่น (3.85%) และการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112) 24,115.11 ตัน มูลค่า 144.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากมูลค่าการนำเข้าที่สูงกว่ามูลค่าการส่งออก ส่งผลให้ภาพรวมดุลการค้ากาแฟและผลิตภัณฑ์ของไทยในปี 2568 อยู่ในสถานะขาดดุลสุทธิอยู่ที่ 533.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพรวมจึงชี้ให้เห็นว่าไทยยังมีบทบาทเป็นผู้นำเข้าและผู้บริโภคสำคัญมากกว่าผู้ส่งออก แม้ศักยภาพการผลิตภายในประเทศจะเริ่มปรับตัวดีขึ้นก็ตาม

โดยห่วงโซ่อุปทานของกาแฟไทย มีลักษณะเชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำอย่างเป็นระบบ โดยในช่วงต้นน้ำแหล่งเพาะปลูกสำคัญกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือและภาคใต้ เช่น เชียงราย เชียงใหม่ ชุมพร น่าน และแม่ฮ่องสอน ซึ่งผลผลิตจะออกสู่ตลาดหลักในช่วงเดือนธันวาคมถึงมกราคม อย่างไรก็ตาม ปริมาณผลผลิตในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ ทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าเมล็ดกาแฟจากต่างประเทศเป็นสำคัญ ในช่วงกลางน้ำ มีผู้รวบรวมและคนกลาง เช่น พ่อค้าท้องถิ่น ผู้ค้าส่ง และสหกรณ์การเกษตร ทำหน้าที่รวบรวม คัดคุณภาพ และกระจายเมล็ดกาแฟเข้าสู่โรงงานแปรรูป ก่อนจะเข้าสู่ปลายน้ำ ซึ่งครอบคลุมอุตสาหกรรมหลากหลาย ไม่เพียงแต่อุตสาหกรรมกาแฟคั่วและเครื่องดื่มเท่านั้น แต่ยังรวมถึงเบเกอรี่ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เครื่องสำอาง และการใช้ประโยชน์จากกากกาแฟในรูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียน สะท้อนให้เห็นถึงการเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดของกาแฟในหลายภาคอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร

จากการศึกษาการดำเนินนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมของต่างประเทศ พบว่าประเทศผู้ผลิตและตลาดกาแฟสำคัญของโลก มีการดำเนินนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างเข้มข้นและเป็นระบบ โดยประเทศผู้ผลิตหลัก เช่น บราซิล มุ่งเน้นการสนับสนุนด้านสินเชื่อ ลดภาษีนำเข้า และยกระดับมาตรฐาน ESG เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ขณะที่เวียดนามให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคการผลิตครบวงจร ทั้งการลดต้นทุน การใช้เทคโนโลยี และการดึงดูดการลงทุน รวมถึงการเติบโตของตลาดและแบรนด์ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ส่วนโคลอมเบีย เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการรับรองแหล่งกำเนิด พัฒนาโลจิสติกส์ และยกระดับทักษะในอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ ในด้านตลาดสำคัญ เช่น สหรัฐฯ ใช้มาตรการภาษีและการควบคุมการนำเข้าที่เข้มงวดมากขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนสินค้า ขณะที่สหภาพยุโรปกำหนดมาตรฐานความยั่งยืน (EUDR) ที่เข้มงวดด้านการตรวจสอบย้อนกลับ ส่วนจีนมีนโยบายสนับสนุนการผลิต การแปรรูป และการลงทุนในอุตสาหกรรมกาแฟอย่างเป็นระบบ การดำเนินนโยบายของประเทศเหล่านี้สะท้อนการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน และห่วงโซ่อุปทานระดับโลก

ขณะที่นโยบายและมาตรการด้านกาแฟของไทย มุ่งเน้นการกำกับดูแลการค้าให้สอดคล้องกับข้อตกลงระหว่างประเทศ ควบคู่กับการคุ้มครองเกษตรกรและสร้างสมดุลวัตถุดิบในประเทศ โดยมาตรการการนำเข้า ด้านการค้ากำหนดเงื่อนไขแตกต่างกัน ภายใต้ข้อตกลงต่างๆ ดังนี้ 1) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการนำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร (ฉบับที่ 111) พ.ศ. 2539 2) ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการออกหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิชำระภาษี ตามพันธกรณีตามความตกลงการค้าเสรีภายใต้องค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) 3) ความตกลงการค้าเสรีไทย - ออสเตรเลีย (Thailand – Australia Free Trade Agreement: TAFTA) 4) ความตกลงการค้าเสรีไทย - นิวซีแลนด์ (Thailand – New Zealand Closer Economic Partnership: TNZCP) 5) ความตกลงการค้าเสรีไทย - ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement: JTEPA) 6) ความตกลงทางการค้าเสรีอาเซียน - เกาหลี (ASEAN-Korea Free Trade Agreement: AKFTA)

7) ความตกลงทางการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) และ 8) ความตกลงการค้าเสรีไทย - ชิลี (Thailand-Chile Free Trade Agreement: TCFTA) ซึ่งมีข้อกำหนดเฉพาะแต่ละความตกลง

มาตรการการนำเข้าด้านการเกษตรภายใต้พระราชบัญญัติกักพืช พืชสกุลกาแฟ (Coffea spp.) ทุกส่วน ถูกจัดเป็น “สิ่งต้องห้าม” นำเข้าจากทุกแหล่งกำเนิดตามประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. 2550 แต่มีข้อยกเว้นสำหรับเมล็ดกาแฟดิบที่ปรับสถานะเป็น “สิ่งกักกัก” ให้สามารถนำเข้าเพื่อการค้าได้ โดยต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) กำกับและผ่านการตรวจกักกัน ณ ด่านตรวจพืช นอกจากนี้ ประกาศกรมวิชาการเกษตร พ.ศ. 2562 ยังอนุญาตให้นำเข้าต้นกล้า (Seedling) ได้เฉพาะจากสาธารณรัฐฝรั่งเศส เนื่องจากเป็นแหล่งกำเนิดเดียวที่ผ่านการวิเคราะห์ความเสี่ยงศัตรูพืช (PRA) ตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยกระบวนการนำเข้าหรือนำผ่านทั้งหมดจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขของประกาศกรมวิชาการเกษตรอย่างเคร่งครัด

ส่วนมาตรการการส่งออก ผู้ที่ประสงค์จะส่งออกกาแฟต้องดำเนินการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟรายปีต่อกรมการค้าต่างประเทศ โดยกำหนดให้กาแฟเป็นสินค้าที่ต้องขออนุญาตและมีหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าตามข้อบังคับขององค์การกาแฟระหว่างประเทศ (International Coffee Organization: ICO) ประกอบการส่งออกทุกครั้ง ทั้งนี้สำหรับหลักเกณฑ์การขออนุญาตนั้น กาแฟที่ผลิตจากผลผลิตในประเทศสามารถส่งออกได้โดยไม่ต้องจำกัดปริมาณ ส่วนผลิตภัณฑ์กาแฟหรือเมล็ดกาแฟคั่วที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟดิบนำเข้าจากต่างประเทศ หรือที่มีการผสมกับเมล็ดกาแฟดิบในประเทศ จะอนุญาตให้ส่งออกได้ในปริมาณไม่เกินกว่าเมล็ดกาแฟดิบที่นำเข้าและที่รับซื้อภายในประเทศจริง เพื่อเป็นการบริหารจัดการสมดุลของวัตถุดิบและส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกาแฟไทยในระดับสากล

การศึกษาการถอดบทเรียนนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมกาแฟจาก 11 ประเทศสำคัญของโลก ทั้งประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ (บราซิล เวียดนาม โคลอมเบีย) ประเทศผู้นำเข้าและแปรรูปปลายน้ำ (สหรัฐอเมริกา อิตาลี เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ ญี่ปุ่น จีน) และประเทศที่มีอัตลักษณ์เฉพาะด้าน (มาเลเซีย ออสเตรเลีย) พบว่า ประเทศที่ประสบความสำเร็จต่างพัฒนานโยบายอย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การสนับสนุนเงินทุนและการบริหารความเสี่ยงด้านราคา การยกระดับคุณภาพและมาตรฐาน การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างแบรนด์และสิ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ตลอดจนการขยายตลาดส่งออก ควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล AI และระบบตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรองรับมาตรฐานการค้าระหว่างประเทศขณะเดียวกัน ยังให้ความสำคัญกับการผลิตอย่างยั่งยืน การวิจัยและนวัตกรรม รวมถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับอุตสาหกรรมกาแฟและสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวของแต่ละประเทศ

จากการศึกษาพบ**ปัญหาและอุปสรรค**ของอุตสาหกรรมกาแฟไทย ได้แก่ **ด้านการผลิต** เช่น ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีผลผลิตกาแฟที่ไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาสายพันธุ์กาแฟยังมีจำกัด พื้นที่ปลูกกาแฟไทยเป็นพื้นที่สูงจึงเป็นอุปสรรคต่อการขยายพื้นที่เพาะปลูก ต้นทุนการผลิตสูง และคุณภาพผลผลิตขาดความสม่ำเสมอโอกาสทางการค้ากาแฟ ขาดแคลนแรงงาน ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นที่และสิทธิที่ดิน **ด้านการแปรรูป** เช่น ข้อจำกัดด้านองค์ความรู้และการเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อการเพิ่มมูลค่า การปรับปรุงคุณภาพเมล็ดกาแฟ การกระจายโรงงานแปรรูปไม่ทั่วถึง **ด้านการค้า** เช่น ปัญหาโครงสร้างภาษีนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบที่ไม่สอดคล้องกับสถานะอุตสาหกรรม กฎระเบียบการค้าโลกด้านสิ่งแวดล้อมที่ต้องปรับตัวอย่างเช่น EUDR

ราคากาแฟโลกผันผวน และตลาดกาแฟไทยที่ยังคงเป็นตลาดแมส และ**ด้านนโยบายภาครัฐ** ที่ยังขาดหน่วยงานกลางที่กำกับดูแลกาแฟ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีโอกาสในอุตสาหกรรมกาแฟ เนื่องจากมีจุดแข็งและโอกาส เช่น ไทยมีภูมิประเทศและสภาพอากาศเหมาะสมเหมาะสำหรับปลูกกาแฟ และมีรสชาติ และเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยอัตลักษณ์พื้นถิ่น (GI) ความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมกลางน้ำ การเติบโตของตลาดภายในและต่างประเทศ และนโยบายสนับสนุนเชิงรุกจากภาครัฐ

จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์การผลิต การค้า มาตรการ นโยบาย ปัญหาอุปสรรค และโอกาสของอุตสาหกรรมกาแฟไทย จึงได้จัดทำแนวทางการยกระดับและพัฒนากาแฟไทยสู่ตลาดสากล มุ่งเน้นการปฏิรูปโครงสร้างอุตสาหกรรมกาแฟอย่างเป็นระบบตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Upstream, Midstream, Downstream) โดยแบ่งแนวทางการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น (1-3 ปี) ระยะกลาง (3-5 ปี) และระยะยาว (5-10 ปี) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่ม รับมือกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม และยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางกาแฟระดับภูมิภาคอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. ด้านต้นน้ำ เกษตรกร พื้นที่ปลูก วัตถุดิบ และสายพันธุ์ มุ่งเน้นการปรับโครงสร้างพื้นฐาน และเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิตต่อไร่ โดยแบ่งกลยุทธ์ตามพื้นที่และสายพันธุ์กาแฟ

ระยะสั้น (1-3 ปี): กำหนดพื้นที่เป้าหมายเชิงรุก โดยยกระดับภาคเหนือเป็นฐานการผลิตกาแฟอาราบิก้าคุณภาพสูง กาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) การขอรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ระบบวนเกษตร (Agroforestry) กาแฟคาร์บอนต่ำ (Carbon Free Coffee) และระบบการผลิตที่สอดคล้องกับกฎระเบียบ EUDR ของสหภาพยุโรป ขณะที่ภาคใต้มุ่งเน้นกาแฟโรบัสต้า ยกระดับสู่ Fine Robusta การป้อนวัตถุดิบสู่อุตสาหกรรม และการพัฒนาสู่ศูนย์กลางกาแฟฮาลาล (Halal Coffee Hub) ควบคู่กับการจัดทำระบบพิถีพิถันปลูกดิจิทัล และแพลตฟอร์มตรวจสอบย้อนกลับ (Thai Coffee Traceability) ด้วยบล็อกเชน

ระยะกลาง (3-5 ปี): ขับเคลื่อนแผนปลูกทดแทนโรบัสต้าพันธุ์ดีในภาคใต้ ส่งเสริมโมเดลวนเกษตรและการปลูกพืชร่วมเพื่อกระจายความเสี่ยง พร้อมสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการลงทุนเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture)

ระยะยาว (5-10 ปี): ปรับเปลี่ยนพื้นที่ปลูกกาแฟเชิงพาณิชย์เดิมไปสู่การผลิตกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) และกาแฟ GI ที่สร้างมูลค่าสูงกว่า พร้อมวิจัยพัฒนาสายพันธุ์โรบัสต้าที่ทนทานต่อสภาพภูมิอากาศผันผวนและศัตรูพืช

2. ด้านกลางน้ำ การแปรรูป โรงคั่ว มาตรฐาน และเสถียรภาพราคา มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพ หลังการเก็บเกี่ยว การใช้เทคโนโลยี และการบริหารความเสี่ยงด้านราคา

ระยะสั้น (1-3 ปี): ควบคุมคุณภาพกาแฟผ่านระบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) ยกระดับเทคโนโลยีการแปรรูปหลังเก็บเกี่ยว (เช่น Wet, Honey, Natural Process) และการคัดแยกผลสุกเพื่อสร้างมูลค่า

ระยะกลาง (3-5 ปี): สนับสนุนให้สหกรณ์ใช้ประโยชน์จากตลาดล่วงหน้า (TFEX/ตลาดต่างประเทศ) ในการทำประกันความเสี่ยงด้านราคา (Hedging) จัดตั้งกองทุนพัฒนาและรักษาเสถียรภาพราคา

กาแฟไทยผ่านกลไกอุดหนุนส่วนต่างราคาแบบตัวสิทธิ์ (Pepro/Prop Model) ระบบประกันภัยพืชผลจากภัยพิบัติ และการวิจัยเทคโนโลยีการหมักกาแฟด้วยจุลินทรีย์เฉพาะถิ่น

ระยะยาว (5-10 ปี): ผลักดันไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการแปรรูปกาแฟแห่งภูมิภาค (Regional Roasting & Processing Hub) สนับสนุนการผลิตกาแฟชั้นสูง เช่น กาแฟแช่เยือกแข็ง (Freeze-dried) กาแฟปราศจากคาเฟอีน (Decaffeinated) และการใช้คลังสินค้าทัณฑ์บน (Inward Processing) เพื่อนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบมาผสม (Blend) และส่งออก

3. ด้านปลายน้ำ: การตลาด ภาษี การค้า นวัตกรรม และการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการปฏิรูปมาตรการทางการค้า การสร้างแบรนด์ นวัตกรรมอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ระยะสั้น (1-3 ปี): ปรับปรุงหลักเกณฑ์ภาษีและการนำเข้ากาแฟดิบด้วยกลไก Inward Processing Relief (IPR) เพื่อส่งออกโดยไม่กระทบราคาในประเทศ อำนวยความสะดวกทางศุลกากรแบบ One-Stop Service ในการส่งออกกาแฟไมโครล็อต (Microlot) และการคุ้มครองตราสินค้า GI ในตลาดต่างประเทศ (สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น จีน)

ระยะกลาง (3-5 ปี): สร้างภาพลักษณ์ Thai Premium Robusta ยกระดับกาแฟฮาลาลในพื้นที่ชายแดนใต้ (Southern Halal Coffee Hub) ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ FoodTech ในการพัฒนากาแฟพร้อมดื่มเชิงฟังก์ชัน (Functional RTD) การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและแปรรูปกาแฟดิบในเขตการค้าเสรี (EEC/SEC) และส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนที่ย่อยสลายได้

ระยะยาว (5-10 ปี): ยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่ศูนย์กลางวัฒนธรรมกาแฟแห่งภูมิภาคเอเชีย (Capital of Asian Coffee Culture) ผ่านนโยบาย Soft Power การท่องเที่ยวเชิงเกษตร/วัฒนธรรมกาแฟ (Specialty Coffee Trail) และการจัดทำกรอบมาตรฐานวิชาชีพสายงานกาแฟระดับชาติ

การผลิต (PRODUCTION)

ภาพรวมการผลิตโลก

พื้นที่เพาะปลูกกาแฟของโลก ปี 2566 อยู่ที่ 77.27 ขยายตัว 1.34%
ผลผลิตภาพรวมโลก อยู่ที่ 10.52 ล้านตัน ขยายตัวจากปีก่อนหน้า 3.54%

ประเทศสำคัญการผลิตของโลก ปี 2568/69

ประเทศ	ผลผลิต (ล้านตัน)	สัดส่วน (%)
Brazil	3.90	(สัดส่วน 37.07%)
Vietnam	1.74	(สัดส่วน 16.54%)
Colombia	0.89	(สัดส่วน 8.46%)
Ethiopia	0.67	(สัดส่วน 6.37%)
Indonesia	0.64	(สัดส่วน 6.08%)

ที่มา : USDA

ภาพรวมการผลิตไทย

ปี 2569 ไทยมีเนื้อที่ให้ผลผลิตกาแฟ 183,788 ไร่
ผลผลิต 16,208 ตัน

- เชียงราย**
เนื้อที่ 53,954 ไร่ (สัดส่วน 29.36%)
ผลผลิต (อะราบิก้า) 4,668 ตัน
- เชียงใหม่**
เนื้อที่ 31,484 ไร่ (สัดส่วน 17.13%)
ผลผลิต (อะราบิก้า) 3,211 ตัน
- ชุมพร**
26,909 ไร่ (สัดส่วน 14.64%)
- น่าน**
เนื้อที่ 11,580 ไร่ (สัดส่วน 6.31%)
ผลผลิต (อะราบิก้า) 888 ตัน
- แม่ฮ่องสอน**
เนื้อที่ 9,847 ไร่ (สัดส่วน 5.36%)
ผลผลิต (อะราบิก้า) 989 ตัน

[illegible]

แนวทางการยกระดับและการพัฒนากาแฟไทยสู่ตลาดสากล

	ระยะสั้น (1-3 ปี) 	ระยะกลาง (3-5 ปี) 	ระยะยาว (5-10 ปี) 
ต้นน้ำ Upstream 	ปรับโครงสร้างพื้นฐาน ยกกระดับมาตรฐานการผลิต วางรากฐานอุตสาหกรรมด้วยแผนการผลิตชัดเจน 	พัฒนาประสิทธิภาพแปลงปลูก ปรับสู่เกษตรกรที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม 	ปรับสู่แหล่งปลูกคุณภาพสูง พัฒนาสายพันธุ์ Specialty/GI 
กลางน้ำ Midstream 	ควบคุมคุณภาพหลังเก็บเกี่ยว ป้องกันความเสี่ยงราคา (Contract Farming) 	ใช้ดิจิทัลตรวจสอบย้อนกลับ บริหารความเสี่ยงตลาดทุน 	ยกระดับสู่อุตสาหกรรมแปรรูปขั้นสูง เป็นศูนย์กลางภูมิภาค 
ปลายน้ำ Downstream 	ปฏิรูปมาตรการค้า-ภาษี อำนวยความสะดวกส่งออกกาแฟพิเศษ 	ยกระดับภาพลักษณ์ ส่งเสริมนวัตกรรมกาแฟสุขภาพ และบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน 	ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Agri-Tourism) พัฒนากิจกรรมวิชาชีพมาตรฐาน 

1. สถานการณ์กาแฟ

1.1 สถานการณ์กาแฟโลก

1.1.1 ผลผลิตรวมของโลก

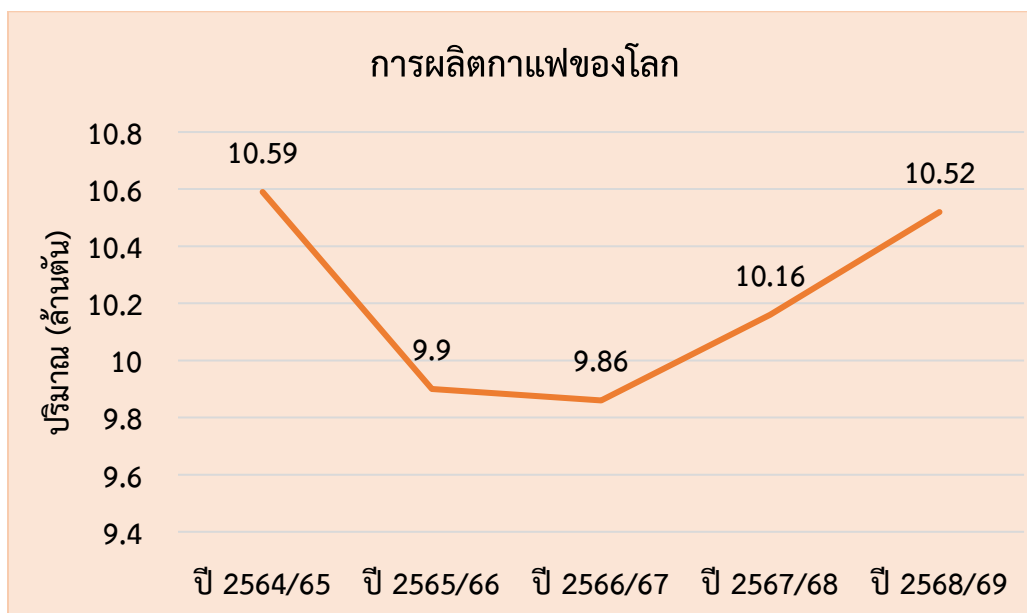
จากข้อมูลของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (United States Department of Agriculture: USDA)¹ พบว่า คาดการณ์การผลิตกาแฟโลกในปี 2568/69 มีปริมาณ 10.52 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 3.54% เนื่องจากการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องในเวียดนาม และอินโดนีเซีย รวมถึงผลผลิตสูงสุดเป็นประวัติการณ์ของเอธิโอเปีย

ตารางที่ 1 ภาพรวมการผลิตกาแฟโลก ปี 2564/65 - 2568/69

รายการ	ปริมาณ (ล้านตัน)					ขยายตัว (%)
	ปี 2564/65	ปี 2565/66	ปี 2566/67	ปี 2567/68	ปี 2568/69	
การผลิตกาแฟของโลก	10.59	9.90	9.86	10.16	10.52	3.54

ที่มา: United States Department of Agriculture (USDA) สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

ภาพที่ 1 ปริมาณการผลิตกาแฟของโลก ปี 2564/65 - 2568/69



ที่มา: United States Department of Agriculture (USDA)

1.1.2 ประเทศผู้ผลิตกาแฟ ปี 2568/2569 มากที่สุด 5 อันดับแรกของโลก ได้แก่ บราซิล มีปริมาณ 3.90 ล้านตัน (สัดส่วน 37.07%) เวียดนาม มีปริมาณ 1.74 ล้านตัน (16.54%) โคลอมเบีย มีปริมาณ 0.89 ล้านตัน (8.46%) อินโดนีเซีย มีปริมาณ 0.64 ล้านตัน (6.08%) และเอธิโอเปีย มีปริมาณ 0.67 ล้านตัน (6.37%) โดยไทยมีผลผลิตเป็นอันดับที่ 19 ของโลก มีปริมาณ 0.05 ล้านตัน สัดส่วน 0.48%

¹ United States Department of Agriculture. PSD Online: Green coffee. Retrieved Dec 18, 2025, from <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>

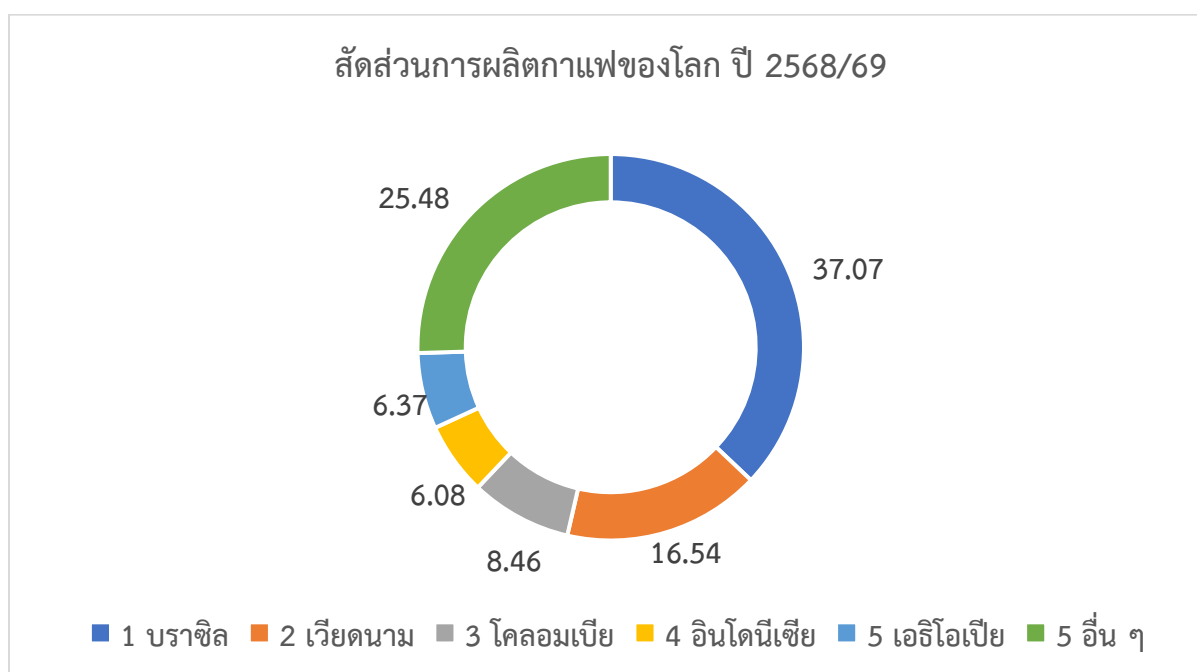
ตารางที่ 2 ประเทศผู้ผลิตกาแฟ 5 อันดับแรกของโลกใน ปี 2564/65 - 2568/69

หน่วย : ล้านตัน

อันดับ	ประเทศ	ปริมาณ					ขยายตัว (%)	สัดส่วน (%)	CAGR (%) 64-68
		2564/65	2565/66	2566/67	2567/68	2568/69			
	โลก	10.59	9.90	9.86	10.16	10.52	3.54	100.00	-0.17
1	บราซิล	4.19	3.49	3.76	3.98	3.90	-2.01	37.07	-1.77
2	เวียดนาม	1.74	1.89	1.70	1.65	1.74	5.45	16.54	0.00
3	โคลอมเบีย	0.80	0.71	0.64	0.77	0.89	15.58	8.46	2.70
4	เอธิโอเปีย	0.46	0.49	0.44	0.55	0.67	21.82	6.37	9.80
5	อินโดนีเซีย	0.64	0.63	0.64	0.49	0.64	30.61	6.08	0.00
19	ไทย	0.04	0.04	0.05	0.05	0.05	-	0.48	5.74
	อื่น ๆ	2.76	2.69	2.69	2.73	2.68	-1.83	25.48	-0.73

ที่มา: United States Department of Agriculture (USDA) สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

ภาพที่ 2 สัดส่วนการผลิตกาแฟของโลก ปี 2568/69



ที่มา: United States Department of Agriculture (USDA)

1.1.3 ประเทศที่มีพื้นที่เพาะปลูกกาแฟของโลกมากที่สุด 5 อันดับแรกของโลก ในปี 2566² ได้แก่ บราซิล (สัดส่วน 15.72%) อินโดนีเซีย (10.26%) เอธิโอเปีย (6.98%) โคลอมเบีย (6.78%) และแอฟริกากลาง (7.64%) สำหรับไทยมีสัดส่วน 0.26%

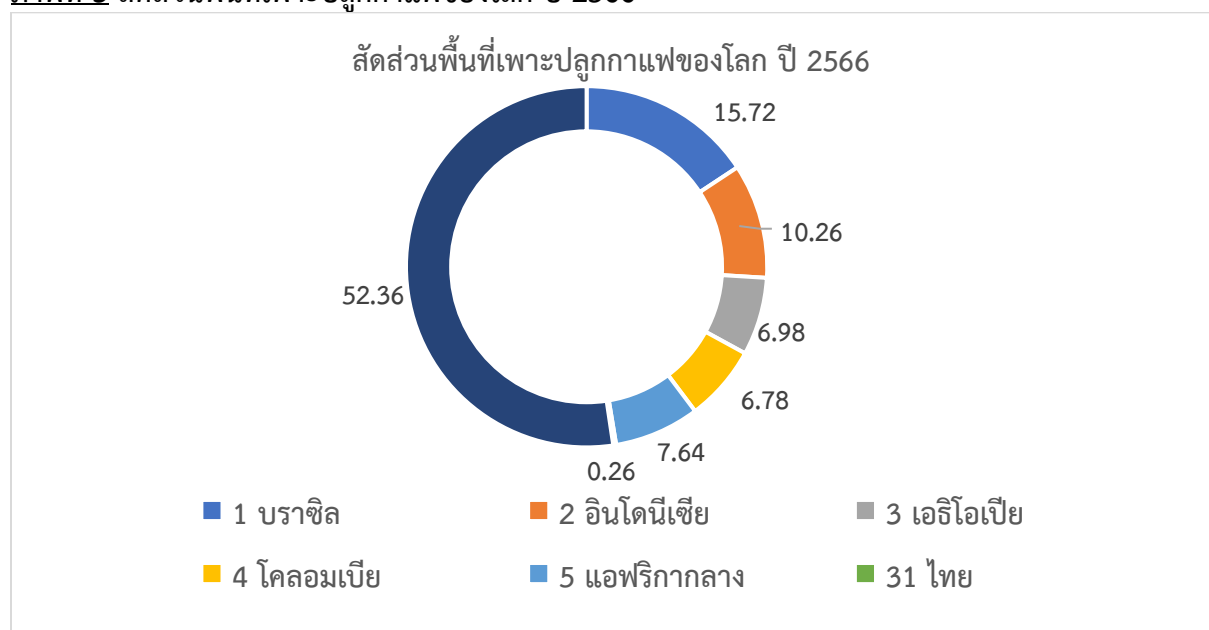
ตารางที่ 3 พื้นที่เพาะปลูกกาแฟของโลก ปี 2562 – 2566

หน่วย : ล้านไร่

อันดับ	ประเทศ	พื้นที่เพาะปลูกกาแฟ					ขยายตัว (%)	สัดส่วน (%)	CAGR (%) ปี 2562-66
		ปี							
		2562	2563	2564	2565	2566			
	โลก	75.43	76.47	77.73	76.25	77.27	1.34	100.00	0.60
1	บราซิล	11.87	11.45	11.67	11.91	12.15	2.02	15.72	0.58
2	อินโดนีเซีย	7.82	8.00	7.91	7.92	7.93	0.13	10.26	0.35
3	เอธิโอเปีย	5.35	5.70	4.97	5.27	5.39	2.28	6.98	0.19
4	โคลอมเบีย	5.28	5.25	5.26	5.26	5.24	-0.38	6.78	-0.19
5	แอฟริกากลาง	4.48	4.62	4.76	4.90	5.90	20.41	7.64	7.13
31	ไทย	0.22	0.23	0.20	0.21	0.20	-4.76	0.26	-2.35
	อื่น ๆ	40.41	41.22	42.95	40.79	40.46	-0.81	52.36	0.03

ที่มา: (Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO) สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

ภาพที่ 3 สัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกกาแฟของโลก ปี 2566



ที่มา: Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO

² Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO, Dec 18 (2025), from <https://www.fao.org/faostat/en/#home>

1.2 สถานการณ์กาแฟไทย

1.2.1 ผลผลิตกาแฟในไทย³

ปี 2568/69 คาดการณ์ปริมาณผลผลิตจำนวน 16,208 ตัน เพิ่มขึ้น 1.17%⁴ จากปีก่อนหน้า (16,020 ตัน) ภาคที่มีปริมาณผลผลิตกาแฟมากที่สุด ได้แก่ ภาคเหนือ (สัดส่วน 71.1%) ภาคใต้ (22.4%) ภาคกลาง (5.1%) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (1.4%)

1.2.2 เนื้อที่ให้ผลกาแฟ

ปี 2569 เนื้อที่ให้ผลกาแฟ 183,788 ไร่ ลดลง 1.64% จากปีก่อนหน้า (186,867 ไร่) โดยภาคที่มีเนื้อที่เพาะปลูกกาแฟมากที่สุด ได้แก่ ภาคเหนือ (สัดส่วน 68.5%) ภาคใต้ (28%) ภาคกลาง (4.60%) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (1.9%)

1.2.3 ผลผลิตต่อไร่

ปี 2565 - 2569 ผลผลิตต่อไร่เฉลี่ย 88 กก./ไร่ โดยภาคกลางมีผลผลิตต่อไร่เฉลี่ย 5 ปี อยู่ที่ 103 กก./ไร่ ซึ่งสูงกว่าภาคอื่นๆ รองลงมา คือ ภาคเหนือ (88 กก./ไร่) ขณะที่ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ คือ 81 และ 66 กก./ไร่ ตามลำดับ ภาคที่มีผลผลิตต่อไร่เฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (3.13%) ภาคกลาง (0.98%) และภาคใต้ (15.71%) ขณะที่ภาคเหนือมีผลผลิตต่อไร่เฉลี่ยลดลง 1.09%

ตารางที่ 4 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของไทย ในช่วงปี 2565 - 2569

รายการ (หน่วย)	ภาค	ปี					ขยายตัว% 2569-68	สัดส่วน %	CAGR % 2565-69
		2565	2566	2567	2568	2569*			
ผลผลิต (ตัน)	เหนือ	9,661	8,540	11,287	11,390	11,395	0.04	70.30	4.21
	ใต้	7,932	6,907	4,411	3,595	3,710	3.20	22.89	-17.34
	กลาง	904	935	784	817	869	6.36	5.36	-0.98
	ตะวันออกเฉียงเหนือ	192	193	143	218	234	7.34	1.44	5.07
	ไทย (รวม)	18,689	16,575	16,625	16,020	16,208	1.17	100	-3.50
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	เหนือ	105,441	111,273	126,399	123,981	125,879	1.53	8.49	4.53
	ใต้	86,139	80,783	58,220	51,414	45,884	-10.76	24.97	-14.59
	กลาง	8,234	8,403	8,005	8,039	8,452	5.14	4.60	0.66
	ตะวันออกเฉียงเหนือ	2,998	3,752	3,475	3,433	3,573	4.08	1.94	4.48
	ไทย (รวม)	202,812	204,211	196,099	186,867	183,788	-1.65	100	-2.43
ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)	เหนือ	92	81	89	92	91	-1.09	N/A	N/A
	ใต้	92	86	76	70	81	15.71	N/A	N/A
	กลาง	64	51	98	102	103	0.98	N/A	N/A
	ตะวันออกเฉียงเหนือ	92	77	41	64	66	3.13	N/A	N/A
	ไทย (ค่าเฉลี่ย)	92	81	85	86	88	2.33	N/A	N/A

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (ประมาณการ*) สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

³ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2569

⁴ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (ประมาณการ*) สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

1.2.4 โดยพื้นที่ผลิตกาแฟมากที่สุด 5 จังหวัดแรก⁵ ได้แก่ (1) เชียงราย 53,954 ไร่ (สัดส่วน 29.36%) (2) เชียงใหม่ 31,484 ไร่ (17.13%) (3) ชุมพร 26,909 ไร่ (14.64%) (4) น่าน 11,580 ไร่ (6.30 %) และ (5) แม่ฮ่องสอน 9,847 ไร่ (5.36%)

1.2.5 แหล่งผลิตที่สำคัญจำแนกตามสายพันธุ์ 2 สายพันธุ์ ได้แก่

ข้อมูลจากรายงานสถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2569 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ปี 2569 คาดการณ์ปริมาณผลผลิตจำนวน 16,208 ตัน แบ่งเป็นผลผลิตกาแฟอาราบิก้า 10,751 ตัน (สัดส่วน 66.33% ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด) และกาแฟโรบัสต้า 5,457 ตัน (33.67%) โดยแต่ละสายพันธุ์มีแหล่งเพาะปลูกสำคัญ ดังนี้

1) อาราบิก้า แหล่งผลิตที่สำคัญ เช่น เชียงราย 4,668 ตัน (สัดส่วน 43.42%) เชียงใหม่ 3,211 ตัน (29.87%) แม่ฮ่องสอน 989 ตัน (9.20%) น่าน 888 ตัน (8.26%) และลำปาง 487 ตัน (4.53%)

2) โรบัสต้า แหล่งผลิตที่สำคัญ เช่น ชุมพร 2,449 ตัน (สัดส่วน 44.88%) ระนอง 710 ตัน (13.01%) ประจวบคีรีขันธ์ 700 ตัน (12.83%) ตาก 331 ตัน (6.07%) และสุราษฎร์ธานี 217 ตัน (3.98%)

1.2.6 ฤดูกาลผลิตกาแฟในปีเพาะปลูก 2568/69⁶ คาดว่าช่วงผลผลิตกาแฟออกสู่ตลาดสูงสุด ได้แก่ เดือนธันวาคม และมกราคม โดยผลผลิตออกสู่ตลาด 28.39% และ 28.41% ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ฤดูกาลผลิตกาแฟในปีเพาะปลูก 2568/69

หน่วย : ร้อยละ

ปี 2568			ปี 2569								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2.56	13.48	28.39	28.41	16.06	11.00	0.10					

หมายเหตุ:  ช่วงผลผลิตออกน้อย  ช่วงผลผลิตออกปกติ  ช่วงเดือนเก็บเกี่ยวผลผลิตสูงสุด

ที่มา: ปฏิทินสินค้าเกษตร 2569 กรมการค้าภายใน สืบค้น กรกฎาคม 2569

⁵ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (ข้อมูลการผลิตสินค้าเกษตร กาแฟ*) สืบค้น เดือนสิงหาคม 2569

⁶ ปฏิทินสินค้าเกษตร 2569 กรมการค้าภายใน สืบค้น กรกฎาคม 2569

1.3 การบริโภค ความต้องการใช้ และราคา

1.3.1 การบริโภคและความต้องการใช้

1) โลก ช่วงปี 2565 - 2569 ความต้องการกาแฟโลก⁷ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 0.88% ต่อปี โดย ปี 2568/69 คาดว่าจะมีความต้องการปริมาณ 10.43 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 1.34% จากปีที่ผ่านมา เนื่องจากมีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา รวมถึงประเทศจีน และสหราชอาณาจักร โดยการบริโภคของกาแฟทั่วโลก 5 อันดับแรก คือ สหภาพยุโรป (เพิ่มขึ้น 24.08%) สหรัฐฯ (15.27%) บราซิล (12.82%) ฟิลิปปินส์ (3.88%) และญี่ปุ่น (3.86%)

2) ไทย ช่วงปี 2565 - 2569 มีแนวโน้มความต้องการกาแฟไทย⁸ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 0.93% ต่อปี โดย ปี 2568/69 คาดว่าจะมีความต้องการปริมาณ 99,646 ตัน เพิ่มขึ้น 3.34% จากปีที่ผ่านมา เนื่องจากกระแสนิยมดื่มกาแฟเพิ่มขึ้น ทั้งกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูป

ตารางที่ 6 ความต้องการใช้กาแฟไทย และโลก

ความต้องการใช้	ปี 64/65	ปี 65/66	ปี 66/67	ปี 67/68	ปี 68/69*	% ΔYoY	%CAGR 65-69
โลก (ล้านตัน)	10.07	10.13	9.84	10.29	10.43	1.34	0.88
ไทย (ตัน)	96,027	93,666	95,796	96,423	99,646	3.34	0.93

หมายเหตุ: * ประมาณการ

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

1.3.2 แนวโน้มการบริโภคในตลาดโลก

1) ตลาดกาแฟโลก⁹ คาดว่าปี 2568 มีมูลค่า 138,370 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจะเพิ่มเป็น 174,250 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2573 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 4.72% ในช่วงคาดการณ์ (ปี 2568 - 2573)

2) ตลาดกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) ทั่วโลก¹⁰ ปี 2567 มีมูลค่าอยู่ที่ 101,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 183,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2573 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 10.4% ในช่วงคาดการณ์ (ปี 2568 - 2573) เป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และการรับรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กาแฟคุณภาพสูง

3) จำนวนผู้บริโภคกาแฟ ปัจจุบันมีประชากรโลกจำนวนมากกว่า 1,000 ล้านคนที่บริโภคกาแฟเป็นประจำทุกวัน โดยมีปริมาณอุปสงค์รวมทั่วโลกเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 2,250 ล้านแก้วต่อวัน¹¹

4) เทคโนโลยี AI¹² มีบทบาทในอุตสาหกรรมกาแฟยุคใหม่ เช่น การควบคุมคุณภาพเครื่องดื่มใช้หุ่นยนต์ชงและเสิร์ฟ ออกแบบการแปรรูปกาแฟ และคัดแยกเมล็ดกาแฟ เป็นต้น โดยโรงคั่วกาแฟ คัพพา

⁷ Coffee Consumption United States Department of Agriculture <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/downloads>

⁸ สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญ และแนวโน้ม ปี 2569. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

⁹ <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/coffee-market>

¹⁰ <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/11/19/2983848/28124/en/Specialty-Coffee-Market-Size-Share-Trends-Analysis-Report-and-Segment-forecasts-2025-2030.html?>

¹¹ <https://www.coffeedasher.com/coffee-consumption-statistics/>

¹² <https://www.goodnewsfinland.com/articles/breaking-news/2024/finnish-ai-coffee/>

โรสเตอรี (Kaffa Roastery) ในฟินแลนด์ เป็นตัวอย่างของการใช้ AI รุ่น “เอไอ โคนิค” (AI - conic) ออกแบบกาแฟเบลนด์สไตล์ใหม่ๆ เป็นครั้งแรกของโลก

5) กาแฟเพื่อสุขภาพ¹³ เช่น กาแฟที่เติมโปรตีนเพื่อสร้างกล้ามเนื้อสำหรับคนรักการออกกำลังกาย หรือกาแฟผสมพรีไบโอติกเพื่อสร้างสมดุลให้ระบบทางเดินอาหาร และการเติมวิตามิน คอลลาเจน หรือแร่ธาตุ สำหรับบำรุงสุขภาพ เป็นเทรนด์การบริโภคกาแฟที่สำคัญ

1.3.3 แนวโน้มการบริโภคในไทย

1) **คาดการณ์อัตราการเติบโต**ของการจำหน่ายกาแฟพร้อมดื่มในช่องทางการค้าปลีก Off - Trade (ผู้บริโภคซื้อกลับไปดื่ม) ของไทย¹⁴ ปี 2568 มีปริมาณ 188.7 ล้านลิตร เพิ่มขึ้น 2.5% มูลค่า 16,415.7 ล้านบาท และมูลค่า ขยายตัว 4.7%

2) **ตลาดกาแฟพิเศษในไทย**¹⁵ (Specialty Coffee) มีมูลค่าประมาณ 2,000 ล้านบาท เติบโตต่อเนื่องขยายตัว 25% ต่อปีเป็นอย่างน้อย ในแง่ของจำนวนร้านค้าและบาร์ستاในประเทศ เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคให้ความสนใจดื่มกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

1.3.4 ราคาเมล็ดกาแฟ

1) **โลก** ราคาเมล็ดกาแฟดิบในตลาดโลก ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา **ราคาเมล็ดกาแฟอะราบิกาตลาดนิวยอร์ก**¹⁶ เพิ่มขึ้น 8.23% ต่อปี จาก 200.53 บาท/กก. ในปี 2564/65 เป็น 275.06 บาท/กก. โดยในปี 2568/69 ราคาเมล็ดกาแฟอะราบิกาตลาดนิวยอร์ก อยู่ที่ 275.06 บาท/กก. เพิ่มขึ้น 3.18% จากปีที่ผ่านมา สำหรับราคาเมล็ดกาแฟโรบัสตาตลาดลอนดอน¹⁷ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้น 21.82% ต่อปี จาก 74.5 บาท/กก. ในปี 2564/65 เป็น 164.18 บาท/กก. โดยในปี 2568/69 ราคาเมล็ดกาแฟโรบัสตาตลาดลอนดอน อยู่ที่ 164.18 บาท/กก. เพิ่มขึ้น 3.45% จากปีที่ผ่านมา เนื่องจากความต้องการใช้เมล็ดกาแฟเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ปริมาณผลผลิตของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ เช่น บราซิล เวียดนาม มีแนวโน้มลดลง

2) **ไทย** ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา **ราคาเมล็ดกาแฟอะราบิกา (กะลา)**¹⁸ ที่เกษตรกรขายได้ เพิ่มขึ้น 1.37% ต่อปี จาก 148.66 บาท/กก. ในปี 2564/65 เป็น 156.96 บาท/กก. โดยในปี 2568/69 ราคาเมล็ดกาแฟอะราบิกาที่เกษตรกรขายได้ อยู่ที่ 156.96 บาท/กก. เพิ่มขึ้น 0.80% จากปีที่ผ่านมา และ**ราคาเมล็ดกาแฟโรบัสตา**ที่เกษตรกรขายได้ เพิ่มขึ้น 26.57% ต่อปี จาก 75.24 บาท/กก. ในปี 2564/65 เป็น 193.13 บาท/กก. โดยในปี 2568/69 ราคาเมล็ดกาแฟโรบัสตาที่เกษตรกรขายได้ อยู่ที่ 193.13 บาท/กก. เพิ่มขึ้น 1.80% จากปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นไปตามทิศทางของราคาในตลาดโลกเนื่องจากผลผลิตของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญมีปริมาณลดลง

¹³ Five Coffee Trends in 2025 You Can't Ignore <https://www.solude.coffee/blogs/news/five-coffee-trends-in-2025-you-can-t-ignore>

¹⁴ RTD Coffee in Thailand. Euromonitor International November 2024.

