

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจการจัดจำหน่ายกาแฟสกัดเย็น
ภายใต้แบรนด์ "KOFE KEG COLD BREW COFFEE"



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง กาแฟสดจากกรรมวิธีสกัดเย็น “KOFE KEG” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง บรรลุผลตามเป้าหมายได้ด้วยความความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนพล วีราสา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงขอขอบพระคุณอาจารย์กฤษกร สุขเวชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ผู้สอนวิชาการศึกษาศาสตร์เป็นอย่างยิ่ง สำหรับคำชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและการดำเนินธุรกิจในสถานการณ์จริง อีกทั้งสร้างแรงบันดาลใจและความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าในการเป็นผู้ประกอบการทำธุรกิจอย่างแท้จริง

คณะผู้จัดทำขอกราบขอขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญของคณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่คณะผู้จัดทำและรวมถึงผู้เกี่ยวข้องอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้ ท้ายที่สุด คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเกิดประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้จัดทำขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ฐิปปัจจ์ เตียตระกูล

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท คอฟฟี่เคก จำกัด เป็นธุรกิจจำหน่ายกาแฟสดจากกรรมวิธีสกัดเย็นสำหรับผู้ชื่นชอบดื่มกาแฟทั่วไปและผู้สนใจจำหน่ายกาแฟสด โดยบริษัทฯจะเป็นผู้ผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ของ KOFE KEG ซึ่งผ่านการออกแบบและพัฒนาโดยทีมงานมืออาชีพ คัดสรรวัตถุดิบอย่างดี ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองการบริโภคของกลุ่มผู้นิยมดื่มกาแฟสดแต่มีปัญหาเกี่ยวกับโรคกระเพาะอาหารหรือกรดไหลย้อน รวมถึงผู้ที่สนใจอยากจำหน่ายกาแฟสดแต่ไม่มีเงินทุนซื้อเครื่องชงกาแฟ

ในปัจจุบันปริมาณการดื่มกาแฟของผู้บริโภคกาแฟสดนั้นมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้วิเคราะห์ว่า ผลิตภัณฑ์กาแฟทุกประเภทยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และสามารถเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากอัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยในปัจจุบันยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำคือ บริโภคน้อยกว่าร้อยละ 0.5 กิโลกรัม/คน/ปี หรือคิดเป็นเพียง 130-150 ถ้วย/คน/ปี เท่านั้น (หรือเฉลี่ยไม่ถึงหนึ่งแก้ว/คน/วัน) เพราะปริมาณคนไทยที่บริโภคกาแฟเป็นประจำมีเพียงร้อยละ 30 จากประชากรคนไทยทั้งหมดกว่า 60 ล้านคน ซึ่งยังมีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับประเทศในแถบเอเชีย อย่างเช่น ญี่ปุ่น ดื่มกาแฟเฉลี่ย 500 แก้ว/คน/ปี หรืออเมริกาที่ดื่มกาแฟเฉลี่ย 700 แก้ว/คน/ปี (หรือเฉลี่ย 2 แก้ว/คน/วัน) และเมื่อพิจารณาข้อมูลมูลค่าตลาดรวมกาแฟในประเทศไทยนั้นมีมูลค่าสูงถึง 31,000 ล้านบาท ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

โดยจุดเริ่มต้นของธุรกิจนี้เกิดขึ้นจากความชื่นชอบในการดื่มกาแฟของหนึ่งในผู้ถือหุ้น ซึ่งจากความชื่นชอบดื่มกาแฟและเข้าร้านกาแฟบ่อยครั้ง จึงทำให้สังเกตเห็นในช่วงเวลาเร่งรีบ อย่างเช่นตอนเช้าหรือพักกลางวันในที่ทำงาน มักจะมีผู้ที่ชื่นชอบดื่มกาแฟเหมือนกันมาเข้าคิวเพื่อซื้อกาแฟอย่างหนาแน่นเป็นจำนวนมาก และต้องรอเป็นเวลานานพอสมควร อีกทั้งในบางครั้งรสชาติที่เปรี้ยวเข้มข้นจนเกินไปนั้น ทำให้ไม่สบายท้องหรือในกลุ่มคนที่เป็นโรคกระเพาะอาหารและกรดไหลย้อนก็จะทำให้ปวดท้องอันเนื่องมาจากกรดในกาแฟขึ้นมาได้ ทำให้ตระหนักถึงปัญหาด้านความรวดเร็วและสุขภาพในการดื่มกาแฟสดรวมถึงความสะดวกและง่ายต่อการชงจึงได้ค้นคว้าและหาวิธีการชงกาแฟด้วยกรรมวิธีต่างๆเพื่อมาแก้ปัญหาดังกล่าว ประกอบกับผู้ถือหุ้นอีกคนหนึ่งมีธุรกิจร้านขนมไข่มุกอยู่แล้ว ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านการจัดการร้านประเภทเครื่องดื่ม

ด้วยปัจจัยและเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้ผู้ถือหุ้นมีความสนใจในธุรกิจกาแฟสดจากกรรมวิธีสกัดเย็น โดยทางบริษัทฯได้รับความร่วมมือจาก กลุ่มผู้ปลูกกาแฟ อ.ดอย

