

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของเศรษฐกิจโลก ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ตลาดโลกมีความต้องการผลผลิตกาแฟเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลผลิตกาแฟของโลกปี พ.ศ. 2555 เฉลี่ยประมาณ 8 ล้านตัน แบ่งเป็นกาแฟพันธุ์อาราบิก้าร้อยละ 62 พันธุ์โรบัสต้าร้อยละ 38 โดยผลผลิตกาแฟของประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 0.52 ของโลก พื้นที่ให้ผลผลิตกาแฟของประเทศไทยปี พ.ศ. 2554 และ 2555 มีประมาณ 302,860 ไร่ ซึ่งลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 2.24 ปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกกาแฟอยู่ที่ 290,000 ไร่ ให้ผลผลิตรวม 30,000 ตัน ขณะที่ประเทศไทยมีความต้องการมากถึง 70,000 ตัน โดยมีพื้นที่ปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าบริเวณจังหวัดเชียงราย ในปี พ.ศ. 2554 – 2555 มีผลผลิตรวมทั้งประเทศประมาณ 41,600 ตัน แบ่งเป็นกาแฟโรบัสต้า 35,300 ตัน และกาแฟอาราบิก้า 6,300 ตัน ซึ่งลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 7.77 และในปี พ.ศ. 2557 ผลผลิตกาแฟอาราบิก้าของประเทศไทยมีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 8,451 ตัน (พงษ์ศักดิ์ และคณะ, 2557)

สถานการณ์การแข่งขันการส่งออกและนำเข้าโดยเฉพาะการนำเข้ากาแฟจากประเทศในกลุ่มอาเซียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามแนวโน้มการบริโภคกาแฟของประเทศ อย่างไรก็ตามการศึกษาถึงข้อมูลการปลูกและการผลิตกาแฟอาราบิก้าของไทยจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมการ ทั้งนี้เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับเกษตรกรผู้ผลิตและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการแข่งขันทางด้านตลาดที่ไทยอาจจะต้องกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมและวิจัยเพื่อให้กาแฟอาราบิก้าของไทยมีมาตรฐานคุณภาพที่ดีและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศได้

กาแฟอาราบิก้าบนพื้นที่สูงของประเทศไทยเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนบนพื้นที่สูง ปัจจุบันกาแฟอาราบิก้าได้รับการส่งเสริมทั้งด้านวิจัยและพัฒนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เป็นพืชที่จะสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้ อย่างไรก็ตามสถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟอาราบิก้ามีความผันผวน อาจจะเนื่องจากขาดระบบการจัดการแบบบูรณาการของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลที่ถูกต้องและตรงตามสถานการณ์ด้านการผลิตและการตลาดกาแฟอาราบิก้าของไทยที่ยังไม่สามารถรวบรวมเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ในการส่งเสริมให้เกษตรกรได้

ในด้านของสถานการณ์การผลิตและตลาดของกาแฟอาราบิก้าของโครงการหลวงนั้น พบว่า ในพื้นที่โครงการหลวง ปีการผลิต 2554/55 มีจำนวนเกษตรกรทั้งหมด 2,272 ราย จากศูนย์พัฒนาโครงการหลวง 17 ศูนย์ มีผลผลิตกาแฟอาราบิก้า (กาแฟกะลา) ที่สามารถส่งจำหน่ายผ่านฝ่ายตลาดมูลนิธิโครงการหลวง ในปริมาณ 226,083.4 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 33,877,297 บาท ทั้งนี้ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยงเป็นพื้นที่ที่มีการปลูกกาแฟอาราบิก้ามากที่สุด โดยมีเกษตรกรทั้งหมด 281 ราย มีพื้นที่ปลูก 2,118

ไร่ และสามารถส่งผลิตผลกาแฟอาราบิก้า (กาแฟละลา) ปริมาณ 97,927.40 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่า 14,689,110 บาท (เขาวเรศ และคณะ, 2557 : รายงานโครงการวิจัยสินค้าโครงการหลวงที่มีศักยภาพในการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน)

ในปีการผลิต 2556/57 พบว่าโครงการหลวงมีจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟเพิ่มขึ้นเป็น 2,602 ราย จาก 2,272 ราย ในปีการผลิต 2554/55 ในขณะที่พื้นที่ส่งเสริมการปลูกกาแฟอาราบิก้าเพิ่มขึ้นเป็น 9,491 ไร่ จาก 1,982 ไร่ ในปีการผลิต 2554/55 และผลผลิตกาแฟละลาเพิ่มขึ้นเป็น 255,169 กิโลกรัม จาก 97,927.40 กิโลกรัมในปีการผลิต 2554/55 ตามลำดับ (ชัยวัฒน์, 2557) : รายงานผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ พ.ศ.2557 ด้านงานส่งเสริมและการจัดการผลผลิตกาแฟอาราบิก้า โครงการหลวง