¹⁵ <https://www.bangkokpost.com/business/general/2877452/drive-to-boost-promising-specialty-coffee-sector>

¹⁶ International Coffee Organization,

¹⁷ Robusta Coffee Futures/Global Derivatives

¹⁸ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 7 ราคาเมล็ดกาแฟดิบ ปี 2564/65 - 2568/69

หน่วย : บาท / กก.

ราคา	ปี 64/65	ปี 65/66	ปี 66/67	ปี 67/68	ปี 68/69*	ขยายตัว (%)	CAGR (%)
ไทย							
ราคากาแฟอะราบิกา (กะลา) ที่เกษตรกรขายได้	148.66	197.66	192.50	155.71	156.96	0.80	1.37
ราคากาแฟโรบัสตา ที่เกษตรกรขายได้	75.24	70.33	121.94	189.72	193.13	1.80	26.57
โลก							
ราคากาแฟอะราบิกา (นิวยอร์ก)	200.53	163.65	179.72	266.58	275.06	3.18	8.23
ราคากาแฟโรบัสตา (ลอนดอน)	74.54	79.05	121.94	158.70	164.18	3.45	21.82

หมายเหตุ: *ประมาณการ

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

1.4 การค้ากาแฟโลก

1.4.1 การส่งออกเมล็ดกาแฟของโลก การส่งออกเมล็ดกาแฟ (HS 0901) ของโลก ปี 2568 มีปริมาณ 9.10 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 71,779.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 39.17% โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกกาแฟมากที่สุด 5 อันดับแรกของโลก ในปี 2568 ได้แก่

1) **บราซิล** มีปริมาณ 2.28 ล้านตัน มีมูลค่า 14,918.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 31.17% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกาแฟคิดเป็น 20.78% ของมูลค่าการส่งออกโลก

2) **เวียดนาม** มีปริมาณ 1.04 ล้านตัน มีมูลค่า 6,039.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 43.88% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกาแฟคิดเป็น 8.41% ของมูลค่าการส่งออกโลก

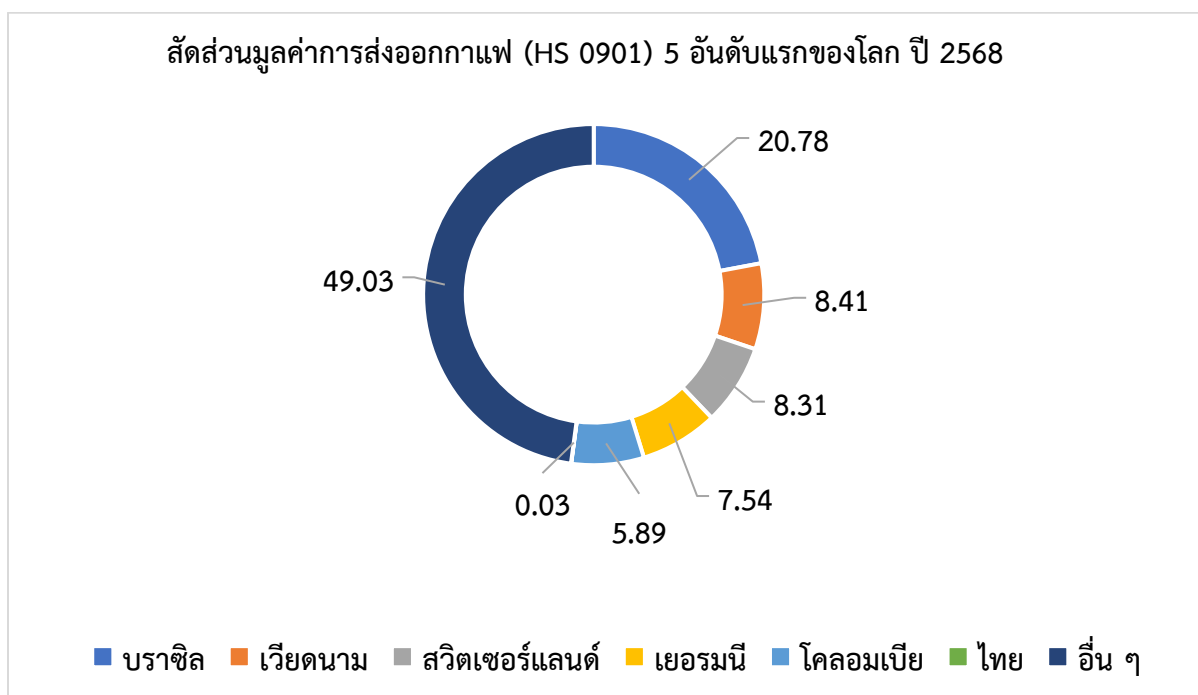
3) **สวิตเซอร์แลนด์** มีปริมาณ 0.11 ล้านตัน มีมูลค่า 5,964.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 51.05% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกาแฟคิดเป็น 8.31% ของมูลค่าการส่งออกโลก

4) **เยอรมนี** มีปริมาณ 0.59 ล้านตัน มีมูลค่า 5,409.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 41.80% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกาแฟคิดเป็น 7.54% ของมูลค่าการส่งออกโลก

5) **โคลอมเบีย** มีปริมาณ 0.75 ล้านตัน มีมูลค่า 4,231.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 19.34% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกาแฟคิดเป็น 5.89% ของมูลค่าการส่งออกโลก

สำหรับไทย อันดับที่ 85 มีปริมาณ 0.003 ล้านตัน มีมูลค่า 24.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 178.78% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกาแฟคิดเป็น 0.03% ของมูลค่าการส่งออกโลก

ภาพที่ 4 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกาแฟ (HS 0901) 5 อันดับแรกของโลก ปี 2568



ที่มา: Trade map

ตารางที่ 8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเมล็ดกาแฟของโลกปี 2564 – 2568

หน่วย : ตัน, ล้านเหรียญสหรัฐ

ลำดับ	ประเทศ	2564		2565		2566		2567		2568*		มูลค่า ขยายตัว (%)	ปริมาณ ขยายตัว (%)	สัดส่วน มูลค่า (%)
		ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า			
	โลก	9,111,996	36,374.73	8,446,341	46,109.91	8,144,479	42,352.48	9,304,890	51,576.98	9,107,086	71,779.06	39.17	-2.13	100
1	บราซิล	2,288,336	5,833.26	2,135,408	8,542.53	2,121,038	7,350.81	2,772,974	11,373.63	2,275,016	14,918.40	31.17	-17.96	20.78
2	เวียดนาม	1,199,632	2,155.51	659,465	2,952.04	819,989	3,183.87	1,083,692	4,197.46	1,074,976	6,039.36	43.88	-0.80	8.41
3	สวิตเซอร์แลนด์	108,948	3,601.36	109,409	3,422.25	102,682	3,644.36	113,767	3,948.96	112,245	5,964.75	51.05	-1.34	8.31
4	เยอรมนี	602,440	2,946.55	582,438	3,467.74	551,535	3,400.95	582,272	3,814.84	585,843	5,409.31	41.80	0.61	7.54
5	โคลอมเบีย	700,643	3,188.82	642,674	4,108.63	591,665	2,914.73	667,685	3,545.45	752,054	4,231.00	19.34	12.64	5.89
85	ไทย	545	3.68	581	3.64	499	4.93	1,172	8.86	3,242	24.70	178.78	176.62	0.03
	อื่น ๆ	4,211,452	18,645.56	4,316,366	23,619.08	3,957,071	21,858.82	4,083,328	24,687.79	3,907,898	35,191.55	42.55	-4.30	49.03

หมายเหตุ: *ข้อมูลบางส่วนรวมถึงยอดรวมระดับโลก มีการใช้ค่าประมาณการณ์และข้อมูลสะท้อนกลับเชิงสถิติ ซึ่งอยู่ระหว่างการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน

ที่มา: Trade Map สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

1.4.2 การส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟของโลก การส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112) ของโลก ปี 2568 มีปริมาณ 1.27 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 13,325.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 22.87% โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟมากที่สุด 5 อันดับแรกของโลก ในปี 2568 ได้แก่

1) **เวียดนาม** มีปริมาณ 0.14 ล้านตัน มีมูลค่า 1,515.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 60.80% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 11.37% ของมูลค่าการส่งออกโลก

2) **เยอรมนี** มีปริมาณ 0.08 ล้านตัน มีมูลค่า 1,348.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 22.86% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 10.12% ของมูลค่าการส่งออกโลก

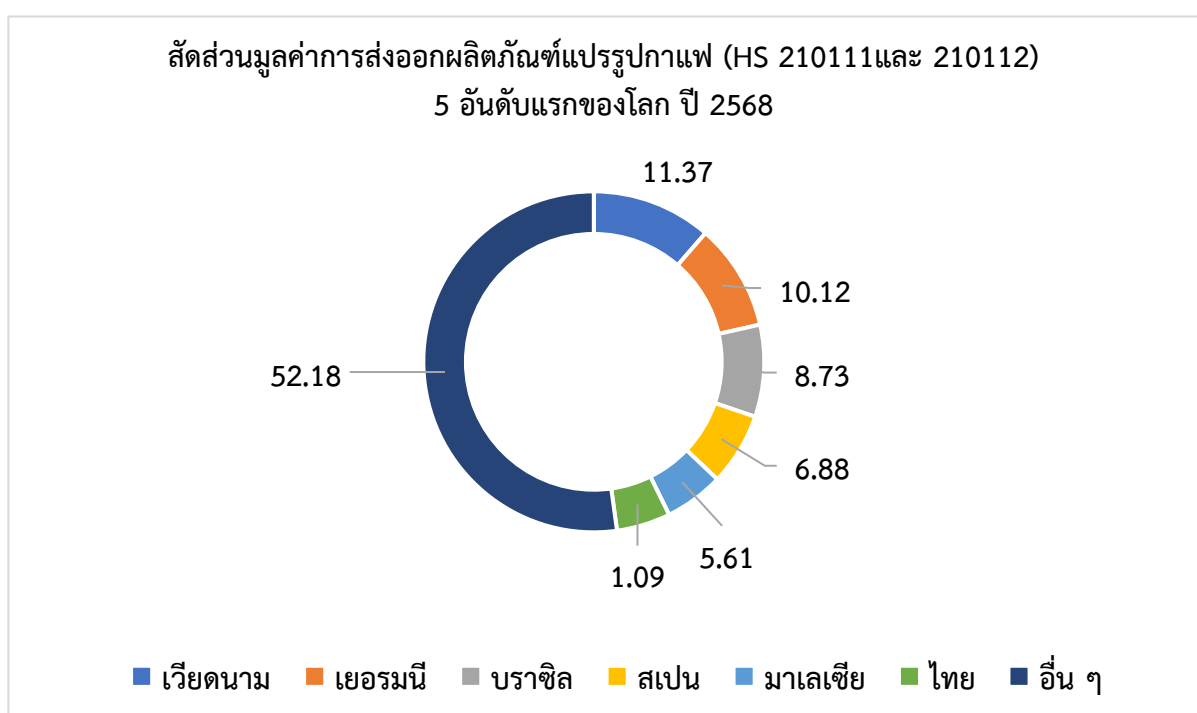
3) **บราซิล** มีปริมาณ 0.09 ล้านตัน มีมูลค่า 1,163.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 20.33% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 8.73% ของมูลค่าการส่งออกโลก

4) **สเปน** มีปริมาณ 0.05 ล้านตัน มีมูลค่า 916.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 33.26% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 6.88% ของมูลค่าการส่งออกโลก

5) **มาเลเซีย** มีปริมาณ 0.10 ล้านตัน มีมูลค่า 747.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 17.49% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 5.61% ของมูลค่าการส่งออกโลก

สำหรับไทย อันดับที่ 21 มีปริมาณ 0.02 ล้านตัน มีมูลค่า 144.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 0.37% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 1.09% ของมูลค่าการส่งออกโลก

ภาพที่ 5 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112) 5 อันดับแรกของโลก ปี 2568



ที่มา: Trade map

ตารางที่ 9 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟของโลกปี 2564 – 2568

หน่วย : ตัน, ล้านเหรียญสหรัฐ

ลำดับ	ประเทศ	2564		2565		2566		2567		2568*		มูลค่า ขยายตัว	ปริมาณ ขยายตัว	สัดส่วน มูลค่า
		ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	(%)	(%)	(%)
	โลก	1,266,489	7,710.95	1,211,044	8,589.68	1,188,963	9,363.07	1,289,862	10,845.10	1,274,876	13,325.42	22.87	-1.16	100
1	เวียดนาม	108,217	482.96	60,326	561.08	62,008	683.43	84,172	942.32	136,559	1,515.29	60.80	62.24	11.37
2	เยอรมนี	80,892	788.69	84,008	897.82	78,703	989.45	81,703	1,097.90	79,984	1,348.91	22.86	-2.10	10.12
3	บราซิล	98,830	540.22	95,515	700.91	89,093	735.83	99,302	966.95	91,777	1,163.53	20.33	-7.58	8.73
4	สเปน	56,211	468.22	57,733	555.19	56,239	642.25	55,262	687.71	54,737	916.45	33.26	-0.95	6.88
5	มาเลเซีย	99,703	485.76	99,652	522.73	89,292	480.46	107,570	636.44	103,894	747.73	17.49	-3.42	5.61
21	ไทย	22,987	98.66	23,348	104.50	24,517	120.03	26,547	144.28	24,113	144.82	0.37	-9.17	1.09
	อื่น ๆ	799,649	4,846.43	790,462	5,247.46	789,111	5,711.63	835,306	6,369.49	783,812	7,488.70	-132.24	-40	56.20

หมายเหตุ: *ข้อมูลบางส่วนรวมถึงยอดรวมระดับโลก มีการใช้ค่าประมาณการณ์และข้อมูลสะท้อนกลับเชิงสถิติ ซึ่งอยู่ระหว่างการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน

ที่มา: Trade Map สืบค้น เดือนสิงหาคม 2569

1.4.3 การนำเข้าเมล็ดกาแฟของโลก การนำเข้าเมล็ดกาแฟ (HS 0901) ของโลก ปี 2568 ปริมาณ 8.82 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 71,784.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 38.71% โดยประเทศที่มีการนำเข้ากาแฟมากที่สุด 5 อันดับแรกของโลก ในปี 2568 ได้แก่

1) **สหรัฐฯ** มีปริมาณ 1.49 ล้านตัน 12,799.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 42.35% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเมล็ดกาแฟคิดเป็น 17.83% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

2) **เยอรมนี** มีปริมาณ 1.22 ล้านตัน 8,903.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 45.88% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเมล็ดกาแฟคิดเป็น 12.40% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

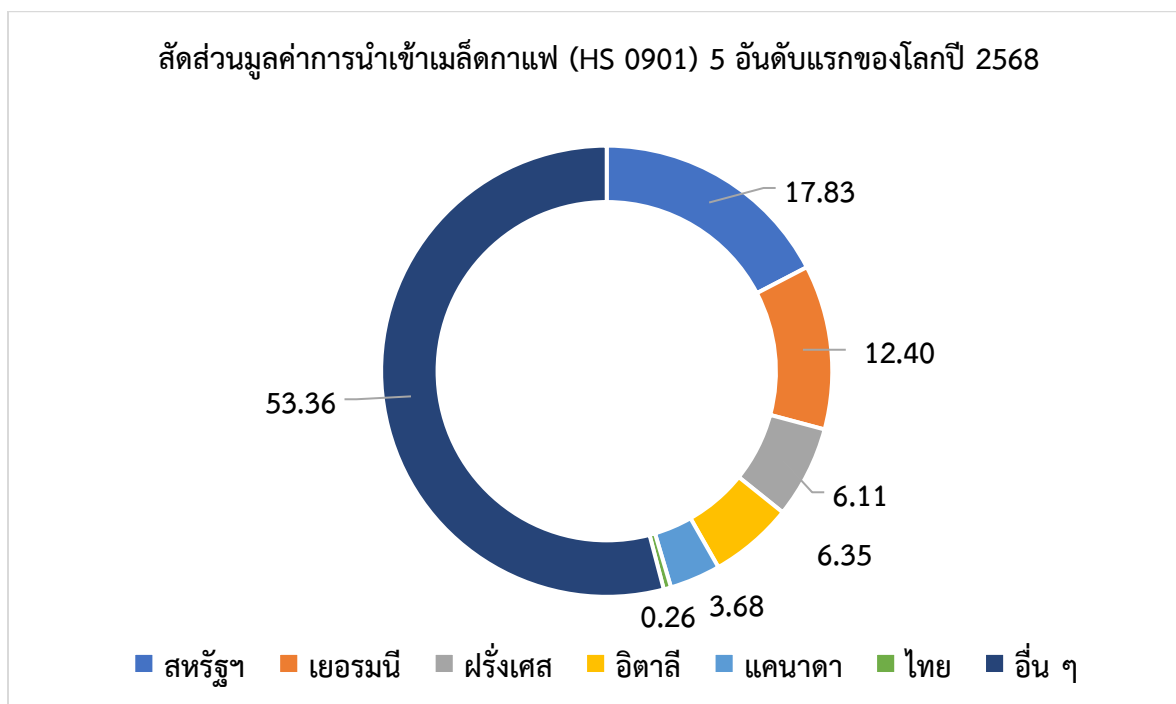
3) **อิตาลี** มีปริมาณ 0.65 ล้านตัน 4,559.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 46.87% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเมล็ดกาแฟคิดเป็น 6.35% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

4) **ฝรั่งเศส** มีปริมาณ 0.38 ล้านตัน 4,387.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 28.40% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเมล็ดกาแฟคิดเป็น 6.11% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

5) **แคนาดา** มีปริมาณ 0.28 ล้านตัน 2,643.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 40.50% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเมล็ดกาแฟคิดเป็น 3.68% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

สำหรับไทยนำเข้าอันดับที่ 34 มีปริมาณ 0.36 ล้านตัน มีมูลค่า 187.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 31.43% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเมล็ดกาแฟคิดเป็น 0.26% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

ภาพที่ 6 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ากาแฟ (HS 0901) 5 อันดับแรกของโลกปี 2568



ที่มา: Trade Map

ตารางที่ 10 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าเมล็ดกาแฟของโลก ปี 2564 – 2568

หน่วย : ตัน, ล้านเหรียญสหรัฐ

ลำดับ	ประเทศ	2564		2565		2566		2567		2568*		มูลค่า ขยายตัว (%)	ปริมาณ ขยายตัว (%)	สัดส่วน มูลค่า (%)
		ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า			
	โลก	8,982,687	36,608.76	9,362,683	48,701.81	8,311,234	44,867.88	8,716,409	51,750.89	8,816,824	71,784.74	38.71	1.15	100
1	สหรัฐฯ	1,579,273	6,915.24	1,625,154	9,786.29	1,389,262	8,201.73	1,476,867	8,991.20	1,486,858	12,799.35	42.35	0.68	17.83
2	เยอรมนี	1,213,572	4,128.38	1,266,552	5,724.75	1,092,697	4,601.91	1,249,490	6,103.28	1,218,147	8,903.47	45.88	-2.51	12.40
3	อิตาลี	645,158	1,765.94	698,324	2,607.85	667,887	2,478.69	677,419	3,104.37	645,324	4,559.39	46.87	-4.74	6.35
4	ฝรั่งเศส	413,285	3,087.33	384,721	3,204.60	380,525	3,310.12	381,489	3,416.87	382,227	4,387.21	28.40	0.19	6.11
5	แคนาดา	276,443	1,423.44	285,095	1,913.55	262,543	1,736.16	281,114	1,881.51	281,554	2,643.48	40.50	0.16	3.68
34	ไทย	60,063	130.58	63,654	180.34	63,818	215.36	63,042	273.33	36,427	187.42	-31.43	-42.22	0.26
	อื่น ๆ	4,794,893	19,157.85	5,039,183	25,284.43	4,454,502	24,323.91	4,586,988	27,980.32	4,766,288	38,304.42	36.90	3.91	53.36

หมายเหตุ: *ข้อมูลบางส่วนรวมถึงยอดรวมระดับโลก มีการใช้ค่าประมาณการณ์และข้อมูลสะท้อนกลับเชิงสถิติ ซึ่งอยู่ระหว่างการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน

ที่มา: Trade Map สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

1.4.4 การนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟของโลก การนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112) มีปริมาณ 1.29 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 13,147.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 23.76% โดยประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟมากที่สุด 5 อันดับแรกของโลก ในปี 2568 ได้แก่

1) สหรัฐฯ มีปริมาณ 0.09 ล้านตัน มีมูลค่า 1,404.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 35.35% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 10.68% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

2) สหราชอาณาจักร มีปริมาณ 0.06 ล้านตัน มีมูลค่า 763.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 24.80% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 5.81% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

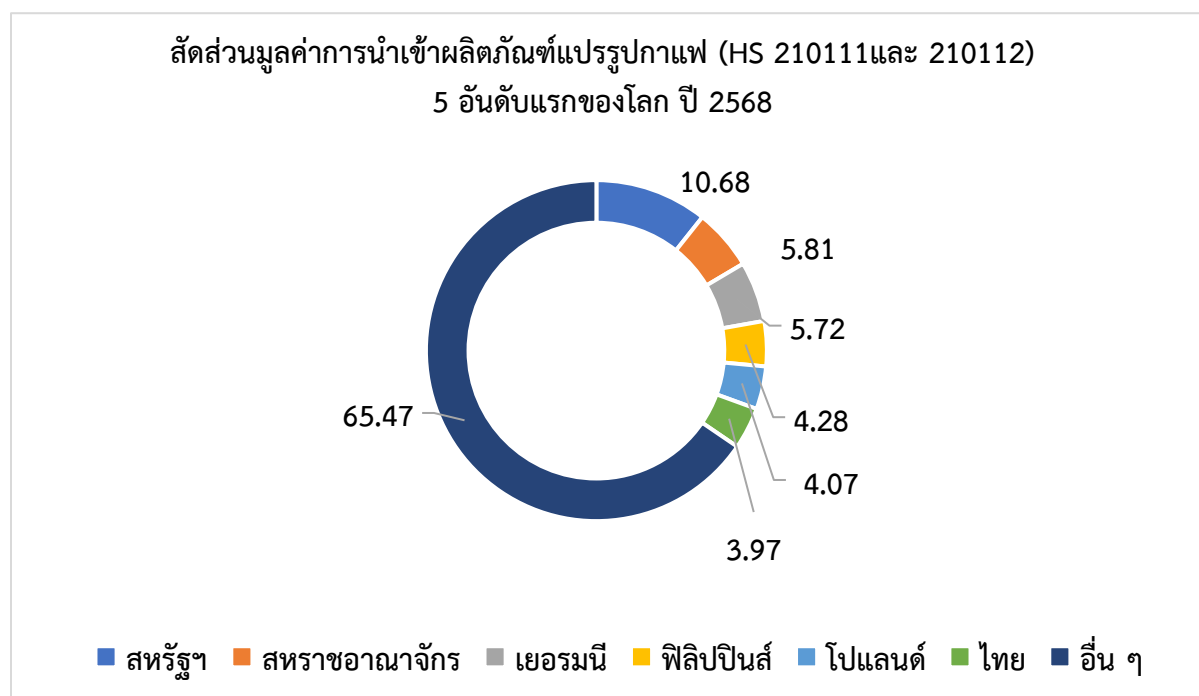
3) เยอรมนี มีปริมาณ 0.06 ล้านตัน มีมูลค่า 751.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 20.12% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 5.72% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

4) ฟิลิปปินส์ มีปริมาณ 0.13 ล้านตัน มีมูลค่า 562.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 847.21% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 4.28% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

5) โปแลนด์ มีปริมาณ 0.04 ล้านตัน มีมูลค่า 535.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 32.94% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 4.07% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

สำหรับไทย อันดับที่ 6 มีปริมาณ 0.04 ล้านตัน มีมูลค่า 521.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 203.55% จากปีที่ผ่านมา สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟคิดเป็น 3.97% ของมูลค่าการนำเข้าโลก

ภาพที่ 7 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112) 5 อันดับแรกของโลก ปี 2568



ที่มา: Trade Map

ตารางที่ 11 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟของโลก ปี 2564 - 2568

หน่วย : ตัน, ล้านเหรียญสหรัฐ

ลำดับ	ประเทศ	2564		2565		2566		2567		2568*		มูลค่า ขยายตัว	ปริมาณ ขยายตัว	สัดส่วน มูลค่า
		ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	(%)	(%)	(%)
	โลก	1,247,132	7,523.04	1,314,461	8,861.73	1,279,760	9,335.49	1,330,721	10,623.53	1,292,463	13,147.75	23.76	-2.87	100
1	สหรัฐฯ	63,545	499.44	81,648	780.80	71,039	784.76	91,218	1,037.50	93,190	1,404.30	35.35	2.16	10.68
2	สหราชอาณาจักร	29,948	222.90	53,631	473.08	48,643	526.96	52,508	611.99	57,638	763.76	24.80	9.77	5.81
3	เยอรมนี	57,424	414.35	58,976	524.40	60,387	580.14	59,411	626.01	57,222	751.94	20.12	-3.68	5.72
4	ฟิลิปปินส์	199,733	577.01	180,500	556.57	161,940	60.39	149,350	59.41	132,096	562.75	847.21	-11.55	4.28
5	โปแลนด์	34,003	263.44	37,149	315.72	35,427	338.54	35,456	402.64	36,890	535.28	32.94	4.04	4.07
6	ไทย	15,914	117.16	16,300	125.74	15,947	126.67	18,483	171.76	44,119	521.38	203.55	138.70	3.97
	อื่น ๆ	846,565	5,429	886,257	6,085	886,377	6,918	924,295	7,714	871,308	8,608	11.59	-5.73	65.47

หมายเหตุ: *ข้อมูลบางส่วนรวมถึงยอดรวมระดับโลก มีการใช้ค่าประมาณการณ์และข้อมูลสะท้อนกลับเชิงสถิติ ซึ่งอยู่ระหว่างการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน

ที่มา: Trade Map สืบค้น เดือนสิงหาคม 2569

1.5 การค้ากาแฟของไทย

1.5.1 การส่งออกกาแฟของไทย¹⁹

ปี 2568 การส่งออกกาแฟและผลิตภัณฑ์ (พิกัดศุลกากร 0901 210111 210112) มีมูลค่าการส่งออก 169.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 10.15% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 15.92% ต่อปี โดยรายละเอียด ดังนี้

1) การส่งออกกาแฟ

(1) กาแฟ (HS 0901) ประกอบด้วย กาแฟที่ไม่ได้คั่ว ไม่ได้แยกกาแฟอื่นออก (HS 090111) กาแฟที่ไม่ได้คั่ว แยกกาแฟอื่นออกแล้ว (HS 090112) กาแฟคั่ว ไม่ได้แยกกาแฟอื่นออก (HS 090121) กาแฟคั่ว แยกกาแฟอื่นออกแล้ว (HS 090122) และเปลือกและเยื่อ และของที่ใช้แทนกาแฟที่มีกาแฟผสม และอื่นๆ (HS 090190) โดยในปี 2568 มีปริมาณการส่งออก 3,242.27 ตัน เพิ่มขึ้น 176.76% จากปีก่อนหน้า มีมูลค่า 24.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 179.06 % จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 90.10% ต่อปี ประเทศไทยส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม (สัดส่วน 58.77%) กัมพูชา (11.06%) มาเลเซีย (4.45%) ฮองกง (3.87%) และญี่ปุ่น (3.85%)

○ กาแฟที่ไม่ได้คั่ว ไม่ได้แยกกาแฟอื่นออก (HS 090111) มีมูลค่าส่งออก 18.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 345.59% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 104.02% ต่อปี ประเทศไทยส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) เวียดนาม (สัดส่วน 68.12%) (2) ฮองกง (5.06%) (3) มาเลเซีย (4.69%) (4) ญี่ปุ่น (4.46%) และ (5) ไต้หวัน (2.92%)

○ กาแฟที่ไม่ได้คั่ว แยกกาแฟอื่นออกแล้ว (HS 090112) มีมูลค่าส่งออก 0.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 5.84% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 359.20% ต่อปี ประเทศไทยส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) ญี่ปุ่น (สัดส่วน 72.56%) (2) สิงคโปร์ (18.08%) (3) สหรัฐอเมริกา (5.74%) (4) ฮองกง (2.64%) และ (5) มาเลเซีย (0.33%)

○ กาแฟคั่ว ไม่ได้แยกกาแฟอื่นออก (HS 090121) มีมูลค่าส่งออก 6.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 40.96% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565-2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 66.23% ต่อปี ประเทศไทยส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) กัมพูชา (สัดส่วน 40.96%) (2) เวียดนาม (34.43%) (3) สิงคโปร์ (4.36%) (4) จีน (3.97%) และ (5) มาเลเซีย (3.87%)

○ กาแฟคั่ว แยกกาแฟอื่นออกแล้ว (HS 090122) มีมูลค่าส่งออก 0.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 16.59% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 35.67% ต่อปี ประเทศไทยส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) เวียดนาม (45.96%) (2) กัมพูชา (27.90%) (3) สิงคโปร์ (24.76%) (4) ซามัวตะวันตก (24.76%) และ (5) ออสเตรเลีย (0.66%)

○ เปลือกและเยื่อ และของที่ใช้แทนกาแฟที่มีกาแฟผสม และอื่นๆ (HS 090190) มีมูลค่าส่งออก 0.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 7,284.72% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 5 ปี (2564-2568) มูลค่า

¹⁹ Trade report. (12 มกราคม 2569). รายงานข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย การส่งออกของไทยตามพิกัดศุลกากร 0901. <https://tradereport.moc.go.th/th/stat/reporthiscodeexport01>

การส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 0.35% ต่อปี ประเทศไทยส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) อิสราเอล (สัดส่วน 83.63%) (2) เมียนมา (7.19%) (3) สปป. ลาว (4.04%) (4) ฟินแลนด์ (2.02%) และ (5) ฮังการี (1.74%)

2) การส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112)

ผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ ประกอบด้วย สิ่งสกัด หัวเชื้อและสิ่งเข้มข้นของกาแฟ (HS 210111) และของปรุงแต่งที่มีสิ่งสกัด หัวเชื้อหรือสิ่งเข้มข้นของกาแฟเป็นหลัก หรือที่มีกาแฟเป็นหลัก (HS 210112) ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของกาแฟเป็นสำคัญ โดยในปี 2568 มีปริมาณการส่งออก 24,115.11 ตัน ลดลง 9.16% จากปีก่อนหน้า มีมูลค่า 144.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 0.21% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565-2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 11.20% ต่อปี ประเทศไทยส่งออกไปยัง 5 อันดับแรก ได้แก่ สปป.ลาว (สัดส่วน 21.22%) กัมพูชา (21.16%) ออสเตรเลีย (14.49%) เมียนมา (13.99%) และฟิลิปปินส์ (13.65%)

(1) สิ่งสกัดหัวเชื้อและสิ่งเข้มข้นของกาแฟ เช่น กาแฟที่ผสมได้ทันที (HS 210111)

มีมูลค่าส่งออก 23.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 2.26% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 5 ปี (2564-2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 7.67% ต่อปี ประเทศไทยส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) สปป. ลาว (สัดส่วน 26.57%) (2) เมียนมา (26.32%) (3) ฮังการี (14.89%) (4) จีน (10.26%) และ (5) เวียดนาม (7.66%)

(2) ของปรุงแต่งที่มีสิ่งสกัด หัวเชื้อหรือสิ่งเข้มข้นของกาแฟเป็นหลัก หรือที่มีกาแฟเป็นหลัก เช่น กาแฟที่ผสมได้ทันที (HS 210112)

มีมูลค่าส่งออก 121.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 0.66% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 5 ปี (2564 -2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 11.92% ต่อปี ประเทศไทยส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) กัมพูชา (สัดส่วน 24.57%) (2) สปป. ลาว (20.20%) (3) ออสเตรเลีย (16.42%) (4) ฟิลิปปินส์ (16.22%) และ (5) เมียนมา (11.65%)

ตารางที่ 12 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกาแฟและผลิตภัณฑ์ของไทย

หน่วย : ตัน, ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้า	พิกัด ศุลกากร	การส่งออก				YoY 67-68 (%)	CAGR (%)
		2565	2566	2567	2568		
กาแฟและ ผลิตภัณฑ์ (มูลค่า)	0901 210111 210112	108.94	125.95	154.00	169.63	10.15	15.92
1. กาแฟ(มูลค่า)	0901	3.62	4.95	8.90	24.90	179.06	90.10
ปริมาณ (ตัน)		581.11	498.83	1,171.51	3,242.27	176.76	105
1.1 กาแฟที่ไม่ได้ คั่ว ไม่ได้แยกเอา กาแฟอื่นออก	090111	2.13	2.20	4.06	18.08	345.59	104.02
1) อะราบิก้า	09011120	2.04	2.17	3.89	5.68	46.20	40.72
2) โรบัสต้า	09011130	0.08	0.02	0.13	12.33	9,438.89	434.71
3) อื่นๆ	09011190	0.01	0.00	0.04	0.07	70.79	99.53
1.2 กาแฟที่ไม่ได้ คั่ว แยกเอา กาแฟอื่นออกแล้ว	090112	0.00	0.00	0.07	0.06	-5.84	359.20
1) อะราบิก้า หรือโรบัสต้า	09011220	0.00	0.00	0.01	0.05	N/A	N/A
2) อื่นๆ	09011290	0.00	0.00	0.06	0.02	-71.47	200.00
1.3 กาแฟคั่ว ไม่ได้ แยกเอากาแฟอื่น ออก	090121	1.46	2.74	4.76	6.72	40.96	66.23
1) อะราบิก้า	09012111	0.24	0.29	0.31	0.61	94.98	36.31
2) โรบัสต้า	09012112	0.05	0.04	0.06	0.11	75.88	31.89
3) อื่นๆ	09012119	0.82	1.73	3.62	2.77	-23.55	50.11
4) บด	09012220	0.36	0.67	0.77	3.32	320.82	108.48
1.4 กาแฟคั่ว แยก เอากาแฟอื่นออก แล้ว	090122	0.00	0.01	0.01	0.01	16.59	35.67
1) ไม่บด	09012210	0.00	0.00	0.00	0.00	N/A	130.88
2) บด	09012220	0.00	0.01	0.01	0.01	12.19	25.57

สินค้า	พิกัด ศุลกากร	การส่งออก				YoY 67-68 (%)	CAGR (%)
		2565	2566	2567	2568		
1.5 เปลือกและ เยื่อ และของที่ใช้ แทนกาแฟที่มี กาแฟผสม และ อื่นๆ	090190	0.03	0.00	0.00	0.03	7,284.72	0.35
2. ผลิตภัณฑ์ (มูลค่า)	210111 210112	105.32	120.95	145.10	144.81	-0.12	11.22
ปริมาณ (ตัน)		23,347.06	24,517.72	26,547.41	24,115.11	-9.16	1.08
2.1 สิ่งสกัด หัว เชื้อและสิ่งเข้มข้น ของกาแฟ (เช่น กาแฟที่ผสมได้ ทันที)	210111	18.51	21.38	22.60	23.11	2.26	7.67
2.2 ของปรุงแต่ง ที่มีสิ่งสกัด หัวเชื้อ หรือสิ่งเข้มข้นของ กาแฟเป็นหลัก หรือที่มีกาแฟเป็น หลัก (เช่น กาแฟ ที่ผสมได้ทันที)	210112	86.91	99.56	125.61	121.70	-0.66	11.92

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

1.5.2 การนำเข้าของไทย²⁰

ปี 2568 การนำเข้ากาแฟและผลิตภัณฑ์ (พิกัดศุลกากร 0901 210111 210112) มีมูลค่าการนำเข้า 703.38 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 58.98% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 32.88% ต่อปี โดยรายละเอียด ดังนี้

1) การนำเข้ากาแฟ

(1) กาแฟ (HS 0901) ประกอบด้วย กาแฟที่ไม่ได้คั่ว ไม่ได้แยกกาแฟอื่นออก (HS 090111) กาแฟที่ไม่ได้คั่ว แยกกาแฟอื่นออกแล้ว (HS 090112) กาแฟคั่ว ไม่ได้แยกกาแฟอื่นออก (HS 090121) กาแฟคั่ว แยกเอากาแฟอื่นออกแล้ว (HS 090122) และเปลือกและเยื่อ และของที่ใช้แทนกาแฟที่มีกาแฟผสม และอื่นๆ (HS 090190) ในปี 2568 มีปริมาณการนำเข้า 36,426.98 ตัน ลดลง 42.23% จากปีก่อนหน้า มีมูลค่า 185.55 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 31.64% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 1.95% ต่อปี ประเทศไทยนำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) สเปน (สัดส่วน 35.58%) (2) เวียดนาม (26.45%) (3) อินโดนีเซีย (19.42%) (4) มาเลเซีย (9.49%) และ (5) สวิตเซอร์แลนด์ (4.14%)

○ กาแฟที่ไม่ได้คั่ว ไม่ได้แยกเอากาแฟอื่นออก (HS 090111) มีมูลค่าการนำเข้า 148.70 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 39.19% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย (CAGR) ลดลง 0.31% ต่อปี ประเทศไทยนำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) สเปน (สัดส่วน 44.35%) (2) เวียดนาม (30.25%) (3) อินโดนีเซีย (24.2%) (4) บราซิล (0.58%) และ (5) โคลอมเบีย (0.19%)