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

สะเก็ด จ.เชียงใหม่ ช่วยให้คำปรึกษาและเป็นแหล่งวัตถุดิบ เพื่อผลิตต้นแบบจนสำเร็จเป็นผลิตภัณฑ์
ชิ้นสมบูรณ์พร้อมจัดจำหน่ายสู่ตลาด

ดังนั้นเพื่อสร้างโอกาสการรับรู้ในตราสินค้าให้แพร่หลายแก่ผู้ชื่นชอบคัมภีร์คาเฟ่และผู้
ที่สนใจ โดยการเริ่มจัดจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรงด้วยวิธีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและ
จัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก อีกทั้งยังมีกลยุทธ์ที่ใช้สำหรับการรับรู้และเพิ่มช่อง
ทางการจำหน่ายให้ครอบคลุม ด้วยวิธีเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับ
คาเฟ่ อีกทั้งยังมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายตามจังหวัดที่สำคัญภายในประเทศ ดังนั้นทางบริษัทฯจึง
หวังว่าจะสามารถครองใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก ตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจ
ในผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความภักดีต่อตราสินค้าของ KOFE KEG ทำให้ KOFE KEG
เป็นแบรนด์คาเฟ่ที่สามารถขงเดิมได้ด้วยตัวเองทุกที่ทุกเวลา อีกทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ
ให้กลายเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจของผู้บริโภค และในประเทศไทยตลอดไป

สารบัญ

| | หน้า |
|---|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ข |
| บทสรุปผู้บริหาร | ค |
| สารบัญ | จ |
| สารบัญรูปภาพ | ช |
| บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ | 1 |
| 1.2 ปัญหาในตลาดปัจจุบัน | 3 |
| 1.3 โอกาสในตลาดปัจจุบัน | 4 |
| 1.4 สรุปแนวคิด | 6 |
| บทที่ 2 การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด | 7 |
| 2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก | 7 |
| 2.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายและการเมือง (Politic) | 7 |
| 2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic) | 7 |
| 2.1.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social) | 8 |
| 2.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) | 9 |
| 2.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ (SWOT Analysis) | 9 |
| 2.2.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) | 9 |
| 2.2.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness) | 10 |
| 2.2.3 การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity) | 10 |
| 2.2.4 การวิเคราะห์อุปสรรค (Threat) | 10 |
| บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรม | 11 |
| 3.1 การวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรม | 11 |
| 3.1.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry) | 11 |
| 3.1.2 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (New Entrants) | 11 |
| 3.1.3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customer) | 11 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|-----------|
| 3.1.4 อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier) | 12 |
| 3.1.5 สินค้าทดแทน (Substitutions) | 12 |
| 3.2 การวิเคราะห์คู่แข่งในกลุ่มอุตสาหกรรม (Competitor Analysis) | 13 |
| 3.2.1 คู่แข่งในตลาดโดยตรง | 13 |
| 3.2.2 คู่แข่งทางอ้อม | 13 |
| บทที่ 4 ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ | 14 |
| 4.1 ภาพรวมของบริษัท | 14 |
| 4.2 ความหมายของชื่อตราสินค้า | 15 |
| 4.3 รูปแบบของธุรกิจ | 16 |
| 4.4 ผลิตภัณฑ์และบริการ | 17 |
| บทที่ 5 แผนการตลาด | 19 |
| 5.1 เป้าหมายทางการตลาด | 19 |
| บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ | 21 |
| บรรณานุกรม | 23 |
| ภาคผนวก | 25 |
| ภาคผนวก ก ประวัติกาแฟ | 26 |
| ภาคผนวก ข ชนิดของเมล็ดกาแฟ | 28 |
| ภาคผนวก ค การผลิตเมล็ดกาแฟ | 29 |
| ภาคผนวก ง ชนิดของกาแฟ | 33 |
| ภาคผนวก จ แหล่งผลิตกาแฟที่มีชื่อเสียง | 37 |
| ภาคผนวก ฉ สายพันธุ์กาแฟแต่ละชนิด | 38 |
| ภาคผนวก ช การเพาะปลูก | 47 |
| ภาคผนวก ซ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม | 49 |
| ภาคผนวก ฌ เศรษฐกิจกับกาแฟ | 50 |
| ภาคผนวก ญ กาแฟกับสังคม | 52 |
| ภาคผนวก ดู สรรพคุณของกาแฟ | 53 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ภาคผนวก ก ประโยชน์ของกาแฟ | 57 |
| ภาคผนวก ฉ โทษของกาแฟ | 59 |
| ภาคผนวก ค สถานการณ์ตลาดกาแฟภายในประเทศไทย | 61 |
| ภาคผนวก ด พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกาแฟจากแบบสอบถามการวิจัย | 78 |
| ภาคผนวก น ขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า | 81 |
| ประวัติผู้วิจัย | 93 |



สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|--|------|
| 1.1 | ภาพแสดงสัดส่วนทางการตลาดของกาแฟทั้งหมดในประเทศไทย | 1 |
| 1.2 | แสดงวิธีการชงกาแฟด้วยวิธีต่างๆ | 2 |
| 4.1 | แสดงสัญลักษณ์ตราสินค้า KOFEE KEG (คอฟฟี่เคก) | 15 |
| 4.2 | แสดงผลภัณฑ์เครื่องคั่วกาแฟสกัดเย็น “Kofe Keg Coffee” ในรูปแบบขวด | 18 |
| 4.3 | แสดงผลภัณฑ์เครื่องคั่วกาแฟสกัดเย็น “Kofe Keg Coffee” ในรูปแบบถัง | 18 |



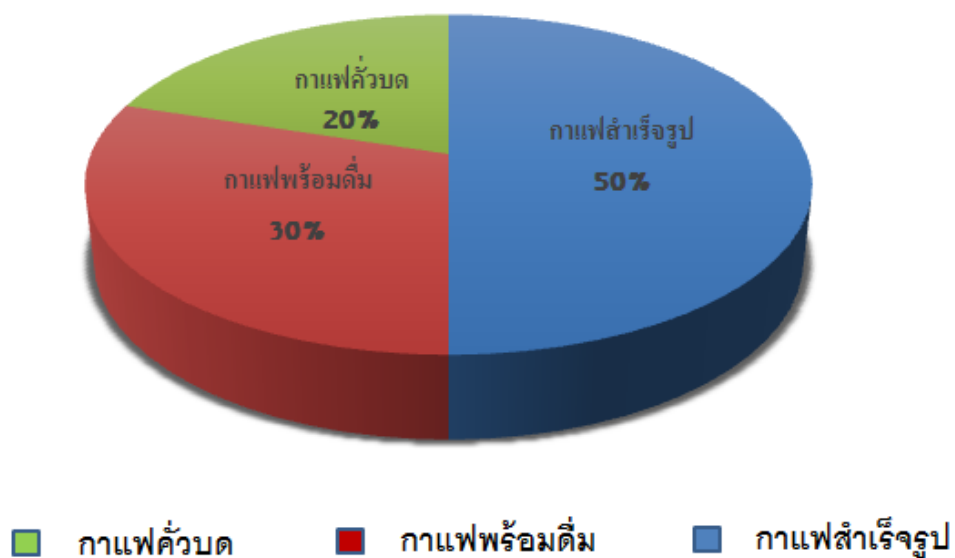
บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ซึ่งในปัจจุบันนี้ตลาดเครื่องดื่มประเภทกาแฟนั้นมีมูลค่าตลาดที่สูงมาก โดยเฉพาะกาแฟสำเร็จรูป กาแฟพร้อมดื่ม และกาแฟสดหรือกาแฟแก้วกด ซึ่งมูลค่าตลาดรวมของเครื่องดื่มกาแฟในปี 2557 ประมาณ 31,000 ล้านบาท โดยแบ่งสัดส่วนเป็นดังนี้

สัดส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทกาแฟในประเทศไทย



ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงสัดส่วนทางการตลาดของกาแฟทั้งหมดในประเทศไทย

เพราะฉะนั้นจากข้อมูลที่ได้เห็นในภาพนั้นจะเห็นได้ว่าตลาดเครื่องดื่มประเภทกาแฟในประเทศไทยนั้นค่อนข้างที่จะมีศักยภาพมาก ในด้านการแปรรูปเมล็ดกาแฟให้เป็นผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปและกาแฟพร้อมดื่ม แต่สินค้าประเภทสำเร็จรูปนั้น โดยส่วนใหญ่ถูกส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และกาแฟพร้อมดื่มก็จะเป็นสินค้าสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนมีรายได้น้อยการแข่งขันในตลาดสูง แต่กาแฟแก้วกดนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มได้และเป็นที่ยอมรับมากที่สุดในตลาดของกาแฟในกลุ่มคนทำงานประจำหรือพนักงานออฟฟิศ โดย

จากภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่า Cold Brew Coffee นั้นเป็นหนึ่งในวิธีการสกัดสารกาแฟจากวิธีการทั้งหมดในโลกที่มีอยู่หลากหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีก็จะให้รสชาติและกลิ่นหอมของกาแฟที่แตกต่างกันออกไป ในส่วนวิธีการชงแบบวิธี Cold Brew Coffee หรือ การสกัดเย็น คือ การนำกาแฟคั่วบดมาหมักไว้ในน้ำเย็น เหมือนระบบการหมักไวน์หรือเบียร์ เพื่อให้สารกาแฟค่อยๆ ละลายปนออกมาคับน้ำ โดยใช้เวลาในการหมักประมาณ 10-24 ชั่วโมง แล้วนำมากรองแยกกากกาแฟกับน้ำกาแฟ ซึ่งวิธีการนี้จะแตกต่างจากกาแฟทั่วไปส่วนใหญ่ที่ใช้น้ำร้อนในการชงกาแฟ ใช้เวลาเพียงไม่กี่นาทีเท่านั้น ก็จะได้น้ำกาแฟที่ส่งกลิ่นหอมพุ่ง แต่กลิ่นหอมนี้จะอยู่ได้ไม่ได้นานและความร้อนเป็นสิ่งที่ทำให้กรดอะซิติกที่อยู่ในเมล็ดกาแฟละลายออกมาด้วย ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้กาแฟมีรสออกเปรี้ยวนั่นเอง ด้วยเหตุนี้คอกาแฟเชื่อว่ากาแฟสกัดเย็นแบบนี้จะให้รสชาติละมุนกว่ารวมทั้งคุณสมบัติที่สำคัญของ Cold Brew Coffee นี้ก็จะมีค่าความเป็นกรดที่ต่ำกว่ากาแฟที่ชงด้วยน้ำร้อนทั่วไป ซึ่งจะทำให้ผู้ที่เป็นโรคกระเพาะสามารถรับประทานได้และอีกทั้งยังคงคุณสมบัติของกาแฟสดไว้ได้นานถึง 4 สัปดาห์โดยที่ยังคงรสชาติและกลิ่นหอมของกาแฟไว้ได้อีกด้วย

ด้วยปัจจัยและเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้ทางบริษัทฯ มีความสนใจในธุรกิจกาแฟสดจากกรรมวิธีสกัดเย็น “KOFE KEG” ที่เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบกาแฟและมีปัญหาเกี่ยวกับกรดในกระเพาะอาหาร ทางกลุ่มจึงรวมตัวเพื่อศึกษาค้นคว้า และหาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ซึ่งพบปัญหาและโอกาสทางการตลาด (Problems & Opportunities) ดังต่อไปนี้

1.2 ปัญหาในตลาดปัจจุบัน (Problems)

1.2.1 เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับร้านกาแฟมีราคาสูง

จากการสำรวจตลาดโดยการลงพื้นที่จริง พบว่าอุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับเปิดร้านกาแฟในตลาดประเทศไทย แต่ละรายการนั้นมีราคาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะเครื่องชงกาแฟ โดยส่วนมากราคาจะเริ่มตั้งแต่ประมาณ 25,000 บาทขึ้นไปสำหรับเครื่องชงแบบหัวเดียว และมีราคาสูงขึ้นหากเป็นเครื่องชงแบบ 2 หัว ราคาอาจสูงถึง 3-5 แสนบาท โดยยังไม่รวมเครื่องบดเมล็ดกาแฟและอุปกรณ์ประกอบต่างๆ ที่ต้องใช้ในการชง ซึ่งล้วนเป็นต้นทุนแรกเริ่มในการที่จะเปิดร้านทั้งสิ้น

1.2.2 เสียโอกาสในช่วงเวลาเร่งด่วน

ด้วยวิถีชีวิตที่รีบเร่งของคนทำงาน จะมีเวลาทำงานและพักกลางวันพร้อมกัน เป็นช่วงเวลาที่ขายดีที่สุดของร้านกาแฟ จึงทำให้ปริมาณคนรอคิวสะสมนั้นมีมากขึ้นตามระยะเวลาในการชงกาแฟแต่ละแก้ว เนื่องจากกาแฟแต่ละแก้วนั้นต้องใช้เวลาชงอย่างน้อยประมาณ 3-4 นาทีต่อแก้ว หากมีปริมาณลูกค้ามาก จะต้องเสียเวลาในการรอคิวนานสะสมขึ้นไปเรื่อยๆ นอกจากทำให้ลูกค้าเสียเวลาและหงุดหงิดกับการรอของลูกค้านี้แล้ว ยังทำให้เกิดการเสียโอกาสในการขาย เพราะหากลูกค้าไม่รอหรือเมื่อเห็นคนเยอะก็จะเลือกไปซื้ออย่างอื่นทดแทน

1.2.3 ผู้ที่เป็นโรคกระเพาะอาหารหรือกรดไหลย้อนไม่ดื่มกาแฟ เนื่องจากกรดในกาแฟ

กาแฟสดในท้องตลาดทั่วไปนั้น ขั้นตอนการสกัดให้ได้น้ำกาแฟ ต้องอาศัยความร้อนจากไอน้ำหรือน้ำร้อนเป็นตัวทำละลาย ให้ได้กลิ่นและรสชาติในเมล็ดกาแฟออกมา เพราะด้วยความร้อนนี้ ทำให้กาแฟขงร้อนมีรสชาติและกลิ่นที่เด่นกว่ากาแฟขงเย็นในตอนเริ่มแรก น้ำร้อนจะดึงสารเคมีที่ละลายน้ำได้ ออกมาสู่กาแฟแก้วได้อย่างรวดเร็วและทำให้มีความผันผวนมากขึ้น ซึ่งหมายความว่าสารเคมีที่ละลายน้ำได้ที่ก่อให้เกิดรสชาติและกลิ่นที่โดดเด่นนั้นก็จะระเหยไปในอากาศได้ง่าย วิธีนี้ใช้เวลาเพียงไม่กี่นาทีก็จะได้กาแฟที่มีกลิ่นหอมฉุย และมีรสเปรี้ยวชนิด ๆ จากกรดอะซิติก ซึ่งกรดอะซิติกนี้เองที่จะทำให้คนที่เป็นโรคกระเพาะอาหารหรือกรดไหลย้อนเกิดอาการระคายเคืองในกระเพาะอาหาร ซึ่งเป็นที่มาของอาการปวดท้องนั่นเอง โดยค่าความเป็นกรดของกาแฟที่ได้จากการชงร้อนจะอยู่ที่ PH 3-5 ส่วนกาแฟสกัดเย็นจะอยู่ที่ PH 6 ซึ่งมีค่าใกล้เคียงความเป็นกลาง