ดังนั้น สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ได้เล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การตลาด และการส่งเสริมการปลูกกาแฟอาราบิก้าในพื้นที่โครงการหลวง จึงเห็นควรที่จะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพด้านการผลิตและการตลาดกาแฟอาราบิก้าในพื้นที่โครงการหลวง เพื่อที่จะได้ทราบถึงศักยภาพด้านการผลิตและศักยภาพด้านการตลาดกาแฟอาราบิก้า ตลอดจนได้ทราบถึงแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดกาแฟอาราบิก้าของโครงการหลวงต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

- 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟอาราบิก้าในพื้นที่โครงการหลวง
- 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพด้านการผลิตกาแฟอาราบิก้าในพื้นที่โครงการหลวง
- 3) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดกาแฟอาราบิก้าในพื้นที่โครงการหลวง
- 4) เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดกาแฟอาราบิก้าบนพื้นที่สูงในพื้นที่โครงการหลวง

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.3.1 ขอบเขตเชิงพื้นที่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาในพื้นที่ส่งเสริมการปลูกกาแฟอาราบิก้าของโครงการหลวง ที่ได้มีการส่งมอบผลผลิตกาแฟละลาให้กับโครงการหลวง ในปีการผลิต 2556/57 ที่มีจำนวน 15 ศูนย์/สถานี

### 1.3.2 ขอบเขตเชิงเนื้อหา

- 1) ศึกษาข้อมูลสถานการณ์ด้านการผลิตและการตลาดกาแฟอาราบิก้าของโครงการหลวง
- 2) การศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตกาแฟอาราบิก้า ซึ่งเป็นการดำเนินการศึกษาเพื่อชี้ให้เห็นถึงศักยภาพการผลิตกาแฟอาราบิก้าในประเด็น ต่อไปนี้
  - สภาพพื้นที่การปลูกและผลิตและทรัพยากรธรรมชาติ
  - ระบบการปลูกและการจัดการสวน (การปลูกและผลิตกาแฟอาราบิก้า)

- การลงทุนและการสนับสนุนการปลูก (ค่าใช้จ่าย / แหล่งเงินทุน)
- การจัดการผลผลิตและกระบวนการผลิตเมล็ดกาแฟ
- บุคคลเกี่ยวข้องกับการปลูกและการผลิต (เกษตรกร เจ้าหน้าที่ และผู้กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริม)
- นโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน
- ศักยภาพอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) การศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพการตลาดกาแฟอาราบิก้า ซึ่งเป็นการดำเนินการศึกษา เพื่อชี้ให้เห็นถึงศักยภาพการตลาดกาแฟอาราบิก้าในประเด็นต่อไปนี้

- ศักยภาพการตลาดกาแฟอาราบิก้าในตลาดโลก
- ศักยภาพการตลาดกาแฟอาราบิก้าในตลาดภายในประเทศ
- ศักยภาพการตลาดกาแฟอาราบิก้าของโครงการหลวง

4) เสนอแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดกาแฟอาราบิก้าบนพื้นที่สูงในพื้นที่โครงการหลวง



## 1.4 กรอบแนวคิด (Conceptual Framework)



## 1.5 นิยามศัพท์

1) **ศักยภาพ** หมายถึง ความสามารถที่จะพัฒนาต่อไป หรือขีดความสามารถของเกษตรกรในการจัดการการผลิต การจัดการการตลาด การจัดการการเงิน และการจัดการทั่วไป เพื่อพึ่งตัวเองได้ในทางเศรษฐกิจ

2) **การผลิตกาแฟ** หมายถึง การเพาะปลูกกาแฟเพอรำบัก้า ทำให้เกิดการผลิตเมล็ดกาแฟเป็นวัตถุดิบจากเมล็ดกาแฟต้องผ่านกระบวนการแปรรูป ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ทำให้ได้เมล็ดกาแฟหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาแฟเพอรำบัก้า

3) **การตลาดกาแฟ** หมายถึง เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจกาแฟทั้งหลายที่เกี่ยวข้องในเส้นทางการเคลื่อนย้ายของสินค้าและบริการจากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย (Kohls and Uhl, 2002) โดยระบบการตลาดของสินค้าและบริการเป็นระบบที่มีความซับซ้อนที่ประกอบไปด้วยทั้งทางเลือกของช่องทางทางการตลาดที่หลากหลาย (Marketing channels) คนกลางทางการตลาด (Marketing middlemen) หลายคนและหลายประเภท ซึ่งทำหน้าที่ทางการตลาด (Marketing function)