○ กาแฟที่ไม่ได้คั่ว แยกเอากาแฟอื่นออกแล้ว (HS 090112) มีมูลค่าการนำเข้า 0.06 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 5.84% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย (CAGR) ลดลง 359.20% ต่อปี ประเทศไทยนำเข้า ได้แก่ (1) โคลอมเบีย (สัดส่วน 93.51%) และ (2) อินเดีย (6.49%)

○ กาแฟคั่ว ไม่ได้แยกเอากาแฟอื่นออก (HS 090121) มีมูลค่าการนำเข้า 35.51 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 37.13% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 14.23% ต่อปี ประเทศไทยนำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) มาเลเซีย (สัดส่วน 48.12%) (2) สวิตเซอร์แลนด์ (20.27%) (3) เวียดนาม (11.52%) (4) ออสเตรเลีย (9.62%) และ (5) อิตาลี (3.21%)

○ กาแฟคั่ว แยกเอากาแฟอื่นออกแล้ว (HS 090122) มีมูลค่าการนำเข้า 1.34 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 44.77% และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 21.07% ต่อปี ประเทศไทยนำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) มาเลเซีย (สัดส่วน 39.33%) (2) สวิตเซอร์แลนด์ (35.56%) (3) ออสเตรเลีย (9.56%) (4) อิตาลี (5.05%) และ (5) ฝรั่งเศส (3.95%)

○ เปลือกและเยื่อ และของที่ใช้แทนกาแฟที่มีกาแฟผสม และอื่นๆ (HS 090190) มูลค่าการนำเข้า 0.00195 ล้านเหรียญสหรัฐ และในช่วง 4 ปี (2565-2568) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 10.85% ต่อปี ประเทศที่ไทยนำเข้าสำคัญ ได้แก่ เมียนมา

²⁰ Trade report. (12 มกราคม 2569). รายงานข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย การนำเข้าของไทยตามพิกัดศุลกากร 0901. <https://tradereport.moc.go.th/th/stat/reportscodeimport01>

2) การนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ (HS 210111 และ 210112)

ผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟ ประกอบด้วย สิ่งสกัด หัวเชื้อและสิ่งเข้มข้นของกาแฟ (HS 210111) และของปรุงแต่งที่มีสิ่งสกัด หัวเชื้อหรือสิ่งเข้มข้นของกาแฟเป็นหลัก หรือที่มีกาแฟเป็นหลัก (HS 210112) ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของกาแฟเป็นสำคัญ โดยในปี 2568 ประเทศไทยมีปริมาณการนำเข้า 44,134.12 ตัน เพิ่มขึ้น 138.78% จากปีก่อนหน้า และมีมูลค่าการนำเข้า 517.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 202.86% จากปีก่อนหน้า ขณะที่ในช่วง 4 ปี (2565-2568) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 60.82% ต่อปี สำหรับแหล่งนำเข้าสำคัญ 5 อันดับแรกของไทยในปี 2568 ได้แก่ เวียดนาม (สัดส่วน 59.41%) มาเลเซีย (29.00%) อินโดนีเซีย (3.98%) ญี่ปุ่น (3.19%) และ ฝรั่งเศส (1.56%) ของมูลค่าการนำเข้ารวมทั้งหมด โดยรายละเอียด ดังนี้

(1) สิ่งสกัดหัวเชื้อและสิ่งเข้มข้นของกาแฟ เช่น กาแฟที่ผสมได้ทันที (HS 210111) มีมูลค่าการนำเข้า 451.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 226.47% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565-2568) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 70.36% ต่อปี ประเทศไทยนำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) เวียดนาม (สัดส่วน 61.56%) (2) มาเลเซีย (28.93%) (3) ญี่ปุ่น (3.63%) (4) อินโดนีเซีย (1.86%) และ (5) ฝรั่งเศส (1.79%)

(2) ของปรุงแต่งที่มีสิ่งสกัด หัวเชื้อหรือสิ่งเข้มข้นของกาแฟเป็นหลัก หรือที่มีกาแฟเป็นหลัก เช่น กาแฟที่ผสมได้ทันที (HS 210112) มีมูลค่าการนำเข้า 66.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 103.17% จากปีก่อนหน้า และในช่วง 4 ปี (2565 - 2568) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย (CAGR) เพิ่มขึ้น 25.86% ต่อปี ประเทศไทยนำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) เวียดนาม (สัดส่วน 44.82%) (2) มาเลเซีย (29.48%) (3) อินโดนีเซีย (18.38%) (4) สเปน (6.80%) และ (5) ญี่ปุ่น (0.20%)

ตารางที่ 13 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ากาแฟและผลิตภัณฑ์ของไทย

หน่วย : ตัน, ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้า	พิกัด ศุลกากร	การนำเข้า				YoY 67-68 (%)	CAGR (%)
		2565	2566	2567	2568		
กาแฟและ ผลิตภัณฑ์ (มูลค่า)	0901 210111 210112	299.77	338.45	442.42	703.38	58.98	32.88
1. กาแฟ (มูลค่า)	0901	175.12	212.31	247.44	185.55	-31.64	1.95
ปริมาณ (ตัน)		63,651.43	63,818.17	63,043.34	36,426.98	-42.22	-16.98
1.1 กาแฟที่ไม่ได้ คั่ว ไม่ได้แยกเอา กาเฟ้อื่นออก	090111	150.09	184.70	244.55	148.70	-39.19	-0.31
1) อะราบิก้า	09011120	38.90	44.39	53.61	65.01	21.27	18.68
2) โรบัสต้า	09011130	110.93	139.83	190.81	83.27	-56.36	-9.12
3) อื่นๆ	09011190	0.27	0.49	0.12	0.42	243.41	16.06
1.2 กาแฟที่ ไม่ได้คั่ว แยก เอากาเฟ้อื่น ออกแล้ว	090112	0.00	0.00	0.07	0.06	-5.84	359.20
1) อะราบิก้า หรือโรบัสต้า	09011220	0.00	0.00	0.01	0.05	752.65	192.00
2) อื่นๆ	09011290	0.00	0.00	0.00	0.02	4,426.75	200.00
1.3 กาแฟคั่ว ไม่ได้แยกเอา กาเฟ้อื่นออก	090121	24.24	26.63	25.90	35.51	37.13	13.58
1) อะราบิก้า	09012111	11.08	10.80	10.27	16.23	58.03	13.57
2) โรบัสต้า	09012112	0.11	0.16	0.06	0.10	71.29	-4.87
3) อื่นๆ	09012119	2.44	2.62	2.92	3.40	16.34	11.70
4) บด	09012220	10.60	13.05	12.65	15.79	24.81	14.18
1.4 กาแฟคั่ว แยกเอากาเฟ้อื่น ออกแล้ว	090122	0.75	0.92	0.92	1.34	44.77	21.07

สินค้า	พิกัด ศุลกากร	การนำเข้า				YoY 67-68 (%)	CAGR (%)
		2565	2566	2567	2568		
1) ไม่บด	09012210	0.37	0.45	0.46	0.59	30.27	17.65
2) บด	09012220	0.39	0.47	0.47	0.74	58.98	24.13
1.5 เปลือกและ เยื่อ และของที่ ใช้แทนกาแฟที่มี กาแฟผสม และ อื่นๆ	090190	0.00	0.00	0.00	0.00	8819.46	10.85
2. ผลิตภัณฑ์ (มูลค่า)	210111 210112	124.65	126.14	170.98	517.83	202.86	60.82
ปริมาณ (ตัน)		16,255.76	15,947.11	18,483.08	44,134.12	138.78	39.51
2.1 สิ่งสกัด หัว เชื้อและสิ่ง เข้มข้นของ กาแฟ (เช่น กาแฟที่ผสมได้ ทันที)	210111	91.28	96.00	138.23	451.29	226.47	70.36
2.2 ของปรุง แต่งที่มีสิ่งสกัด หัวเชื้อหรือสิ่ง เข้มข้นของ กาแฟเป็นหลัก หรือที่มีกาแฟ เป็นหลัก (เช่น กาแฟที่ผสมได้ ทันที)	210112	33.37	30.14	32.75	66.53	103.17	25.86

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

1.5.3 ดุลทางการค้ากาแฟและผลิตภัณฑ์แปรรูปของประเทศไทย

ภาพรวมสถานการณ์ดุลการค้าสินค้ากาแฟและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยในปี 2568 อยู่ในสภาวะ**ขาดดุลสุทธิ**รวมทั้งสิ้น 533.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีรายละเอียดดุลการค้าจำแนกตามประเภทสินค้าและพิกัดอัตราศุลกากร ดังต่อไปนี้

1) **กลุ่มสินค้ากาแฟ (HS 0901)** ในภาพรวมของกลุ่มสินค้ากาแฟต้นน้ำและกลางน้ำ อยู่ในสภาวะ**ขาดดุลสุทธิ**คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 160.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประกอบด้วย

(1) กาแฟที่ไม่ได้คั่ว ไม่ได้แยกเอาคาเฟอีนออก (HS 090111) อยู่ในสภาวะ**ขาดดุลสุทธิ** คิดเป็นมูลค่า 130.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

(2) กาแฟที่ไม่ได้คั่ว แยกเอาคาเฟอีนออก (HS 090112) อยู่ในสภาวะ**เกินดุลสุทธิ** คิดเป็น 0.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

(3) กาแฟคั่ว ไม่ได้แยกเอาคาเฟอีนออก (HS 090121) อยู่ในสภาวะ**ขาดดุลสุทธิ** คิดเป็นมูลค่า 28.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

(4) กาแฟคั่ว แยกเอาคาเฟอีนออก (HS 090122) อยู่ในสภาวะ**ขาดดุลสุทธิ** คิดเป็น 1.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

(5) เปลือกและเยื่อและของที่ใช้แทนกาแฟที่มีกาแฟผสม (HS 090190) อยู่ในสภาวะ**ขาดดุลสุทธิ** คิดเป็นมูลค่า 0.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

2) **กลุ่มผลิตภัณฑ์กาแฟ (HS 210111 และ 210112)** ในภาพรวมของกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปชั้นกลางและชั้นปลาย อยู่ในสภาวะ**ขาดดุลสุทธิ**เป็นมูลค่า 373.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

(1) สิ่งสกัด หัวเชื้อ และสิ่งเข้มข้นของกาแฟ (HS 210111) อยู่ในสภาวะ**ขาดดุลสุทธิ**คิดเป็นมูลค่า 428.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

(2) ของปรุงแต่งที่มีสิ่งสกัด หัวเชื้อ หรือสิ่งเข้มข้น (HS 210112) อยู่ในสภาวะ**เกินดุลสุทธิ**คิดเป็นมูลค่า 55.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตารางที่ 14 แสดงดุลทางการค้ากาแฟและผลิตภัณฑ์แปรรูปของไทย

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้า	พิกัด ศุลกากร	มูลค่าส่งออก	มูลค่านำเข้า	ดุลการค้า
กาแฟและผลิตภัณฑ์	0901 210111 210112	169.71	703.37	-533.66
1. กาแฟ (มูลค่า)	0901 ²¹	24.90	185.55	-160.65
1.1 กาแฟที่ไม่ได้คั่ว ไม่ได้ แยกเอากาแฟอื่นออก	090111	18.08	148.70	-130.62
1) อาราบิก้า	09011120	5.68	65.01	-59.33
2) โรบัสต้า	09011130	12.33	83.27	-70.94
3) อื่นๆ	09011190	0.07	0.42	-0.35
1.2 กาแฟที่ไม่ได้คั่ว แยก เอากาแฟอื่นออกแล้ว	090112	0.06	0.00	0.06
1) อาราบิก้า หรือโรบัสต้า	09011220	0.05	0.00	0.05
2) อื่นๆ	09011290	0.01	0.00	0.01
1.3 กาแฟคั่ว ไม่ได้แยก กาแฟอื่นออก	090121	6.72	35.51	-28.79
1) อาราบิก้า	09012111	0.61	16.23	-15.62
2) โรบัสต้า	09012112	0.11	0.010	0.01
3) อื่นๆ	09012119	2.77	3.40	-0.63
4) บด	09012120	3.23	15.79	-12.56
1.4 กาแฟคั่ว แยกเอา กาแฟอื่นออกแล้ว	090122	0.01	1.34	-1.33
1) ไม่บด	09012210	0.00	0.59	-0.59
2) บด	09012220	0.01	0.74	-0.73
1.5 เปลือกและเยื่อของ กาแฟ รวมทั้งของที่ใช้แทน กาแฟที่มีกาแฟผสมอยู่ใน อัตราส่วนเท่าใดก็ตาม	090190	0.03	0.00	0.03

²¹ พิกัดศุลกากร 0901 ประกอบด้วย 090111 090112 090121 090122 090190

2. ผลิตภัณฑ์ (มูลค่า)	210111 210112	144.81	517.82	-373.01
2.1 สิ่งสกัด หัวเชื้อและสิ่ง เข้มข้นของกาแฟ (เช่น กาแฟที่ผสมได้ทันที)	210111	23.11	451.29	-428.18
2.2 ของปรุงแต่งที่มี สิ่งสกัด หัวเชื้อหรือ สิ่งเข้มข้นของกาแฟ เป็นหลัก หรือที่มีกาแฟ เป็นหลัก (เช่น กาแฟ ที่ผสมได้ทันที)	210112	121.70	66.53	55.17

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
สืบค้น เดือนพฤษภาคม 2569

2. ห่วงโซ่อุปทานของกาแฟ

ห่วงโซ่อุปทานกาแฟเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จนถึงการจัดจำหน่ายสู่ผู้บริโภค โดยแต่ละขั้นตอนมีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพสินค้าและประสิทธิภาพทางธุรกิจ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบจึงเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มมูลค่า และสร้างความสามารถในการแข่งขัน เนื้อหาต่อไปนี้จะนำเสนอองค์ประกอบ และขั้นตอนสำคัญของห่วงโซ่อุปทานกาแฟ

2.1 ต้นน้ำ

กระบวนการเริ่มต้นจากการเพาะปลูกภายในประเทศโดยเกษตรกรชาวสวนกาแฟ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของอุตสาหกรรม ในปี 2568²² ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกรวมประมาณ 186,867 ไร่ ให้ผลผลิตรวม 16,020 ตัน โดยมีอัตราผลผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ 86 กิโลกรัมต่อไร่ แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือและภาคใต้ ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอน (สายพันธุ์อาราบิก้า) และชุมพร (สายพันธุ์โรบัสต้า) ผลผลิตจะทยอยออกสู่ตลาดในช่วงเดือนธันวาคมถึงมกราคม เนื่องจากปริมาณผลผลิตในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคที่พุ่งสูงขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบจากต่างประเทศเพื่อรักษาสมดุลของอุปทานในกระบวนการผลิต

2.2 กลางน้ำ

เป็นขั้นตอนการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวและการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบไปสู่การแปรรูปเบื้องต้น เพื่อเตรียมส่งต่อไปยังโรงงานอุตสาหกรรมหรือผู้ประกอบการรายย่อย ประกอบด้วยกลุ่มฟาร์มเพียงหลัก ดังนี้

2.2.1 ผู้รวบรวมและตัวกลาง ได้แก่ พ่อค้าคนกลางในท้องถิ่น ผู้ค้าส่ง และสหกรณ์การเกษตร ทำหน้าที่รวบรวมเมล็ดกาแฟสด (Coffee Cherry) หรือกาแฟกะลาจากเกษตรกร

2.2.2 การจัดการคุณภาพ มีการคัดเกรด ตรวจสอบคุณภาพความชื้น และการแปรรูปขั้นต้น (เช่น การตากแห้ง หรือการสีเป็นสารกาแฟ)

2.2.3 การส่งต่อ วัตถุดิบจะถูกกระจายไปยังโรงงานคั่วกาแฟ หรือโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่เพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตในเชิงอุตสาหกรรมต่อไป

2.3 ปลายน้ำ

กระบวนการแปรรูปขั้นสุดท้ายจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมส่งถึงมือผู้บริโภค โดยมีการจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรมและพฤติกรรมความต้องการของตลาด ดังนี้

2.3.1 กลุ่มอุตสาหกรรมกาแฟคั่วและเครื่องดื่ม

1) **กาแฟคั่ว (Roasted Coffee)** มีการแบ่งระดับการคั่วเป็น คั่วอ่อน กลาง และเข้ม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด Specialty ที่เน้นรสชาติและกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์

2) **กาแฟสำเร็จรูปและพร้อมดื่ม (Instant & RTD)** ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสะดวก เช่น กาแฟปรุงสำเร็จ (3-in-1) กาแฟสกัดเย็น (Cold Brew) และกาแฟบรรจุกระป๋อง

2.3.2 กลุ่มนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มสูง

1) **อุตสาหกรรมเบเกอรี่และของหวาน** การนำกาแฟมาเป็นส่วนประกอบหลักในผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ขนมอบ และของหวาน เพื่อเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจและสร้างความหลากหลายทางรสชาติ

²² สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. กาแฟ: กาแฟแยกตามพันธุ์ เนื้อที่ยืนต้น ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ปีเพาะปลูก 2568

2) **อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ** พัฒนาเป็น Functional Coffee เช่น กาแฟสูตรควบคุมน้ำหนัก กาแฟสกัดคาเฟอีนต่ำ (Decaf) รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เติมโปรตีน พรีไบโอติก วิตามิน หรือคอลลาเจน และการใช้กลุ่มนมพืช (Plant-Based Milk) เพื่อตอบโจทย์เทรนด์สุขภาพและสิ่งแวดล้อม

3) **อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง** การใช้สารสกัดจากกาแฟเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ดูแลผิว และเสริมความงาม เช่น เซรั่ม แป้งรองพื้น และสบู

4) **อุตสาหกรรมหมุนเวียนจากกากกาแฟ** การนำของเหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่ม (Waste-to-Value) เช่น การผลิตถ่าน บำรุงชีวภาพ พลังงานไบโอดีเซล เฟอรรินเจอร์ และภาชนะต่างๆ

2.3.3 การกระจายสินค้า (Distribution)

1) **เครือข่ายร้านกาแฟ (Coffee Shop)** การจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้านกาแฟแบรนด์ต่างๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ดื่มกาแฟโดยตรงกับผู้บริโภค

2) **ช่องทางค้าปลีกและการส่งออก** กระจายสินค้าผ่าน Modern Trade เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ เพื่อผลักดันกาแฟที่มีอัตลักษณ์ไทยสู่ตลาดโลก

ภาพที่ 8 ห่วงโซ่อุปทานของกาแฟไทย



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม²³ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI)

²³ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (10 กุมภาพันธ์ 2569). การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของพืชเศรษฐกิจนำร่องสำคัญของไทย. https://bioinnovationlinkage.oie.go.th/ReadCV_Plant.aspx?id=8

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกาแฟครอบคลุมและเกี่ยวเนื่องกับหลายภาคส่วน เช่น อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม เบเกอรี่ และเครื่องสำอาง ซึ่งล้วนมีบทบาทในการนำกาแฟไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การเชื่อมโยงดังกล่าวช่วยเพิ่มมูลค่าและขยายโอกาสทางธุรกิจหลายมิติ ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าใหม่ การสร้างความแตกต่างทางการตลาด และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในแต่ละกระบวนการผลิต อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมกาแฟในระยะยาว

3.1 กลุ่มอุตสาหกรรมกาแฟคั่วและเครื่องดื่ม

3.1.1 อุตสาหกรรมกาแฟคั่ว ผู้ผลิตในประเทศไทยได้มีการพัฒนากระบวนการคั่วเมล็ดกาแฟที่หลากหลาย ทั้งระดับคั่วอ่อน คั่วกลาง และคั่วเข้ม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) ที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้ผลิตรายสำคัญที่ขับเคลื่อนตลาด ได้แก่ บริษัท กาแฟอาข่า จำกัด ผู้ผลิตแบรนด์ Akha Ama Coffee ซึ่งมีจุดเด่นในการพัฒนาคุณภาพจากแหล่งปลูกชุมชน บริษัท บลูคอฟ จำกัด ภายใต้แบรนด์ Bluekoff (Blue Special Blend) ซึ่งเป็นผู้นำด้านการคั่วสรรเมล็ดกาแฟและอุปกรณ์ รวมถึงมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้ดำเนินงานโครงการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จังหวัดเชียงราย ภายใต้แบรนด์ กาแฟดอยตุง (DoiTung Coffee) นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงในระดับสากลอย่าง บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) ผู้จำหน่ายแบรนด์ Café Amazon (Selection Roasted Coffee Bean) บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออร์แกนอล จำกัด เจ้าของแบรนด์ Doi Chaang (Premium Classic) และ บริษัท ฮิลล์คอฟฟี่ จำกัด ผู้จำหน่ายแบรนด์ Hillkoff (Mae Salong Chiang Rai) ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมเกษตรกรในพื้นที่ภาคเหนือ

ภาพที่ 9 อุตสาหกรรมกาแฟคั่ว



3.1.2 อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปและพร้อมดื่ม (Instant & Ready-to-Drink Coffee) ผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสะดวกในการบริโภค อุตสาหกรรมไทยมีการผลิตและจัดจำหน่ายครอบคลุมหลายรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ เพื่อรองรับวิถีชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดประเภทของผู้ประกอบการและตัวอย่างแบรนด์ในตลาด ดังนี้

1) **ผลิตภัณฑ์กาแฟปรุงสำเร็จ (3-in-1)** เป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ที่มีการแข่งขันสูงโดยผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีความเชี่ยวชาญ ได้แก่ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ผู้ผลิตแบรนด์ เนสกาแฟ (Nescafé) บริษัท คอฟฟี่ เซลส์ จำกัด ผู้ผลิตแบรนด์ เขาช่อง (Khao Shong) บริษัท พี.เอส.บี จำกัด (PSB) ผู้ผลิตแบรนด์ ซุปเปอร์กาแฟ (Super Coffee) และ บริษัท आयिन्नेโมะเต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตแบรนด์ เบอร์ดี้ (Birdy)

ภาพที่ 10 ผู้นำผลิตภัณฑ์กาแฟปรุงสำเร็จ (3-in-1)



2) ผลิตภัณฑ์กาแฟสกัดเย็น (Cold Brew) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการรสชาติที่นุ่มนวลและทันสมัย โดยมีผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกาแฟสกัดเย็นเข้มข้น (Cold Brew Concentrate) จากผู้ประกอบการ อาทิ บริษัท ละมูนคอฟฟี่ จำกัด (Lamoon Cold Brew) บริษัท นานาคอฟฟี่ โรสเตอร์ส บางนา จำกัด (Nana Coffee Roasters) และ บริษัท เดอะซัมเมอร์ จำกัด (The Summer Coffee Company) นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์พร้อมดื่มที่พัฒนาโดยบริษัทข้ามชาติรายใหญ่ เช่น บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด (Nescafé Cold Brew) และ บริษัท ชันโทรี เปปซี่โค เบเวอเรจ (ประเทศไทย) จำกัด ภายใต้แบรนด์ บอส คอฟฟี่ (BOSS Coffee)

ภาพที่ 11 ผู้นำผลิตภัณฑ์กาแฟสกัดเย็น (Cold Brew)



3) ผลิตภัณฑ์กาแฟบรรจุกระป๋องพร้อมดื่ม (Ready-to-Drink: RTD) เน้นการกระจายสินค้าผ่านช่องทางร้านค้าสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกทั่วไป โดยมีผู้เล่นหลักในตลาด ได้แก่ บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด ภายใต้แบรนด์ เบอร์ดี้ (Birdy) บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด กับผลิตภัณฑ์ เนสกาแฟโรบัสตา แบล็คโรสต์ ซึ่งเน้นสูตรกาแฟคั่วเข้ม ตลอดจนกลุ่มผู้ผลิตเครื่องดื่มรายใหญ่ของไทยอย่าง บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เจ้าของแบรนด์ คาราบาว เอสเพรสโซ่ และ บริษัท อาราบัส จำกัด ผู้ผลิตแบรนด์ อาราบัส (Arabus)

ภาพที่ 12 ผู้นำผลิตภัณฑ์กาแฟพร้อมดื่ม (Ready to Drink)



3.2 อุตสาหกรรมเบเกอรี่และของหวาน

ปัจจุบันนิยมนำกาแฟมาเป็นส่วนประกอบหลักอุตสาหกรรมเบเกอรี่และของหวาน เพื่อเพิ่มอัตลักษณ์รสชาติ เพิ่มมูลค่า (Value Added) รวมทั้งเจาะกลุ่มตลาดคนชอบกาแฟ และกลุ่มตลาดผู้ใหญ่และคนทำงาน อุตสาหกรรมเบเกอรี่และของหวานที่ใช้กาแฟเป็นส่วนประกอบ เช่น

3.2.1 กลุ่มเค้กและเบเกอรี่ (Bakery & Cake) เช่น

- 1) เค้กกาแฟ เบเกอรี่กาแฟ โดยบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) (S&P)
- 2) ที่รามิซู Ezy sweet โดย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- 3) มาร์เบิลเค้กรสกาแฟ แบรินด์เลอแปง โดยบริษัท ซีพีแรม จำกัด (CPRAM)
- 4) โรลเค้ก โดยบริษัท ไทยยามาซากิ จำกัด

3.2.2 กลุ่มคัสตาร์ด / พุดดิ้ง / มูส (Soft desserts) เช่น พุดดิ้ง / มูส / เจล รสกาแฟ โดยบริษัท ซีพี-เมจิ จำกัด บริษัท เนสต์เล่ (ไทย) จำกัด เป็นต้น

3.2.3 กลุ่มไอศกรีมและของหวานแช่แข็ง (Frozen desserts) เช่น ไอศกรีมกาแฟ โดยบริษัท เนสต์เล่ (ไทย) จำกัด บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรตติ้ง จำกัด

ภาพที่ 13 ผู้นำอุตสาหกรรมเบเกอรี่และของหวาน



3.3 อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มีการพัฒนาในรูปแบบ Functional Coffee เช่น

3.3.1 Coffogenic Drink โดยบริษัท ฮิลล์คอฟฟ์ จำกัด ที่ช่วยระบบเผาผลาญ

3.3.2 เพรียวคอฟฟี่ (Preaw Coffee) โดยบริษัท เชีปเป้ จำกัด (มหาชน)

3.3.3 บอนกาแฟ ดีแคฟฟิเนท ที่สกัดคาเฟอีนออกถึง 99.99% โดยบริษัท บอนกาแฟ (ประเทศไทย) จำกัด

3.3.4 Hug Coffee กาแฟสมุนไพรร โดยบริษัท ฮัก โซลูชั่น มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

3.3.5 กลุ่มนมพืชอย่าง นมกาแฟโปรตีน โดยบริษัท ซีพี-เมจิ จำกัด และนมโอ้ตกาแฟ โดยบริษัท โอ้ตไซด์ (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 14 ผู้นำอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ



3.4 อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง

มีการประยุกต์ใช้สารสกัดจากกาแฟเป็นส่วนผสมสำคัญในผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเสริมความงาม เพื่อสร้างจุดเด่นด้านสรรพคุณ โดยมีตัวอย่างผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ในตลาด เช่น

3.4.1 ผลิตภัณฑ์เซรั่มจากกาแฟ เช่น แบรินด์ Na Ha Thai (ณ หทัย) โดยบริษัท ขวัญดาวโปรเจ็ค จำกัด

3.4.2 แป้งรองพื้นจากสารสกัดกาแฟ เช่น แบรินด์ VOWDA (ว้าวต้า) โดยบริษัท ว้าวต้า จำกัด

3.4.3 สบู่สครับกาแฟ เช่น แบรินด์ โจเซ่ โดยบริษัท เนอร์วานา คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด

ภาพที่ 15 ผู้นำอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง



3.5 อุตสาหกรรมหมუნเวียนจากกากกาแฟ

เน้นการจัดการของเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจหมუნเวียน (Waste-to-Value) ผ่านการวิจัยและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท รวมถึงการแปรรูปเป็นพลังงานและวัสดุทางการเกษตรจากกากกาแฟ เช่น

3.5.1 การผลิตเฟอร์นิเจอร์และแก้ว แก้วจากกากกาแฟ โดย บริษัท โอชิซู จำกัด การผลิตแก้วกาแฟ โดย บริษัท กาแฟพันธุ์ไทย จำกัด

ภาพที่ 16 อุตสาหกรรมหมუნเวียนจากกากกาแฟ



3.5.2 ปุ๋ยชีวภาพ²⁴ กาแฟกากเป็นวัตถุดิบในการทำปุ๋ยหมักชั้นดีเนื่องจากมีปริมาณไนโตรเจนสูงซึ่งมีส่วนสำคัญในการบำรุงและเร่งการเจริญเติบโตของดอกและใบ (ข้อมูลจากคณะเทคโนโลยีและการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง)

3.5.3 ถ่านคาร์บอนและพลังงานทดแทน²⁵ มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตถ่านคาร์บอนจากของเหลือทิ้งในอุตสาหกรรมกาแฟ เพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทนที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสร้างอาชีพเสริมให้กับชุมชน (ข้อมูลจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย)

3.5.4 พลังงานไบโอดีเซล²⁶ จากผลการศึกษาของศูนย์ Centre for Sustainable Chemical Technologies ประเทศอังกฤษ พบความเป็นไปได้ในการนำกากกาแฟใช้แล้วมาผลิตเป็นไบโอดีเซลผ่านกระบวนการสกัดน้ำมันจากกากกาแฟด้วยสารทำละลายและเข้าสู่กระบวนการที่เรียกว่า Transesterification เพื่อเปลี่ยนเป็นเชื้อเพลิงชีวภาพที่มีประสิทธิภาพ

ภาพที่ 17 การแปรรูปพลังงานและวัสดุทางการเกษตรจากกากกาแฟ



3.6 การกระจายสินค้าและการเข้าถึงผู้บริโภค (Distribution Channels)

การส่งมอบผลิตภัณฑ์กาแฟสู่ผู้บริโภคทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล ดำเนินการผ่านเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของตลาดที่หลากหลาย ดังนี้

3.6.1 เครือข่ายร้านกาแฟ (Coffee Shop Chains) ถือเป็นช่องทางหลักในการสร้างประสบการณ์การดื่มกาแฟและเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงผ่านหน้าร้านสาขาและจุดบริการต่างๆ ทั่วประเทศ โดยมีตัวอย่างผู้ประกอบการและแบรนด์สำคัญในตลาด เช่น

- 1) Café Amazon โดย บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)
- 2) พันธุ์ไทย (Punthai) โดย บริษัท กาแฟพันธุ์ไทย จำกัด
- 3) อินทนิล (Inthanin) โดย บริษัท บางจาก รีเทล จำกัด
- 4) BAO CAFÉ โดย บริษัท ซี.เจ. เอ็กซ์เพรส กรุ๊ป จำกัด
- 5) ดอยช้าง โดย บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออริจินอล จำกัด
- 6) TrueCoffee โดย บริษัท ทรู โลฟส์ไตร์ รีเทล จำกัด
- 7) 1:2 (one to two) โดย บริษัท หนึ่งต่อสอง จำกัด
- 8) ชาวดอยคอฟฟี่ (Chao Doi Coffee) โดย บริษัท เค.วี.เอ็น. อิมพอร์ตเอกซ์พอร์ต (1991) จำกัด

²⁴ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง. (18 กุมภาพันธ์ 2569). กาแฟกากเป็นปุ๋ยหมักชั้นดี มีไนโตรเจนสูง ช่วยบำรุงเร่งดอก เร่งใบ.

https://www.khaosod.co.th/technologychaoban/featured/article_285145?utm_source=linetoday&utm_medium=footer_click

²⁵ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (19 มีนาคม 2568). ถ่านคาร์บอนอัดแท่งคุณภาพสูงจากกากกาแฟ. <https://www.tistr.or.th/PressCenter/research/16595/>

²⁶ Centre for Sustainable Chemical Technologies. Waste Coffee Grinds. Retrieved Feb 18, 2026, from <https://kasetmodern.wordpress.com/2014/09/22/coffee-biodiesel/>

3.6.2 ช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีการกระจายผลิตภัณฑ์ประเภทกาแฟแก้ว กาแฟสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ผ่านห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อและช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในทุกระดับ

ภาพที่ 18 ตัวอย่างช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบค้าปลีก



3.7 ประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ

ข้อมูลประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกาแฟและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ จำนวน 6 ประเภทธุรกิจ พบว่ามีจำนวนนิติบุคคลรวมทั้งสิ้น 7,255 ราย และมีทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 37,378.02 ล้านบาท โดยประเภทธุรกิจการบริการด้านเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลักในร้าน (รหัส 56302) มีจำนวนนิติบุคคลมากที่สุด คือ 2,558 ราย และมีทุนจดทะเบียนสูงสุด คือ 8,177.61 ล้านบาท (รายละเอียดดังตารางที่ 15) ทั้งนี้ ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจในกลุ่มการให้บริการและการขายปลีกเครื่องดื่มมีจำนวนนิติบุคคลและมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงกว่ากลุ่มการผลิต ซึ่งอาจสะท้อนถึงแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจปลายน้ำที่ใกล้ชิดผู้บริโภคมากกว่าธุรกิจต้นน้ำ

ตารางที่ 15 ตารางแสดงข้อมูลประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกาแฟและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

รหัสประเภทธุรกิจ	ชื่อประเภทธุรกิจ	จำนวนนิติบุคคล (ราย)	ทุนจดทะเบียนรวม (บาท)
10761	การผลิตกาแฟ	472	5,085,277,000.00
11043	การผลิตเครื่องดื่มกาแฟ ชาและชาสมุนไพรพร้อมดื่ม	463	5,538,841,500.00
46318	การขายส่งกาแฟชาโกโก้	1,029	5,297,768,416.00
46322	การขายส่งเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	935	7,999,754,184.00
47222	ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	1,798	5,278,775,405.00
56302	การบริการด้านเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลักในร้าน	2,558	8,177,605,108.00

ที่มา : DBD Datawarehouse สืบค้น เดือนสิงหาคม 2569

4. นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องของไทย

4.1 มาตรการนำเข้ากาแฟของไทย

การนำเข้ากาแฟ ผู้นำเข้าต้องขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเข้ากาแฟตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในการขอและการออกหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วนสำหรับกาแฟ และมีหน้าที่ต้องรายงานการนำเข้าต่อกรมการค้าต่างประเทศภายใน 30 วันนับแต่วันที่นำสินค้าเข้าแต่ละครั้งโดยรายงานผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมการค้าต่างประเทศ ซึ่งหากผู้นำเข้าไม่รายงานผลตามกำหนด จะถูกระงับการออกหนังสือรับรองสำหรับการนำเข้าในครั้งถัดไปจนกว่าจะรายงานการนำเข้าครบถ้วนถูกต้อง²⁷

4.1.1 ระเบียบและหลักเกณฑ์การนำเข้าตามพันธกรณีความตกลงระหว่างประเทศ²⁸

1) การนำเข้าจากประเทศที่มีใช้สมาชิก WTO หรือภาคีเกดต์ 1947

ระเบียบหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ต้องขออนุญาตนำเข้าตามพระราชกฤษฎีกาควบคุมการนำเข้าในราชอาณาจักรซึ่งสินค้าบางอย่าง (ฉบับที่ 9) พ.ศ. 2496
- ประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ เรื่อง การนำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร (ฉบับที่ 28) พ.ศ. 2505 ลงวันที่ 28 มีนาคม 2505

อัตราภาษี

- เมล็ดกาแฟ 40% ตามราคา หรือกิโลกรัมละ 4 บาทตามสภาพ
- ผลิตภัณฑ์กาแฟ 60% ตามราคา

2) การนำเข้าจากประเทศสมาชิก WTO หรือภาคีเกดต์ 1947

ระเบียบหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการนำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร (ฉบับที่ 111) พ.ศ. 2539 ลงวันที่ 26 มกราคม 2539
- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการนำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร (ฉบับที่ 117) พ.ศ. 2539 ลงวันที่ 12 พฤศจิกายน 2539

หนังสือรับรอง

- หนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิชำระภาษีตามพันธกรณีตามความตกลงการเกษตรภายใต้ WTO

อัตราภาษี

- เมล็ดกาแฟ ในโควตา 30% (ปริมาณในโควตา ปีละ 5.25 ตัน) นอกโควตา 90%
- ผลิตภัณฑ์กาแฟ ในโควตา 40% (ปริมาณในโควตา ปีละ 134 ตัน) นอกโควตา 49%

²⁷ ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง การออกหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับกาแฟ ชา นมและครีม เครื่องดื่มประเภทนมปรุงแต่ง และนมผงขาคมนม เนย ที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรตามความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน พ.ศ. 2567 ประกาศ ณ วันที่ 15 พฤศจิกายน 2567

²⁸ <https://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/Data-Service-Information/ProductMeasure-Import-Export/Detail-ProductMeasure-Import-Export/ArticleId/1893/1893> และคู่มือการนำเข้าสินค้าเกษตรตามพันธกรณีความตกลงระหว่างประเทศ ฉบับ ปี 2568

3) การนำเข้าภายใต้ความตกลงไทย - ออสเตรเลีย (TAFTA)

ระเบียบหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง การนำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักรตามความตกลงการค้าเสรีไทย - ออสเตรเลีย พ.ศ. 2547 ลงวันที่ 22 ธันวาคม 2547

หนังสือรับรอง

- หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า
- หนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิชำระภาษีตามความตกลงฯ

อัตราภาษี

- เมล็ดกาแฟ ในโควตา 0% นอกโควตา 81%
- ผลิตภัณฑ์กาแฟ ในโควตา 0% นอกโควตา 44.1%

4) การนำเข้าภายใต้ความตกลงไทย - นิวซีแลนด์ (TNZCEP)

ระเบียบหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง การนำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักรตามความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น ไทย - นิวซีแลนด์ พ.ศ. 2548 ลงวันที่ 27 มิถุนายน 2548

หนังสือรับรอง

- หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า
- หนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิชำระภาษีตามความตกลงฯ

อัตราภาษี

- อัตราภาษี 0% ไม่มีการกำหนดปริมาณนำเข้า

5) การนำเข้าภายใต้ความตกลงไทย - ญี่ปุ่น (JTEPA)

ระเบียบหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง การนำสินค้าที่ประเทศไทยมีพันธกรณีตามความตกลงการเกษตรภายใต้องค์การการค้าโลกเข้ามาในราชอาณาจักรตามความตกลงระหว่างราชอาณาจักรไทยและญี่ปุ่นสำหรับความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ พ.ศ. 2550 ลงวันที่ 31 ตุลาคม 2550

หนังสือรับรองและการบริหารการนำเข้า

- หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า
- หนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน
- ผู้มีสิทธินำเข้าต้องเป็นผู้ที่ได้รับการจัดสรรปริมาณการนำเข้าในโควตา WTO

อัตราภาษี

- เมล็ดกาแฟและผลิตภัณฑ์กาแฟ 0% ปริมาณในโควตา ตาม WTO

6) การนำเข้าภายใต้ความตกลงอาเซียน - เกาหลี (AKFTA)

ระเบียบหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง การนำสินค้าที่ประเทศไทยมีพันธกรณีตามความตกลงการเกษตรภายใต้องค์การการค้าโลกเข้ามาในราชอาณาจักรตามความตกลงว่าด้วยการค้าสินค้าภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ครอบคลุมด้านต่างๆ ระหว่างรัฐบาลประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐเกาหลี พ.ศ. 2553 ลงวันที่ 22 มีนาคม 2553

หนังสือรับรองและการบริหารการนำเข้า

- หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าแบบฟอร์มเอเค (Form AK)
- หนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน
- ผู้มีสิทธินำเข้าต้องเป็นผู้ที่ได้รับการจัดสรรปริมาณการนำเข้าในโควตา WTO

อัตราภาษี

- เมล็ดกาแฟและผลิตภัณฑ์กาแฟ 0% ปริมาณในโควตา ตาม WTO

7) การนำเข้าภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA)

ระเบียบหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง การนำกาแฟ ชา น้ำนมดิบและนมพร้อมดื่มและนมผงขาดมันเนยเข้ามาในราชอาณาจักรตามความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน พ.ศ. 2553 ลงวันที่ 16 สิงหาคม 2553

หนังสือรับรอง

- หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าแบบฟอร์มดี (Form D)
- หนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน
- ใบรับรองซึ่งแสดงว่าสินค้านั้นมีความปลอดภัยต่อชีวิตหรือสุขภาพมนุษย์ สัตว์หรือพืช
- ใบรับรองว่าเป็นพืชที่ไม่ได้ติดต่อสารพันธุกรรม

อัตราภาษี

- เมล็ดกาแฟดิบ 5% (ไม่มีใน/นอกโควตา) ปริมาณในโควตาเปิดเสรี
- เมล็ดกาแฟคั่ว 0% (ไม่มีใน/นอกโควตา) ปริมาณในโควตาเปิดเสรี
- ผลิตภัณฑ์กาแฟ 0% (ไม่มีใน/นอกโควตา) ปริมาณในโควตาเปิดเสรี

8) การนำเข้าภายใต้ความตกลงไทย-ชิลี (TCFTA)

ระเบียบหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง การนำเข้าสินค้าที่ประเทศไทยมีพันธกรณีตามความตกลงการเกษตรภายใต้องค์การการค้าโลกเข้ามาในราชอาณาจักรตามความตกลงการค้าเสรีระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยและรัฐบาลแห่งสาธารณรัฐชิลี พ.ศ. 2558

หนังสือรับรองและการบริหารการนำเข้า

- หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Form TC)
- หนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน
- ผู้มีสิทธินำเข้าต้องเป็นผู้ที่ได้รับการจัดสรรปริมาณการนำเข้าในโควตา WTO

อัตราภาษี

- เมล็ดกาแฟ 0% ปริมาณในโควตา ตาม WTO
- ผลิตภัณฑ์กาแฟ 0% ปริมาณในโควตา ตาม WTO

4.1.2 มาตรการการนำเข้าด้านสินค้าเกษตร

ตามข้อกำหนดทางกฎหมายภายใต้พระราชบัญญัติกักพืช การนำเข้าสกุลกาแฟ (*Coffea* spp.) ในทุกส่วนของตัวพืช ถูกจัดสถานะให้เป็น “สิ่งต้องห้าม” ซึ่งไม่อนุญาตให้มีการนำเข้าจากทุกแหล่งกำเนิด อย่างไรก็ตาม กรมวิชาการเกษตรได้กำหนดข้อยกเว้นภายใต้เงื่อนไขเฉพาะ ได้แก่ เมล็ดกาแฟดิบ ซึ่งได้รับการปรับสถานะให้เป็น “สิ่งจำกัด” ที่สามารถนำเข้าเพื่อการค้าได้โดยต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) กำกับและผ่านการตรวจกักกัน ณ ด่านตรวจพืช²⁹ นอกจากนี้ ประกาศกรมวิชาการเกษตรได้กำหนดข้อยกเว้นการนำเข้าต้นกล้า (Seedling) ซึ่งเป็นสิ่งต้องห้ามได้เฉพาะที่มาจากสาธารณรัฐฝรั่งเศส เนื่องจากเป็นแหล่งกำเนิดที่ผ่านการวิเคราะห์ความเสี่ยงศัตรูพืช (Pest Risk Analysis, PRA)³⁰ ตามมาตรฐานของกรมวิชาการเกษตร

ระเบียบและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดพืช และพาหะจากแหล่งที่กำหนดเป็นสิ่งต้องห้าม ข้อยกเว้น และเงื่อนไขตามพระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ. 2507 (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2550
- ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการนำเข้าหรือนำผ่าน ซึ่งสิ่งต้องห้าม สิ่งจำกัด และสิ่งไม่ต้องห้าม พ.ศ. 2551 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2565
- ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง สิ่งต้องห้ามที่ผ่านการวิเคราะห์ความเสี่ยงศัตรูพืช พ.ศ. 2562

4.2 มาตรการส่งออกกาแฟของไทย

4.2.1 ระเบียบและหลักเกณฑ์

1) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดให้กาแฟเป็นสินค้าที่ต้องขออนุญาตและมีหนังสือรับรองในการส่งออกนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2566³¹

(1) กาแฟ (ผลกาแฟ เมล็ดกาแฟ ผลิตภัณฑ์กาแฟ) เป็นสินค้าที่ต้องขออนุญาตในการส่งออก

²⁹ ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดพืช และพาหะจากแหล่งที่กำหนดเป็นสิ่งต้องห้าม ข้อยกเว้น และเงื่อนไขตามพระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ. 2507 (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2550 การนำเข้าพืชตามประกาศนี้จะต้องปฏิบัติตามประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการนำเข้าหรือนำผ่าน ซึ่งสิ่งต้องห้าม สิ่งจำกัด และสิ่งไม่ต้องห้าม พ.ศ. 2551 และประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการนำเข้าหรือนำผ่าน ซึ่งสิ่งต้องห้าม สิ่งจำกัด และสิ่งไม่ต้องห้าม พ.ศ. 2551 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2565

³⁰ ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง สิ่งต้องห้ามที่ผ่านการวิเคราะห์ความเสี่ยงศัตรูพืช พ.ศ. 2562 การนำเข้าพืชตามประกาศนี้จะต้องปฏิบัติตามประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการนำเข้าหรือนำผ่าน ซึ่งสิ่งต้องห้าม สิ่งจำกัด และสิ่งไม่ต้องห้าม พ.ศ. 2551 และประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการนำเข้าหรือนำผ่าน ซึ่งสิ่งต้องห้าม สิ่งจำกัด และสิ่งไม่ต้องห้าม พ.ศ. 2551 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2565

³¹ ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดให้กาแฟเป็นสินค้าที่ต้องขออนุญาตและมีหนังสือรับรองในการส่งออกนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2566.