1.3 โอกาสในตลาดปัจจุบัน (Opportunities)

1.3.1 การเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟอินดี้

"ร้านกาแฟอินดี้" เริ่มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาและมีสัดส่วนมากที่สุด ในขณะนี้ กลุ่มธุรกิจร้านกาแฟแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1) ร้านกาแฟเชน ซึ่งเป็นแบรนด์มีราว 20 % 2) ร้านกาแฟอินดี้ ซึ่งเจ้าของเป็นคนรุ่นใหม่ทำเองขายเอง มีราว 50 % และ 3) ร้านกาแฟรายย่อยราว 30 %

โดยเจ้าของร้านกาแฟอินดี้ส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ บางคนเพิ่งเรียนจบ ซึ่งเจ้าของลงทุนเองและขายเอง มีจุดขายเรื่องไลฟ์สไตล์ของร้านการดีไซน์ งานศิลปะ และการมีเรื่องราว

(Story) ที่นำมาเป็นอีกจุดขายหนึ่งของร้านสามารถตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบความมีสไตล์ของร้านกาแฟ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งกาแฟที่มีเรื่องราวความเป็นมาที่มีความแปลกและมีสไตล์ก็เป็นจุดขายและดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ได้อย่างมาก

1.3.2 การเติบโตของผู้บริโภคกาแฟสดในประเทศไทยยังน้อย

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้วิเคราะห์ว่า ผลผลิตกาแฟทุกประเภทยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และสามารถเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากอัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยในปัจจุบันยังอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ถือว่าสูงมาก คือ บริโภคน้อยกว่าร้อยละ 0.5 กิโลกรัม/คน/ปี หรือคิดเป็นเพียง 130-150 แก้ว/คน/ปี เท่านั้น (หรือเฉลี่ยไม่ถึงหนึ่งแก้ว/คน/วัน) เพราะคนไทยที่บริโภคกาแฟเป็นประจำมีเพียงร้อยละ 30 จากประชากรคนไทยทั้งหมดกว่า 60 ล้านคน ซึ่งยังมีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับประเทศในแถบเอเชียอย่างเช่น ญี่ปุ่น ดื่มกาแฟเฉลี่ย 500 แก้ว/คน/ปี หรืออเมริกาที่ดื่มกาแฟเฉลี่ย 700 แก้ว/คน/ปี (หรือเฉลี่ย 2 แก้ว/คน/วัน) ดังนั้น ธุรกิจผลิตกาแฟยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก

1.3.3 คนรุ่นใหม่สนใจในอาชีพอิสระ

คนรุ่นใหม่ Gen Y, Z (Y เกิดระหว่างปี 2523-2540, Z เกิดหลังปี 2540 ขึ้นไป) มีแนวโน้มที่เรียนจบแล้วไม่ยอมทำงานประจำ หรือทำงานประจำแต่ไม่นานก็ลาออกมาหาอิสระให้กับชีวิตกันมากขึ้น ด้วยอาชีพอิสระต่างๆ ตามความรู้ ความสนใจ และความสามารถเฉพาะทางของแต่ละคน

ด้วยไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ที่ชอบนอกเหนือจากเงินเดือนและสวัสดิการ ปัจจัยที่ว่านั่นก็คือ “อิสรภาพ” ในการใช้ชีวิต ด้วยเหตุนี้เราจึงมักเห็น “ร้านกาแฟ” ฟูชันเป็นดอกเห็ดตามย่านเมืองและชานเมืองจำนวนมาก

1.4 สรุปแนวคิด

จากที่ทางบริษัทฯ ได้ศึกษาค้นคว้าและหาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ซึ่งพบปัญหาและโอกาสในตลาดดังที่กล่าวมาเบื้องต้น ทำให้ทางกลุ่มบริษัทฯ เห็น โอกาสและคิดผลิตภัณฑ์ “KOFE KEG” กาแฟสดจากกรรมวิธีสกัดเย็น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกาแฟและผู้เริ่มทำธุรกิจร้านกาแฟสด เพื่อช่วยแก้ปัญหาอาการปวดท้องจากกรดในกาแฟสำหรับผู้ที่เป็น โรคกระเพาะอาหารอักเสบและช่วยลดต้นทุนในการเปิดร้านกาแฟ และสามารถลดระยะเวลาในการชงกาแฟ ซึ่งทำให้เพิ่มโอกาสในการขายในช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังสามารถนำกาแฟไปชงภายนอกร้านได้โดยไม่ต้องอาศัยเครื่องมือในการชงกาแฟได้อีกด้วย