หลากหลายกิจกรรม โดยการทำกิจกรรมทางการตลาดของคนกลางทางการตลาดก็มุ่งที่จะให้เกิดการแลกเปลี่ยน จากการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ต่อผู้ซื้อหรือ ผู้ขายใน 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) อรรถประโยชน์ด้านรูปร่าง (Form utility) โดยการทำกิจกรรมทางการตลาด เช่น การแปรรูป ทำให้สินค้าอยู่ในรูปร่างที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจหรืออยากได้ 2) อรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place utility) โดยการทำกิจกรรมทางการตลาด เช่น กิจกรรมการขนส่ง ในการกระจายสินค้าให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายและทั่วถึง 3) อรรถประโยชน์ด้านเวลา (Time utility) โดยการทำกิจกรรมทางการตลาด เช่น กิจกรรมการเก็บรักษา เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการในเวลาที่ผู้บริโภคมีความต้องการ และ 4) อรรถประโยชน์ด้านความเป็นเจ้าของ (Possession utility) คือการทำกิจกรรม การตลาด เช่น กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้ซื้อหรือผู้ขายพึงพอใจหรือรู้สึกถึงความแตกต่างของการได้เป็นเจ้าของสินค้าและการใช้ประโยชน์จากสินค้าที่หลากหลาย

4) ศักยภาพด้านการผลิตกาแฟอบิก้านในพื้นที่โครงการหลวง ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การวัดประมาณค่าของศักยภาพที่ประเมินได้โดยใช้มาตราลิเคอร์ท (Likert 's Scale) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดช่วงคะแนนของค่ามัชฌิมาเลขคณิต และกำหนดเกณฑ์ของศักยภาพการผลิตไว้ดังนี้คือ 5) หมายถึงมีศักยภาพการผลิตสูง/มากที่สุด 4) หมายถึง มีศักยภาพการผลิตมาก 3) หมายถึง มีศักยภาพการผลิตปานกลาง 2 หมายถึง มีศักยภาพการผลิตต่ำ/น้อย และ 1 หมายถึงมีศักยภาพการผลิตต่ำที่สุด/น้อยที่สุด

5) ศักยภาพด้านการตลาดกาแฟอบิก้านในพื้นที่โครงการหลวง ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ศักยภาพการตลาดกาแฟอบิก้าของไทยในตลาดโลก 2) ศักยภาพการตลาดในตลาดภายในประเทศ และ 3) ศักยภาพการตลาดกาแฟอบิก้าของโครงการหลวง

6) ผลกาแฟสด (Coffee Cherry) หมายถึง ส่วนของผลผลิตที่ได้จากต้นกาแฟ ผลสดของกาแฟประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้คือ

- เปลือกผล (exocarp) ส่วนใหญ่มีสีสีแดงเมื่อสุกแก่เต็มที่ แต่ก็มีบางสายพันธุ์ที่เปลือกผลเป็นสีเหลือง หรือสีส้ม
- เนื้อกาแฟ (mesocarp) อยู่ใต้เปลือกผล เป็นเนื้อบางๆ สีใส มีรสหวานเล็กน้อยเมื่อผลสุกเต็มที่
- กะลา (parchment) อยู่ใต้เนื้อกาแฟ กะลาเป็นส่วนที่มีลักษณะเหนียวแข็ง สีเหลืองอ่อนหุ้มเมล็ดไว้ภายใน
- เยื่อหุ้มเมล็ด (silverskin) เป็นเยื่อบางๆ สีเหลืองอ่อนติดกับเมล็ด
- เมล็ด (endosperm หรือ seed หรือ bean) เป็นส่วนเนื้อเมล็ดที่มนุษย์นำมาใช้ประโยชน์ โดยการนำมาคั่วด้วยความร้อนจนเป็นกาแฟคั่วมันนั่นเอง

7) กาแฟกะลา (parchment coffee) หมายถึง เมล็ดกาแฟแห้งที่ได้จากผลกาแฟสุกที่เอาส่วนของเปลือกชั้นนอก และเนื้อที่ติดกับเปลือกออก แต่ยังคงมีเปลือกชั้นในที่มีลักษณะเป็นเปลือกแข็งเหนียวสีเหลืองอ่อนๆ หุ้มเมล็ดอยู่ กาแฟกะลาเป็นผลผลิตที่ได้จากการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวที่เรียกว่า วิธีเปียก

8) กาแฟเมล็ด (Coffee Bean) หรือสารกาแฟ (Green Coffee) หมายถึง เมล็ดกาแฟแห้งที่ได้จากผลกาแฟสุกที่เอาส่วนของเปลือกชั้นนอกโดยการกะเทาะ และเปลือกชั้นในที่เรียกว่ากะลาออกแล้ว หรือผ่านกระบวนการผลิตมีลักษณะสีเขียวอมฟ้า