<https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/11385.pdf>

(2) การส่งออกกาแฟที่ผลิตในประเทศต้องมีหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ออกโดยกรมการค้าต่างประเทศ ตามข้อบังคับขององค์การกาแฟระหว่างประเทศ (International Coffee Organization : ICO)

2) ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการขออนุญาตส่งออกกาแฟออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2566³²

(1) กรณีส่งออกกาแฟภายในประเทศ ต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟภายในประเทศไว้กับกรมการค้าต่างประเทศ และอนุญาตให้ส่งออกไม่จำกัดปริมาณ

(2) กรณีส่งออกกาแฟที่ผลิตจากกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ ต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟที่ผลิตจากกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศไว้กับกรมการค้าต่างประเทศ เป็นผู้นำเข้าเมล็ดกาแฟเพื่อส่งออก และต้องจัดทำหนังสือรับรองการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการส่งออกกาแฟที่ผลิตจากกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศไว้กับกรมการค้าต่างประเทศกำหนด และอนุญาตให้ส่งออกไม่เกินปริมาณที่ระบุไว้ในหนังสือรับรองการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ฯ ที่จัดทำไว้

ให้ผู้ขออนุญาตส่งออกกาแฟ ยื่นคำร้องขอรับใบอนุญาตต่อกรมการค้าต่างประเทศผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมการค้าต่างประเทศ พร้อมเอกสาร

(1) กรณีส่งออกกาแฟภายในประเทศ³³ ยื่นสำเนาหนังสือสัญญาซื้อขาย (Invoice)

(2) กรณีส่งออกกาแฟที่ผลิตจากกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ³⁴ ยื่นสำเนาหนังสือสัญญาซื้อขาย (Invoice) สำเนาใบขนสินค้าขาเข้าของเมล็ดกาแฟดิบที่นำเข้าสำเร็จไม่เกิน 1 ปี และหนังสือรับรองการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการส่งออกกาแฟที่ผลิตจากกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ

และรายงานปริมาณการส่งออกผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมการค้าต่างประเทศ ภายใน 30 วันนับตั้งแต่วันที่มีการส่งออกสินค้าแต่ละครั้ง

3) ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง การออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดตามข้อบังคับขององค์การกาแฟระหว่างประเทศ พ.ศ. 2566³⁵

(1) ผู้มีสิทธิขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิด ต้องเป็นผู้ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟภายในประเทศ

(2) ยื่นแบบคำขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านระบบการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าของกรมการค้าต่างประเทศ พร้อมหลักฐาน (1) ใบกำกับสินค้า (Invoice) และ (2) สำเนาใบตราส่งสินค้าทางเรือ (Bill of Lading: B/L) หรือใบรับขนสินค้าทางอากาศ (Air Waybill) หรือเอกสารที่แสดงการขนส่งสินค้าไปต่างประเทศ

4) ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง การขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟเพื่อการขออนุญาตส่งออก พ.ศ. 2566³⁶

(1) ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟภายในประเทศ ต้องเป็นนิติบุคคลที่ประกอบกิจการค้ากาแฟหรือพืชผลทางการเกษตรอื่นไปจำหน่ายต่างประเทศ

³² ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการขออนุญาตส่งออกกาแฟออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2566. <https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/11386.pdf>

³³ กาแฟภายในประเทศ หมายถึง ผลกาแฟที่ปลูกภายในประเทศ เมล็ดกาแฟที่ผลิตจากผลกาแฟที่ปลูกภายในประเทศ และผลิตภัณฑ์กาแฟที่ผลิตจากกาแฟภายในประเทศ

³⁴ กาแฟที่ผลิตจากกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ หมายถึง เมล็ดกาแฟคั่วและผลิตภัณฑ์กาแฟที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ และจากเมล็ดกาแฟดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศผสมกับเมล็ดกาแฟดิบภายในประเทศ

³⁵ ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง การออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดตามข้อบังคับขององค์การกาแฟระหว่างประเทศ พ.ศ. 2566. <https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/11387.pdf>

³⁶ ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่อง การขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟเพื่อการขออนุญาตส่งออก พ.ศ. 2566. <https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/11388.pdf>

(2) ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟดิบที่นำเข้า ต้องเป็นนิติบุคคลที่ประกอบกิจการค้ากาแฟหรือพืชผลทางการเกษตรอื่นไปจำหน่ายต่างประเทศ ประกอบกิจการโรงงานแปรรูปกาแฟ

5) ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟพร้อมเอกสาร ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมการค้าต่างประเทศ

(1) กรณีขอเป็นผู้ส่งออกกาแฟภายในประเทศ ให้ยื่นหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล

(2) กรณีขอเป็นผู้ส่งออกกาแฟที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟดิบที่นำเข้า ให้ยื่นหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล และสำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (ร.ง.4) สำเนาใบรับแจ้งการประกอบกิจการโรงงานจำพวก 2 (ร.ง.2) หรือเอกสารหลักฐานอื่นที่แสดงว่าเป็นผู้ประกอบกิจการโรงงานแปรรูปกาแฟ

(3) การขึ้นทะเบียนมีอายุ 1 ปี แต่ไม่เกินวันที่ 31 ธันวาคมของปีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนหรือต่อทะเบียน และหากต้องการต่ออายุทะเบียน ให้ยื่นคำขอตั้งแต่วันที่ 11 กันยายน ถึงวันที่ 10 ธันวาคม ของปีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนหรือต่อทะเบียน

4.3 แผนพัฒนากาแฟแห่งชาติ ฉบับที่ 1 2568 – 2575

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับคณะอนุกรรมการพืชสวนและคณะทำงานพืชกาแฟ ได้จัดทำ “แผนพัฒนากาแฟแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2568 – 2575” ระยะเวลาดำเนินการ 8 ปีขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 และยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยผ่านการยกร่างการวิเคราะห์ข้อมูลรอบด้าน การมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน และการปรึกษาหารืออย่างรอบด้าน จนได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการนโยบายและระบบพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ แผนพัฒนาฯ ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเพิ่มความเข้มแข็ง ยกระดับศักยภาพการผลิต การบริหารจัดการ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาด อันจะนำไปสู่ความมั่นคงในการผลิตกาแฟของประเทศไทย ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล

การกำหนดกลยุทธ์ตามแผนพัฒนาฯ ดังกล่าวตั้งอยู่บนพื้นฐานการศึกษวิเคราะห์สถานการณ์บริบทกาแฟทั้งภายในประเทศและระดับโลก โดยจากการประเมินสภาพแวดล้อมพบว่า ประเทศไทยมี **จุดแข็ง** ในด้านศักยภาพทางภูมิศาสตร์ มีนโยบายภาครัฐสนับสนุน รสชาติกาแฟไทยเป็นที่ยอมรับ มีการพัฒนานวัตกรรมสู่วิธีการ Zero Waste และมีแนวโน้มการบริโภคที่เติบโตสอดคล้องกับการขยายตัวของธุรกิจ SME อีกทั้งยังมี **โอกาส** สำคัญจากความต้องการกาแฟไทยในตลาดต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น ความหลากหลายของนวัตกรรมเครื่องมืออุปกรณ์ และช่องทางการตลาดออนไลน์ที่ช่วยกระจายสินค้าได้กว้างขวางขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงประสบ **จุดอ่อน** จากข้อจำกัดเรื่องเอกสารสิทธิในพื้นที่ปลูก ต้นทุนการผลิตสูง การแข่งขันกับพืชอื่น ปริมาณผลผลิตคุณภาพที่ไม่สม่ำเสมอ การจัดการองค์ความรู้ ข้อมูลการผลิต และข้อบังคับทางกฎหมาย ประกอบกับต้องเผชิญ **อุปสรรค** จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อโรคและแมลง ศัตรูพืช การเปิดการค้าเสรีและต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าของประเทศคู่แข่งในอาเซียน ตลอดจนปัญหาการลักลอบนำเข้า การย้ายฐานการผลิต และการขยายตัวของแฟรนไชส์กาแฟต่างประเทศ

จากสถานการณ์ที่ปริมาณผลผลิตภายในประเทศลดลง ขณะที่ความต้องการกาแฟเพื่อการแปรรูปและการบริโภคที่เน้นคุณภาพ รสชาติ และมาตรฐานสิ่งแวดล้อมกลับเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ไทยจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนจุดยืนจากการเป็นเพียง “ผู้ผลิต” ไปสู่การเป็น “ผู้แปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม” เนื่องจากแนวทางการแข่งขันเชิงปริมาณกับประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ในเอเชียเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้ จึงได้มีการปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์กาแฟเดิม

(ปี 2560 - 2564) มาเป็นแผนพัฒนาภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2568 - 2575) โดยมุ่งเน้นการแข่งขันในตลาดโลกด้วยภาพคุณภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำการผลิต การแปรรูป และการค้าภาพคุณภาพในระดับเอเชียที่แข่งขันได้ในตลาดโลกภายใต้อัตลักษณ์ภาพไทย”

ทั้งนี้ การมุ่งเน้นแข่งขันด้วยคุณภาพ เทคโนโลยีการผลิต และการแปรรูปจะช่วยยกระดับภาพไทยสู่มาตรฐานสากล ผลักดันให้ไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบภาพคุณภาพชั้นนำของเอเชียที่ตลาดโลกให้ความสนใจ ส่งผลให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายภาพได้ในราคาที่พึงพอใจและมีความยั่งยืน โดยคาดการณ์ว่าหากสามารถขับเคลื่อนตามกลยุทธ์ได้อย่างบรรลุผลสัมฤทธิ์ จะสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกภาพของไทยได้ถึงร้อยละ 20 ในอีก 10 ปีข้างหน้า พร้อมทั้งยกระดับการบริหารจัดการอุตสาหกรรมภาพไทยให้ทัดเทียมกับประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกได้อย่างมั่นคง

4.3.1 เป้าหมายในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการพัฒนาภาพแห่งชาติ ประกอบด้วย

- 1) พัฒนาเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกภาพให้ผลิตภาพที่มีคุณภาพ มีอัตลักษณ์ในเชิงพื้นที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เพื่อสร้างความเข้มแข็งและรายได้สูงขึ้น
- 2) เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง พัฒนาตลาดเดิมและเปิดตลาดใหม่ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งและมูลค่าทางการตลาด
- 3) วิจัยและพัฒนาคุณภาพสินค้าภาพ ให้ได้รับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูป และคุณภาพสินค้าภาพ ตลอดจนการสร้างอย่างยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4.3.2 แผนพัฒนาภาพฯ ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ และโครงการต่าง ๆ ภายใต้กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เพื่อการพัฒนาคุณภาพผลผลิตภาพที่เติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีเป้าประสงค์ พัฒนาเกษตรกร เพิ่มปริมาณผลผลิตต่อไร่ ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มสัดส่วนผลผลิตภาพคุณภาพ เพิ่มพื้นที่ปลูกใหม่ที่มีศักยภาพ และเพิ่มเสถียรภาพการผลิต โดยมีแผนงาน ดังนี้

- แผนงานที่ 1 เพิ่มพื้นที่ปลูกใหม่ที่มีศักยภาพ และเพิ่มสัดส่วนผลผลิตภาพคุณภาพ
- แผนงานที่ 2 พัฒนาเกษตรกร เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (เพิ่มปริมาณผลผลิตต่อไร่ ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มเสถียรภาพการผลิต)

กลยุทธ์ที่ 2: พัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าภาพและเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร มีเป้าประสงค์ พัฒนาผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ เพิ่มขีดความสามารถให้กับอุตสาหกรรมภาพ ผลิตภัณฑ์ภาพไทยได้มาตรฐาน มีการรับรองในระดับสากล และพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ โดยมีแผนงาน ดังนี้

- แผนงานที่ 1 พัฒนาผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ เพิ่มขีดความสามารถให้กับอุตสาหกรรมภาพ
- แผนงานที่ 2 ผลิตภัณฑ์ภาพไทยได้มาตรฐาน มีการรับรองในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ 3: พัฒนาด้านการตลาดโดยเน้นที่ตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าตลาดภาพคุณภาพและตลาดอัตลักษณ์ด้วยความเชี่ยวชาญและนวัตกรรม มีเป้าประสงค์ พัฒนาตลาดและขยายตลาด เพิ่มมูลค่าตลาดภาพ พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศและระดับสากล เกษตรกรได้รับผลตอบแทนการผลิตที่เพียงพอ สร้างเสถียรภาพตลาดภาพ และพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ โดยมีแผนงาน ดังนี้

- แผนงานที่ 1 พัฒนาตลาด เพิ่มมูลค่าตลาดภาพ ขยายตลาด พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภาพและผลิตภัณฑ์ ทั้งในประเทศและระดับสากล
- แผนงานที่ 2 เกษตรกรได้รับผลตอบแทนการผลิตที่เพียงพอ
- แผนงานที่ 3 สร้างเสถียรภาพตลาดภาพ

- แผนงานที่ 4 พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ 4: การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มคุณค่า มูลค่ากาแฟตลอดห่วงโซ่คุณค่า มีเป้าประสงค์ พัฒนาด้านการผลิต พัฒนาด้านการตลาด พัฒนาด้านการแปรรูป การสนับสนุนและขับเคลื่อนงานวิจัยโดยมีแผนงาน ดังนี้

- แผนงานที่ 1 พัฒนาด้านการผลิตและการตลาด
- แผนงานที่ 2 พัฒนาด้านการแปรรูป

กลยุทธ์ที่ 5: การบริหารจัดการที่ทันสมัย สมรรถนะสูงบนฐานธรรมาภิบาล มีเป้าประสงค์ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่จำกัดขีดความสามารถในการแข่งขันของกาแฟไทย และส่งเสริมปัจจัยสนับสนุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกาแฟไทย โดยมีแผนงาน ดังนี้

- แผนงานที่ 1 ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่จำกัดขีดความสามารถในการแข่งขันของกาแฟ
- แผนงานที่ 2 ส่งเสริมปัจจัยสนับสนุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกาแฟไทย

4.3.3 พันธกิจ

- 1) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการระบบการผลิตกาแฟที่มีมาตรฐานในระดับสากล และเพิ่มมูลค่าที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ
- 2) ส่งเสริมการแปรรูปสินค้ากาแฟที่ได้คุณภาพและมาตรฐานสากลให้เกิดมูลค่าเพิ่มเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- 3) พัฒนาระบบตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 4) วิจัยและพัฒนา สร้างสรรค์นวัตกรรม และพัฒนาระบบการจัดการการผลิตที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตกาแฟคุณภาพในประเทศให้เพียงพอต่อความต้องการ
- 5) ยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และอัตลักษณ์กาแฟไทยให้เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมกาแฟระดับประเทศ ภูมิภาคเอเชีย และระดับโลกที่แข่งขันได้

4.3.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) สถาบันเกษตรกรมีความเข้มแข็งและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถผลิตกาแฟคุณภาพที่มีอัตลักษณ์มาตรฐานระดับสากลโดยเป็นที่ยอมรับในตลาดในประเทศและต่างประเทศ สามารถผลิตกาแฟเพียงพอ กับความต้องการ ตลอดจนสามารถพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการค้ากาแฟคุณภาพในภูมิภาคอาเซียน
- 2) ปัจจัยความสำเร็จที่จะสนับสนุนให้การขับเคลื่อนสามารถบรรลุเป้าหมาย ได้แก่ งบประมาณ การบูรณาการระหว่างสถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ โรงงานแปรรูป และหน่วยงานภาครัฐ

5. นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ

5.1 บราซิล (ผลผลิตอันดับ 1/ ส่งออกอันดับ 1/ นำเข้าอันดับ 66)³⁷

5.1.1 การสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำผ่านกลไก Funcafé

กระทรวงเกษตรและปศุสัตว์ของบราซิล (Ministry of Agriculture, Livestock and Food Supply: MAPA) ได้ร่วมมือกับกองทุนเพื่อการป้องกันและฟื้นฟูกาแฟ (Funcafé: Fundo de Defesa da Economia Cafeeira) ให้เงินสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำผ่าน Funcafé ซึ่งเป็นกลไกทางการเงินเฉพาะกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดูแลห่วงโซ่อุปทานกาแฟทั้งระบบ โดยปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำพิเศษ ให้แก่เกษตรกรรายย่อย กลุ่มสหกรณ์ และผู้ประกอบการ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้างแปลงปลูก การจัดซื้อเครื่องจักรกลทดแทนแรงงานคน และการพัฒนาระบบชลประทาน เงินทุนเหล่านี้ถูกแบ่งออกเป็นหลายส่วนชัดเจน เช่น สินเชื่อเพื่อการเพาะปลูก สินเชื่อเพื่อการตลาดและการเก็บรักษา และสินเชื่อเพื่อการฟื้นฟูความเสียหายจากภัยแล้งหรือน้ำค้างแข็ง มาตรการนี้ช่วยลดต้นทุนทางการเงินให้แก่เกษตรกรอย่างมาก ทำให้เกิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่เกษตรกรรายย่อย ซึ่งส่งผลให้ผลผลิตต่อไร่ของบราซิลพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและรักษาเสถียรภาพการผลิตในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน แม้ต้องเผชิญกับสภาวะความผันผวนของภูมิอากาศโลก

สำหรับฤดูกาลเก็บเกี่ยวปี 2026/27 กระทรวงเกษตรและปศุสัตว์ของบราซิล (Mapa) ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา อนุมัติจัดสรรงบประมาณ 7,368 ล้านดอลลาร์บราซิล (ประมาณ 1,452 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)³⁸ จากกองทุนเพื่อการปกป้องเศรษฐกิจกาแฟ (Funcafé) เพื่อสนับสนุนการเงิน (โดยงบดังกล่าวผ่านการเห็นชอบจากสภาการเงินแห่งชาติ หรือ CMN แล้วตั้งแต่ช่วงปลายเดือนมีนาคม 2026)

การจัดสรรสัดส่วนงบประมาณ

- ด้านการตลาด (Marketing) คิดเป็น 37% ของงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร
- การจัดซื้อกาแฟ (Coffee Acquisition) คิดเป็น 23% ของงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร
- ต้นทุนการผลิต (Production Costs) คิดเป็น 22% ของงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร
- เงินทุนหมุนเวียน (Working Capital) คิดเป็น 16% ของงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร
- การฟื้นฟูไร่กาแฟ (Recovery of Coffee Plantations) คิดเป็น 2% ของงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร

5.1.2 นโยบายประกันราคาสินค้าเกษตรกรขั้นต่ำ (PGPM)

รัฐบาลบราซิลดำเนินนโยบายรับประกันราคาขั้นต่ำสำหรับสินค้าเกษตร หรือ Policy for Minimum Price Guarantee :PGPM) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการปกป้องรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟจากความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลก กลไกนี้บริหารจัดการโดยบริษัทจัดหาเสบียงแห่งชาติของประเทศบราซิล (National Supply Company: CONAB) ซึ่งจะทำการคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงในแต่ละภูมิภาคเพื่อกำหนด “ราคารับซื้อขั้นต่ำ” หากราคากาแฟในตลาดท้องถิ่นร่วงลงต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด รัฐบาลจะเข้าแทรกแซงผ่านเครื่องมือต่างๆ เช่น มาตรการรับซื้อโดยตรงเก็บเข้าคลังสำรองของรัฐ หรือการใช้มาตรการชดเชยส่วนต่างราคา ให้แก่เกษตรกรโดยไม่ต้องนำสินค้ามาส่งมอบ นโยบายนี้ทำหน้าที่

³⁷ ข้อมูลผลผลิตปี 2568/2569 จาก USDA ข้อมูลนำเข้า - ส่งออก ปี 2568 (พิภคกุลการ 0901) จาก Trade Map สืบค้นเมื่อ มีนาคม 2569

³⁸ <https://portal.dataagro.com/en/coffee/3/1134635/ministry-of-agriculture-publishes-decree-allocating-rdollar-7368-billion-for-financing-the-202627-coffee-harvest>

เป็น “ตาข่ายรองรับทางสังคมและเศรษฐกิจ (Economic Safety Net)” ที่สร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกรว่าจะไม่ขาดทุนจนต้องทิ้งอาชีพ ซึ่งสร้างความต่อเนื่องในการผลิต เกษตรกรลงทุนในปุ๋ย คลังสินค้า และคุณภาพการผลิตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้โครงสร้างราคาภายในประเทศของบราซิลมีความเข้มแข็งและสามารถทนทานต่อภาวะวิกฤตราคากาแฟโลกตกต่ำได้อย่างมีประสิทธิภาพในทุกวัฏจักรเศรษฐกิจ

5.1.3 นโยบายบริหารความเสี่ยงราคาผ่านกลไกตลาดล่วงหน้า (B3 และ CONAB)

รัฐบาลบราซิลใช้กลไกตลาดทุนในการบริหารความเสี่ยงด้านราคา โดยเชื่อมโยงระบบการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตรภายในประเทศเข้ากับตลาดหลักทรัพย์และตลาดซื้อขายล่วงหน้า (ตลาดซื้อขายล่วงหน้าของบราซิลถูกบริหารจัดการโดยบริษัทเอกชนชื่อว่า B3) โดยภาครัฐผ่านการดำเนินงานของ CONAB โดยได้ผลักดันให้เกษตรกรและสหกรณ์กาแฟเข้าถึงเครื่องมือทางการเงินประเภท สัญญาฟิวเจอร์ส (Futures) และสัญญาสิทธิ (Options) เพื่อทำการล็อกราคาขายล่วงหน้า (Hedging) นอกจากนี้ CONAB ได้นำกลไกทางการเงินและการบริหารความเสี่ยงผ่านตลาดล่วงหน้ามาประยุกต์ใช้ ผ่านเครื่องมือสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ **Pepro** (ส่วนต่างราคาสำหรับผู้ผลิต เป็นเครื่องมือที่รัฐใช้เปิดประมูลสิทธิการชดเชยราคาและค่าขนส่งให้แก่ผู้ผลิตหรือพ่อค้าท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระจายผลผลิตออกจากพื้นที่ที่มีอุปทานล้นตลาดไปยังพื้นที่ที่มีความต้องการซื้อสูง แทนที่รัฐจะเข้าไปปรับซื้อสินค้าไว้เอง รัฐจะเปิดประมูลตัวสิทธิ Pepro เพื่อจ่ายเงินชดเชยส่วนต่างราคาและต้นทุนการขนส่งให้แก่ผู้ชนะการประมูล ซึ่งรับภารกิจในการรับซื้อสินค้าจากเกษตรกรตามราคาขั้นต่ำที่กำหนดแล้วขนส่งออกไปจำหน่ายในพื้นที่อื่น กลไกนี้ช่วยให้เกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้ในราคาประกัน โดยที่ภาครัฐไม่จำเป็นต้องเข้ามาถือครองหรือจัดเก็บสินค้าจริงแม้แต่ชิ้นเดียว) และ **Prop** (ส่วนต่างราคาสำหรับการขายสินค้าเป็นสิทธิการขายล่วงหน้า (Option-like Rights) ที่รัฐนำมาเปิดประมูลเพื่อสร้างความมั่นใจด้านราคาให้แก่เกษตรกรและผู้รับซื้อเอกชน โดยเปรียบเสมือนการออก “กรมธรรม์ประกันราคา” หากในอนาคตเมื่อถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว แล้วราคาสลัดจริงปรับตัวลดลงต่ำกว่าราคาประกันขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ผู้ถือสิทธิ Prop จะได้รับเงินชดเชยส่วนต่างจากภาครัฐโดยอัตโนมัติ กลไกนี้ช่วยลดความเสี่ยงให้เกษตรกรกล้าลงทุนทำการเกษตร และจูงใจให้ผู้ซื้อเอกชนกล้าตกลงรับซื้อสินค้าล่วงหน้าจากเกษตรกรตั้งแต่ต้นฤดูกาล) ซึ่งมีหลักการทำงานร่วมกันเป็นการเปิดประมูลสิทธิการชดเชยราคาในตลาดล่วงหน้า ช่วยให้ภาครัฐสามารถพยุงราคาซื้อขั้นต่ำตามนโยบายรับประกันราคาขั้นต่ำ (Policy for Minimum Price Guarantee: PGPM) ได้โดยไม่ต้องเข้าไปซื้อช้อนซื้อและกักตุนสินค้าจริงทางกายภาพในปริมาณที่มากเกินไป การส่งเสริมให้ระบบสหกรณ์กาแฟขนาดใหญ่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการทำ Hedging ในตลาด B3 ช่วยลดความเสี่ยงจากการเก็งกำไรและอัตราแลกเปลี่ยน ทำให้ผู้ส่งออกและเกษตรกรบราซิลวางแผนการเงินล่วงหน้า สามารถ ส่งผลให้โครงสร้างอุตสาหกรรมกาแฟทั้งระบบของบราซิลมีความมั่นคงสูง แม้ในช่วงวิกฤตราคาในตลาดโลก

5.1.4 นโยบายยกระดับมูลค่าสินค้าด้วยระบบ GI (Geographical Indication) อย่างเข้มงวด

สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติของบราซิล (Instituto Nacional da Propriedade Industrial :INPI) ร่วมกับสมาคมกาแฟพิเศษบราซิล (Brazil Specialty Coffee Association: BSCA) ได้นำระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มาใช้ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของประเทศจาก “ผู้ผลิตกาแฟเชิงปริมาณราคาถูก” ให้กลายเป็น “ผู้ผลิตกาแฟคุณภาพสูงเฉพาะถิ่น” โดยบราซิลมีการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครอง GI อย่างเข้มงวด และมีมาตรฐานสากล พื้นที่ปลูกกาแฟที่มีชื่อเสียง เช่น Cerrado Mineiro, Matas de Minas, Alta Mogiana และ Vale da Gramma ได้รับการขึ้นทะเบียนและสร้างแบรนด์ภูมิภาคอย่างเป็นระบบ เกษตรกรในพื้นที่เหล่านี้ต้อง

ปฏิบัติตามมาตรฐานการเพาะปลูกและการแปรรูปที่เข้มงวด มีระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ด้วย QR Code บนกระสอบกาแฟทุกใบ ส่งผลให้กาแฟจากแหล่งเหล่านี้สามารถสร้าง **Premium Margin** หรือส่วนต่างราคาที่สูงกว่าราคากลางของตลาดโลก (Commodity Price) ได้ตั้งแต่ 20% ถึงมากกว่า 100% ช่วยยกระดับรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น สร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์

5.1.5 การปรับโครงสร้างการผลิตและการขยายพื้นที่ปลูกกาแฟโรบัสต้า (Coffea Canephora)³⁹

รัฐบาลและภาคเกษตรกรรมของบราซิลได้ผลักดันนโยบายขยายการปลูกกาแฟสายพันธุ์ Canephora⁴⁰ (เช่น Conilon / Robusta) ไปยังพื้นที่และรัฐใหม่ๆ เช่น รัฐ Minas Gerais, Mato Grosso และ Ceará เพื่อรับมือกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่ส่งผลกระทบต่อสายพันธุ์อาราบิก้าควบคู่ไปกับการนำเทคโนโลยีการเกษตรแม่นยำ นวัตกรรมสายพันธุ์ และกระบวนการแปรรูปที่ประณีตเข้ามาใช้เพื่อยกระดับคุณภาพของกาแฟ Canephora ให้มีรสชาติดียิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดโลกที่มีแนวโน้มมีความต้องการบริโภคกาแฟกลุ่มนี้มากขึ้น รวมทั้ง เป็นการกระจายความเสี่ยงของเกษตรกรเพื่อไม่ให้พึ่งพาแค่อาราบิก้าเพียงอย่างเดียวช่วยสร้างความยั่งยืนให้แก่ห่วงโซ่อุปทานกาแฟของประเทศในระยะยาว

5.2 เวียดนาม (ผลผลิตอันดับ 2/ ส่งออกอันดับ 2/ นำเข้าอันดับ 26)

5.2.1 มาตรการส่งเสริมการลงทุนแปรรูปกาแฟมูลค่าสูง⁴¹

รัฐบาลเวียดนามได้มีการจัดตั้งสมาคมกาแฟและโกโก้เวียดนาม หรือ VICOFA ขึ้นมา ซึ่งมีบทบาทช่วยภาครัฐในการพัฒนานโยบายต่าง ๆ และกระตุ้นให้เกิดเม็ดเงินการลงทุน ภายในอุตสาหกรรมกาแฟ ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ให้มากขึ้น รวมทั้งได้ร่วมกันขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมกาแฟจากการส่งออกเมล็ดกาแฟดิบ (Green Beans) ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มต่ำ ไปสู่อุตสาหกรรมการผลิตกาแฟสำเร็จรูป (Soluble Coffee) และกาแฟผง ผ่านมาตรการสำคัญ ดังนี้

1) มาตรการส่งเสริมการลงทุน (Investment Incentives) และสิทธิประโยชน์ทางภาษี ที่ดึงดูดเม็ดเงินจากทั้งในและต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ภายใต้กฎหมายว่าด้วยการลงทุน รัฐบาลได้ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สูงสุดเป็นเวลา 4 ปีแรก และลดภาษี 50% ในอีก 9 ปีถัดไป สำหรับโครงการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมหรือพื้นที่ที่มีการทำอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นสูง

2) มาตรการสนับสนุนด้านที่ดินและโครงสร้างพื้นฐาน ให้สิทธิประโยชน์ด้านค่าเช่าที่ดิน และยกเว้นค่าธรรมเนียมสำหรับโครงการลงทุนแปรรูปกาแฟในเขตเศรษฐกิจพิเศษหรือพื้นที่เกษตรกรรมหลัก เช่น แถบที่ราบสูงตอนกลาง (Central Highlands: Dak Lak, Lam Dong)

3) การใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี (FTAs) ในการขยายตลาดกาแฟแปรรูปด้วย EVFTA, CPTPP และ RCEP รัฐบาลใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีในการลดหรือยกเว้นภาษ้นำเข้ากาแฟแปรรูปจากเวียดนาม (เช่น ในตลาดสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และชาติต่างๆ) เพื่อจูงใจให้บริษัทต่างชาติเข้ามาใช้เวียดนามเป็นฐานการผลิตและแปรรูปส่งออก

4) การยกระดับมาตรฐานความยั่งยืนและการเกษตรแม่นยำ ผ่านโครงการปลูกทดแทน (Re-planting Program) สนับสนุนเงินทุนและสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำแก่เกษตรกรในการปลูกต้นกาแฟพันธุ์ใหม่ที่มีคุณภาพสูงและต้านทานโรค แทนต้นเก่าที่ให้ผลผลิตต่ำ และการสนับสนุนมาตรฐานสากลและการตรวจสอบย้อนกลับ

³⁹ บราซิลขยายการปลูกกาแฟ Canephora ในพื้นที่ใหม่เมื่อการปลูกกาแฟโลกกำลังขยับจากอาราบิก้าไปสู่ตลาด Canephora (เผยแพร่เมื่อ 18 ก.พ. 2569)

⁴⁰ ในวงการคั่วรู้จัก c. canephora ในนามว่ากาแฟโรบัสต้า (https://cads.arda.or.th/th/documents/research/27ed79b3-9fd0-4aa3-a6cf-bf81fcca0276_th-TH)

⁴¹ <https://www.aseanbriefing.com/news/opportunities-for-foreign-investors-in-vietnam-coffee-industry/>

(Traceability): ส่งเสริมการทำเกษตรยั่งยืนและระบบการรับรองมาตรฐานสากล (เช่น 4C, Rain Forest Alliance, UTZ, Fairtrade) เพื่อให้สินค้าแปรรูปจากเวียดนามสอดคล้องกับกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศ เช่น กฎหมายสินค้าปลอดการตัดไม้ทำลายป่าของยุโรป (EUDR)

5) การส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technology Transfer) รัฐบาลสนับสนุนรูปแบบการร่วมทุน (Joint Venture) และการลงทุนตรงจากต่างประเทศ (FDI) ในกลุ่มเทคโนโลยีการถนอมอาหาร เทคโนโลยีการคั่ว/สกัดกาแฟ และนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ เพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการท้องถิ่นให้เข้าสู่มาตรฐานสากล นอกจากนี้ รัฐบาลเวียดนามได้ร่วมมือกับบริษัทระดับโลก เช่น Kraft Foods และ Nestlé รวมถึงองค์กรอนุรักษ์อย่าง 4C Association, Rainforest Alliance และ Fairtrade Foundation เพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกร ปรับปรุงวิธีทำการเกษตร และสร้างมาตรฐานเกษตรกรรมยั่งยืน⁴²

5.2.2 นโยบายการปรับปรุงสายพันธุ์และการปลูกทดแทน⁴³

รัฐบาลเวียดนามได้ผลักดันนโยบายการปลูกทดแทนและการต่อกิ่งปรับปรุงสายพันธุ์ต้นกาแฟ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน คุณภาพ และผลผลิตของอุตสาหกรรมกาแฟทั่วประเทศ โดยกระทรวงเกษตรและการพัฒนาชนบท (Ministry of Agriculture and Rural Development :MARD) ได้วางแผนควบคุมพื้นที่เพาะปลูกให้อยู่ในระดับคงที่ประมาณ 600,000 เฮกตาร์ ควบคู่ไปกับการทยอยปลูกทดแทนต้นกาแฟเดิมที่ทรุดโทรม นโยบายนี้เน้นการนำกาแฟสายพันธุ์ใหม่ที่มีคุณภาพสูง ให้ผลผลิตดี ทนทานต่อโรคราสนิม และผลสุกพร้อมกันมาใช้ 100% ในแปลงปลูกใหม่ รวมถึงขยายการปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าคุณภาพสูงในพื้นที่ที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการยกระดับกระบวนการผลิตด้วยการส่งเสริมมาตรฐานการปฏิบัติตามหลักเกษตรที่ดี (GAP) การพัฒนาเทคโนโลยีระบบชลประทานประหยัดน้ำ และการยกระดับอุตสาหกรรมกาแฟแปรรูปขั้นสูง (แปรรูปแบบเปียก กาแฟคั่วบด และกาแฟสำเร็จรูป) เพื่อเพิ่มสัดส่วนการสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายการส่งออกสู่ตลาดโลกตามข้อตกลงการค้าเสรีต่างๆ

5.2.3 นโยบายส่งเสริมระบบวนเกษตรและการปลูกพืชร่วม (Intercropping Support) ⁴⁴

กระทรวงเกษตรและการพัฒนาชนบทเวียดนาม (Ministry of Agriculture and Rural Development :MARD) ได้ออกแนวทางปฏิบัติอย่างเป็นทางการ เป็นคู่มือแนะนำการออกแบบระบบการปลูกพืชร่วม โดยใช้กาแฟเป็นพืชหลักและให้ความสำคัญกับการวางระยะปลูกและระยะห่างเชิงพื้นที่ คือ Decision No. 3702 (ปี 2018) เพื่อป้องกันปัญหาการแย่งธาตุอาหาร แสง และน้ำ ระหว่างพืชต่างชนิดกัน โดยนโยบายส่งเสริมวนเกษตรได้มุ่งเน้นไปที่การกระจายความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาพืชผล (Price Volatility) ให้เกษตรกรมีรายได้หลายทางจากแปลงเดิม และครอบคลุมถึง**วัสดุขยายพันธุ์คุณภาพสูง** เช่น การใช้กิ่งพันธุ์คุณภาพดี **การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ** ส่งเสริมระบบการให้น้ำแบบประหยัดพลังงาน/ประหยัดน้ำ เนื่องจากพืชร่วมเงาช่วยลดการระเหยของน้ำ **การปุ๋ยแบบผสมผสาน** สนับสนุนการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ควบคู่กับปุ๋ยเคมี

ระบบการปลูกพืชร่วมหลายชั้นมีหลากหลายรูปแบบ โดยมีพืชหลัก ได้แก่ กาแฟ (*Coffea canephora*), พริกไทยดำ (*Piper nigrum*) อะโวคาโด (*Persea americana*) ทุเรียน (*Durio zibethinus*) และแมกคาเดเมีย (*Macadamia integrifolia*) ตัวอย่างรูปแบบการปลูกพืชร่วมที่แนะนำ คือ การปลูกกาแฟร่วมกับพริกไทย

⁴² How Coffee in Vietnam Can Reduce Poverty (<https://borgenproject.org/coffee-in-vietnam/>)

⁴³ Vietnam Sustainable Coffee Plan Till 2020 and Vision to 2030 (<https://ap.ftc.org.tw/article/1118>)

⁴⁴ <https://sti-portal.fao.org/innovations/multi-storey-intercropping-coffee-and-fruit-trees>

(โดยใช้ค้ำมีชีวิต เช่น นุ่น (*Ceiba pentandra*) ชี้เหล็กบ้าน (*Cassia siamea*) หรือไม้ในสกุลพอลโลเนีย (*Paulownia spp.*) เป็นต้น) ร่วมกับไม้ผล ที่ความหนาแน่น ดังนี้

- ต้นกาแฟ: 887 ต้นต่อเฮกตาร์
- พริกไทย: 336 พุ่มต่อเฮกตาร์
- ต้นอะโวคาโด: 28 ต้นต่อเฮกตาร์
- ต้นทุเรียน: 28 ต้นต่อเฮกตาร์