บทที่ 2

การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST ANALYSIS) นั้นคือเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก็ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสภาพสังคม และสุดท้าย ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

2.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายและการเมือง (POLITIC)

การเมืองภายในประเทศอาจมีความไม่แน่นอนอยู่บ้างเนื่องจาก ซึ่งต้องมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลอยู่บ่อยครั้ง รวมทั้งยังอาจจะมีปัญหาเรื่องการปิดถนนต่างๆอย่างที่เราได้เห็นกันในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็อาจจะเป็นสาเหตุสำคัญที่มีผลกระทบต่อธุรกิจของเราได้ อาทิเช่น ปัญหาด้านการขนส่งสินค้าอาจจะเกิดขึ้นในช่วงที่มีการชุมนุมปิดถนนสายต่างๆมากมายในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (ECONOMIC)

เศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในภาวะค่อนข้างดีเนื่องจากการฟื้นตัวของ การบริโภคที่ได้รับผลดีจากราคาเชื้อเพลิงที่ปรับลดลง และการลงทุนของ ภาคเอกชนที่จะเพิ่มขึ้นหลังจากที่ทางการได้เร่งอนุมัติโครงการลงทุนต่างๆ ในช่วงที่ผ่านมา ทั้งนี้ นโยบาย การเงินที่ยังผ่อนปรนจะ ช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ อย่างไรก็ดี การขยายตัวของ การลงทุน ภาคเอกชนจะได้รับอุปสรรคจากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่อยู่ในระดับต่ำ อุปสงค์ต่างประเทศที่ยังชะลอตัว และความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนทางการเมือง ขณะที่การบริโภคภาคเอกชนยังมีข้อจำกัดจาก หนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูงและสถาบันการเงินมีความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น นอกจากนี้ ความต้องการสินค้าไทยในตลาดโลกยังอ่อนแอ อีกทั้งการลงทุนของภาครัฐทำได้ล่าช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้อีกด้วย

2.1.3 ปัจจัยด้านสังคม (SOCIAL)

สภาพสังคมไทยในปัจจุบันถือว่ามีความนิยมในการดื่มกาแฟหรือบริโภคกาแฟเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดการณ์ว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์กาแฟในอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเติบโตมากกว่า 100 เปอร์เซ็นต์

เมื่อพิจารณาเฉพาะร้านกาแฟพรีเมียม จะเห็นได้ว่า ปริมาณการขายเพิ่มขึ้นอย่างต่ำ 500 ล้านบาทต่อปีเนื่องจากปริมาณร้านกาแฟพรีเมียมที่เปิดตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และผู้บริโภคหันมาดื่มกาแฟคั่วบดแทนกาแฟสำเร็จรูปมากขึ้น

ความนิยมในร้านกาแฟพรีเมียมส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านช่องทางการจำหน่าย ซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดให้บริการในพื้นที่ร้านค้าสมัยใหม่หรือ Modern Trade ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ดิสคันทน์ สโตร์ ทำให้เกิดการแย่งพื้นที่ทำเลดี ทำให้ต้นทุนในการขยายสาขาแต่ละแห่งเพิ่มสูงขึ้น ทางผู้ประกอบการปรับกลยุทธ์โดยการเน้นความหลากหลายและสร้างความแตกต่าง โดยขยายสาขาเพื่อให้บริการครอบคลุมพื้นที่ที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยทำเลนอกร้านค้าสมัยใหม่ที่น่าสนใจ คือ บิมน้ำมัน โรงภาพยนตร์ รถไฟฟ้า ศูนย์แสดงสินค้า ร้านหนังสือ โรงพยาบาล สถานออกกำลังกาย สถานีรถไฟฟ้า และท่าอากาศยาน

ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจกาแฟเป็นธุรกิจ ที่มีอัตราการขยายตัวสูง ผู้ประกอบการขนาดย่อมมีการปรับปรุงธุรกิจของตนเอง รวมทั้งมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาอีกเป็นจำนวนมาก ถึงแม้กาแฟจะเป็นเครื่องดื่มที่มีจำหน่ายและเป็นที่รู้จักในประเทศไทยมาเป็น เวลานาน แต่ลักษณะความนิยมและพฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทย จะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากชาวต่างประเทศ

ธุรกิจเครื่องดื่มกาแฟพรีเมียมยังคงเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน เนื่องจากการที่โอกาสทางธุรกิจยังเปิดกว้าง จากการที่ปริมาณการบริโภคกาแฟของคนไทยยังอยู่ในเกณฑ์ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับในหลายประเทศ และส่วนใหญ่ยังนิยมบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ซึ่งธุรกิจกาแฟพรีเมียมนี้จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของคนไทย นอกจากนี้ ปัจจุบันธุรกิจกาแฟพรีเมียมกำลังกลายเป็นกระแสความนิยมอย่างมาก อย่างไรก็ตาม นักลงทุนรายย่อยก็ต้องเข้ามาในธุรกิจนี้อย่างระมัดระวัง เนื่องจากมีความเสี่ยงสูงกว่านักลงทุนรายใหญ่ที่มีทั้งกำลังเงินและความรู้ ด้านเทคโนโลยี รวมทั้งเทคนิคการผลิตกาแฟ เพื่อขยายฐานการบริโภค ทำให้มีโอกาสนในการประสบความสำเร็จในธุรกิจมากกว่า