9) กาแฟคั่ว (Roasted Coffee) เป็นการนำเอากาแฟเมล็ด (Coffee Bean) หรือสารกาแฟ (Green Coffee) มาคั่วในเครื่องคั่วที่มีการควบคุมอุณหภูมิการคั่ว 200-250 °C ในเวลา 20-30 นาทีจะได้กาแฟคั่วสุก นำไปบดและชงดื่มได้ การนำกาแฟไปดำเนินการคั่วจัดเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อรสชาติ กลิ่น และเนื้อของกาแฟที่แต่ละผู้เชี่ยวชาญจะกำหนดตามสูตรของตนเอง

10) วิธีเปียก (Wet Process) หมายถึง กระบวนการจัดการเพื่อทำให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพดี โดยการนำผลกาแฟสดเหล่านั้นมาปอกเปลือกด้วยเครื่องปอกเปลือกผลสด (pulper) เพื่อแยกเอาส่วนของเปลือกผลออก จากนั้น นำเอาส่วนของเมล็ดที่มีเนื้อเมือกกลืน (mucilage) หุ้มเปลือกหุ้มเมล็ด (parchment) อยู่ ไปหมักในน้ำเป็นระยะเวลาประมาณ 24-48 ชั่วโมง เมื่อเมือกกลืนสลายตัวแล้วจึงนำไปล้างน้ำให้สะอาด แล้วนำไปตากแดดให้แห้ง เรียกว่า กาแฟกะลา (parchment coffee) ซึ่งเกษตรกรหรือผู้แปรรูปสามารถเก็บรวบรวมไว้เพื่อรอการจำหน่ายต่อไป หรือทำการสีเอาส่วนเปลือกหุ้มเมล็ดหรือกะลาแห้งออกจำหน่ายเป็นลักษณะกาแฟเมล็ดดิบ

11) วิธีแห้ง (Dry Method หรือ Natural Method) กระบวนการทำกาแฟเมล็ดที่ง่ายและไม่ต้องเตรียมขบวนการให้ยุ่งยาก เป็นวิธีการที่ดำเนินการโดยนำเอาผลกาแฟ (coffee cherry) มาตากแดดประมาณ 15-20 วัน นำเอาผลกาแฟแห้งนั้นเข้าเครื่องสีกะเทาะเมล็ด (huller) ก็จะได้กาแฟเมล็ดที่ต้องการ การทำวิธีดังกล่าวนี้เหมาะที่จะทำในพื้นที่ขาดน้ำปริมาณกาแฟมาก และผู้ผลิตสารกาแฟขาดความรู้ความชำนาญในการทำสารกาแฟโดยวิธีเปียก ข้อเสียของวิธีการนี้คือ สารกาแฟมีความไวต่อการดูดกลืนน้ำ เมือกหุ้มรอบกะลากาแฟ (mucilage) ที่อยู่ใต้เปลือกกาแฟซึ่งมีปริมาณน้ำตาลอยู่เมื่อมีการเก็บ มากองจะเกิดการหมัก (fermentation) จะมีผลต่อรสชาติและกลิ่นของสารกาแฟได้ ทำให้ได้สารกาแฟที่มีคุณภาพต่ำ

12) กาแฟสำเร็จรูป (Instant Coffee) หมายถึง ผลกาแฟที่เมื่อนำไปชงด้วยน้ำร้อนแล้ว ละลายน้ำได้ทั้งหมด ไม่มีกากผงกาแฟเหลืออยู่ กาแฟสำเร็จรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องผ่านกระบวนการอีกระดับหนึ่งในโรงงานแปรรูป หลังจากที่เป็นกาแฟคั่ว-บดแล้ว ซึ่งงบประมาณการลงทุนในการผลิตจะต้อง

ประกอบด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีเฉพาะ ในประเทศไทยมีโรงงานที่ผลิตกาแฟสำเร็จรูปอยู่เพียง 3 แห่ง ได้แก่ บริษัทควอลิตี้คอฟฟี่โปรดักทส์ ประเทศไทย จำกัด (ผลิตภัณฑ์ชื่อ เนสกาแฟ) บริษัทกาแฟเขาช่อง 1979 จำกัด (ผลิตภัณฑ์ กาแฟเขาช่อง) และบริษัท ชารา ลี คอฟฟี่ ประเทศไทย จำกัด (ผลิตภัณฑ์ชื่อ มอคโคน่า)

13) กาแฟสำเร็จรูปผสม (Mixed Instant Coffee) หมายถึง กาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่ม มีส่วนผสมในหลายสัดส่วนขึ้นอยู่กับปริมาณกาแฟ เช่น กาแฟ Three in One (3 ใน 1) เป็นการผสมกาแฟ น้ำตาล และครีม หรือกาแฟ Five in One (5 ใน 1) เป็นการผสมกาแฟสำเร็จรูป น้ำตาล ครีม ผงอบเชย และคาราเมล เป็นต้น