นอกจากนี้ การส่งเสริมการปลูกพืชร่วมจะช่วยเพิ่มปริมาณการกักเก็บคาร์บอนเหนือพื้นดิน (Carbon Stocks) เมื่อเทียบกับพืชเชิงเดี่ยว เพิ่มอินทรีย์วัตถุในดินจากการร่วงหล่นของใบและการตัดแต่งกิ่ง ซึ่งสนับสนุนเป้าหมายนโยบายด้านการปรับตัวและการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Adaptation & Mitigation) และช่วยให้เกษตรกรสามารถบริหารจัดการต้นทุนการผลิตได้ดีขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่ต้องตัดแต่งเพื่อฟันฟูหรือปลูกต้นกาแฟใหม่

5.2.4 ยุทธศาสตร์การสร้างตราสินค้า “Premium Robusta”

รัฐบาลเวียดนามได้ร่วมกับสมาคมกาแฟและโกโก้เวียดนาม Vietnam Coffee Cocoa Association (VICOFA) ประกาศยุทธศาสตร์ระดับชาติในการยกระดับภาพลักษณ์สู่ตราสินค้า **Premium Robusta** หรือ **Fine Robusta** โดยภาครัฐได้สนับสนุนเงินทุนในการจัดงานประกวดกาแฟพิเศษเวียดนาม (Amazing Cup) ทุกปี เพื่อค้นหากาแฟโรบัสต้าที่มี คะแนนการประเมินคุณภาพและรสชาติกาแฟ (Cupping Score) สูง และมีการส่งเสริมกระบวนการแปรรูปที่ประณีต เช่น การหมักแบบควบคุม (Honey Process หรือ Anaerobic Fermentation) รัฐบาลยังได้ร่วมมือกับสถาบันวิจัยพืชสวนและหน่วยงานทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อขึ้นทะเบียน GI กาแฟโรบัสต้าของเมือง **Buôn Ma Thuột** ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นเมืองหลวงแห่งกาแฟโรบัสต้าของโลก ยุทธศาสตร์นี้เน้นการสื่อสารการตลาดระดับโลกว่าโรบัสต้าที่มีคุณภาพดีเยี่ยม ก็สามารถให้รสชาติที่ซับซ้อน นุ่มนวล และมีบอดี้ที่ดีได้ ซึ่งสามารถเพิ่มราคา Premium Margin ได้สูงขึ้น และตอบโจทย์เทรนด์ร้านกาแฟ Specialty ยุคใหม่ทั่วโลกที่หันมาสนใจ Fine Robusta มากขึ้น

5.3 โคลอมเบีย (ผลผลิตอันดับ 3/ส่งออกอันดับ 5/นำเข้าอันดับ 55)

5.3.1 นโยบายคุ้มครองรายได้ เสถียรภาพ และการรับประกันราคารับซื้อภายในประเทศ ⁴⁵

สมาพันธ์ผู้ปลูกกาแฟแห่งชาติโคลอมเบีย หรือ FNC (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia) ทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการบริหารนโยบายคุ้มครองรายได้และรักษาเสถียรภาพให้แก่เกษตรกรผ่าน “มาตรการรับประกันราคารับซื้อภายในประเทศ” (Purchase Guarantee Scheme) เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟทุกคนในประเทศสามารถขายผลผลิตได้ในราคาที่ยุติธรรมและสะท้อนต้นทุนการผลิตที่แท้จริง โดย FNC จะคำนวณราคารับซื้ออ้างอิงจากราคาตลาดโลก ณ ตลาดซื้อขายล่วงหน้านิวยอร์กบวกกับส่วนต่างคุณภาพ (Premium Differential) ของโคลอมเบีย แล้วหักลบด้วยต้นทุนการขนส่งท้องถิ่น FNC ดำเนินงานผ่านเครือข่ายสหกรณ์พันธมิตรและจอร์รับซื้อหลายร้อยแห่งทั่วประเทศ ซึ่งทำหน้าที่เป็นช่องทางตลาดถาวรที่พร้อมรับซื้อกาแฟจากเกษตรกรทุกรายไม่ว่าจะอยู่ในพื้นที่ห่างไกลเพียงใด นอกจากนี้ เงินทุนที่ใช้ในการขับเคลื่อนเสถียรภาพยังมาจาก “กองทุนกาแฟแห่งชาติ” (FoNC: Fondo Nacional del Café) ซึ่งจัดเก็บจากภาษี

⁴⁵ <https://www.stonex.com/en/insights/colombia-s-fnc-records-all-time-high-spending-on-coffee-purchases-under-guarantee-program/>

การส่งออกกาแฟ (Coffee Export Tax) นำมาใช้เป็นทุนสำรองเพื่อชดเชยราคาในช่วงที่ตลาดโลกตกต่ำ ช่วยสร้างความมั่นใจ ลดความผันผวน และประกันรายได้ขั้นต่ำให้เกษตรกรสามารถดำรงชีพและมีเงินทุนหมุนเวียนในการพัฒนาคุณภาพไร่กาแฟ กลไกการรับประกันการรับซื้อลักษณะนี้ถือเป็นรูปแบบเฉพาะตัวในกลุ่มสินค้าเกษตรที่มีอยู่เพียงแห่งเดียวในโลก ช่วยสร้างความมั่นใจ ประกันรายได้ และสร้างเสถียรภาพทางการเงินให้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืน

5.3.2 นโยบายและแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานกาแฟพิเศษแหล่งกำเนิดเดียว (Origin Coffee)⁴⁶

การดำเนินนโยบายและแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานกาแฟพิเศษแหล่งกำเนิดเดียว (Origin Coffee) มีเป้าหมายสำคัญในการยกระดับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคผ่านความโปร่งใส โดยเน้นการดึงดูดเด่นด้านแหล่งภูมิศาสตร์ อัตลักษณ์ทางรสชาติ และกลิ่นหอมเฉพาะตัวของกาแฟออกมาสร้างมูลค่าเพิ่มในตลาด ทั้งนี้ การสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้นนำมาซึ่งต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น และความเสี่ยงจากการแอบอ้างนำกาแฟทั่วไปมาปลอมแปลงเป็นกาแฟแหล่งกำเนิดเดียวโดยพ่อค้าคนกลาง ภาครัฐและภาคอุตสาหกรรม (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) /สมาพันธ์ผู้ปลูกกาแฟแห่งชาติโคลอมเบีย) จึงมุ่งเน้นนโยบายการรับรองมาตรฐาน (Certification Process) ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ที่สามารถระบุและติดตามเส้นทางของกาแฟตั้งแต่ระดับแปลงปลูกจนถึงมือผู้บริโภค รวมทั้งมีบทบาทสำคัญในการวางกรอบนโยบายและการลงทุนเชิงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อยกระดับมูลค่าผลผลิต เพิ่มรายได้แก่เกษตรกร และป้องกันปัญหาการสวมสิทธิ์หรือปลอมแปลงกาแฟจากพ่อค้าคนกลาง โดยรัฐได้ขับเคลื่อนมาตรการและการดำเนินงานในด้านต่างๆ ดังนี้

1) การวางนโยบายคุ้มครองแหล่งกำเนิดและการรับรองมาตรฐาน (Geographical Protection & Certification) รัฐได้กำหนดมาตรการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและการบังคับใช้มาตรฐานอย่างเป็นรูปธรรม เริ่มจากการผลักดันตราสินค้า “Café de Colombia” ให้ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) หรือ Denomination of Origin (DO) ในระดับสากลอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้เป็นสินค้าเกษตรนอกทวีปยุโรปชนิดแรกที่ได้รับสถานะการรับรอง Protected Geographical Indication (PGI) จากสหภาพยุโรป ตลอดจนได้รับการยอมรับและคุ้มครองทางกฎหมายในตลาดหลัก ทั้งสหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร เพื่อป้องกันการแอบอ้างสวมสิทธิ์และปราบปรามการปลอมปนสินค้าในตลาดโลก ควบคู่ไปกับการคุ้มครองทางกฎหมาย ภาครัฐยังได้สถาปนารอบการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวดตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบอิสระเพื่อกำกับดูแลตั้งแต่ระดับแปลงปลูก ซึ่งกำหนดเงื่อนไขว่าต้องเป็นสายพันธุ์อาราบิก้า 100% ปลูกในระดับความสูงตามมาตรฐาน ต้องเก็บเกี่ยวด้วยมือเฉพาะเมล็ดที่สุกเต็มที่ และใช้วิธีแปรรูปแบบล้างน้ำสะอาดเท่านั้น นอกจากนี้ เมล็ดกาแฟส่งออกทุกล็อตภายใต้ตรา GI จะต้องผ่านการตรวจสอบทางกายภาพและประสาทสัมผัส (Cupping Test) ก่อนได้รับการรับรอง การดำเนินนโยบายสร้างความน่าเชื่อถือนี้ ช่วยยกระดับแบรนด์กาแฟของประเทศเข้าสู่ตลาดพรีเมียมอย่างยั่งยืน ทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและเรียกเก็บส่วนต่างราคาจากแหล่งกำเนิด (Origin Premium) นำผลตอบแทนที่สูงขึ้นส่งกลับคืนสู่เกษตรกรในประเทศได้อย่างแท้จริง

2) การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและบล็อกเชน (Digital Infrastructure Implementation) เพื่อแก้ไขปัญหาความไม่โปร่งใสและการสวมสิทธิ์สินค้า รัฐและหน่วยงานกำกับดูแลได้สนับสนุนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี บล็อกเชนประเภทส่วนบุคคลที่มีการกำหนดสิทธิ์ (Private &

⁴⁶ <https://link.springer.com/article/10.1007/s43069-022-00174-4>

Permissioned Network) บนแพลตฟอร์มอย่าง Hyperledger Fabric โดยรัฐจัดทำสถาปัตยกรรมระบบ 4 ชั้น (Four-Layer Architecture) ได้แก่ **ชั้นแอปพลิเคชัน (Application Layer)** จัดทำระบบเชื่อมต่อสำหรับผู้มีส่วนร่วมทุกกลุ่มในห่วงโซ่อุปทาน **ชั้นจัดการสิทธิ์และการยืนยันตัวตน (Distributed Computing Layer)** ดำเนินการลงทะเบียน สิทธิการเข้าถึง และการยืนยันตัวตนของผู้ใช้งานในระบบ **ชั้นประมวลผลเครือข่าย (Networking Layer)** วางระบบประมวลผลข้อตกลงและลำดับธุรกรรม **ชั้นโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Layer)** จัดสรรฮาร์ดแวร์และระบบกระจายข้อมูล นอกจากนี้ รัฐยังได้กำหนดการใช้ สัญญาอัจฉริยะ (Smart Contracts) ในการควบคุมกฎทางธุรกิจและบันทึกธุรกรรมสำคัญแบบอัตโนมัติ เช่น การสร้างคำสั่งซื้อ หรือการเคลื่อนย้ายผลผลิตพร้อมระบุรหัสเวลา (Timestamp) และรหัสธุรกรรมที่ไม่สามารถแก้ไขได้ (Immutability)

3) การวางมาตรการกำกับดูแลและจุดตรวจสอบความถูกต้อง (Governance & Checkpoints) เนื่องจากกระบวนการผลิตและแปรรูปกาแฟในระดับไร่ส่วนใหญ่ยังเป็นงานมือ (Manual) ที่ไม่สามารถติดตั้งอุปกรณ์เซนเซอร์อัตโนมัติได้ทั้งหมด รัฐจึงได้เข้ามากำหนดบทบาทของ “ผู้กำกับดูแล” (Regulator) และจัดตั้ง จุดตรวจสอบ (Checkpoints) ระหว่างช่วงต่อของกระบวนการในห่วงโซ่อุปทานทำหน้าที่ตรวจเช็คและยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจริงในพื้นที่ ก่อนอนุญาตให้บันทึกลงสู่ระบบบล็อกเชนเพื่อปิดช่องโหว่การป้อนข้อมูลเท็จหรือการทุจริตในระบบ

4) การกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการข้อมูลไฮบริด (Data Governance & Storage Policy) รัฐได้วางมาตรฐานการบริหารจัดการข้อมูลเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดของระบบ โดยแบ่งการจัดเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ กำหนดให้ข้อมูลธุรกรรมสำคัญที่ใช้ยืนยันแหล่งกำเนิดและสิทธิ์การครอบครอง (เช่น ล็อตสินค้า ผู้ซื้อ-ผู้ขาย สถานที่ และเวลา) ถูกจัดเก็บบนระบบบล็อกเชน ขณะที่ข้อมูลรายละเอียดเชิงปฏิบัติการทั่วไป (เช่น ค่ากรดในดิน อุณหภูมิ ความชื้น หรือประเภทย่อย) กำหนดให้บันทึกไว้ในฐานข้อมูลปกติ (Conventional Database) เพื่อลดภาระการประมวลผลของระบบแต่ยังรักษาความโปร่งใสไว้ได้ครบถ้วน

5.3.3 นโยบายส่งเสริมระบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการตรวจวัดคาร์บอนฟุตพริ้นท์
โคลอมเบียปฏิรูปอุตสาหกรรมกาแฟให้สอดคล้องกับกระแสความยั่งยืนระดับโลก โดยส่งเสริมให้เกษตรกรได้รับการสนับสนุนทางวิชาการและการเงินเพื่อให้บรรลุมาตรฐานสากล เช่น Rainforest Alliance และมาตรฐาน Bird Friendly Coffee ของสถาบันสมิธโซเนียน ซึ่งเน้นการปลูกกาแฟได้ร่มไม้ใหญ่ (Shade-grown) เพื่อรักษาความหลากหลายทางชีวภาพและเป็นที่อยู่อาศัยของนกอพยพ ซึ่งช่วยให้กาแฟโคลอมเบียได้รับ Premium Differential หรือส่วนเพิ่มราคาที่สูงกว่าราคากาแฟโภคภัณฑ์ทั่วไปอย่างมาก นอกจากนี้ เพื่อตอบรับเป้าหมาย Net-Zero และมาตรการทางการค้าของคู่ค้า โคลอมเบียได้นำระบบตรวจวัดความยั่งยืนและคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในระดับไร่มาใช้ผ่านเครื่องมือ Cool Farm Tool (CFT) ซึ่งเป็นโปรแกรมคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกการใช้น้ำ และผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ทำให้ผู้ส่งออกสามารถแสดงข้อมูลและออกใบรับรองคาร์บอนต่ำ (Carbon-Neutral/Low Carbon) พ่วงไปกับเอกสารตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ระบบนี้ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาดระดับบน โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคในยุโรปและอเมริกาเหนือที่ยินดีจ่ายราคาสูงให้กับสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อโลก

5.3.4 นโยบายหนุนาการค้าเสรีสำหรับกาแฟไมโครล็อต (Microlot Trade Facilitation)

รัฐบาลโคลอมเบียร่วมกับ FNC ได้ปฏิรูปกฎระเบียบและสิทธิประโยชน์ทางการค้าผ่าน “มาตรการอำนวยความสะดวกการส่งออกกาแฟปริมาณน้อย” (Small-Scale / Microlot Export Simplification) เพื่อตอบสนองต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) และสนับสนุนเกษตรกรรายย่อยให้สามารถเข้าถึงตลาดโลกได้โดยตรง นโยบายนี้ปรับลดขั้นตอนทางศุลกากรและระเบียบเอกสารที่เคยซับซ้อนยุ่งยาก โดยอนุญาตให้เกษตรกร กลุ่มผู้ผลิต หรือโรงคั่วกาแฟขนาดเล็ก สามารถส่งออกกาแฟพิเศษประเภท Microlot หรือ Nanolot (ปริมาณตั้งแต่ไม่กี่กิโลกรัมจนถึงไม่เกิน 60 กิโลกรัมต่อครั้ง) ผ่านระบบไปรษณีย์แห่งชาติหรือผู้ให้บริการขนส่งด่วนระหว่างได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายและได้รับการยกเว้นขั้นตอนการตรวจลงตราที่ยุ่งยากแบบตู้คอนเทนเนอร์ มาตรการนี้ทำลายกำแพงทางการค้าเดิมที่ต้องพึ่งพาบริษัทส่งออกรายใหญ่ ทำให้เกษตรกรทำธุรกิจการค้าโดยตรง (Direct Trade) กับโรงคั่วกาแฟต่างประเทศทั่วโลก สามารถตั้งราคาขายตามคุณภาพคะแนน SCA (SCA Score 86+) ซึ่งสร้างรายได้และกำไรต่อหน่วยที่สูงกว่าการขายกาแฟเกรดโภคภัณฑ์หลายเท่าตัว

5.4 สหรัฐอเมริกา (ผลผลิตอันดับ 39/ ส่งออกอันดับ 16/ นำเข้าอันดับ 1)

5.4.1 กฎหมายปรับปรุงความปลอดภัยอาหารให้ทันสมัย (FSMA) และระบบตรวจสอบย้อนกลับกาแฟนำเข้า⁴⁷

องค์การอาหารและยาแห่งสหรัฐอเมริกา (U.S. Food and Drug Administration :FDA) ได้บังคับใช้กฎหมายปรับปรุงความปลอดภัยอาหารให้ทันสมัย หรือ FSMA (Food Safety Modernization Act) โดยเฉพาะภายใต้มาตรา 204 (Section 204) หรือ Food Traceability Final Rule กฎระเบียบนี้กำหนดให้ผู้นำเข้า ผู้แปรรูป และผู้กระจายสินค้ากาแฟในห่วงโซ่อุปทานต้องจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับอย่างเข้มงวด โดยมุ่งเน้นการบันทึกข้อมูลการติดตามในทุกขั้นตอนการเคลื่อนย้ายสินค้า กาแฟนำเข้าทุกล็อตจะต้องถูกระบุรหัสล็อตตรวจสอบย้อนกลับ (TLC - Traceability Lot Code) ตั้งแต่ต้นทางเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลประวัติการผลิต แหล่งปลูก โรงสี และกระบวนการขนส่งเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อยืนยันว่ากระบวนการผลิตกาแฟในประเทศต้นทางมีมาตรฐานความปลอดภัยเทียบเท่ากับมาตรฐานของสหรัฐฯ หากเกิดกรณีการปนเปื้อนหรือปัญหาด้านสุขอนามัย FDA จะสามารถสืบหาต้นตอและสั่งระงับหรือเรียกคืนสินค้า (Product Recall) ได้ภายใน 24 ชั่วโมง

5.4.2 นโยบายส่งเสริม R&D และนวัตกรรมกาแฟแปรรูป ผ่าน FoodTech Startups

รัฐบาลสหรัฐฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในห่วงโซ่อุปทานกาแฟปลายน้ำ โดยตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภครุ่นใหม่ (Gen Z และ Millennials) ที่นิยมบริโภคกาแฟพร้อมดื่ม (RTD - Ready to Drink) ⁴⁸และกาแฟสกัดเย็น (Cold Brew) มากกว่ากาแฟร้อนแบบดั้งเดิม ภาครัฐจึงสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผ่านนโยบาย R&D Tax Credit (เครดิตภาษีเพื่อการวิจัยและพัฒนา)⁴⁹ ของสำนักงานสรรพากร สหรัฐฯ (Internal Revenue Service :IRS) ซึ่งเป็นการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแบบหักลดหย่อนแก่บริษัทและสตาร์ทอัพด้าน FoodTech ที่พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ เทคโนโลยีการยืดอายุการเก็บรักษา ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยสามารถเคลมค่าใช้จ่ายด้านการทดลองทางวิทยาศาสตร์อาหาร

⁴⁷ <https://foodready.ai/blog/fsma-204/>

⁴⁸ <https://www.ift.org/food-technology-magazine/science-forward-better-rt-d-brew>
Ready-To-Drink (RTD) Cold Brew is the New Hottest Coffee Trend - Canteen

⁴⁹ <https://www.proveres.com/food-and-beverage>

ค่าแรงนักวิจัย และค่าวัตถุดิบในการทดสอบเพื่อลดภาระภาษีเงินได้นิติบุคคล หรือเลือกเปลี่ยนเป็นเครดิตภาษีเงินเดือน (Payroll Tax Credit) สำหรับบริษัทตั้งใหม่ที่ยังไม่มีกำไร นโยบายนี้ช่วยกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันด้านนวัตกรรม เกิดการผสมผสานฟังก์ชันใหม่ๆ เข้าไปในกาแฟ เช่น การเติมโปรตีน คอลลาเจน สารปรับตัว (Adaptogens) หรือการพัฒนากระบวนการหมักและสกัดด้วยคลื่นความถี่สูง ส่งผลให้ตลาดกาแฟ RTD ของสหรัฐฯ เติบโตอย่างก้าวกระโดดและกลายเป็นผู้นำเทรนด์เครื่องดื่มนวัตกรรมของโลก

5.4.3 ตลาดซื้อขายสัญญาล่วงหน้าสินค้าเกษตร (ICE Futures) ด้วยเทคโนโลยีความเร็วสูงและ AI⁵⁰

ตลาดซื้อขายล่วงหน้า Intercontinental Exchange หรือ ICE Futures ในสหรัฐอเมริกา คือ ศูนย์กลางการกำหนดราคากลางกาแฟอาราบิก้าของโลกผ่านสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากาแฟ ซึ่งเป็นข้อตกลงในการซื้อหรือขายกาแฟในปริมาณที่กำหนดไว้ในราคาที่กำหนดไว้ล่วงหน้าในอนาคต สัญญาเหล่านี้ช่วยให้ผู้ผลิตและผู้ค้ากาแฟสามารถป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาทำให้เกิดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในระดับหนึ่ง นักลงทุนยังใช้สัญญาซื้อขายล่วงหน้าเพื่อเก็งกำไรจากการเคลื่อนไหวของราคากาแฟ แต่หัวข้อที่ซับซ้อนนี้ซึ่งเอนเอียงไปทางด้านการเงินมากกว่ากาแฟ จะกล่าวถึงในบทความอื่น โดย ICE ได้พัฒนาแพลตฟอร์มการซื้อขายที่ติดตั้งระบบจับคู่คำสั่งซื้อขายความเร็วสูงและคลาวด์ขนาดใหญ่ที่รองรับปริมาณธุรกรรมมหาศาลจากทั่วโลก และได้นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) มาใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อขาย การจัดการคลังสินค้าจดทะเบียน และการตรวจสอบการทุจริตหรือการปั่นราคาในตลาด ระบบ AI สามารถประมวลผลข้อมูล Big Data ทั้งจากสภาพภูมิอากาศในประเทศผู้ปลูก (เช่น บราซิล โคลอมเบีย) อัตราแลกเปลี่ยน และปริมาณสต็อกกาแฟทั่วโลก เพื่อสร้างแบบจำลองคาดการณ์แนวโน้มราคา

5.5 อิตาลี (ไม่มีข้อมูลผลผลิต/ ส่งออกอันดับ 6/ นำเข้าอันดับ 4)

5.5.1 การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกาแฟผ่านแผน Mattei Plan ของอิตาลี

รัฐบาลอิตาลีขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกาแฟผ่านยุทธศาสตร์การต่างประเทศ Mattei Plan for Africa⁵¹ เพื่อสร้างความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานและประกันความมั่นคงด้านวัตถุดิบแก่ภาคอุตสาหกรรมกาแฟอิตาลี ซึ่งมุ่งเน้นสร้างความร่วมมือเพื่อการเติบโตร่วมกัน (Co-creation) โดยไม่ฉกฉวยผลประโยชน์ ยุทธศาสตร์นี้เชื่อมโยงประโยชน์สองฝ่ายเข้าด้วยกัน เนื่องจากกาแฟเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของแอฟริกา และเป็นวัตถุดิบต้นน้ำของอุตสาหกรรมกาแฟอิตาลี ซึ่งสร้างมูลค่าส่งออกสูงถึงอันดับ 3 ในภาคเกษตรอาหาร (กว่า 2.5 พันล้านยูโร)⁵² โดยรัฐบาลอิตาลีได้ปฏิรูปโครงสร้างการบริหารและรวมศูนย์งบประมาณความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา (ODA) มาไว้ภายใต้การดูแลของสำนักนายกรัฐมนตรีอิตาลี เพื่อให้ทิศทางนโยบายต่างประเทศและการส่งเสริมเอกชนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สำหรับภาคกาแฟ อิตาลีได้สร้างความร่วมมือเชิงสถาบันร่วมกับ องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งแอฟริกา (AfDB), สมาคมกาแฟระหว่างประเทศ (ICO) ตลอดจน สมาพันธ์กาแฟยุโรป (ECF) และสถาบันการเงินการลงทุนของอิตาลี (เช่น CDP) เพื่อร่วมลงนามและลงเงินทุนความช่วยเหลือ พัฒนาเป็นเครื่องมือทางการเงินพิเศษในการลดความเสี่ยง (De-risking)

⁵⁰ <https://espressoacademy.it/en/news-en/how-the-price-of-arabica-and-robusta-coffee-work/>

⁵¹ <https://www.policycenter.ma/publications/mattei-plan-recasting-cooperation-through-strategy-and-branding>

⁵² https://italiarappari.esteri.it/en/news/dalla_rappresentanza/2025/10/oecd-the-permanent-representation-of-italy-organizes-a-seminar-on-responsible-corporate-conduct-and-industrial-transformation-in-the-coffee-supply-chain/

การลงทุนของภาคเอกชน นอกจากนี้ เพื่อขยายผลกระทบทางเศรษฐกิจนโยบายต่างประเทศของอิตาลี จึงได้นำแผน Mattei Plan ในส่วนของภาคกาแฟไปเชื่อมโยงกับกรอบยุทธศาสตร์ใหญ่อย่าง Global Gateway ของสหภาพยุโรป และแผน PGII ของกลุ่มประเทศ G7 ซึ่งช่วยดึงดูดงบประมาณและทรัพยากรระดับพหุภาคีเข้ามา เสริมสภาพคล่อง พร้อมสนับสนุนงบประมาณหลักในโครงการ ACT Coffee Programme ⁵³ โดยมีเป้าหมาย สร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างแก่ห่วงโซ่อุปทานกาแฟในแอฟริกา โดยเริ่มต้นใน 5 ประเทศนำร่อง ได้แก่ เอธิโอเปีย เคนยา แทนซาเนีย ยูกันดา และมาลาวี ผ่าน 5 เสาหลัก คือ 1) **Value Addition** เพิ่มมูลค่าสินค้า กาแฟในท้องถิ่นตั้งแต่ฟาร์มจนถึงการส่งออก 2) **Climate Resilience** เสริมสร้างศักยภาพการรับมือและปรับตัว ต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 3) **Compliance** สนับสนุนเกษตรกรและผู้ผลิตรายย่อยให้ปฏิบัติตาม มาตรฐานตลาดโลกและกฎระเบียบใหม่ของสหภาพยุโรป (เช่น กฎหมายด้านการตัดไม้ทำลายป่า หรือ EUDR) 4) **Research & Innovation** ส่งเสริมการวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมการเกษตร และ 5) **Social Inclusion** สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนเปราะบาง เกษตรกรรายย่อย และแรงงานในพื้นที่ ซึ่งจะช่วยยกระดับ บทบาทของอิตาลีจากการเป็นเพียงผู้ซื้อวัตถุดิบสู่การเป็นผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟระดับสากล อย่างเป็นรูปธรรม และร่วมพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตรให้แก่ประเทศในทวีปแอฟริกาอย่างยั่งยืน

5.5.2 นโยบายคุ้มครองมาตรฐานโรงคั่วบดท้องถิ่น (Torrefazione) และการผลักดันมรดกวัฒนธรรม Espresso

รัฐบาลอิตาลีร่วมกับสถาบันเอสเปรสโซอิตาเลียนแห่งชาติ (INEI - Istituto Nazionale Espresso Italiano) ดำเนินนโยบายควบคุมคุณภาพของโรงคั่วบดขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นรากฐานของเศรษฐกิจ ชุมชนทั่วประเทศ โดยมีการกำหนดมาตรฐานใบรับรอง (Certification) ที่เข้มงวดเพื่อควบคุมว่าเป็นกาแฟ “Espresso อิตาลีแท้” มาตรฐานนี้ครอบคลุมตั้งแต่สัดส่วนการเบลนด์เมล็ดกาแฟ ปริมาณกาแฟบด อุณหภูมิ น้ำขณะสกัด แรงดัน และเวลาในการไหล นอกจากนี้ กระทรวงเกษตร นโยบายอาหาร และป่าไม้ของอิตาลี (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle Foreste :MASAF) ได้เสนอชื่อ “วัฒนธรรมกาแฟเอสเปรสโซอิตาเลียนดั้งเดิม” (The Traditional Italian Espresso Coffee) ขึ้นทะเบียน เป็นมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ต่อองค์การ UNESCO ทั้งนี้เพื่อปกป้อง ผู้ประกอบการโรงคั่วในประเทศ ป้องกันการแอบอ้างชื่อเสียงจากทุนต่างประเทศ เพื่อรักษาอำนาจต่อรองและ การผูกขาดเชิงสัญลักษณ์ในตลาดกาแฟโลก

5.5.3 กรอบกฎหมายยกเว้นภาษีเพื่อการส่งออกต่อ (Re-export)⁵⁴

สำนักงานศุลกากรและกิจการผูกขาดแห่งชาติอิตาลี (Agenzia delle dogane e dei Monopoli: ADM) ได้บังคับใช้กรอบกฎหมายศุลกากร Inward Processing (Perfezionamento attivo) ซึ่งอนุญาตให้ผู้ประกอบการ ที่ได้รับอนุญาตอย่างเป็นทางการจากศุลกากรสามารถนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบ (Green Beans) ซึ่งเป็นสินค้า จากนอกสหภาพยุโรป (Non-EU goods) จากทั่วโลก เช่น บราซิล เวียดนาม หรือโคลอมเบีย เข้ามาภายใต้ ระบบพักชำระหรือยกเว้นอากรนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม (Suspension of import duties and VAT) หาก นำเมล็ดกาแฟเหล่านั้นเข้ามาผ่านกระบวนการแปรรูป เช่น การคั่ว บด เบลนด์ และบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ เพื่อการส่งออกต่อ (Re-export) ผลลัพธ์สำเร็จรูปออกไปนอกกลุ่มประเทศ EU มาตรการดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วย ลดข้อจำกัดด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้กับผู้ประกอบการ แต่ยังทำให้โรงคั่วอิตาลี

⁵³ <https://www.unido.org/act>

⁵⁴ <https://www.adm.gov.it/portale/en/dogane/operatore/regimi-e-istituti-doganali/i-regimi-doganali/perfezionamento-attivo>

มีต้นทุนที่แข่งขันได้ในตลาดโลก สามารถนำเข้าวัตถุดิบคุณภาพดีจากหลายแหล่งมาสร้างสรรค์สูตรเบลนด์ลับเฉพาะ และส่งออกกาแฟคั่วบดสำเร็จรูปมูลค่าสูงกลับออกไปขายทั่วโลกภายใต้กรอบการควบคุมของศุลกากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.5.4 อุตสาหกรรมเครื่องชงกาแฟระบบ multi-boiler และเครือข่าย B2B สู่ช่องทาง HoReCa ทั่วโลก

กระทรวงการพัฒนาเศรษฐกิจของอิตาลี (ปัจจุบันคือกระทรวงองค์กรและสินค้าที่ผลิตในอิตาลี Ministry of Enterprises and Made in Italy: Mimit) สนับสนุนอุตสาหกรรมวิศวกรรมเครื่องจักรกลอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้อิตาลีเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีเครื่องชงกาแฟเชิงพาณิชย์ระดับโลก แบรินด์ชั้นนำ เช่น La Marzocco, Nuova Simonelli และ Cimbali ได้พัฒนานวัตกรรมระบบ **Multi-boiler** ที่แยกหม้อต้มน้ำสำหรับการสกัดกาแฟและการทำไอน้ำออกจากกันอย่างเด็ดขาด ควบคุมด้วยระบบไมโครโปรเซสเซอร์และอัลกอริทึมที่มีความแม่นยำสูง เพื่อให้อุณหภูมิและความดันคงที่ในทุกขั้นตอนการสกัด โดยรัฐบาลให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการวิจัยและพัฒนา ภาคอุตสาหกรรมนี้ไม่ได้ขายเพียงแค่ตัวเครื่องชง แต่เชื่อมโยงกับระบบจัดจำหน่ายแบบ **B2B** และการบริการหลังการขายที่แข็งแกร่ง โดยการจับมือเป็นพันธมิตรระยะยาวกับเครือข่ายธุรกิจกลุ่มร้านอาหาร โรงแรม และร้านค้ากาแฟ (HoReCa) ⁵⁵ ทั่วโลก ผ่านการพ่วงขายเครื่องชงกาแฟอิตาลีคู่กับสัญญาซื้อขายเมล็ดกาแฟจากโรงคั่วอิตาลี ยุทธศาสตร์การควบคุมทั้งห่วงโซ่อุปกรณ์ (Hardware) และซอฟต์แวร์ (Software) นี้ทำให้ระบบนิเวศการค้ากาแฟของอิตาลีฝังรากลึกในภาคบริการระดับนานาชาติ

5.6 จีน (ผลผลิตอันดับ 14/ ส่งออกอันดับ 31/ นำเข้าอันดับ 14)

5.6.1 แผนยุทธศาสตร์เร่งรัดการสร้างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมกาแฟมณฑลยูนนาน⁵⁶

รัฐบาลจีนขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์การพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมกาแฟมณฑลยูนนาน (Yunnan Coffee Industrial Cluster Strategy) เพื่อยกระดับมณฑลยูนนาน ซึ่งเป็นแหล่งปลูกกาแฟอาราบิก้าที่สำคัญที่สุดของประเทศ โดยมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 98 ของผลผลิตกาแฟทั้งหมดในจีน ปรับเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้ส่งออกวัตถุดิบต้นน้ำ ไปสู่การเป็น “ฐานการแปรรูปและศูนย์กลางการค้ากาแฟคุณภาพสูงระดับโลก” โดยกำหนดเป้าหมายเชิงนโยบายในการเพิ่มสัดส่วนกาแฟเกรดพรีเมียม (Specialty Coffee) ให้ถึงร้อยละ 30 และเพิ่มอัตราการแปรรูปเชิงลึก โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าวมุ่งเน้นการลงทุนเชิงโครงสร้าง ผ่านการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมแปรรูปกาแฟเชิงลึกแบบครบวงจร ในพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญ ได้แก่ คุณหมิง ผู่เอ๋อร์ เปาซาน และเต๋อหง ซึ่งบูรณาการตั้งแต่โรงงานคั่วบด โรงงานสกัดกาแฟสำเร็จรูปและกาแฟสกัดเย็น ไปจนถึงศูนย์ส่งเสริมโลจิสติกส์ และการค้าสากลไว้ในจุดเดียว นอกจากนี้ รัฐบาลสนับสนุนงบประมาณวิจัยเพื่อปรับปรุงและพัฒนาสายพันธุ์กาแฟเฉพาะถิ่นให้ได้คะแนนประเมินคุณภาพรสชาติ (Cupping Score) ในระดับสูง ควบคู่ไปกับการออกมาตรการอุดหนุนทางการเงินแก่ภาคเอกชนในการจัดซื้อเครื่องจักรแปรรูปขั้นสูง การจัดตั้งศูนย์แปรรูปผลสดแบบรวมศูนย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการยกระดับไร่กาแฟพรีเมียมต้นแบบเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่

⁵⁵ <https://www.cbi.eu/sites/default/files/pdf/research/722.pdf>

⁵⁶ https://hyncc.yn.gov.cn/html/2022/zuixinwenjian_0803/389011.html

5.6.2 การวิเคราะห์ Big Data พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการพัฒนานวัตกรรมเมนู⁵⁷

ภาคอุตสาหกรรมกาแฟของจีนเป็นผู้นำระดับโลกในการใช้ประโยชน์จาก Big Data และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแบบ Real-time ส่งผลให้บริษัทกาแฟยักษ์ใหญ่สามารถรวบรวมและประมวลผลข้อมูลการสั่งซื้อ ความชอบ รสชาติ ช่วงเวลา และทำเลที่ตั้งของผู้บริโภคหลายร้อยล้านคน และนำไปใช้ในกระบวนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) เพื่อออกผลิตภัณฑ์และเมนูเครื่องดื่มใหม่ๆ เป็นประจำทุกสัปดาห์ (Fast-fashion Coffee Model) ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีนรุ่นใหม่ที่ชอบความแปลกใหม่และกระแสโซเชียลมีเดีย ปรากฏการณ์การเติบโตของเมนูกาแฟพิวชัน เช่น กาแฟผสมนมมะพร้าว (Raw Coconut Latte) กาแฟรสเหล้าเหมาไถ หรือกาแฟผสมชาผลไม้ ล้วนเกิดจากการประมวลผลของอัลกอริทึมที่พบว่าผู้บริโภคชาวจีนชอบรสชาติกาแฟที่มีความนุ่ม ละมุน และมีกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่น

5.6.3 ร้านกาแฟอัจฉริยะที่ใช้หุ่นยนต์และระบบไร้สัมผัส (Automated Kiosks)

ภายใต้ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมของจีน “Made in China” และแผนพัฒนาหุ่นยนต์ระดับชาติ⁵⁸ กระทรวงอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศของจีนได้ส่งเสริมการพัฒนาหุ่นยนต์เชิงพาณิชย์และการนำระบบอัตโนมัติมาใช้ในภาคบริการ ส่งผลให้เกิดการแพร่หลายของร้านกาแฟอัจฉริยะและตู้อัตโนมัติ (Automated & Robotic Kiosks)⁵⁹ ที่ทำงานด้วยระบบไร้สัมผัส (Contactless Retail) ร้านกาแฟประเภทนี้ใช้แขนกลหุ่นยนต์ (Robotic Arms) ที่ควบคุมด้วยระบบ AI ที่มีความแม่นยำสูง สามารถทำหน้าที่แทนบาร์ิสต้าได้ตั้งแต่การบดเมล็ดกาแฟ การสกัดเอสเปรสโซ การสตรีมนม ไปจนถึงการทำลาเต้อาร์ท (Latte Art) ภายในเวลาไม่ถึง 1 นาที ระบบอัตโนมัตินี้ช่วยลดต้นทุนค่าเช่าพื้นที่ทำเลทองและต้นทุนแรงงานมนุษย์ อีกทั้งยังช่วยควบคุมมาตรฐานรสชาติและความสะอาดให้คงที่ 100% ในทุกแก้ว นโยบายนี้เปลี่ยนโมเดลธุรกิจกาแฟให้กลายเป็นโครงสร้างต้นทุนต่ำ (Low Overhead) ที่สามารถขยายสาขาไปยังแหล่งชุมชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง

5.7 มาเลเซีย (ผลผลิตอันดับ 13/ ส่งออกอันดับ 52/ นำเข้าอันดับ 23)

5.7.1 แผนพัฒนามาเลเซียฉบับที่ 12 และ 13: ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูสายพันธุ์ลิเบอริกและहनุนนวัตกรรมกาแฟปรุงผสม

รัฐบาลมาเลเซียภายใต้ แผนพัฒนามาเลเซีย ฉบับที่ 12 (2021–2025) และ ฉบับที่ 13 (2026–2030) ให้ความสำคัญกับการยกระดับภาคเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมูลค่าสูง โดยมุ่งเพิ่มมูลค่าให้สินค้าเกษตรผ่านการวิจัย การแปรรูป และการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่า⁶⁰ โดยมุ่งเน้นการฟื้นฟูและส่งเสริมการปลูกกาแฟสายพันธุ์เฉพาะถิ่นอย่าง ลิเบอริก (Liberica) คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 87 ของพื้นที่ปลูกกาแฟในมาเลเซียโดยเฉพาะในรัฐยะโฮร์ และรัฐซาราวัก⁶¹ ลิเบอริกเป็นสายพันธุ์ที่ทนทานต่อโรคและสภาพภูมิอากาศร้อนชื้นในที่ราบลุ่มต่ำได้ดีกว่าอาราบิก้า⁶² นโยบายนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจุดเด่นเฉพาะตัว (Unique Product Identity) นอกจากนี้ รัฐบาลยังอุดหนุน และให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปปลายน้ำ ในการวิจัยและยกระดับผลิตภัณฑ์กาแฟ

⁵⁷<https://investor.luckincoffee.com/>

⁵⁸ <https://jamestown.org/embodied-intelligence-the-prcs-whole-of-nation-push-into-robotics/>

⁵⁹ <https://hi-dolphin.com/the-6th-gen-fully-intelligent-robot-barista-coffee-unveiled-at-the-2025-china-import-and-export-fair-autumn-session/>

⁶⁰ <https://www.investmalaysia.gov.my/media/m3eamxey/thirteenth-malaysia-plan-2026-2030.pdf>

⁶¹ <https://www.mdpi.com/2504-3900/89/1/15>

⁶² <https://mtpak.coffee/2022/04/exploring-the-growth-of-malaysias-specialty-liberica/>

สำเร็จรูปที่มีชื่อเสียงระดับตำนานอย่าง Ipoh White Coffee (กาแฟขาวอีโปห์) ซึ่งมีกรรมวิธีการคั่วเมล็ดกาแฟแบบดั้งเดิมร่วมกับมาการีนน้ำมันปาล์ม ทำให้เกิดปฏิกิริยาคาราเมลและมีกลิ่นรสที่หอมหวานเป็นเอกลักษณ์ ส่งผลให้กาแฟขาวอีโปห์เปลี่ยนสภาพจากเครื่องดื่มท้องถิ่นกลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมพรีเมียมระดับโลก⁶³

5.7.2 นโยบาย Global Halal Hub และอุตสาหกรรมแปรรูปมูลค่าสูง (Pre-mix & Ready to Drink)

กรมพัฒนาอิสลามแห่งมาเลเซีย (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia: JAKIM) หน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลโลก (Global Halal Hub) ของรัฐบาลมาเลเซีย กาแฟแปรรูปเป็นหนึ่งในสินค้าที่ถูกจัดให้อยู่ในภาคส่วนหลักของตลาดฮาลาลมาเลเซีย⁶⁴ มาตรการนี้ถูกนำมาใช้สร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์เพื่อส่งออกกาแฟไปยังกลุ่มประเทศความร่วมมืออิสลาม (OIC) และภูมิภาคตะวันออกกลาง นโยบายดังกล่าวควบคู่ไปกับการมุ่งเน้นสนับสนุนอุตสาหกรรมแปรรูปมูลค่าสูงอย่างกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง (Pre-mix / 3-in-1) และ กาแฟพร้อมดื่ม (RTD - Ready to Drink) รัฐบาลผลักดันให้เกิดการใช้วัตถุดิบ และให้การสนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ผลิตในการพัฒนากาแฟฟังก์ชัน (Functional Coffee) ผสมสมุนไพรพื้นเมือง เช่น ตงกัตอาลี (Tongkat Ali) นโยบายอาหารฮาลาลรวมกับความสะอาดสบายของผลิตภัณฑ์พร้อมดื่มนี้ ช่วยให้มาเลเซียสามารถครองส่วนแบ่งตลาดกาแฟสำเร็จรูปฮาลาลในภูมิภาคต่าง ๆ ได้ และสร้างส่วนต่างราคาสินค้าได้ดีกว่ากาแฟโคมภัณฑ์ทั่วไป⁶⁵

5.7.3 ระบบตรวจสอบย้อนกลับห่วงโซ่อาหารฮาลาลดิจิทัลผ่าน Halal Blockchain Traceability⁶⁶

กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (Ministry of Science, Technology and Innovation: MOSTI) ร่วมกับบรรดาผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของมาเลเซีย ได้ริเริ่มการประยุกต์ใช้ระบบตรวจสอบย้อนกลับห่วงโซ่อาหารฮาลาลด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน (Halal Blockchain Traceability) ช่วยยกระดับความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์กาแฟแปรรูปในเวทีสากลการบันทึกข้อมูลนี้ไม่สามารถแก้ไขหรือปลอมแปลงได้ ตั้งแต่ขั้นตอนต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ประกอบด้วย การตรวจรับเมล็ดกาแฟดิบ (Green Beans) แหล่งที่มาของส่วนผสมอื่นๆ (เช่น นม ครีมเทียม น้ำตาล) กระบวนการคั่วบด การผลิตในโรงงานที่ต้องปลอดจากการปนเปื้อนสิ่งต้องห้ามตามหลักศาสนา (Najis) ไปจนถึงขั้นตอนการบรรจุหีบห่อ และโลจิสติกส์การจัดส่ง ผู้บริโภคสามารถสแกน QR Code บนบรรจุภัณฑ์เพื่อตรวจสอบความบริสุทธิ์ของกระบวนการผลิตได้แบบ Real-time ทำให้สินค้ากาแฟจากมาเลเซียโดดเด่นในฐานะผู้นำด้านเทคโนโลยีอาหารปลอดภัยสำหรับชาวมุสลิมทั่วโลก

5.8 ออสเตรเลีย (ผลผลิตอันดับ 47/ ส่งออกอันดับ 65/ นำเข้าอันดับ 16)

5.8.1 มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการโรงคั่วกาแฟขนาดเล็ก

อุตสาหกรรมกาแฟพิเศษของออสเตรเลียเติบโตจากบทบาทของผู้ประกอบการโรงคั่วกาแฟขนาดเล็กและขนาดกลาง (Micro-roasters และ Small-to-medium Roasters) ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการคัดเลือกเมล็ดกาแฟ การพัฒนาโปรไฟล์การคั่ว และการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ แม้ว่ารัฐบาลออสเตรเลียจะไม่มีมาตรการสนับสนุนเฉพาะสำหรับธุรกิจโรงคั่วกาแฟ แต่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงมาตรการ

⁶³ <https://goingplaces.malaysiaairlines.com/guide-to-ipoh-white-coffee/>

⁶⁴ <https://www.hdcglobal.com/wp-content/uploads/2020/02/Halal-Industri-Master-Plan-2030.pdf>

⁶⁵ <https://bionutricia.com/2026/06/01/tongkat-ali-supplement-oem-malaysia/>

⁶⁶ <https://www.mosti.gov.my/wp-content/uploads/2022/08/National-Blockchain-Roadmap-2021-2025.pdf>

ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ที่เปิดให้ทุกภาคอุตสาหกรรม เช่น โครงการ **Research and Development (R&D) Tax Incentive** ซึ่งสนับสนุนการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ⁶⁷

5.8.2 การส่งเสริมการค้าตรง (Direct Trade) นโยบายบรรจุภัณฑ์ยั่งยืน และภาชนะคาร์บอน

อุตสาหกรรมกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) ของออสเตรเลียให้ความสำคัญกับรูปแบบการค้าตรง (Direct Trade) ซึ่งเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการโรงคั่วกาแฟสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจโดยตรงกับเกษตรกรหรือสหกรณ์ผู้ผลิตในประเทศต้นทาง เพื่อลดบทบาทของคนกลาง เพิ่มความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทาน และกำหนดราคาซื้อที่สะท้อนคุณภาพของผลผลิต ทั้งนี้ ผู้ประกอบการกาแฟพิเศษของออสเตรเลียหลายราย เช่น Axil Coffee Roasters ได้ดำเนินนโยบายจัดหาวัตถุดิบผ่านความร่วมมือโดยตรงกับแหล่งผลิต พร้อมให้ความสำคัญกับการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และการพัฒนาคุณภาพกาแฟร่วมกับเกษตรกรในระยะยาว⁶⁸ ในด้านมาตรการทางกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม โดยร้านกาแฟและโรงคั่วกาแฟต้องปรับเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ แก้วกาแฟ และถุงฟอยล์ใส่เมล็ดกาแฟที่สามารถรีไซเคิล นำกลับมาใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้ทางชีวภาพ 100% (Compostable Packaging) มีการบังคับใช้มาตรการแบนพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastics Bans) ในเกือบทุกรัฐ และมีการใช้กลไกภาษีคาร์บอนทางอ้อม เพื่อกระตุ้นและจูงใจให้ผู้ประกอบการหันมาทำธุรกิจที่เป็นมิตรต่อโลกและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน⁶⁹

5.8.3 นโยบายส่งเสริมกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว (Post-harvest Processing) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกาแฟของออสเตรเลีย

ออสเตรเลียให้ความสำคัญกับการยกระดับมูลค่าของอุตสาหกรรมกาแฟผ่านการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมในกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว (Post-harvest Processing)⁷⁰ ได้จัดทำแผนวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟออสเตรเลีย เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การแปรรูป และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กาแฟของประเทศ รวมทั้งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตในตลาดกาแฟพรีเมียม นอกจากนี้ ออสเตรเลียยังดำเนินความร่วมมือด้านการวิจัยกับประเทศผู้ผลิตกาแฟผ่าน Australian Centre for International Agricultural Research (ACIAR) เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการคุณภาพและกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว รวมถึงการพัฒนาระบบการแปรรูปและการรักษาคุณภาพเมล็ดกาแฟ ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพวัตถุดิบตั้งแต่ต้นน้ำและสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่อุปทาน⁷¹

5.9 สวิสเซอร์แลนด์ (ผลผลิตอันดับ 86/ ส่งออกอันดับ 3/ นำเข้าอันดับ 10)⁷²

5.9.1 นโยบายสิทธิบัตรสินค้า “Swissness” และกลไกการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงจิตวิทยาขั้นสูง

รัฐบาลสวิสเซอร์แลนด์ ภายใต้สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งสหพันธรัฐสวิส (Swiss Federal Institute of Intellectual Property: IPI) ได้บังคับใช้กฎหมาย “Swissness Act” ซึ่งเป็นนโยบายควบคุมการใช้สิทธิบัตรสินค้าและเครื่องหมายกากบาทสวิส (Swiss Cross) นอกจากนี้ กฎหมายระบุว่าหากสินค้าใช้วัตถุดิบ

⁶⁷ <https://australia.acclime.com/guides/corporate-income-tax/>

⁶⁸ <https://theculturetrip.com/pacific/australia/articles/the-top-10-coffee-roasters-in-melbourne>

⁶⁹ <https://www.smartbag.com.au/blogs/news/australian-single-use-plastic-bans-2026-guide-for-retailers>

⁷⁰ <https://agrifutures.com.au/rural-industries/australian-coffee/>

⁷¹ <https://www.aciar.gov.au/media-search/news/new-aciar-supported-project-breeds-opportunity-timor-leste-coffee>

⁷² Criteria for determining the origin of foodstuffs. <https://www.ige.ch/en/protecting-your-ip/indications-of-source/indications-of-source-basics/criteria-for-determining-origin/foodstuffs>

The ‘Swiss’ brand is adequately protected. <https://www.admin.ch/en/nsb?id=81687>

ที่ไม่สามารถเพาะปลูกได้ในประเทศเนื่องจากข้อจำกัดทางภูมิอากาศ เช่น เมล็ดกาแฟดิบ หรือโกโก้ สีนค่านั้นจะยังคงได้รับสิทธิในการประทับตรา :Made in Switzerland” หรือใช้เครื่องหมายกากบาทสวิสได้ 100% หากกระบวนการแปรรูปที่สร้างอัตลักษณ์และเปลี่ยนสภาพสำคัญของสินค้านั้น เกิดขึ้นภายในประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ทั้งหมด ซึ่งในบริบทของกาแฟ คือ การคั่ว (Roasting) มาตรการนี้ส่งผลดีเชิงจิตวิทยาขั้นสูงต่อผู้บริโภคทั่วโลก เนื่องจากตรากากบาทสวิสเชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ด้านความพรีเมียม ความสะอาด ความแม่นยำ และคุณภาพสูงสุด

5.9.2 โครงสร้างภาษีพิเศษทุนศูนย์กลาง Commodity Trading และการจัดตั้งภาคีความร่วมมือ SSCP⁷³

สวิตเซอร์แลนด์ (โดยเฉพาะในรัฐเจนีวา ชุก และลูกาโน) ได้ออกแบบโครงสร้างภาษีเงินได้นิติบุคคลในระดับรัฐ (Cantonal Taxes) และระดับสหพันธรัฐให้มีความยืดหยุ่นและต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของยุโรป จึงดึงดูดให้บริษัทข้ามชาติยักษ์ใหญ่ด้านการค้าสินค้าเกษตร (เช่น อามันโด คอฟโก นอยแมน และคอฟฟี) เข้ามาจัดตั้งสำนักงาน จนทำให้สวิตเซอร์แลนด์กลายเป็น ศูนย์กลางการค้าโภคภัณฑ์กาแฟดิบ (Coffee Trading Hub) ของโลก ที่มีสัดส่วนการบริหารจัดการสัญญาซื้อขายกาแฟสูงถึง 50% ของตลาดโลก นอกจากนี้ เพื่อยกระดับมาตรฐานจริยธรรมและการค้าที่ยั่งยืน รัฐบาลสวิตเซอร์แลนด์ได้จัดตั้ง ภาคีความร่วมมือกาแฟยั่งยืนแห่งสวิส (Swiss Sustainable Coffee Platform: SSCP) ทำหน้าที่กำหนดแนวทางปฏิบัติ มาตรฐานการจัดซื้อสีเขียว (Green Procurement) และสนับสนุนเงินทุนพัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกรต้นทาง เพื่อให้ห่วงโซ่อุปทานกาแฟของสวิตเซอร์แลนด์สอดคล้องกับแนวคิดความยั่งยืนทางการค้า

5.9.3 โรงงานแปรรูปกาแฟแคปซูลระบบอัตโนมัติ⁷⁴

โรงงานแปรรูปกาแฟแคปซูลรายใหญ่ในประเทศ (เช่น โรงงานของ Nestlé ในเมืองอวองซ์ หรือรอมอนต์) ถูกออกแบบและก่อสร้างให้เป็นโรงงานอัจฉริยะควบคุมด้วยระบบอัตโนมัติเพื่อผลิตกาแฟแคปซูล

5.10 ญี่ปุ่น (ไม่มีข้อมูลผลผลิต/ ส่งออกอันดับ 64/ นำเข้าอันดับ 8)

5.10.1 การส่งเสริมและพัฒนาสู่ตลาดกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee)⁷⁵

ญี่ปุ่นมีความโดดเด่นในการสร้างอัตลักษณ์ทางเทคโนโลยีการคั่ว เช่น การใช้ เครื่องคั่วถ่านไม้บินโจตัน (Sumiyaki Roaster) ซึ่งเป็นนวัตกรรมการคั่วกาแฟด้วยรังสีอินฟราเรด (Infrared Radiation) ผ่านถังคั่วแบบเจาะรู (Perforated Steel Drums) ทำความร้อนจากแกนกลางเมล็ดอย่างสม่ำเสมอ ลดความชื้นผิวสัมผัสโดยปราศจากกลิ่นไหม้เกรียม ส่งผลให้ญี่ปุ่นปรับปรุงภาพลักษณ์สู่การเป็นผู้นำด้านกาแฟพิเศษที่มีเอกลักษณ์รสชาติที่นุ่มนวล ชับซ้อน เป็นที่ยอมรับทั่วโลก

5.10.2 กลไกความร่วมมือผ่านสมาคมกาแฟพิเศษญี่ปุ่น (SCAJ)⁷⁶

สมาคมกาแฟพิเศษญี่ปุ่น หรือ SCAJ (Specialty Coffee Association of Japan) จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2003 เพื่อทำหน้าที่เป็นสถาบันกลางในการเชื่อมโยงและขับเคลื่อนซัพพลายเชนกาแฟพิเศษ

⁷³ United for greater sustainability in the coffee sector. <https://www.seco-cooperation.admin.ch/en/nsb?id=101272>

Commodities at the Heart of Change. <https://suissenegoce.ch/app/uploads/2024/12/Magazine-2023-ENG.pdf>

Corporate tax: United States' special status increases pressure on Switzerland. <https://kpmg.com/ch/en/media/press-releases/2026/05/clarity-swiss-taxes.html>

⁷⁴ Nespresso Corporate Production Centres Factsheet. <https://nestle-nespresso.com/sites/site.prod.nestle-nespresso.com/files/Nespresso%20-%20Corporate%20Production%20Centres%20Factsheet.pdf>

⁷⁵ Inside the Japanese Charcoal Roasting Process. <https://japanesecoffee.co.com/blogs/japanese-coffee-blog/how-a-sumiyaki-roaster-machine-works-inside-the-japanese-charcoal-roasting-process>

⁷⁶ SCAJ – Event Overview 2026. <https://scajconference.jp/about>

SCAJ – Overview. <https://scaj.org/about-en/overview>

ทั้งหมดในประเทศ และมีการจัดงานนิทรรศการและการประชุมระดับนานาชาติ (SCAJ Conference & Exhibition) ซึ่งดึงดูดผู้เข้าชมมากกว่า 75,000 คนต่อปี ถือเป็นแพลตฟอร์มการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย สมาคมทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการในต่างประเทศ ผู้นำเข้าเมล็ดกาแฟคั่ว และผู้ประกอบการร้านค้า ควบคู่กับการจัดระบบการศึกษาและฝึกอบรมรับรองมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Certification Systems) เช่น หลักสูตร **SCAJ Coffee Master** ซึ่งปัจจุบันผลิตบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟออกสู่ระบบแล้วหลายพันคน กลไกของสมาคมนี้ช่วยเปลี่ยนทิศทางการแข่งขันจาก "สงครามตัดราคา" (Price Competition) มาสู่ "การแข่งขันทางคุณภาพและนวัตกรรม" (Quality Competition)

5.10.3 การส่งเสริมและพัฒนาการบูรณาการเทคโนโลยี (Tech Integration)⁷⁷

ในญี่ปุ่นเกิด “ร้านกาแฟอัจฉริยะและหุ่นยนต์บาร์리스ต้า” (AI-Powered Coffee Robots & Automated Kiosks) และขยายตัวอย่างรวดเร็วในเมืองใหญ่ เช่น สถานีรถไฟชินจูกุ แชนกหุ่นยนต์ควบคุมด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) สามารถจำลองสูตรและวิธีการชงของบาร์리스ต้า นอกจากนี้ ภาคอุตสาหกรรมยังคิดค้นเครื่องคั่วอัตโนมัติระบบปิดที่มีความแม่นยำสูง เช่น ซีรีส์ **NOVO Mark II (Made in Kyoto)** ซึ่งย่อเทคนิคการคั่วลงสู่โปรแกรมดิจิทัลระบบสัมผัส ช่วยให้ร้านกาแฟขนาดเล็กคั่วเมล็ดสดใหม่หน้าร้านได้โดยไม่ต้องพึ่งพาโรงงานขนาดใหญ่

5.10.4 นวัตกรรมกาแฟเพื่อสุขภาพและความสะดวกสบาย (Functional & On-the-Go Innovation)⁷⁸

ผู้ผลิตยักษ์ใหญ่ (เช่น Suntory BOSS, Asahi Wonda) ได้ปรับโฉมผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มกาแฟดำไม่ใส่น้ำตาล (Unsweetened Black Coffee) และพัฒนากาแฟในกลุ่ม **Functional Coffee** ที่มีการเติมสารอาหารและสารปรับตัวทางชีวภาพ (Adaptogens & Nootropics) เช่น การเปิดตัวกาแฟโอ้ตพร้อมดื่มของ Meiji ที่เสริมใยอาหารโอ้ตเต็มเมล็ดและสารเบต้ากลูแคนช่วยบำรุงหัวใจ หรือการเสริมคอลลาเจน โปรตีน วิตามิน และโพรไบโอติกส์ ตลาดเครื่องดื่มญี่ปุ่นใช้ประโยชน์จากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machines) และร้านสะดวกซื้อที่มีอยู่ทั่วประเทศเป็นหัวหอกในการกระจายสินค้าที่มีนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์เก็บอุณหภูมิ (รักษารสชาติร้อน/เย็นตามฤดูกาล) ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์การบริโภคที่เร่งรีบ (On-the-Go Consumption) แต่ยังคงรักษาสุขภาพอย่างเหนียวแน่น

5.11 เยอรมนี (ไม่มีข้อมูลผลผลิต/ ส่งออกอันดับ 4/ นำเข้าอันดับ 2)

5.11.1 มาตรการ Inward Processing Relief (IPR) เพื่อยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ⁷⁹

รัฐบาลเยอรมนีได้นำระบบ Inward Processing Relief (IPR) หรือระบบการจัดส่งสินค้าเพื่อการเข้าสู่กระบวนการในประเทศ มาบังคับใช้เป็นกลยุทธหลักในการคลายข้อจำกัดด้านวัตถุดิบ มาตรการนี้ อนุญาตให้โรงงานแปรรูปและโรงคั่วกาแฟในเยอรมนีสามารถนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบ (Green Beans) จากประเทศผู้ผลิตที่อยู่นอกกลุ่ม EU (เช่น บราซิล เวียดนาม ฮอนดูรัส) เข้ามาคั่ว บด เบลนด์ สกัด หรือแปรรูปเป็นกาแฟสำเร็จรูป และกาแฟแคปซูลภายในประเทศได้โดย ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า (Import Duties) และภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)

⁷⁷ ANNO - Coffee Robot Factory & Manufacturers in Japan. <https://www.annorobots.com/coffee-robot-factory-manufacturers-in-japan/>

NOVO Automatic Coffee Roaster Technology. <https://roasterkyoto.com/>

⁷⁸ Mordor Intelligence - JAPAN READY-TO-DRINK (RTD) COFFEE MARKET SIZE & SHARE ANALYSIS - GROWTH TRENDS AND FORECAST (2026 - 2031). <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/japan-ready-to-drink-rt-d-coffee-market>

Ken Research - Japan Ready To Drink Rtd Coffee Market. <https://www.kenresearch.com/japan-ready-to-drink-rt-d-coffee-market>

Döhler - Beverage Trends in Japan: Functional, Healthy and Low-Alcohol Concepts. <https://www.doehler.com/en/news-media/details/beverage-trends-japan.html>

⁷⁹ คู่มือการของเยอรมัน (Zoll). https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Procedures/Inward-processing/inward-processing_node.html

European Commission - Special Procedures: Title VII UCC "Guidance for MSs and Trade. https://taxation-customs.ec.europa.eu/document/download/1bdaa892-93fe-4809-93e7-7ead3ea5ebb0_en

อย่างเต็มจำนวน เงื่อนไขสำคัญคือผลิตภัณฑ์กาแฟแปรรูปที่ได้จากกระบวนการดังกล่าวจะต้องถูกส่งออกต่อ (Re-export) ออกไปนอกอาณาเขตศุลกากรของ EU หรือส่งไปยังตลาดโลก มาตรการ IPR ช่วยลดภาระและต้นทุนทางการเงิน (Cash Flow) ให้แก่ผู้ประกอบการเยอรมนีอย่างมหาศาล ทำให้พวกเขาสามารถเข้าถึงวัตถุดิบคุณภาพดีจากทั่วโลก มาสร้างสรรค์สูตรกาแฟแปรรูปที่เป็นเอกลักษณ์ และส่งออกในฐานะผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสามารถในการแข่งขันในเวทีสากลสูงสุด

5.11.2 การส่งเสริมสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมคั่วกาแฟของยุโรป (Roasting Hub)⁸⁰

เยอรมนีมีความพร้อมทางศุลกากรและโลจิสติกส์ จนกลายเป็น ศูนย์กลางอุตสาหกรรมคั่วกาแฟ (Coffee Roasting Hub) ของยุโรป เมืองฮัมบวร์คและเบอร์ลินเป็นที่ตั้งของกลุ่มบริษัทผู้คั่วกาแฟรายใหญ่ระดับโลก (เช่น Neumann Kaffee Gruppe, Tchibo, Melitta) เทคโนโลยีกระบวนการผลิตในเยอรมนีเน้นความแม่นยำสูง มีการใช้เทคนิคอัจฉริยะ เช่น Microgrinding Technology ซึ่งเป็นการคั่วและบดอนุภาคกาแฟละเอียดพิเศษ ผสมผสานในกาแฟสำเร็จรูป เพื่อล็อกและเพิ่มความเข้มข้นของกลิ่นอโรมาและให้รสสัมผัสที่นุ่มละมุน คลัสเตอร์อุตสาหกรรมนี้ได้รวมทั้งโรงงานขนาดใหญ่ และโรงคั่วกาแฟพิเศษขนาดเล็ก (Specialty Micro-roasters) ที่เติบโตอย่างหนาแน่นในเมืองใหญ่ เช่น เบอร์ลิน มิวนิก และฮัมบวร์ค (เช่น แบรินด์ The Barn, Five Elephant) ส่งผลให้เกิดการแพร่กระจายความรู้ด้านสัดส่วนการเบลนด์ (Signature Blends) และโปรไฟล์การคั่วระดับสูง ทำให้เยอรมนีครองแชมป์กำลังการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มส่งออกกาแฟคั่วบดสำเร็จรูปได้สูงที่สุดในภูมิภาค

5.11.3 นวัตกรรมเพื่อสุขภาพ ความสะดวกสบาย และความยั่งยืน (Health & Convenience Innovation)⁸¹

พฤติกรรมบริโภคกาแฟในเยอรมนีเน้นความสดใหม่และนวัตกรรมเพื่อความสะดวกควบคู่กับสุขภาพ ข้อมูลสถิติจากสมาคมกาแฟเยอรมันระบุว่า กว่า 1 ใน 3 ของครัวเรือนเยอรมนีหันมาซื้อและเป็นเจ้าของเครื่องชงกาแฟอัตโนมัติระบบบดเมล็ดสดหน้าร้าน (Fully Automatic Bean-to-Cup Machines) ส่งผลให้ยอดขายกาแฟแบบเต็มเมล็ด (Whole Bean Sales) เติบโตพุ่งสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดถึง 46.6% ในขณะที่กาแฟซองคั่วบดทั่วไปมียอดขายลดลง นอกจากนี้ เยอรมนีเป็นผู้นำด้าน RTD (Ready to Drink) Coffee และกลุ่มกาแฟสกัดเย็น (Cold Brew) โดยเน้นนวัตกรรมเชิงสุขภาพ (Functional & Infused Coffee) เช่น การใช้กระบวนการหมักแบบควบคุม (Anaerobic Fermentation) เพื่อดึงกลิ่นอโรมาธรรมชาติโดยไม่ต้องปรุงแต่ง และการนำเซลล์แฟร์เทรด (Fairtrade Seals) และมาตรฐานสิ่งแวดล้อมมาใช้อย่างเข้มข้นเพื่อลดขยะบรรจุภัณฑ์ แคลปซูลและหันมาใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ทดแทน

⁸⁰ <https://www.ndkw.com/en/products-services>

<https://www.hamburg.com/visitors/dine-and-drink/cafes/coffee-roasters-20468>

Which trends offer opportunities or pose threats in the European coffee market? <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/trends>

⁸¹ Germany's coffee habits are changing. <https://perfectdailygrind.com/2026/06/germany-coffee-habits-changing/>

What Germany's changing coffee habits can teach operators. <https://vendon.net/blog/what-germanys-changing-coffee-habits-can-teach-operators/>
GIZ. <https://www.giz.de/en/downloads/giz2020-en-nas-kaffee.pdf>

6. ถอดบทเรียนนโยบายและแนวทางการประยุกต์ใช้ 5 ด้าน

6.1 ด้านการผลิต

6.1.1 บทเรียนจากต่างประเทศ ได้แก่ เวียดนาม ด้านการปลูกทดแทนด้วยสายพันธุ์โรบัสต้าคุณภาพสูงที่ให้ผลผลิตต่อไร่สูงมาทดแทนต้นเก่าที่ทรุดโทรม พร้อมทั้งส่งเสริมระบบการปลูกพืชร่วม (Intercropping) โดยใช้กาแฟเป็นพืชหลัก และให้ความสำคัญกับการวางระยะปลูกและระยะห่างเชิงพื้นที่ เพื่อป้องกันปัญหาการแย่งธาตุอาหาร แสง และน้ำ ระหว่างพืชต่างชนิดกัน รวมทั้งกระจายความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาพืชผล (Price Volatility) ให้เกษตรกรมีรายได้หลายทางจากแปลงเดิม และทำแผนที่พิกัดแปลงปลูกเพื่อรองรับกฎระเบียบ EUDR และ บราซิล ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกกาแฟรายใหญ่ของโลก ใช้กลไกทางการเงินดอกเบี้ยต่ำผ่านกองทุน Funcafé ในการปรับโครงสร้างสวนกาแฟ และเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้เทคโนโลยีเกษตรแม่นยำ นอกจากนี้ การปรับตัวโดยการขยายพื้นที่ปลูกและยกระดับคุณภาพกาแฟสายพันธุ์ Coffea Canephora (โรบัสต้า/คอนิลอน) ไปยังแหล่งปลูกใหม่ๆ เพื่อรับมือกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่ส่งผลกระทบต่อสายพันธุ์อาราบิก้า ควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการเกษตรแม่นยำและการแปรรูปอย่างประณีต เพื่อสร้างความมั่นคงด้านวัตถุดิบ และกระจายความเสี่ยงให้แก่เกษตรกร

6.1.2 แนวทางการประยุกต์ใช้

1) พื้นที่ปลูกกาแฟโรบัสต้าในภาคใต้ของไทย (เช่น ชุมพร ระนอง) กำลังประสบปัญหาด้านกาแฟมีอายุมากและให้ผลผลิตต่ำ ประกอบกับเกษตรกรหันไปปลูกทุเรียนและปาล์มน้ำมันแทน จึงควรจัดทำ “แผนแม่บทการปลูกทดแทนกาแฟโรบัสต้าพันธุ์ดีของไทย” โดยกรมวิชาการเกษตรช่วยคัดเลือกสายพันธุ์ที่ให้ผลผลิตต่อไร่สูง และส่งเสริมโมเดลวนเกษตรกาแฟร่วมทุเรียน/กาแฟร่วมหมาก เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้เสริมหมุนเวียนหลายทาง รวมถึงเป็นการสร้างระบบนิเวศการปลูกที่ยั่งยืน ทนทานต่อภัยแล้ง

2) กาแฟอาราบิก้าของไทยส่วนใหญ่ปลูกในภาคเหนือ ซึ่งอาจทับซ้อนกับเขตป่าไม้หรือพื้นที่ต้นน้ำ จึงมีความเสี่ยงที่จะถูกกีดกันจากห่วงโซ่อุปทานโลก (เช่น กฎระเบียบ EUDR ของยุโรป) ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกับกระทรวงเกษตรฯ) ควรเร่งทำระบบขึ้นทะเบียนพิกัดแปลงปลูกดิจิทัล เพื่อให้สามารถออกใบรับรองที่ยืนยันแปลงปลูกที่ปลอดจากการทำลายป่าได้อย่างชัดเจน

3) ไทยเผชิญปัญหาด้านทุนการผลิตกาแฟสูง จึงควรหากลไกช่วยเหลือทางการเงิน โดยเงื่อนไขสินเชื่อ ธ.ก.ส. สู้สินเชื่อเพื่อโครงสร้าง มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนไปปลูกสายพันธุ์ดี (เช่น อาราบิก้าคุณภาพสูงหรือโรบัสต้าที่ทนแล้ง) รวมถึงเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำ และระบบชลประทานขนาดเล็กในพื้นที่สูง

4) พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่เริ่มเปิดรับกาแฟโรบัสต้าคุณภาพสูง (Fine Robusta) ที่ผ่านกระบวนการคัดสายพันธุ์ แปรรูปอย่างประณีต (เช่น Wet Process หรือ Fermentation) และการคั่วบดที่แม่นยำ การขยายพื้นที่และยกระดับผลผลิตโรบัสต้าจะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงด้านวัตถุดิบต้นน้ำ (Raw Material Security) สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ให้แก่ภาคอุตสาหกรรม พื้นที่ปลูกกาแฟอาราบิก้าทางภาคเหนือของไทย (เช่น เชียงราย เชียงใหม่) กำลังเผชิญความเสี่ยงจากอุณหภูมิที่สูงขึ้นและภัยแล้ง การหันมาส่งเสริมโรบัสต้าที่มีความทนทานต่อศัตรูพืชและสภาพอากาศร้อนแห้งแล้งได้ดีกว่าจะช่วยลดความเสี่ยงให้แก่เกษตรกร

6.2 ด้านการรักษาเสถียรภาพราคา และยกระดับกลไกบริหารความเสี่ยง

6.2.1 บทเรียนจากต่างประเทศ ได้แก่ บราซิล ลดความผันผวนของราคาโดยกำหนดราคาขั้นต่ำ ควบคู่กับการทำประกันความเสี่ยง (Hedging) ในตลาดล่วงหน้า (B3) นอกจากนี้ยังมีระบบใบประมวลสิทธิ์ชดเชยราคาของ CONAB โคลอมเบีย จัดตั้งกองทุนกาแฟแห่งชาติ (FoNC) ขับเคลื่อนระบบประกันราคารับซื้อในประเทศ ที่สัมพันธ์กับตลาดโลก สอดคล้องกับคุณภาพและต้นทุน และ สหรัฐฯ ใช้ตลาด ICE (Intercontinental Exchange) เป็นศูนย์กลางระดับโลกในการซื้อขายสัญญากาแฟล่วงหน้า โดยมีระบบการจับคู่คำสั่งซื้อขายความเร็วสูง (High-Frequency Trading) และใช้เทคโนโลยี AI ช่วยวิเคราะห์บริหารความเสี่ยง

6.2.2 แนวทางการประยุกต์ใช้

- 1) ที่ผ่านมามีไทยมักใช้การแทรกแซงราคาหรือประกันรายได้เมื่อราคาตกต่ำ ซึ่งสร้างภาระทางการคลัง ดังนั้น ภาครัฐควรส่งเสริมการยกระดับทักษะของสหกรณ์การเกษตรขนาดใหญ่ ให้ใช้ประโยชน์จากตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (เช่น ตลาด TFEX ของไทย หรือตลาดสินค้าเกษตรต่างประเทศ) เพื่อล็อกราคาขายผลผลิตล่วงหน้า ซึ่งเป็นการย้ายความเสี่ยงด้านราคาจากการใช้งบประมาณชดเชยไปสู่ตลาดทุน
- 2) จัดตั้งกองทุนพัฒนาและรักษาเสถียรภาพราคากาแฟไทย โดยมีตัวแทนภาครัฐ สหกรณ์ และโรงงานแปรรูป กำหนดราคารับซื้ออ้างอิงในประเทศที่สอดคล้องกับคุณภาพ มีจุดรับซื้อถาวรผ่านเครือข่ายสหกรณ์ เพื่อให้เกษตรกรมีช่องทางตลาดที่แน่นอนและได้รับราคาเป็นธรรม ไม่ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง

6.3 ด้านการสร้างแบรนด์และการส่งเสริมการส่งออกสินค้ากาแฟ

6.3.1 บทเรียนจากต่างประเทศ บราซิล ผลักดันแบรนด์ถิ่นกำเนิด (เช่น Cerrado Mineiro) จนสร้างราคาระดับพรีเมียมได้สำเร็จ เวียดนาม ยกระดับภาพลักษณ์กาแฟโกลด์มิกซ์ราคาถูก ด้วยการประกวด Fine Robusta สร้างแบรนด์ระดับภูมิภาค โคลอมเบีย ผลักดันให้แบรนด์ Café de Colombia ได้รับการขึ้นทะเบียน GI ที่ได้รับการปกป้องระดับสากล (PGI) ทั้งในยุโรปและต่างประเทศเพื่อผลตอบแทนที่สูงขึ้น อิตาลี สร้างแบรนด์เชิงสัญลักษณ์ Italian Espresso และขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกเพื่อควบคุมคุณค่าของสไตล์การดื่มกาแฟ มาเลเซีย รื้อฟื้นกาแฟสายพันธุ์ลิเบอริกาท้องถิ่น และผลักดันแบรนด์วัฒนธรรม "Ipoh White Coffee" และใช้มาตรฐานฮาลาลของ JAKIM อย่างเข้มงวดเพื่อผูกขาดและเป็นผู้นำตลาดในกลุ่มประเทศมุสลิม (OIC) สวิตเซอร์แลนด์ สร้างนโยบาย Swissness โดยการให้สิทธิ์ประทับตราสินค้าของประเทศ (เช่น สินค้าคว่ำดหรือแคปซูล) แม้จะปลูกในประเทศไม่ได้ แต่ใช้ความโดดเด่นด้านทักษะและมีมือการแปรรูป ญี่ปุ่น ปั้นแบรนด์พรีเมียมในตลาดกาแฟพร้อมดื่ม (RTD) และกาแฟฟังก์ชันเพื่อสุขภาพที่เพิ่มสารอาหารและวิตามินต่าง ๆ

6.3.2 แนวทางการประยุกต์ใช้

- 1) กาแฟไทยมีปริมาณการผลิตไม่มากเมื่อเทียบกับโลก ดังนั้นจึงควรมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าสินค้ากาแฟ GI ของไทย เช่น กาแฟดอยช้าง กาแฟดอยตุง กาแฟเขาทะลุ หรือกาแฟอมก๋อย โดยยกระดับให้มีการตรวจรับรอง Character ของรสชาติ (Cupping Score) และให้มี QR Code ที่ตรวจสอบย้อนกลับถึงเกษตรกรผู้ปลูกได้ รวมถึงนำเรื่องราว (Storytelling) ไปทำการตลาดเชิงรุกในฐานะ กาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) นอกจากนี้ จะต้องขึ้นทะเบียน GI ของไทยในต่างประเทศ ในตลาดเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูง เช่น สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน ควบคู่กับ

การควบคุมมาตรฐานการผลิตอย่างเข้มงวดภายใต้ตราสินค้า Thai Coffee เพื่อให้แบรนด์กาแฟไทยมีอำนาจในการขายได้ราคาส่วนเพิ่ม (Premium)

2) ไทยมีผลผลิตกาแฟโรบัสต้าในภาคใต้จำนวนมาก จึงควรผลักดันยุทธศาสตร์ **Thai Premium Robusta** โดยส่งเสริมการเก็บเกี่ยวเมล็ดสุกแดง 100% และการแปรรูปแบบ Honey/Natural Process พร้อมยกระดับภาพลักษณ์ผ่านงานประกวดระดับประเทศ เพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคและร้านกาแฟประเภท Specialty ที่ต้องการกาแฟที่มีอัตลักษณ์และ Body ที่โดดเด่น ซึ่งจะช่วยยกระดับราคาขายให้สูงขึ้น

3) พื้นที่ปลูกกาแฟโรบัสต้าส่วนหนึ่งของไทยอยู่ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ (เช่น ยะลา นราธิวาส) ซึ่งมีเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรฯ และสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย) สามารถขับเคลื่อนโครงการ **Southern Thailand Halal Coffee Hub** ยกระดับโรงงานแปรรูปกาแฟในพื้นที่ภาคใต้ให้ได้มาตรฐานฮาลาลสากลอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อสำหรับการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปและกาแฟพร้อมดื่มไทยไปสู่ตลาดตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อสูงและมีความต้องการสินค้าฮาลาลจำนวนมาก

4) เนื่องจากไทยมีวัตถุดิบสมุนไพรและซูเปอร์ฟู้ด (Superfoods) ที่หลากหลาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) กระทรวงพาณิชย์) ควรมีมาตรการอุดหนุนด้านการเงิน เช่น ลดหย่อนภาษีวิจัยและพัฒนา (R&D Tax Incentives) ให้แก่สตาร์ทอัพด้าน FoodTech และ SME ไทย ในการพัฒนา กาแฟฟังก์ชันพร้อมดื่มอัตลักษณ์ไทย (Thai Functional RTD Coffee) เช่น กาแฟสกัดเย็น คาร์โบไฮเดรตต่ำ กาแฟผสมสารสกัดถั่งเช่าไทย หรือกาแฟทางเลือกที่ใช้โปรตีนพืชจากพืชท้องถิ่น เพื่อส่งออก ไปประเทศที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวกและรักษาสุขภาพ เช่น ญี่ปุ่น

6.4 การดึงดูดเงินลงทุนต่างชาติและการพัฒนาอุตสาหกรรมกลางน้ำ-ปลายน้ำ

6.4.1 บทเรียนจากต่างประเทศ เวียดนาม ดึงดูดบริษัทข้ามชาติด้วยสิทธิประโยชน์ทางภาษีนิติบุคคลระยะยาวและการยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักร Freeze-dry **อิตาลีและเยอรมนี** ยกเว้นภาษีนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม (IPR - Inward Processing Relief) สำหรับเมล็ดกาแฟดิบนำเข้าเพื่อนำมาแปรรูปคั่วบดแล้วส่งออกต่อ 100% โดยเยอรมนียังทำเรือฮัมบวร์คที่มีคลังสินค้าเฉพาะทางสำหรับควบคุมอุณหภูมิและความชื้นในการรักษาคุณภาพกาแฟดิบ และ **สวิตเซอร์แลนด์** ใช้โครงสร้างภาษีนิติบุคคลที่ยืดหยุ่นและการสนับสนุนสิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่สินค้าที่ผ่านมาตรฐาน และมีใบรับรองความยั่งยืน (ESG)

6.4.2 แนวทางการประยุกต์ใช้

1) ประเทศไทยยังส่งออกกาแฟในลักษณะเมล็ดดิบหรือผลิตกาแฟสำเร็จรูปเกรดทั่วไปเป็นหลัก การจะยกระดับให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตกาแฟพรีเมียมของภูมิภาค หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)) จำเป็นต้องมีมาตรการ **ส่งเสริมการลงทุนพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปกาแฟขั้นสูง** (เช่น Freeze-dried และ Decaffeinated คาเฟอีนต่ำ) โดยให้สิทธิประโยชน์ภาษี (ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 - 10 ปี) พร้อมเงื่อนไขการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการใช้วัตถุดิบกาแฟคุณภาพในประเทศ รวมถึง เปิดเขตส่งเสริมภาษีพิเศษ "Green Coffee Zone" (BOI กระทรวงการคลัง) ให้สิทธิประโยชน์ภาษีนิติบุคคลเพิ่มเติมแก่บริษัทที่ได้มาตรฐาน ESG

2) **จัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนเพื่อการแปรรูปกาแฟส่งออก** โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์) ต้องบังคับใช้กลไก Inward Processing ผ่อนคลายข้อจำกัดทางภาษีนำเข้าเมล็ดดิบ

พรีเมียม โดยเปิดโอกาสให้โรงคั่วไทยนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบคุณภาพสูงจากต่างประเทศเข้ามาเบลนด์ร่วมกับกาแฟไทยในคลังสินค้าทัณฑ์บน เพื่อผลิตกาแฟแคปซูลหรือกาแฟพร้อมดื่มส่งออกต่อ 100% โดยไม่เก็บภาษีนำเข้า ซึ่งนอกจากจะไม่กระทบต่อราคาในประเทศแล้ว ยังช่วยส่งเสริมไทยให้เป็นอุตสาหกรรมคั่วกาแฟในภูมิภาค