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้วิเคราะห์ว่า ผลิตภัณฑ์กาแฟทุกประเภทยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และสามารถเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากอัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยในปัจจุบันยังอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ถือว่าสูงมาก คือ บริโภคน้อยกว่าร้อยละ 0.5 กิโลกรัม/คน/ปี หรือคิดเป็นเพียง 130-150

ถ้วย/คน/ปี เท่านั้น (หรือเฉลี่ยไม่ถึงหนึ่งแก้ว/คน/วัน) เพราะปริมาณคนไทยที่บริโภคกาแฟเป็นประจำมีเพียงร้อยละ 30 (หรือไม่ถึง 2 ล้านคน) จากประชากรคนไทยทั้งหมดกว่า 60 ล้านคน ซึ่งยังมีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับประเทศในแถบเอเชียอย่างเช่น ญี่ปุ่น ดื่มน้ำกาแฟเฉลี่ย 500 แก้ว/คน/ปี หรืออเมริกาที่ดื่มน้ำกาแฟเฉลี่ย 700 แก้ว/คน/ปี (หรือเฉลี่ย 2 แก้ว/คน/วัน) ดังนั้น ธุรกิจผลิตภัณฑ์กาแฟยังมียุทธศาสตร์อีกมาก แต่คาดหมายว่าการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟต่างๆ จะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

2.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (TECHNOLOGY)

Facebook, Instagram, Social Media และเทคโนโลยีต่างๆ ก่อนข้างจะมีอิทธิพลอย่างมากมายมหาศาลทางธุรกิจทั้งในสังคมไทยและสังคมโลก เนื่องจากในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในทุกๆ ด้านจนแทบจะเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของมนุษย์ไปเสียก็ว่าได้ และทุกๆ วันเทคโนโลยีก็ได้ถูกพัฒนาให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปอย่างไม่หยุดยั้ง เทคโนโลยีเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่มนุษย์ในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการสื่อสาร การคมนาคม ทำให้มนุษย์สามารถติดต่อถึงกันข้ามทวีปได้โดยใช้เวลาไม่ถึงนาทีอีกด้วย

2.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคทางธุรกิจ (SWOT ANALYSIS)

2.2.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง (STRENGTH)

1. ประสบการณ์ และ Insight ของทีมงาน เคยมีประสบการณ์ในการทำกาแฟสกัดเย็นมาก่อน และเคยเรียนรู้วิธีชงกาแฟสดแบบ Espresso มาก่อนทำให้สามารถเข้าใจหลักการและวิธีการผลิตกาแฟเป็นอย่างดี

2. Connection เนื่องจาก บุคลากรในทีม มีเพื่อนและคนที่รู้จักสนิทสนมกันทำไร่กาแฟ ทำให้สามารถสอบถาม และ หาข้อมูลเกี่ยวกับ Raw Material ได้ง่ายและได้ในราคาที่พิเศษกว่าซื้อจากท้องตลาดทั่วไป

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากรในทีม มีร้านขายเครื่องดื่มนานาชาติอยู่แล้ว จึงมีประสบการณ์ด้านการตกแต่งร้านและการจัดการร้านเครื่องดื่มขนาดเล็ก ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการประยุกต์ออกแบบช่องทางจัดจำหน่ายกาแฟในอนาคตได้

4. กาแฟสามารถทำครั้งละมากๆ ได้ สามารถขยายการผลิตได้อย่างรวดเร็ว

5. ระยะเวลาในการเก็บรักษาอยู่ได้นานกว่ากาแฟสดทั่วไป กาแฟสกัดเย็น หากเก็บไว้ในอุณหภูมิเย็น จะอยู่ได้นานถึง 4 สัปดาห์

6. กาแฟมีค่าความเป็นกรดน้อยกว่ากาแฟทั่วไป ซึ่งกาแฟสกัดเย็น จะมีค่า pH อยู่ที่ประมาณ 6 ส่วนกาแฟประเภทอื่นๆจะอยู่ที่ประมาณ 3-5 ซึ่งมีผลต่อระบบทางเดินอาหาร หากมีค่าความเป็นกรดน้อยก็จะทำให้ลดความเสี่ยงที่จะเป็นโรครicketsไหลย้อนหรือโรคกระเพาะได้

2.2.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน (WEAKNESS)

1. ต้นทุนในการผลิตน้ำกาแฟ เมื่อเทียบกับปริมาณจะมีราคาสูงกว่ากาแฟสดทั่วไป
2. ระยะเวลาในการผลิตที่ต้องใช้เวลานานกว่ากาแฟที่ชงด้วยวิธีอื่นๆ