6.5 การส่งเสริมความยั่งยืน และการตรวจสอบย้อนกลับ

6.5.1 บทเรียนจากต่างประเทศ สหรัฐฯ มีการบังคับใช้กฎหมาย FSMA Section 204 กำหนดรหัสตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability Code) ตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างเข้มงวด **โคลอมเบีย** มีรูปแบบการปลูกกาแฟร่วมกับระบบนิเวศที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Bird Friendly) และพัฒนาการตรวจวัดปริมาณคาร์บอนผ่านระบบ Cool Farm Tool **มาเลเซีย** นำระบบ Halal Blockchain มาใช้ตรวจสอบย้อนกลับตั้งแต่กระบวนการรับเมล็ดกาแฟดิบจนถึงส่งออก และ **ออสเตรเลีย** บังคับใช้กฎหมายแบนพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง และสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์สลายตัวได้ 100%

6.5.2 แนวทางการประยุกต์ใช้

1) เพื่อรักษาและขยายตลาดส่งออกกาแฟไทยในเวทีโลก (โดยเฉพาะการส่งออกไปยังสหรัฐฯ และยุโรป) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงพาณิชย์) ควรพัฒนาแพลตฟอร์ม Thai Coffee Traceability โดยใช้ระบบ Blockchain หรือ QR Code เพื่อให้มีการบันทึกข้อมูลผลผลิตตั้งแต่ฟักต้งแปลงปลูก วันเก็บเกี่ยว และแปรรูป ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าเชื่อถือในฐานะกาแฟพรีเมียม และต่อยอดสำหรับสินค้ากาแฟฮาลาล เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคมุสลิม และใช้ยืนยันยืนยันความเป็นสินค้าพรีเมียม ปลดลดสารเคมีตกค้าง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยเพิ่มแต้มต่อให้กับกาแฟแปรรูปของไทยในทุกตลาด

2) กาแฟอาราบิก้าทางภาคเหนือของไทยส่วนใหญ่ปลูกได้ร่มเงาไม้ใหญ่ในเขตป่าชุมชน ซึ่งเป็นลักษณะของวนเกษตรตามธรรมชาติ ภาครัฐ (เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร และ อบก.) ควรสนับสนุนการตรวจวัดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ เพื่อออกไปรับรองและสร้าง Storytelling กาแฟรักษ์ป่า/กาแฟคาร์บอนต่ำเข้าสู่ระบบมาตรฐานสากล ดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ให้คุณค่ากับความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม

3) ประเทศไทยควรเริ่มสร้างมาตรฐานความยั่งยืนในร้านกาแฟ โดยมีมาตรการจูงใจทางภาษีหรือเงินทุนอุดหนุนให้แก่ผู้ประกอบการร้านกาแฟและโรงคั่วที่เปลี่ยนมาใช้ บรรจุภัณฑ์และแก้วกาแฟย่อยสลายได้ทางชีวภาพ รวมถึงส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในท้องถิ่น เช่น การนำกากกาแฟไปแปรรูปเป็นปุ๋ยอินทรีย์หรือวัสดุทางเลือก ซึ่งช่วยเตรียมความพร้อมให้สอดคล้องกับแนวคิด ESG ในระดับสากล

6.6 การส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการผลิตและการค้ากาแฟ

6.6.1 บทเรียนจากต่างประเทศ จีน ใช้ประโยชน์จาก Big Data พฤติกรรมผู้บริโภคมาออกแบบนวัตกรรมเมนูเครื่องดื่ม (Menu Innovation) ที่เปิดตัวใหม่ทุกสัปดาห์ และการนำหุ่นยนต์แขนกลชงกาแฟอัตโนมัติไร้สัมผัส (Automated Kiosks) มาประหยัดค่าเช่าและแรงงาน **ออสเตรเลีย** พัฒนาช่องทางการค้าตรง (Direct Trade) และใช้แอปพลิเคชัน Crowdfunding หรือการให้ทิป (Farmer Tipping) ส่งเงินทุนถึงมือเกษตรกรต้นทางโดยตรง รวมทั้งขับเคลื่อนเทคนิควิทยาศาสตร์การหมักรูปแบบใหม่ๆ (Controlled Fermentation) และระบบการคุมความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) ที่เข้มข้น และ **สหรัฐฯ** ให้เครดิตทางภาษี (R&D Tax Credit) แก่สตาร์ทอัพกลุ่ม FoodTech เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ

6.6.2 แนวทางการประยุกต์ใช้

1) กาแฟไทยมีปริมาณน้อยแต่มีจุดเด่นเรื่องความหลากหลายของวัตถุดิบท้องถิ่น (เช่น ผลไม้เมืองร้อน สมุนไพร น้ำตาลมะพร้าว) ภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยใช้ประโยชน์จากข้อมูล วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสร้างสรรค์ **เมนูกาแฟฟิวชั่นอัตลักษณ์ไทย (Thai Fusion Coffee)** เช่น กาแฟผสมน้ำมะพร้าว น้ำหอม หรือกาแฟผสมชาไทย ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างกระแสความนิยมใหม่ๆ

2) ควรส่งเสริมการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยี **การหมักกาแฟไทยด้วยจุลินทรีย์เฉพาะถิ่น** เพื่อสร้างกลิ่นรส (Flavor Profile) ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของประเทศไทย ที่ไม่ซ้ำประเทศในโลก ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าเมล็ดกาแฟไทย

3) ควรส่งเสริมการวิจัยด้วย มาตรการลดหย่อนภาษี สำหรับการวิจัยและพัฒนากาแฟแปรรูป นวัตกรรม เช่น กาแฟพรีเมียม RTD กาแฟสกัดเย็นผสมสมุนไพรไทย หรือกาแฟฟังก์ชัน เพื่อสนับสนุนให้ SME และสตาร์ทอัพไทยสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์พร้อมดื่มระดับพรีเมียมส่งออกไปเจาะตลาดโลก

6.7 การพัฒนาเชิงสถาบันและความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

6.7.1 บทเรียนจากต่างประเทศ ออสเตรเลีย ยกระดับสถาบันฝึกสอนบาริสต้าขั้นสูงและผลักดันให้ได้รับการรับรองเป็นสายอาชีพทักษะเฉพาะด้านที่มีมาตรฐานชัดเจน และ ญี่ปุ่น จัดตั้งสมาคม SCAJ เพื่อเป็นแกนนำเชื่อมโยงระบบการศึกษา กำหนดมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ และปรับเปลี่ยนสมรรถนะจากการแข่งราคามาเป็นการแข่งคุณภาพ

6.7.2 แนวทางการประยุกต์ใช้

1) ประเทศไทยมีร้านกาแฟและโรงคั่วขนาดเล็ก (Micro-roasters) จำนวนมาก แต่ยังขาดมาตรฐานหลักสูตรวิชาชีพที่เป็นเอกภาพ ภาครัฐ (เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ร่วมกับสมาคมกาแฟพิเศษไทย) ควรจัดทำ กรอบมาตรฐานวิชาชีพสายงานกาแฟระดับชาติ ตั้งแต่หลักสูตรบาริสต้า นักคั่ว ไปจนถึงนักแปรรูปหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อให้บุคลากรในห่วงโซ่กาแฟไทยมีองค์ความรู้เชิงวิทยาศาสตร์ที่ถูกต้อง สามารถยกระดับการสกัดและการคั่วเพื่อตั้งศักยภาพเมล็ดกาแฟไทยออกมาได้อย่างสูงสุด

2) การยกระดับและขยายขอบเขตสถาบันฝึกอบรม โดยจัดทำหลักสูตรพัฒนาผู้เชี่ยวชาญกาแฟระดับชาติ ถ่ายทอดศาสตร์การคั่วเชิงลึก (เช่น การศึกษาเทคนิคการคั่วถ่านไม้หรือเทคนิคเพิ่มกลิ่นรส) และขยายการจัดงานเทศกาลกาแฟพิเศษไทยเพื่อดึงดูดผู้จัดซื้อรายใหญ่จากต่างประเทศ

ตารางที่ 156 ตารางสรุปนโยบายที่เกี่ยวข้องและแนวทางการประยุกต์ใช้

ประเด็น / ประเทศ	1. บราซิล	2. เวียดนาม	3. โคลอมเบีย	4. สหรัฐอเมริกา	5. อิตาลี	6. จีน
1. ด้านการผลิต	• สิ้นเชื้อดอกเบียร์ต่ำ Funcafé เพื่อปรับโครงสร้างสวน/ใช้เทคโนโลยีเกษตรแม่นยำ • ขยายพื้นที่ปลูกกาแฟ Canephora (โรบัสต้า) เพื่อรับมือ Climate Change	• แผนแม่บทปลูกกาแฟทดแทนระดับชาติ โค่นต้นเก่าอายุมากและปลูกสายพันธุ์ดี • อุดหนุนงบส่งเสริมระบบ วนเกษตร และการปลูกพืชร่วม (Intercropping) เช่น พุริณ พริกไทย	• ส่งเสริมมาตรฐานการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Shade-grown, Bird Friendly) • ใช้โปรแกรม Cool Farm Tool (CFT) ตรวจวัดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ระดับไร่	• มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนา (R&D) ด้านเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำและการแปรรูปปลายน้ำ	• ไม่มีพื้นที่ปลูก เน้นนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบเพื่อแปรรูป	• ยุทธศาสตร์คลังเตอร์กาแฟยูนิฟิเคชัน สร้างนิคมอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ และวิจัยพันธุ์เฉพาะถิ่น
2. ด้านการรักษาเสถียรภาพราคาและยกระดับกลไกบริหารความเสี่ยง	• ประกันราคาขั้นต่ำ (PGPM) โดย CONAB • บริหารความเสี่ยงผ่านตลาดล่วงหน้า B3 และประมุขสิทธิชดเชยราคา (Pepro / Prop) โดยรัฐไม่ต้องกักตุนสินค้า	• สร้างเสถียรภาพอุปทานผ่านโครงการปลูกทดแทน และกระจายความเสี่ยงรายได้เกษตรกรด้วยการปลูกพืชร่วม	• FNC รับประกันราคารับซื้อในประเทศอ้างอิงตลาดโลก • ใช้เงิน กองทุนกาแฟแห่งชาติ (FoNCกับไทย) จากภาษีส่งออกมาชดเชยราคาช่วงตกต่ำ	• บริหารเสถียรภาพและกำหนดราคากลางอาราบิก้าโลกผ่านตลาดล่วงหน้า ICE Futures • ใช้ AI และ HFT วิเคราะห์ข้อมูล Big Data บริหารความเสี่ยง	• ควบคุมมาตรฐานกระบวนการผลิตและการคั่วบดเพื่อรักษาเสถียรภาพด้านคุณภาพและราคา	• ใช้ AI และ Big Data บริหารจัดการสต็อกและการคาดการณ์ความต้องการตลาดเพื่อลดความเสี่ยง

ประเด็น / ประเทศ	1. บราซิล	2. เวียดนาม	3. โคลอมเบีย	4. สหรัฐอเมริกา	5. อิตาลี	6. จีน
3. การสร้างแบรนด์และการส่งเสริมการส่งออกสินค้ากาแฟ	• บังคับใช้กฎหมาย GI เข้มงวด (เช่น Cerrado Mineiro) พร้อม QR Code ตรวจสอบย้อนกลับ สร้าง Premium Margin สูง	• สิทธิประโยชน์ภาษีดึงดูด FDI ผลักดันส่งออกกาแฟแปรรูปชั้นสูง/พรีเมียม • ชูยุทธศาสตร์ "Premium Robusta" ผ่านงาน Amazing Cup และ GI Buôn Ma Thuột	• ตรา Café de Colombia ได้รับ GI/PGI สาธารณ (EU, US) • มาตรการส่งออกกาแฟปริมาณน้อย (Microlot) ผ่านไปรษณีย์/ขนส่งด่วน เอื้อ Direct Trade	• บังคับใช้กฎหมายความปลอดภัย FSMA Section 204 (รหัส TLC ตรวจสอบย้อนกลับใน 24 ชม.) • ให้ R&D Tax Credit พัฒนากาแฟพร้อมดื่ม (RTD) และ Cold Brew	• คุมมาตรฐานโรงคั่ว (Torrefazione) โดย INEI และต้น "วัฒนธรรม Espresso" ขึ้นทะเบียนมรดกโลก UNESCO • ยกเว้นภาษีนำเข้า Inward Processing เพื่อคั่วส่งออกต่อ • พ่วงขายเครื่องชง multi-boiler กับสัญญาขายเมล็ด B2B	• วิเคราะห์ Big Data พฤติกรรมผู้บริโภค สร้างเมนูฟิวชัน (Fast-fashion Coffee) • ร้านกาแฟอัจฉริยะระบบไร้สัมผัสและหุ่นยนต์บาร์ิสต้า (Automated Kiosks) ลดต้นทุน
4. แนวทางการประยุกต์ใช้กับไทย	• การผลิต: ปรับเงื่อนไขสินเชื่อ ธ.ก.ส. มุ่งเน้นเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำ • เสถียรภาพราคา: ยกระดับสหกรณ์ใช้ประโยชน์จากตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้า	• การผลิต: ทำแผนแม่บทปลูกทดแทนโรบัสต้าภาคใต้ และส่งเสริมโมเดลวนเกษตร (กาแฟร่วมทุเรียน/หมาก) • แปรพันธุ์: ยุทธศาสตร์ Thai	• เสถียรภาพราคา: จัดตั้งกองทุนพัฒนาและรักษาเสถียรภาพราคากาแฟไทย • ความยั่งยืน: ตรวจวัดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในกาแฟวนเกษตร	• Traceability: พัฒนาแพลตฟอร์ม Thai Coffee Traceability ด้วย Blockchain/QR Code รองรับ FSMA 204 • นวัตกรรม: ลดหย่อนภาษี	• การค้า/แปรรูป: จัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บน ใช้กลไก Inward Processing เว้นภาษีนำเข้าเมล็ดดิบมาเบลนด์และแปรรูปส่งออกต่อ 100% ต้นไทยเป็น Roasting Hub	• นวัตกรรม: นำ Big Data พฤติกรรมผู้บริโภคมาพัฒนาเมนูกาแฟฟิวชันอัตลักษณ์ไทย (เช่น กาแฟผสมน้ำมะพร้าว/น้ำหอม/ชาไทย)

ประเด็น / ประเทศ	1. บราซิล	2. เวียดนาม	3. โคลอมเบีย	4. สหรัฐอเมริกา	5. อิตาลี	6. จีน
	(TFEX/ต่างประเทศ) เพื่อลือกราคา • แบรนด์: ยกระดับ Cupping Score กาแฟ GI ไทยและจด ทะเบียน GI ใน ต่างประเทศ	<i>Premium Robusta</i> • การลงทุน: ให้สิทธิ ประโยชน์ BOI (เว้น ภาษี 8-10 ปี) ดึง อุตสาหกรรมแปรรูป ขึ้นสูง	ภาคเหนือ สร้างแบ รนด์กาแฟรักษ์ป่า • การค้า: อำนวย ความสะดวกการ ส่งออก Microlot	R&D ให้ SME/Startup พัฒนากาแฟพร้อม ดัชนีนวัตกรรม (Functional RTD)		• อุตสาหกรรม: สนับสนุน เทคโนโลยีหุ่นยนต์ ชงกาแฟอัจฉริยะ

(ตารางต่อสำหรับประเทศที่ 7-11)

ประเด็น / ประเทศ	7. มาเลเซีย	8. ออสเตรเลีย	9. สวิสเซอร์แลนด์	10. ญี่ปุ่น	11. เยอรมนี
1. ด้านการผลิต	• แผนพัฒนาฯ 12-พื้นที่ฟูสายพันธุ์ลิเบอร์ริกา และสนับสนุนการวิจัยพันธุ์ท้องถิ่น	• วิจัยวิทยาศาสตร์ชีวภาพในกระบวนการหลังเก็บเกี่ยว (Post-harvest Fermentation) เช่น Anaerobic, Carbonic Maceration	• เน้นเทคโนโลยีการแปรรูปขั้นสูงและการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานระดับโลก	• นำเข้าเมล็ดดิบเกรดพรีเมียม (Specialty Grade Score >80) • พัฒนานวัตกรรมการคั่วถ่านไม้บินโจตัน (Sumiyaki Roaster)	• เป็นศูนย์กลางการคั่วกาแฟของยุโรป (Roasting Hub) • ใช้ Microgrinding Technology คั่วบดอนุภาคละเอียดพิเศษ
2. ด้านการรักษาเสถียรภาพราคา และยกระดับกลไกบริหารความเสี่ยง	• เพิ่มมูลค่าด้วยกาแฟฮาลาล กาแฟฟังก์ชัน และผลิตภัณฑ์แปรรูปลดความเสี่ยงจากราคากาแฟดิบ	• ใช้ Direct Trade เชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้ซื้อโดยตรง ลดความผันผวนของราคา พร้อมสร้างความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน	• โครงสร้างภาษีพิเศษดึงดูดบริษัทการค้า เป็น Coffee Trading Hub บริหารสัญญาซื้อขาย 50% ของโลก • จัดตั้งภาคี SSCP คุมมาตรฐานจัดซื้อสีเขียว	• บริหารเสถียรภาพซัพพลายเชนกาแฟพิเศษผ่านสมาคม SCAJ เพื่อหลีกเลี่ยงสงครามตัดราคา	• บริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบนำเข้าผ่านระบบคลังสินค้าเฉพาะทางและการยกเว้นภาระภาษี
3. การสร้างแบรนด์และการส่งเสริมการส่งออกสินค้ากาแฟ	• ยุทธศาสตร์ Global Halal Hub โดย JAKIM รับรองมาตรฐานฮาลาล ส่งออกกาแฟ pre-mix/3-in-1 และ RTD ไป OIC	• ส่งเสริมโรงคั่วขนาดเล็ก (Micro-roasters) และยกระดับวิชาชีพบาร์ิสต้าผ่านระบบการศึกษา VET • Direct Trade จ่าย Origin Premium สูง	• กฎหมาย "Swissness Act" ให้สิทธิประทับตรา Swiss Cross แก่กาแฟที่คั่ว/บรรจุในสวิส แม้วัตถุดิบนำเข้า • สร้างโรงงานอัจฉริยะระบบอัตโนมัติ (Smart	• ใช้สมาคม SCAJ เป็นแกนกลางสร้างระบบคุณวุฒิวิชาชีพ (SCAJ Coffee Master) • พัฒนาร้านกาแฟหุ่นยนต์ AI และเครื่องคั่วอัตโนมัติดิจิทัล (NOVO Mark II)	• บังคับใช้มาตรการ Inward Processing Relief (IPR) ยกเว้นภาษีนำเข้า/VAT เมล็ดดิบที่นำมาแปรรูปเพื่อส่งออกต่อ • ชูนวัตกรรมเครื่องชงอัตโนมัติ Bean-to-

ประเด็น / ประเทศ	7. มาเลเซีย	8. ออสเตรเลีย	9. สวิตเซอร์แลนด์	10. ญี่ปุ่น	11. เยอรมนี
	• ชูแบรนด์วัฒนธรรม "Ipoh White Coffee" และกาแฟผสมสมุนไพร • ใช้ Halal Blockchain Traceability	• บังคับใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ 100% (Compostable) • นวัตกรรมระบบกรองน้ำ RO และแพลตฟอร์ม Digital Tipping / Crowdfunding ถึงเกษตรกร • สร้างภาพลักษณ์ Specialty Coffee ผ่านคุณภาพ การตรวจสอบย้อนกลับ และความยั่งยืน	Factory) ผลิตกาแฟแคปซูล	แก้ปัญหาขาดแคลนแรงงาน • พัฒนากาแฟเพื่อสุขภาพ (Functional Coffee) ขายผ่านตู้ Vending Machine	Cup และสินค้ากลุ่ม Cold Brew / Fairtrade
4. แนวทางการประยุกต์ใช้กับไทย	• การผลิต/แบรนด์: ขยับเคลื่อนโครงการ Southern Thailand Halal Coffee Hub ยกระดับโรงงานแปรรูปภาคใต้สู่มาตรฐานฮาลาลสากล ส่งออกตลาดมุสลิม/ตะวันออกกลาง	• การผลิต: วิจัยการหมักกาแฟด้วยจุลินทรีย์เฉพาะถิ่นเพื่อสร้าง Flavor Profile เฉพาะตัว • ความยั่งยืน: ให้มาตรการจูงใจภาษีแก่ร้านกาแฟที่ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้	• การลงทุน: เปิดเขตส่งเสริมภาษีพิเศษ "Green Coffee Zone" ให้สิทธิประโยชน์ภาษีนิติบุคคลแก่บริษัทที่ได้มาตรฐาน ESG • เทคโนโลยี: ส่งเสริมโรงงานแปรรูปอัจฉริยะ	• การสร้างมูลค่าเพิ่ม: พัฒนากาแฟฟังก์ชันพร้อมดื่มอัตลักษณ์ไทย (Thai Functional RTD) ผสมสมุนไพร/ซูเปอร์ฟู้ดไทย • การพัฒนาสถาบัน: จัดทำหลักสูตรพัฒนาผู้เชี่ยวชาญกาแฟ	• นโยบายการค้า: บังคับใช้กลไก Inward Processing และคลังสินค้าทัณฑ์บน ผ่อนคลายภาษีนำเข้าเมล็ดดิบเพื่อแปรรูปส่งออก 100% • นวัตกรรม: ส่งเสริม R&D ด้านเทคโนโลยี

ประเด็น / ประเทศ	7. มาเลเซีย	8. ออสเตรเลีย	9. สวิสเซอร์แลนด์	10. ญี่ปุ่น	11. เยอรมนี
	พัฒนาระบบ Digital Traceability และ QR Code เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และแหล่งที่มาของสินค้า	ภัณฑ์/แก้วย่อยสลายได้ทางชีวภาพ R&D Tax Incentive และนวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยกระดับมาตรฐานการผลิตที่คำนึงถึงความยั่งยืน เพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก	(Smart Factory) และซอฟต์แวร์บริหารความเสี่ยงต้นทุน	ระดับชาติ และยกระดับงานเทศกาลกาแฟพิเศษไทยดึงดูดผู้ซื้อต่างชาติ	การปรับตัวเพื่อตั้งถิ่นฐานในภูมิภาค

7. การวิเคราะห์ SWOT Analysis

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้กรอบการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อประเมินปัจจัยภายนอกและภายในที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและการผลิตกาแฟไทย

7.1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

7.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

1) **ภูมิประเทศและสภาพอากาศเหมาะสม** ประเทศไทยมีภูมิประเทศและสภาพอากาศเหมาะสม โดยเฉพาะภาคเหนือที่ปลูกอะราบิกา และภาคใต้ปลูกสายพันธุ์โรบัสตาได้คุณภาพสูง ซึ่งแต่ละพื้นที่ปลูกมีรสชาติและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น

2) **การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยอัตลักษณ์พื้นถิ่น** ประเทศไทยมีกาแฟที่จดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) รวม 11 รายการ ใน 8 จังหวัด ได้แก่ 1) กาแฟดอยตุง จ. เชียงราย 2) กาแฟดอยช้าง จ. เชียงราย 3) กาแฟเทพเสด็จ จ. เชียงใหม่ 4) กาแฟดอยสวนยาหลวง จ. น่าน 5) กาแฟดอยมูเซอ จ. ตาก 6) กาแฟวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา 7) กาแฟดงมะไฟ จ. นครราชสีมา 8) กาแฟระนอง จ. ระนอง 9) กาแฟเขาทะลุ จ. ชุมพร 10) กาแฟถ้ำสิงห์ชุมพร จ. ชุมพร และ 11) กาแฟเมืองกระบี่ จ. กระบี่ ซึ่งช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้าและสร้างรายได้รวม ในปี 2568 ประมาณ 1,497 ล้านบาท⁸²

3) **ความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมกลางน้ำ** ผู้ประกอบการไทยมีความเชี่ยวชาญในการคั่วและแปรรูปกาแฟระดับสากล โดยในปี 2568 มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกกาแฟสำเร็จรูปสูงถึง 24.1 ล้านตัน หรือคิดเป็นมูลค่า 144.81 ล้านบาทหรือเหรียญสหรัฐ⁸³

4) **การเติบโตของตลาดภายในประเทศ** ขับเคลื่อนโดยวัฒนธรรมคาเฟ่ และไลฟ์สไตล์คนเมือง ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ และประสบการณ์ ทำให้ความต้องการกาแฟพิเศษ (Specialty) และเมนูพร้อมดื่มเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งผู้บริโภครุ่นใหม่ยินดีจ่ายมากขึ้นสำหรับรสชาติ แปรนด์ท้องถิ่น และคอนเทนต์บนโซเชียลมีเดียที่สร้างการรับรู้ และแรงจูงใจในการทดลองสินค้าใหม่ ๆ

5) **การท่องเที่ยวเชิงกาแฟ (Coffee Tourism)** ร้านกาแฟไทยสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม สร้างรายได้ให้เกษตรกร

6) **ความพร้อมด้านนโยบายและโครงการสนับสนุนจากภาครัฐ** ภาครัฐมีศักยภาพในการขับเคลื่อนโครงการขนาดใหญ่ เช่น การสนับสนุนองค์ความรู้ การวิจัย และโครงการผลิตกระจายต้นกล้าพันธุ์ดี 10 ล้านต้น⁸³ เพื่อเพิ่มพื้นที่ปลูกและลดช่องว่างผลผลิต

7.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1) **ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ปลูกกาแฟไทย** ในภาคเหนือเป็นพื้นที่สูง แต่มีความลาดชันมาก และอยู่ในเขตป่า จึงเป็นอุปสรรคต่อการขยายพื้นที่เพาะปลูก และการใช้เครื่องจักรกลการเกษตร รวมทั้งประเด็นการขาดแคลนเอกสารสิทธิที่ดินที่ชัดเจน เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้เกษตรกรไม่สามารถลงทุนพัฒนาระบบการผลิตและโครงสร้างพื้นฐานในระยะยาวได้ ขณะที่ภาคใต้เกษตรกรมีทางเลือกในการปลูกพืชเศรษฐกิจอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่ากาแฟ

2) **การพัฒนาสายพันธุ์กาแฟ และการรับรองมาตรฐาน** การพัฒนาสายพันธุ์กาแฟยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงการพัฒนาและการรับรองมาตรฐานสายพันธุ์กาแฟที่ทนทานต่อโรค แมลง และการเปลี่ยนแปลงสภาพ

⁸² “กาแฟ GI” ครองใจนักดื่ม ปี68 สร้างยอดขาย1.49 พันล้าน ตอกย้ำเอกลักษณ์กาแฟไทย <https://www.thaipbs.or.th/news/content/501034>

⁸³ โครงการกาแฟ 10 ล้านต้น <https://thairfarmer.lib.ku.ac.th/news/696d96594ea0757709a04b85>

ภูมิอากาศ อีกทั้งเกษตรกรส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดด้านองค์ความรู้ในการดูแลต้นกาแฟ และการจัดการแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพและเพิ่มปริมาณผลผลิต

3) ต้นทุนการผลิตสูง และคุณภาพผลผลิตขาดความสม่ำเสมอ ไทยเผชิญภาวะต้นทุนปัจจัยการผลิตที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะต้นทุนค่าแรงเก็บเกี่ยวและค่าปุ๋ย ซึ่งสูงกว่าประเทศคู่แข่งสำคัญอย่างเวียดนามและอินโดนีเซีย ในขณะที่ผลผลิตกาแฟขาดมาตรฐานที่คงที่ เมล็ดกาแฟประสบปัญหาศัตรูพืช แมลง และเชื้อราเกินเกณฑ์มาตรฐานสากล ทำให้ไม่สามารถจัดชั้นเกรด (Grading) ได้ ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche/Specialty) ส่งผลให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

4) แรงงาน เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุ ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิตซึ่งต้องอาศัยความประณีตสูง และขาดแคลนแรงงานและทักษะรองรับการปรับตัวไปสู่เทคโนโลยีระบบเกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture)

5) ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและองค์ความรู้การแปรรูปหลังการเก็บเกี่ยว (Post-harvest processing) เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดทักษะและเทคโนโลยีในการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม จึงนิยมจำหน่ายในรูปแบบผลกาแฟสด (Coffee Cherry) ซึ่งได้ราคาและมูลค่าทางเศรษฐกิจต่ำสูญเสียโอกาสในการยกระดับรายได้และการพัฒนาคุณภาพกาแฟในระดับกลางน้ำ

6) ข้อจำกัดในการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานและโรงงานแปรรูปมาตรฐานสถานที่รวบรวมและโรงงานแปรรูปกาแฟที่ได้มาตรฐานส่วนใหญ่กระจุกตัวในบางพื้นที่ ทำให้เกษตรกรในพื้นที่ห่างไกลเข้าถึงได้ยากก่อให้เกิดภาระต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้น และเสี่ยงต่อการเสื่อมคุณภาพของผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว ส่งผลให้ลดโอกาสในการเข้าสู่ตลาดพรีเมียม

7) การผลิตและการตลาดของไทยยังกระจุกตัวอยู่ในตลาดแมส (Mass Market) ผลผลิตส่วนใหญ่อยู่ในตลาดแมสซึ่งเน้นการแข่งขันด้านราคา ทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีต้นทุนต่ำกว่าไม่ได้แม้กาแฟพรีเมียม กาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) และกาแฟฟังก์ชัน (Functional Coffee) ในไทยจะเติบโตได้ดีและมีภาพลักษณ์ที่ดี แต่ยังมีปริมาณผลผลิตน้อย ไม่เพียงพอที่จะเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนมูลค่าการค้าและการส่งออกในภาพรวม

7.1.3 โอกาส (Opportunities)

1) ความต้องการกาแฟในตลาดโลกยังเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะกาแฟสำเร็จรูป กาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) และกาแฟเพื่อสุขภาพ (Functional Coffee) ที่เติมสารอาหารหรือส่วนผสมที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ทำให้กาแฟไทยมีโอกาสสร้างแบรนด์ที่ตอบโจทย์ตลาด

2) แนวโน้มความยั่งยืนและจริยธรรมทางการค้า ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการผลิตที่ยั่งยืนและการค้าที่เป็นธรรม โดยยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าที่ได้รับสัญลักษณ์รับรองเหล่านี้

3) การเปิดเสรีทางการค้าในอาเซียนและตลาดโลก ช่วยให้ไทยมีโอกาสขยายการส่งออกเพิ่มขึ้น

4) การขยายตัวของตลาดเกิดใหม่ วัฒนธรรมการบริโภคกาแฟคั่วบดและกาแฟพิเศษ ในตลาดเอเชีย และตะวันออกกลาง⁸⁴ ที่มีกำลังซื้อสูงและนิยมกาแฟพิเศษเพิ่มขึ้น ไทยสามารถใช้ความได้เปรียบด้านข้อตกลงทางการค้า และเส้นทางโลจิสติกส์ เจาะตลาดใหม่เพื่อกระจายความเสี่ยงและลดการพึ่งพาสถานที่ตลาดตะวันตก

5) การเติบโตของเศรษฐกิจสีเขียว การปลูกกาแฟได้เริ่มไม่เปิดโอกาสให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งทุนสีเขียวและสร้างรายได้จากการขายคาร์บอนเครดิต

7.1.4 อุปสรรค (Threats)

1) โครงสร้างมาตรการภาษีและโควตาการนำเข้าที่ไม่สอดคล้องกับโครงสร้างอุตสาหกรรม การนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบ (วัตถุดิบ) ภายใต้ข้อตกลง WTO มีการจำกัดโควตาเพียง 5.25 ตัน/ปี (ภาษีในโควตา 30%) และอัตราภาษีนอกโควตาสูงถึง 90% ในทางกลับกัน การนำเข้ากาแฟคั่ว ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูป (ภายใต้ FTA) มีอัตราภาษี 0% และโครงสร้างภาษีเมล็ดกาแฟดิบสกัดบางรายการอยู่ที่ 5% ทำให้ผู้ประกอบการแปรรูปกลางน้ำ หรือปลายน้ำของไทยต้องแบกรับต้นทุนวัตถุดิบดิบที่สูงกว่าคู่แข่งในตลาดโลก ท่ามกลางภาวะผลผลิตกาแฟในประเทศที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในอุตสาหกรรม

2) มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barriers: NTBs) และมาตรฐานความยั่งยืนสากล

- กฎระเบียบ EUDR (EU Deforestation Regulation) ของสหภาพยุโรป บังคับให้ต้องพิสูจน์แหล่งที่มาของเมล็ดกาแฟด้วยพิกัด GPS และเอกสารสิทธิ์ที่ดินเพื่อยืนยันว่าไม่ได้มาจากพื้นที่บุกรุกป่า ซึ่งเกษตรกรรายย่อยของไทยจำนวนมากยังขาดระบบดังกล่าว กลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่เพิ่มต้นทุนการส่งออก และตัดโอกาสในการแข่งขันในตลาดยุโรป

- มาตรฐานคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) และมาตรฐานแรงงาน ตลาดโลกให้ความสำคัญมากขึ้น ขณะที่ภาคเกษตรและอุตสาหกรรมกาแฟไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการปรับตัว

3) ความผันผวนของสภาพภูมิอากาศ ภาวะโลกร้อน ความแปรปรวนของอุณหภูมิ สภาพอากาศ และปัญหามลพิษทางอากาศ (เช่น PM2.5) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบนิเวศการติดดอกและออกผล ทำให้การเจริญเติบโตชะงักเพิ่มความเสี่ยงจากการระบาดของโรคและแมลงศัตรูพืช ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตในภาพรวม ผลผลิตต่อไร่ และความสมบูรณ์ของเมล็ดกาแฟลดลงสวนทางกับความต้องการของอุตสาหกรรม

4) การแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุน ประเทศผู้ผลิตหลักของโลก เช่น บราซิล เวียดนาม และอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบเชิงขนาด (Economy of Scale) มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำกว่า ค่าแรงและค่าปัจจัยการผลิตถูกกว่าไทย และมีผลผลิตต่อไร่สูงกว่า

5) ข้อจำกัดในการรับประโยชน์จากราคากาแฟโลกและความผันผวนทางเศรษฐกิจ แม้ราคากาแฟในตลาดโลกจะปรับตัวสูงขึ้น แต่เกษตรกรและผู้ประกอบการไทยได้รับประโยชน์ในสัดส่วนที่จำกัด เนื่องจากถูกขูดเซด้วยต้นทุนปัจจัยการผลิต ค่าแรงเก็บเกี่ยว และค่าขนส่งที่พุ่งสูงขึ้น ทำให้กำไรสุทธิลดลงภาวะเศรษฐกิจโลกและภาวะเงินเฟ้อที่ถดถอย อาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและชะลอการบริโภคกาแฟในระดับสากล

⁸⁴ มูลค่าตลาดกาแฟในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาอยู่ที่ 15.91 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025 และคาดว่าจะเติบโตจาก 17.14 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2026 ไปถึง 24.89 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2031 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 7.75% ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว (ปี 2026-2031) (การวิเคราะห์ตลาดกาแฟในตะวันออกกลางและแอฟริกา โดย Mordor Intelligence January 6, 2026 Source: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/middle-east-africa-coffee-market>)

ตารางที่ 167 วิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
S1 ภูมิประเทศและสภาพอากาศเหมาะสมและมีรสชาติและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น S2 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยอัตลักษณ์พื้นถิ่น (GI) S3 ความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมกลางน้ำ S4 การเติบโตของตลาดภายในประเทศ S5 การท่องเที่ยวเชิงกาแฟ S6 ความพร้อมด้านนโยบายและโครงการสนับสนุนจากภาครัฐ	W1 ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ปลูกกาแฟ W2 การพัฒนาสายพันธุ์กาแฟ และการรับรองมาตรฐานยังไม่ครอบคลุมทั่วถึง และเกษตรกรขาดองค์ความรู้ W3 ต้นทุนการผลิตสูง และคุณภาพผลผลิตขาดความสม่ำเสมอ W4 แรงงาน เข้าสู่สังคมสูงอายุ และขาดแคลนแรงงาน W5 ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นที่และสิทธิที่ดิน W6 การกระจายโรงงานแปรรูปไม่ทั่วถึง W7 ตลาดกาแฟไทย สู้ด้านราคากับประเทศอื่นได้ยาก กาแฟพรีเมียม กาแฟพิเศษ และกาแฟฟังก์ชันยังมีปริมาณน้อย W8 ไทยยังขาดหน่วยงานกลางที่กำกับดูแลกาแฟ
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
O1 ความต้องการกาแฟในตลาดโลกยังเติบโตต่อเนื่อง O2 แนวโน้มความยั่งยืนและจริยธรรมทางการค้า O3 การเปิดเสรีทางการค้าในอาเซียนและตลาดโลก O4 การขยายตัวของตลาดเกิดใหม่ O5 การเติบโตของเศรษฐกิจสีเขียว	T1 อุปสรรคเชิงนโยบายภาษีและโควตา T2 ความผันผวนของสภาพภูมิอากาศ T3 ราคากาแฟโลกผันผวน T4 กฎระเบียบ EUDR T5 ข้อจำกัดด้านองค์ความรู้ และการเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อการเพิ่มมูลค่า T6 การแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ T7 ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ถดถอย

8. ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการค้ากาแฟไทย

จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์ผลิต การค้า มาตรการ นโยบาย ปัญหาอุปสรรค และโอกาสของอุตสาหกรรมกาแฟไทย จึงมีข้อเสนอแนะแบ่งเป็นระยะสั้นถึงกลาง (Short to Medium Term) และระยะยาวครอบคลุมตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ (เกษตรกร/พื้นที่ปลูก/วัตถุดิบ) กลางน้ำ (การแปรรูป/โรงคั่ว/มาตรฐาน) และปลายน้ำ (การตลาด/ภาษี/การค้า/ท่องเที่ยว) ดังนี้

8.1 ด้านต้นน้ำ (เกษตรกร / พื้นที่ปลูก / วัตถุดิบ / สายพันธุ์)

8.1.1 ระยะสั้น (1–3 ปี): การปรับโครงสร้างพื้นฐานและยกระดับมาตรฐานการผลิตกาแฟไทย

(1) วางแผนโครงสร้างอุตสาหกรรมกาแฟไทยผ่านการกำหนดแผนการผลิตเป็นตัวตั้งต้น ในการวางรากฐานจะช่วยให้ให้งานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนมีเป้าหมายในการพัฒนาที่ชัดเจน ดังนี้

- จัดสรรงบประมาณบูรณาการ ด้านแหล่งน้ำ การวิจัย และโลจิสติกส์ มุ่งตรงไปยังพื้นที่โซนนิ่งศักยภาพหลักและรองเพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มความคุ้มค่า
- สร้างแต้มต่อและมาตรการจูงใจ เพื่อดึงดูดการลงทุนจากเอกชนและต่างชาติ ในการตั้งโรงงานแปรรูปขั้นสูง ศูนย์วิจัยและพัฒนา (R&D Center) และศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่โซนนิ่ง
- รวบรวมฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เชื่อมโยงพิกัดแปลงปลูก (Geolocation) บล็อกเชน (Blockchain Traceability) จากต้นน้ำถึงแก้วกาแฟ เพื่ออำนวยความสะดวกในการออกใบรับรองมาตรฐานสากล (EUDR, Rainforest Alliance, Bird Friendly) ลดภาระค่าใช้จ่ายของเกษตรกรและผู้ส่งออก

(2) กำหนดเป้าหมายและการยกระดับประสิทธิภาพการผลิต โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง กำหนดเป้าหมายการส่งเสริมการผลิตกาแฟของประเทศอย่างเป็นระบบ โดยยึดเป้าหมายสำคัญ ผ่านการตั้งเป้าหมายเพิ่มผลผลิตต่อไร่ (เฉลี่ยจากเดิม 76–78 กิโลกรัมต่อไร่) ผ่านกลไกสนับสนุนเชิงบูรณาการ ได้แก่

- ส่งเสริมการจัดการสวนกาแฟแม่นยำ (Precision Farming) การตรวจวิเคราะห์ดิน เพื่อจ่ายปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน (Tailor-made Fertilizer) และเทคโนโลยีบำรุงดูแลตามหลักวิชาการ
- วิจัยและกระจายสายพันธุ์กาแฟทนแล้ง ต้านทานโรค และเหมาะสมกับสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง (Climate Change) โดยกรมวิชาการเกษตร
- สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานระบบน้ำระดับแปลงปลูก (เช่น ระบบน้ำหยด และมินิสปริงเกอร์) ร่วมกับกรมชลประทานและกรมทรัพยากรน้ำ เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มปริมาณผลผลิตอย่างยั่งยืน

(3) กำหนดกรอบพื้นที่ศักยภาพแบบมุ่งเป้า (Area-Based & Zoned Strategy) เพื่อเกิดกรอบการพัฒนาที่ชัดเจน และสร้างแต้มต่อในการดึงดูดการลงทุน ภาครัฐจึงควรทบทวนและยกระดับแผนที่เกษตรอัจฉริยะ (Agri-Map) เพื่อแบ่งโซนนิ่งพื้นที่ศักยภาพหลัก และพื้นที่ศักยภาพรอง แยกตามสายพันธุ์และจังหวัดอย่างชัดเจน พร้อมกำหนดแนวทางสนับสนุนเฉพาะถิ่น (Tailored Drivers)

- กาแฟอาราบิก้า (Arabica Platform - พื้นที่ภาคเหนือ) มุ่งเน้นมูลค่าสูง ผ่านอัตลักษณ์รสชาติ และสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- 1) **Specialty Coffee & GI Expansion** ผลักดันการผลิตกาแฟพิเศษ (Cupping Score 80+ คะแนน) และขยายผลการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เพิ่มเติมในพื้นที่ศักยภาพใหม่ พร้อมสร้างมูลค่าเชิงเรื่องราว (Storytelling) และ Branding ระดับสากล
- 2) **Agroforestry & Low-Carbon Certification** ส่งเสริมระบบวนเกษตร (ปลูกกาแฟร่วมกับไม้เศรษฐกิจ/ไม้ป่า) พร้อมผลักดันมาตรฐานการประเมินคาร์บอนเครดิตระดับแปลง และการรับรองคาร์บอนต่ำ (Carbon-Neutral/Free Coffee)
- 3) **EUDR & Sustainable Standard Compliance** วางระบบการผลิตในพื้นที่ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อรองรับกฎระเบียบว่าด้วยสินค้าที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป (EUDR) และมาตรฐาน Rainforest Alliance/Bird Friendly
- **กาแฟโรบัสต้า (Robusta Platform - พื้นที่ภาคใต้)** มุ่งเน้นความมั่นคงด้านอุปทานและอุตสาหกรรมแปรรูป โดยมีแนวทางส่งเสริมหลัก ได้แก่
 - 1) **Yield Escalation & Fine Robusta** เพิ่มปริมาณผลผลิตต่อไร่สูงสุดด้วยเทคโนโลยีการตัดแต่งกิ่งและการจัดการสวน ควบคู่กับการยกระดับการแปรรูปสู่ Fine Robusta เพื่อเข้าสู่ตลาดกาแฟพรีเมียม
 - 2) **Industrial & RTD Supply Chain Linkage** สร้างข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้า (Contract Farming) เชื่อมโยงกลุ่มเกษตรกรเข้าสู่โรงงานแปรรูปอุตสาหกรรมและกลุ่มกาแฟพร้อมดื่ม (Ready-to-Drink: RTD)
 - 3) **Halal Coffee Hub Integration** ยกระดับมาตรฐานโรงแปรรูปและกระบวนการผลิตตามมาตรฐานฮาลาลสากล (Halal Accreditation) เพื่อป้อนประเทศไทยเป็นศูนย์กลางส่งออกกาแฟฮาลาลสู่ตลาดมุสลิม (OIC)

(4) **จัดทำระบบพิกัดแปลงปลูกดิจิทัล** เพื่อออกใบรับรองการเพาะปลูกที่ไม่ทำลายป่าไม้และยืนยันสิทธิ์ทำกินของเกษตรกร รองรับกฎระเบียบว่าด้วยสินค้าที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป (EUDR) ควบคู่กับการสนับสนุนเครื่องมือตรวจวัดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ระดับไร่เพื่อออกใบรับรองกาแฟคาร์บอนต่ำ (Carbon Free Coffee) ที่ช่วยสร้างเรื่องราวกาแฟรักษ์โลก พร้อมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์มกลาง Thai Coffee Traceability บนเทคโนโลยีบล็อกเชนและ QR Code สำหรับบันทึกข้อมูลพิกัดแปลง ผู้ผลิต วันเก็บเกี่ยว และกระบวนการแปรรูปอย่างละเอียด ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยป้องกันการแอบอ้างสวมสิทธิ์จากพ่อค้าคนกลาง แต่ยังช่วยยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยอาหารให้สอดคล้องกับกฎระเบียบ FSMA 204 ของสหรัฐอเมริกา และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในตลาดสากลได้อย่างเป็นรูปธรรม

(5) **ส่งเสริมระบบสหกรณ์และการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน** ในการลงทุนจัดหาและประยุกต์ใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหาการก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุและภาวะขาดแคลนแรงงานเก็บเกี่ยวที่ต้องใช้ความประณีตสูง

8.1.2 ระยะกลาง (3–5 ปี): การพัฒนาประสิทธิภาพแปลงปลูกและปรับตัวสู่เกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(1) **ขับเคลื่อน แผนการปลูกทดแทนกาแฟโรบัสต้าพันธุ์ดีของไทย** คัดเลือกสายพันธุ์โรบัสต้าที่ให้ผลผลิตต่อไร่สูงทดแทนต้นกาแฟเดิมที่มีอายุมากและให้ผลผลิตต่ำในภาคใต้ (ชุมพร ระนอง)

(2) ส่งเสริม โมเดลวนเกษตรและการปลูกพืชร่วม (Intercropping) เช่น กาแฟร่วมทุเรียน กาแฟร่วมหมาก หรือการแปลงวนเกษตรกาแฟหลายชั้น เพื่อสร้างรายได้หมุนเวียนหลายช่องทาง กระจายความเสี่ยงจากความผันผวนของราคากาแฟ และเพิ่มความชื้นในดินช่วยบรรเทาผลกระทบภัยแล้ง ควบคู่กับการออกมาตรการแรงจูงใจทางการเงิน (Carbon Credit หรือ Eco-subsidy) เพื่อชดเชยให้เกษตรกรช่วงเปลี่ยนผ่าน 1–3 ปีแรก และเพื่อจูงใจเกษตรกรที่ต้องการเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่น เช่น ทุเรียน ปาล์มน้ำมันเนื่องจากให้ผลตอบแทนสูงกว่า

(3) ปฏิรูปเงื่อนไขสินเชื่อ ธ.ก.ส. ลู่ สินเชื่อเพื่อโครงสร้าง ปลอยสินเชื่อเพื่อการลงทุน เทคโนโลยีเกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และระบบการให้น้ำประหยัดพลังงาน/ชลประทานขนาดเล็กในพื้นที่เพาะปลูกบนพื้นที่สูง

8.1.3 ระยะยาว (5–10 ปี): การปรับโครงสร้างสู่กาแฟมูลค่าสูงและพัฒนานวัตกรรมสายพันธุ์

(1) ขยายพื้นที่ปลูกกาแฟมูลค่าสูง โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพื้นที่เพาะปลูกกาแฟเชิงพาณิชย์ (Mass Coffee) เดิมที่ต้องเผชิญการแข่งขันด้านราคากับต่างประเทศ ให้ปรับเปลี่ยนมาเป็นการผลิตและการแปรรูปกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) และกาแฟอัตลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้การจัดการแปลงและการแปรรูปหลังเก็บเกี่ยว (Post-harvest Processing) การสนับสนุนสายพันธุ์พรีเมียม และการจัดตั้งศูนย์บริการตรวจประเมินคุณภาพเกรดกาแฟ (SCA Cupping & Grading Center) ในระดับชุมชน ซึ่งจะช่วยยกระดับเกษตรกรจากการขายวัตถุดิบขั้นต้นไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นผู้ผลิตกาแฟอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นได้อย่างยั่งยืน

(2) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาสายพันธุ์กาแฟโรบัสต้าคุณภาพสูง ที่ทนทานต่ออุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้น ภัยแล้ง และแมลงศัตรูพืช เพื่อสร้างความยืดหยุ่นในซัพพลายเชนกาแฟและขยายขอบเขตการปลูกไปยังจังหวัดใหม่ที่มีสภาพอากาศร้อนขึ้น

8.2 ด้านกลางน้ำ (การแปรรูป/โรงคั่ว/มาตรฐาน/เสถียรภาพราคา)

8.2.1 ระยะสั้น (1–3 ปี): การควบคุมคุณภาพหลังเก็บเกี่ยวและการป้องกันความเสี่ยงราคา

(1) ยกระดับคุณภาพและลดความผันผวนของราคากาแฟผ่านเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) สร้างความร่วมมือที่เหนียวแน่นและกลไกประกันราคาระหว่างเกษตรกรและผู้แปรรูป/โรงคั่วในประเทศ เพื่อกำหนดเกณฑ์และราคาขั้นต่ำตามคุณภาพผลผลิต

(2) ยกระดับสถานรวบรวมและเทคโนโลยีแปรรูปหลังเก็บเกี่ยว (Post-harvest Processing) ส่งเสริมองค์ความรู้แก่เกษตรกรและสหกรณ์ในการคัดแยกผลสุกสีแดง 100% และกระบวนการแปรรูปคุณภาพสูง (เช่น Wet, Honey และ Natural Process) ทดแทนการขายกาแฟผลสดแบบไม่เกรดตั้ง

8.2.2 ระยะกลาง (3–5 ปี): การใช้นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อตรวจสอบย้อนกลับและการบริหารเสถียรภาพตลาดทุน

(1) ยกระดับทักษะของสหกรณ์การเกษตรกาแฟขนาดใหญ่ให้ใช้ประโยชน์จากตลาดล่วงหน้า (เช่น ตลาด TFEX หรือตลาดสัญญาล่วงหน้าสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ) ในการทำประกันความเสี่ยงด้านราคา (Hedging) เพื่อล็อกราคาขายผลผลิตล่วงหน้า ลดภาระงบประมาณแทรกแซงราคาจากภาครัฐ

(2) จัดตั้งกองทุนพัฒนาและรักษาเสถียรภาพราคากาแฟไทย (เช่น จะจัดเก็บจากภาษีนำเข้าเมล็ดกาแฟ ค่าธรรมเนียมส่งออก หรือเงินงบประมาณแผ่นดิน) เพื่อทำหน้าที่กำหนดราคารับซื้ออ้างอิงในประเทศ ให้สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงและคุณภาพผลผลิต ผ่านจุดรับซื้อถาวรของโครงการขยายสหกรณ์การเกษตรทั่วประเทศ

โดยใช้กลไกอุดหนุนส่วนต่างราคาแบบตัวสิทธิ์ (เช่น โมเดล Pepro/Prop ของบราซิล) ที่ช่วยให้รัฐชดเชยส่วนต่างราคาแก่เกษตรกรได้โดยตรงโดยไม่ต้องซื้อและเก็บสต็อกสินค้าจริง พร้อมทั้งจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งของกองทุนสนับสนุน ระบบประกันภัยพืชผลจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ (Crop Insurance) ที่ออกแบบเฉพาะสำหรับพืชกาแฟ เพื่อจ่ายเงินชดเชยและเยียวยาเกษตรกรในภาวะความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศผันผวน เช่น ภัยแล้ง เอลนีโญ หรือลานีญา ได้อย่างทันทั่วถึงและยั่งยืน

(3) ส่งเสริมงานวิจัยและถ่ายทอดองค์ความรู้เทคโนโลยีการหมักกาแฟไทยด้วยจุลินทรีย์เฉพาะถิ่น (Controlled Fermentation) เพื่อสร้างประวัติและเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้านโปรไฟล์กลิ่นรส (Flavor Profile) ของกาแฟไทยที่ไม่เหมือนใครในโลก

8.2.3 ระยะยาว (5–10 ปี): การยกระดับอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นสูงและศูนย์กลางโรงคั่วภูมิภาค

(1) ผลักดันไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการแปรรูปกาแฟแห่งภูมิภาค (Regional Roasting & Processing Hub) สนับสนุนอุตสาหกรรมกลางน้ำให้ต่อยอดการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟขั้นสูงที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น กาแฟทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง (Freeze-dried) กาแฟปราศจากคาเฟอีน (Decaffeinated) และกาแฟแคปซูล ระบบอัตโนมัติอัจฉริยะ

(2) จัดตั้ง คลังสินค้าทัณฑ์บนและการใช้ประโยชน์จากกรอบกฎหมาย Inward Processing ผ่อนคลายมาตรการจัดเก็บภาษีนำเข้า โดยอนุญาตให้นำเข้าเมล็ดกาแฟดิบพรีเมียมจากแหล่งต่างประเทศเข้ามาาร่วมกับกาแฟไทยในคลังสินค้าทัณฑ์บนเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และส่งออกกลับสู่ตลาดโลก 100% โดยได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม ป้องกันผลกระทบต่อราคาเมล็ดกาแฟในประเทศ

8.3 ด้านปลายน้ำ (Downstream: การตลาด / ภาษี / การค้า / นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ / การท่องเที่ยว)

8.3.1 ระยะสั้น (1–3 ปี): การปฏิรูปมาตรการทางการค้า ภาษี และการอำนวยความสะดวกการส่งออกกาแฟพิเศษ

(1) ปรับปรุงระเบียบหลักเกณฑ์ภาษีและการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบ โดยใช้กลไก Inward Processing Relief (IPR) หรือ คลังสินค้าทัณฑ์บน (Green Coffee Zone) ซึ่งเป็นการอนุญาตให้นำเข้าเมล็ดกาแฟดิบที่ได้รับการยกเว้นภาษี เฉพาะกรณีนำมาแปรรูป/เบลนด์เพื่อส่งออกต่อ 100% เท่านั้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดหกราคาเมล็ดกาแฟภายในประเทศ

(2) อำนวยความสะดวกกฎระเบียบเพื่อการส่งออกกาแฟไมโครล็อต (Microlot/Small-Scale Export Simplification) ปรับปรุงขั้นตอนศุลกากรจัดทำ One-Stop Service/Fast-Track Customs clearance ให้เกษตรกรรายย่อยหรือโรงคั่วขนาดเล็กสามารถส่งออกกาแฟพรีเมียม (เช่น มีคะแนน SCA 86 ขึ้นไป หรือปริมาณไม่เกิน 60 กก. ต่อครั้ง) สำหรับสินค้ากาแฟตัวอย่างและ Microlot ผ่านระบบไปรษณีย์หรือระบบขนส่งด่วนได้อย่างสะดวก สนับสนุนการค้าตรงกับโรงคั่วต่างประเทศ (Direct Trade)

(3) ยกระดับตราสินค้าและจิตสิทธิบัตรคุ้มครองแบรนด์กาแฟอัตลักษณ์พื้นถิ่น (GI) ของไทยในเวทีสากล โดยต่อยอดการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของกาแฟไทยที่มีชื่อเสียง เช่น ดอยช้าง ดอยตุง เขาทะลุ และอมก๋อย ไปสู่การคุ้มครองสิทธิในต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูง ได้แก่ สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน (ตามแบบอย่างกาแฟดอยช้างที่ได้รับการขึ้นทะเบียน GI ในประเทศญี่ปุ่นแล้ว) เพื่อคุ้มครองอัตลักษณ์ ป้องกันการปลอมแปลง และดึงดูดส่วนต่างราคาระดับพรีเมียม (Premium Margin) ในตลาดสากล ควบคู่กับการนำแนวคิด Swissness Act ของสวิตเซอร์แลนด์มาประยุกต์ใช้ โดยการกำหนดเกณฑ์สัดส่วนการใช้วัตถุดิบกาแฟไทยในผลิตภัณฑ์คั่วและเบลนด์ เพื่อมอบสิทธิการใช้ตราสัญลักษณ์รับรอง

Thai Premium Blended หรือ Product of Thailand ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด ความเชื่อมั่นในคุณภาพระดับสากล และการันตีประโยชน์ทางเศรษฐกิจกลับคืนสู่เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

8.3.2 ระยะกลาง (3–5 ปี): ยกระดับยกระดับภาพลักษณ์ ส่งเสริมนวัตกรรมกาแฟสุขภาพ และบรรจุภัณฑ์ยั่งยืน

(1) ผลักดันยุทธศาสตร์ยกระดับภาพลักษณ์ Thai Premium Robusta ผ่านกระบวนการเก็บเกี่ยวมือประณีตและสร้างแบรนด์ภูมิภาค พร้อมสนับสนุนการจัดเวทีประกวดระดับชาติเพื่อเพิ่มมูลค่า

(2) ส่งเสริมและยกระดับกาแฟฮาลาลในพื้นที่ชายแดนใต้สู่ตลาดสากล ผลักดันจังหวัดยะลาและนราธิวาสให้เป็น ศูนย์กลางการผลิตและส่งออกกาแฟฮาลาลพรีเมียม (Southern Halal Coffee Hub) โดยนำศักยภาพของพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งปลูกกาแฟโรบัสตาคุณภาพสูงที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว มาผนวกกับจุดแข็งของคนในท้องถิ่นที่มีความเข้าใจวิถีชีวิตและหลักศาสนาบัญญัติฮาลาล เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานกาแฟฮาลาลที่น่าเชื่อถือในระดับสากล ผ่านแนวทางการขับเคลื่อน ดังนี้

- **ยกระดับมาตรฐานโรงงานแปรรูปและคั่วกาแฟในพื้นที่** เร่งส่งเสริมและยกระดับโรงงานแปรรูปท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยอาหารขั้นพื้นฐาน ทั้ง GHPs/GMP และ HACCP เพื่อเป็นฐานการผลิตที่มั่นคงสำหรับการยื่นขอรับรองมาตรฐานฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (CICOT)
- **ต่อยอดข้อตกลงการยอมรับร่วม (MRA) ในระดับสากล** เร่งผลักดันกลไกการทำข้อตกลงการยอมรับร่วม และเทียบเคียงมาตรฐานฮาลาลระหว่าง CICOT กับหน่วยงานรับรองของประเทศคู่ค้าหลัก ได้แก่ JAKIM (มาเลเซีย) และ BPJPH (อินโดนีเซีย) เพื่อให้เครื่องหมายรับรองฮาลาลบนผลิตภัณฑ์กาแฟไทยสามารถใช้เข้าสู่ตลาดกลุ่มประเทศมุสลิมได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องตรวจรับรองซ้ำ
- **พัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายตลาดส่งออก** มุ่งเน้นการแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่มสู่กาแฟพร้อมดื่ม (RTD) และกาแฟปรุงสำเร็จฮาลาลเกรดพรีเมียม ควบคู่กับการใช้เครือข่ายความร่วมมือทางการค้าผลักดันสินค้าเข้าสู่กลุ่มประเทศองค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) และภูมิภาคตะวันออกกลางอย่างเป็นรูปธรรม

(3) **ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี R&D Tax Credit และเงินทุนสนับสนุนแก่ FoodTech สตาร์ทอัพ** ในการวิจัยและพัฒนา กาแฟพร้อมดื่มเชิงฟังก์ชันและนวัตกรรมอัตลักษณ์ไทย เช่น กาแฟผสมสมุนไพร/ซูเปอร์ฟู้ดไทย กาแฟสกัดเย็นโปรตีนสูง และกาแฟทางเลือกที่ใช้โปรตีนพืชท้องถิ่น กำหนดมาตรการและสิทธิประโยชน์ทางภาษีและไม่ใช้ภาษี (Tax and Non-Tax Incentives) เพื่อเร่งรัดการพัฒนานวัตกรรมกาแฟพร้อมดื่มเชิงฟังก์ชัน (Functional Ready-To-Drink) ที่ซู่อัตลักษณ์ไทย เช่น กาแฟผสมสมุนไพรหรือซูเปอร์ฟู้ดท้องถิ่น กาแฟสกัดเย็นโปรตีนสูง และกาแฟทางเลือกที่ใช้โปรตีนจากพืชในประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพ

(4) **ดึงดูดการลงทุนศูนย์แปรรูปและกระจายสินค้ากาแฟดิบบระดับภูมิภาค (Green Coffee Logistics Hub)** กำหนดมาตรการและสิทธิประโยชน์ ทั้งในรูปแบบภาษีและไม่ใช้ภาษี (Tax and Non-Tax Incentives) เพื่อจูงใจนักลงทุนในการจัดตั้ง “ศูนย์กระจายสินค้าและแปรรูปกาแฟดิบในเขตการค้าเสรี (Free Trade Zone for Green Coffee)” ในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) หรือระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้ (SEC) เพื่อเปิดทางให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางการนำเข้า คัดเกรด คั่ว และผสม (Blending) เมล็ดกาแฟดิบในระดับภูมิภาค ก่อนแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงเพื่อส่งออกสู่ตลาดโลก

(5) ส่งเสริมการวิเคราะห์ Big Data พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม พัฒนาเมนูกาแฟพิเศษอัตลักษณ์ไทยร่วมกับวัตถุดิบท้องถิ่น (เช่น กาแฟผสมน้ำมะพร้าว น้ำหอม หรือชาไทย) เพื่อตอบรับกระแสบริโภคยุคใหม่ที่ต้องการความแปลกใหม่

(6) ออกมาตรการจูงใจทางภาษีและเงินทุนสนับสนุนแก่ร้านกาแฟและโรงคั่วที่หันมาใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ 100% และการจัดการเศรษฐกิจหมุนเวียนนำของเหลือทิ้ง เช่น กากกาแฟ กะลากาแฟ มาสร้างมูลค่าเพิ่ม (เช่น ทำปุ๋ยชีวภาพ ถ่านอัดแท่ง หรือวัสดุรีไซเคิล)

(7) จัดทำกรอบมาตรฐานวิชาชีพสายงานกาแฟระดับชาติ โดยร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน จัดหลักสูตรวิชาชีพที่ได้รับการรับรองที่มีเอกภาพ ตั้งแต่มาตรฐานผู้เชี่ยวชาญการชง (บาริสต้า) นักคั่วบด และนักแปรรูป หลังเก็บเกี่ยว ตลอดจนหลักสูตรวิชาชีพขั้นสูง เช่น การคั่วถั่วไม่เชิงลึก เพื่อป้องกันสงครามราคาและยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมสู่การแข่งขันเชิงคุณภาพในเวทีสากล

8.3.3 ระยะยาว (5–10 ปี): การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการพัฒนาทักษะวิชาชีพมาตรฐานระดับชาติ

(1) ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมกาแฟ (Agri-Tourism) โดยชูเรื่องราวและอัตลักษณ์วิถีชุมชนของไร่กาแฟ พัฒนาแหล่งปลูกที่มีเอกลักษณ์ให้กลายเป็นแลนด์มาร์คการท่องเที่ยวระดับจังหวัด สร้างรายได้ที่นอกเหนือจากการขายผลผลิตกาแฟอย่างเดียว

(2) การยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมกาแฟแห่งภูมิภาคเอเชีย (Capital of Asian Coffee Culture) ผ่านการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมกาแฟพิเศษ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจผ่านนโยบาย Soft Power โดยขับเคลื่อนผ่านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมกาแฟพิเศษไทย และผู้ประเมินมาตรฐานสากลอย่าง Michelin Guide ในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชิมกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee Trail) พร้อมวางระบบรับรองมาตรฐานร้านกาแฟอัตลักษณ์ไทย ซึ่งจะช่วยเปลี่ยนผ่านบทบาทของประเทศจากการเป็นเพียงผู้ผลิตกาแฟดิบรายย่อย ไปสู่จุดหมายปลายทางระดับโลกของคนรักกาแฟที่ช่วยสร้างอุปสงค์รองรับผลผลิตกาแฟพิเศษจากเกษตรกรต้นน้ำได้อย่างยั่งยืน

ตารางที่ 178 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการค้ากาแฟไทย

ด้าน	ระยะสั้น (1–3 ปี)	ระยะกลาง (3–5 ปี)	ระยะยาว (5–10 ปี)
ต้นน้ำ (เกษตรกร/พื้นที่ปลูก/ วัตถุดิบ/สายพันธุ์)	การปรับโครงสร้างพื้นฐานและ ยกระดับมาตรฐานการผลิตกาแฟไทย การวางรากฐานโครงสร้าง อุตสาหกรรมกาแฟไทยด้วยการใช้ แผนการผลิตเป็นตัวตั้งต้น จะช่วยให้ ภาครัฐและเอกชนมีกรอบการพัฒนา ลงทุนแบบมุ่งเป้า	การพัฒนาประสิทธิภาพแปลงปลูกและปรับตัวสู่ เกษตรกรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ฟื้นฟู/ปลูกทดแทนด้วยพันธุ์โรบัสต้า คุณภาพ ส่งเสริมวงเกษตรกร และการปลูกพืช ร่วม สนับสนุนเกษตรกรแม่นยำ และการตรวจวัด คาร์บอนระดับไร่	การปรับโครงสร้างสู่กาแฟมูลค่าสูงและ พัฒนานวัตกรรมสายพันธุ์ ต่อยอด Specialty Coffee, GI และ กาแฟเชิงฟังก์ชันผ่านการปรับโครงสร้าง พื้นที่เพาะปลูก พร้อมพัฒนาสายพันธุ์ โรบัสต้าคุณภาพสูง ที่ทนต่ออุณหภูมิ ภัยแล้ง และแมลงศัตรูพืช
กลางน้ำ (การแปรรูป/โรงคั่ว/ มาตรฐาน/เสถียรภาพ ราคา)	การควบคุมคุณภาพหลังเก็บเกี่ยว และการป้องกันความเสี่ยงราคา ใช้ Contract Farming และ กลไกประกันราคา พร้อมยกระดับ การคัดแยกและกระบวนการแปรรูป หลังเก็บเกี่ยว	การใช้นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อตรวจสอบย้อนกลับ และการบริหารเสถียรภาพตลาดทุน พัฒนาแพลตฟอร์ม Thai Coffee Traceability ใช้เครื่องมือบริหารความเสี่ยงราคา จัดตั้งกองทุน เสถียรภาพราคา และพัฒนาเทคโนโลยีการหมัก เฉพาะถิ่น	การยกระดับสู่อุตสาหกรรมแปรรูปขั้น สูงและศูนย์กลางโรงคั่วภูมิภาค ผลักดันไทยเป็นศูนย์กลางการแปรรูป กาแฟแห่งภูมิภาค และต่อยอดผลิตภัณฑ์ กาแฟมูลค่าสูง รวมถึงการ ใช้ Inward Processing เพื่อสนับสนุน การผลิตเพื่อส่งออก
ปลายน้ำ (การตลาด/ภาษี/การค้า/ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/ การท่องเที่ยว)	การปฏิรูปมาตรการทางการค้า ภาษี และการอำนวยความสะดวกการ ส่งออกกาแฟพิเศษ ปรับมาตรการภาษีและนำเข้า อำนวย ความสะดวกการส่งออก Microlot ผ่านการปรับปรุงขั้นตอนศุลกากร และ ยกระดับแบรนด์/GI กาแฟไทย สู่ตลาดต่างประเทศ	ยกระดับยกระดับภาพลักษณ์ ส่งเสริมนวัตกรรม กาแฟสุขภาพ และบรรจุภัณฑ์ยั่งยืน ผลักดันยุทธศาสตร์ยกระดับภาพลักษณ์ Thai Premium Robusta กาแฟอาลา กาแฟเชิงฟังก์ชัน และนวัตกรรม FoodTech ส่งเสริมการวิเคราะห์ Big Data พฤติกรรมผู้บริโภค ยุคดิจิทัล พร้อมส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ยั่งยืนและ เศรษฐกิจหมุนเวียน	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการ พัฒนาทักษะวิชาชีพมาตรฐาน พัฒนา Agri-Tourism จากอัตลักษณ์ ชุมชน และจัดทำมาตรฐานวิชาชีพ สายงานกาแฟระดับชาติ เพื่อยกระดับ การแข่งขันเชิงคุณภาพ

ภาคผนวก

พิกัดศุลกากร

พิกัดศุลกากร (HS Code)	ประเภทของกาแฟ
0901	กาแฟ จะคั่วหรือแยกกาแฟอื่นออกแล้วหรือไม่ก็ตาม เปลือกและเยื่อของกาแฟ รวมทั้งของที่ใช้แทนกาแฟที่มีกาแฟผสมอยู่ในอัตราส่วนเท่าใดก็ตาม
090111	กาแฟที่ไม่ได้คั่ว ไม่ได้แยกเอากาแฟอื่นออก
090112	กาแฟที่ไม่ได้คั่ว แยกเอากาแฟอื่นออกแล้ว
090121	กาแฟคั่ว ไม่ได้แยกเอากาแฟอื่นออก
090122	กาแฟคั่ว แยกเอากาแฟอื่นออกแล้ว
090190	เปลือกและเยื่อของกาแฟ รวมทั้งของที่ใช้แทนกาแฟที่มีกาแฟผสมอยู่ในอัตราส่วนเท่าใดก็ตาม
210111	สิ่งสกัด หัวเชื้อและสิ่งเข้มข้นของกาแฟ (เช่น กาแฟที่ผสมได้ทันที เป็นต้น)
210112	ของปรุงแต่งที่มีสิ่งสกัด หัวเชื้อหรือสิ่งเข้มข้นของกาแฟเป็นหลัก หรือที่มีกาแฟเป็นหลัก (เช่น กาแฟที่ผสมได้ทันที เป็นต้น)

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

1. กรมการค้าต่างประเทศ. (2566, 27 ธันวาคม). การออกหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิชำระภาษีในโควตาตามพันธกรณีตามความตกลงการเกษตรภายใต้องค์การการค้าโลก (WTO) สำหรับสินค้าเมล็ดกาแฟ ปี 2567 ถึงปี 2569. <https://www.dft.go.th/th-th/Detail-Law/ArticleId/27392/27392>
2. กรมการค้าต่างประเทศ. (2567, 15 พฤศจิกายน). การออกหนังสือรับรองแสดงการได้รับสิทธิในการยกเว้นภาษีทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับกาแฟตามความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน พ.ศ. 2567. <https://www.dft.go.th/th-th/Detail-Law/ArticleId/28647/28647>
3. กรมการค้าต่างประเทศ. (2569, 27 มกราคม). ปรับปรุงกฎระเบียบบับห้วงขยายตลาดส่งออกกาแฟไทยไปทั่วโลกมากขึ้น. <https://www.dft.go.th/th-th/NewsList/News-DFT/Description-News-DFT/ArticleId/27305/27305>
4. กรมการค้าต่างประเทศ. (2569, 27 มกราคม). มาตรการควบคุมการนำเข้าและส่งออกสินค้าภายใต้ พ.ร.บ. 2522 (ผลิตภัณฑ์กาแฟ). <https://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/Data-Service-Information/Measures-In-Foreign-Trade/Measures-Trade-Law-2522/Detail-Measures-Trade-Law-2522/ArticleId/4170/130159>
5. กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2569, 13 มกราคม). กาแฟ GI ไทย ยอดขายสุดปัง ปี 2568. <https://www.ipthailand.go.th/th/dip-news.html>
6. กรมวิชาการเกษตร. (2569, 15 มกราคม). เตรียมกระจายพันธุ์ต้นกล้ากาแฟพันธุ์ดี 10 ล้านต้น. กรมประชาสัมพันธ์. <https://thainews.prd.go.th/thainews/news/view/1716466/?bid=1>
7. กรมส่งเสริมการเกษตร. (13 มีนาคม 2569). ต้นไม้ยืนต้น : กาแฟ. <https://www.doae.go.th/success-login/>
8. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565, 14 มิถุนายน). แผนปฏิบัติการพัฒนากาแฟแห่งชาติ ปี 2565 - 2574. https://www.opsmoac.go.th/amnatcharoen-action_plan-files-452791791792
9. กระทรวงพาณิชย์. (2569, 12 มกราคม). รายงานข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย: การนำเข้าของไทยตามพิกัดศุลกากร 0901 [ฐานข้อมูลออนไลน์]. กรมการค้าต่างประเทศ. <https://tradereport.moc.go.th/th/stat/reporthscodeimport01>
10. กระทรวงพาณิชย์. (2569, 12 มกราคม). รายงานข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย: การส่งออกของไทยตามพิกัดศุลกากร 0901 [ฐานข้อมูลออนไลน์]. กรมการค้าต่างประเทศ. <https://tradereport.moc.go.th/th/stat/reporthscodeexport01>
11. กรมการค้าต่างประเทศ 2568 คู่มือการนำเข้าสินค้าเกษตรตามพันธกรณีความตกลงระหว่างประเทศ ฉบับ ปี 2568.

12. Coffee Traveler Magazine. (2568, 29 ธันวาคม). *กฎเข้มของอียู ความจริงของกาแฟไทย*.
<https://www.coffeetravelermagazine.com/>
13. มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง. (2569, 18 กุมภาพันธ์). *กากกาแฟเป็นปุ๋ยหมักชั้นดี มีไนโตรเจนสูง ช่วยบำรุงเร่งดอก เร่งใบ*. ข้าวสด.
https://www.khaosod.co.th/technologychaoban/featured/article_285145
14. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2568, 19 มีนาคม). *ถ่านคาร์บอนอัดแท่งคุณภาพสูงจากกะลากาแฟ*. <https://www.tistr.or.th/PressCenter/research/16595/>
15. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2568, 18 ธันวาคม). *สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2569*. <https://oae.go.th/uploads/files/2025/12/23/bba8f8aad0972f42.pdf>
16. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2569, 22 มกราคม). *ปฏิทินสินค้าเกษตรที่สำคัญรายเดือน ปี 2568/69*. <https://oae.go.th/uploads/files/2025/11/05/2e3aad60e7fb2b85.pdf>
17. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2569, 10 กุมภาพันธ์). *การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของพืชเศรษฐกิจนำร่องสำคัญของไทย*. https://bioinnovationlinkage.oie.go.th/ReadCV_Plant.aspx?id=8

ภาษาอังกฤษ

1. Associação Brasileira de Cafés Especiais, & Vietnam Coffee Cocoa Association. (n.d.). *Global Fine Robusta alliance and premiumization strategy*. BSCA & VICOFA.
2. Agenzia delle Dogane e dei Monopoli. (n.d.). *Inward processing procedure (Perfezionamento attivo)*. ADM.
3. Assofoodtec / Ubiereca. (n.d.). *Italian food service equipment manufacturers association sector report*.
4. Australian Centre for International Agricultural Research. (n.d.). *Coffee research projects*. ACIAR.
5. Australian Coffee Growers Association. (n.d.). *Australian coffee industry*.
6. Australian Government. (n.d.). *Research and development tax incentive*.
7. Australian Taxation Office. (n.d.). *Research and development tax incentive*. ATO.
8. B3. (n.d.). *Derivativos de commodities: Café*. B3 - Brasil, Bolsa, Balcão.
9. Barchart. (n.d.). *Coffee prices and coffee futures market news*.
10. Buon Ma Thuot Coffee Association. (n.d.). *Premium Robusta and geographical indication of Buôn Ma Thuột*.

11. Café de Colombia. (n.d.-a). *Denomination of origin protection and PGI in European Union*.
12. Café de Colombia. (n.d.-b). *Sustainability and green coffee production*.
13. Canteen. (n.d.). *Ready-To-Drink (RTD) cold brew trends and consumer analysis*.
14. CBI Ministry of Foreign Affairs. (n.d.). *Which trends offer opportunities in the European coffee market: Specialty and sourcing business*.
15. Centre for Sustainable Chemical Technologies. (2014, September 22). *Waste coffee grounds to biodiesel*. Kasetmodern.
<https://kasetmodern.wordpress.com/2014/09/22/coffee-biodiesel/>
16. China Coffee Association of Beijing. (2024). *China coffee industry development report*. CCAB.
17. Climate Central. (2026, February 20). *More coffee-harming heat due to carbon pollution*.
<https://www.climatecentral.org/climate-matters/more-coffee-harming-heat-due-to-carbon-pollution-2026>
18. Companhia Nacional de Abastecimento. (n.d.-a). *Leilões públicos e instrumentos de mercado (Pepro e Prop)*. CONAB.
19. Companhia Nacional de Abastecimento. (n.d.-b). *Programa de garantia de preços mínimos (PGPM)*. CONAB.
20. Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale. (n.d.). *Unesco heritage initiative for traditional Italian espresso*.
21. Cool Farm Alliance. (n.d.). *Cool Farm Tool case studies in coffee sector: Carbon footprint measurement*.
22. Customs online (Zoll). (n.d.). *Inward processing procedure and exemptions for raw coffee imports*. Generalzolldirektion.
23. Daiichi Denshi, Inc. (n.d.). *NOVO automatic coffee roaster technology and digital roasting profiles*.
24. DATAGRO. (2026, April 1). *Ministry of Agriculture publishes decree allocating R\$ 7.368 billion for financing the 2026/27 coffee harvest*.
<https://portal.datagro.com/en/coffee/3/1134635/ministry-of-agriculture-publishes-decree-allocating-rdollar-7368-billion-for-financing-the-202627-coffee-harvest>

25. Department of Climate Change, Energy, the Environment and Water. (n.d.). *National packaging targets and single-use plastics*.
26. Department of Crop Production. (n.d.). *Technical guidelines for intercropping in coffee plantations*. Ministry of Agriculture and Rural Development (MARD).
27. Döhler. (n.d.). *Beverage trends in Japan: Functional and healthy concepts in ready-to-drink coffee*.
28. Economic Planning Unit. (2021). *Twelfth Malaysia plan, 2021-2025: A prosperous, inclusive, sustainable Malaysia*. Prime Minister's Department.
29. European Commission. (n.d.-a). *Inward processing customs guide*. European Union.
30. European Commission. (n.d.-b). *Special procedures: Title VII UCC guidance for inward processing (IPR)*. European Union.
31. Federal Department of Economic Affairs, Education and Research. (n.d.). *The economic impact of Swissness legislation*. EAER.
32. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (n.d.-a). *Garantía de compra y sostenibilidad*. FNC.
33. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (n.d.-b). *Small-scale coffee export program (Microlot facilitation)*. FNC.
34. Fondo Nacional del Café. (n.d.). *Mecanismos de estabilización de precios*. FoNC.
35. Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2025, December 18). *FAOSTAT: Crops and livestock products* [Data set]. <https://www.fao.org/faostat/en/#home>
36. Fundación Cafecert. (n.d.). *Certificación de origen e indicación geográfica protegida*.
37. GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit). (n.d.). *Coffee: Germany's favourite drink and Fairtrade Dynamics*.
38. Hamburg.com. (n.d.). *Discover Hamburg's traditional and modern coffee roasters: European roasting hub*.
39. HostMilano. (n.d.). *Coffee and coffee machines sector trends: HoReCa industry report*.
40. Institute of Food Technologists. (n.d.). *Ready for a better RTD brew? Science forward*. IFT.
41. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. (n.d.). *Indicações geográficas reconhecidas*. INPI.
42. Intercontinental Exchange. (n.d.). *Coffee futures & options markets specifications*. ICE.

43. International Trade Centre. (2024). *Trade map: Trade statistics for international business development* [Data set]. <https://www.trademap.org/>
44. iResearch Consulting Group. (2024). *China's coffee industry research report 2024*.
45. Italian Trade Agency. (n.d.). *Food and wine sectorial insights: Re-export market*. ITA.
46. Istituto Nazionale Espresso Italiano. (n.d.). *The certified Italian espresso standard*. INEI.
47. Jabatan Kemajuan Islam Malaysia. (n.d.). *Malaysia halal certification*. JAKIM.
48. Japanese Coffee Co. (n.d.). *Inside the Japanese charcoal roasting process: Sumiyaki roasters*.
49. Ken Research. (n.d.). *Japan ready-to-drink coffee growth drivers and market outlook*.
50. KPMG Switzerland. (n.d.). *Corporate tax rates and incentives in Swiss cantons for commodity trading*.
51. Malaysia External Trade Development Corporation. (2024). *Halal industry and food & beverage reports*. MATRADE.
52. Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste. (n.d.). *Candidatura Unesco caffè espresso italiano tradizionale*. MASAF.
53. Ministero delle Imprese e del Made in Italy. (n.d.). *Incentives for industrial innovation and multi-boiler technologies*. MIMIT.
54. Ministry of Agriculture and Rural Development. (n.d.). *National coffee replanting project: Portal information*. MARD.
55. Ministry of Economy Malaysia. (2025). *Thirteenth Malaysia plan (2026–2030)*.
56. Ministry of Industry and Trade. (n.d.). *Vietnam Trade Promotion Agency (VIETRADE) policy updates*. MOIT.
57. Ministry of Planning and Investment. (n.d.). *Foreign direct investment (FDI) incentives for high-tech processing*. Foreign Investment Agency (FIA).
58. Ministry of Science, Technology and Innovation. (n.d.). *National science, technology and innovation policies*. MOSTI.
59. Mordor Intelligence. (n.d.). *Japan RTD coffee market analysis: Growth, trends, and forecasts*.
60. National Data Administration. (2024). *Data elements × three-year action plan (2024–2026) and industrial application guidelines*. NDA.

61. Nestlé Global. (n.d.). *Nespresso smart factories and automation innovation in Switzerland*.
62. Norddeutsche Kaffeewerke. (n.d.). *Products, microgrinding blends and extraction processes*. NDKW.
63. Perfect Daily Grind. (n.d.). *Germany's coffee habits are changing: Whole beans and automatic machines rise*.
64. Proveres. (n.d.). *R&D tax credits for food & beverage industry: IRS incentives*.
65. RobotAnno. (n.d.). *Coffee robot application in Japan market and AI barista innovation*.
66. SafetyChain Software. (n.d.). *Guide: The finalized FDA food traceability rule (FSMA Section 204)*.
67. Secretaria de Política Agrícola. (n.d.). *Diretrizes do PGPM*. Ministério da Agricultura e Pecuária.
68. Specialty Coffee Association of Japan. (n.d.-a). *About SCAJ exhibition and business matching platform*. SCAJ.
69. Specialty Coffee Association of Japan. (n.d.-b). *Overview, history, and coffee master qualification systems*. SCAJ.
70. State Secretariat for Economic Affairs. (n.d.). *Swiss Sustainable Coffee Platform (SSCP) guidelines and initiatives*. SECO.
71. Swiss Commodity Trading Association. (n.d.). *Role of Switzerland in global commodity trading*. STSA.
72. Swiss Federal Institute of Intellectual Property. (n.d.). *Swissness legislation and criteria for processed products*. IPI.
73. Swissmem. (n.d.). *Industry 4.0 and smart manufacturing success in coffee processing*.
74. Tierra Verde Specialty Coffee. (n.d.). *Colombian microlot export and logistics guide*.
75. U.S. Food and Drug Administration. (n.d.-a). *Food traceability list: FSMA Section 204*. U.S. Department of Health and Human Services.
76. U.S. Food and Drug Administration. (n.d.-b). *FSMA final rule on requirements for additional traceability records*. U.S. Department of Health and Human Services.
77. United States Department of Agriculture. (2025, December 18). *PSD online: Green coffee* [Data set]. <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