2.2.3 การวิเคราะห์โอกาส (OPPORTUNITY)

1. เป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับคนรักสุขภาพและต้องการลดความอ้วน โดยการเลือกดื่มน้ำกาแฟดำหรือกาแฟที่ไม่ใส่น้ำตาลกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นในกลุ่มคนวัยทำงาน
2. สามารถลดขั้นตอนในการรอคิวของลูกค้าซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของคนไทยที่มีความเร่งรีบ ไม่ชอบรอนาน
3. การลงทุนในการเปิดร้านกาแฟสดที่ต้องลงทุนในเครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับการชงกาแฟมีมูลค่าสูงและต้องมีการใช้จ่ายดูแลซ่อมบำรุงอย่างต่อเนื่อง

2.2.4 การวิเคราะห์อุปสรรค (THREAT)

1. ผู้บริโภคอาจคุ้นชินกับการบริโภคกาแฟในรูปแบบเดิมๆ และไม่เปิดใจรับกาแฟรูปแบบใหม่ๆ
2. แบรินต์ใหญ่ๆ ลงมาทำตลาดกาแฟสดกันอย่างต่อเนื่อง เช่น 7-11 ที่เปิด All café ในร้านของตัวเอง
3. ความต้องการเมล็ดกาแฟในตลาดมีมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อในเรื่องของราคาต้นทุนเมล็ดกาแฟในอนาคต
4. การลอกเลียนแบบในการผลิตกาแฟในอนาคตที่ต้องเกิดขึ้นอย่างแน่นอน หากได้รับการตอบรับที่ดีในตลาด

บทที่ 3

3.1 การวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรม

การแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทกาแฟในภาพรวมสามารถวิเคราะห์โดยอาศัยแรงผลักดันทั้ง (FIVE FORCES ANALYSIS) ได้ดังนี้

3.1.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (INDUSTRY RIVALRY)

การแข่งขันไม่สูง มีคู่แข่งในตลาดน้อย เนื่องจากกาแฟสดด้วยกรรมวิธีสกัดเย็น ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก มีเฉพาะในร้านกาแฟบางที่ที่ชื่นชอบหรือต้องการเมนูแปลกใหม่ให้เป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าเท่านั้น เนื่องจากต้นทุนในการผลิตสูงกว่ากาแฟสดที่ขายอยู่ภายในร้าน และใช้เวลาในการสกัดนานกว่ากาแฟสดทั่วไปที่ทำขาย

เนื่องจากในอุตสาหกรรม มีร้านกาแฟเปิดใหม่และปิดตัวลงพอกัน ด้วยสาเหตุของทำเลและต้นทุนเริ่มแรกที่ใช้ในการลงทุนเปิดร้าน ที่ร้านกาแฟต้องหาทางดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อกาแฟและขนมอื่นๆภายในร้าน เพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน ซึ่งหากเราเปลี่ยนรูปแบบการลงทุนและการหาลูกค้าโดยใช้กาแฟสดด้วยกรรมวิธีสกัดเย็นที่ไม่ต้องอาศัยเครื่องมือที่ใช้ไฟฟ้าในการชง เคลื่อนไปหาลูกค้าโดยไม่ต้องลงทุนเปิดร้านในราคาสูง อีกทั้งยังไม่มีผู้ผลิตรายใดในอุตสาหกรรม ที่ทำกาแฟสดด้วยกรรมวิธีสกัดเย็น โดยเฉพาะเพียงอย่างเดียว จึงนับได้ว่ายังเป็นช่องว่างทางธุรกิจที่ทำให้ KOFE KEG สามารถเข้าไปสร้างแบรนด์ในอุตสาหกรรมกาแฟสดได้

3.1.2 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (NEW ENTRANTS)

การเข้าสู่ตลาดทำได้ง่าย เนื่องจาก ตัวสินค้าหากศึกษาอย่างจริงจังก็สามารถทำขึ้นมาได้ แต่การคิดและพัฒนา ารสชาติ รูปแบบการจัดจำหน่ายที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงแหล่งวัตถุดิบเมล็ดกาแฟที่จะเป็นสิ่งทำให้เกิดความเฉพาะตัว ทำให้เกิดการลอกเลียนได้ค่อนข้างยาก

3.1.3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (BARGAINING POWER OF CUSTOMER)

อำนาจต่อรองของ Customer มีมากเนื่องจากว่า สินค้าทดแทนในตลาดมีจำนวนมาก และสามารถหาซื้อได้ทั่วไป หากแต่ถ้าสินค้าเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย สะดวก และดีต่อสุขภาพ ซึ่งโดดเด่น แตกต่างไปจากสินค้าในตลาด ก็น่าเชื่อว่า อำนาจต่อรองของลูกค้าจะลดน้อยลงในระดับหนึ่ง

3.1.4 อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (BARGAINING POWER OF SUPPLIER)

อำนาจต่อรองของ Supplier มีมาก เนื่องจากผลผลิตนั้นเป็นที่ต้องการในท้องตลาด หากต่อรองจนมากเกินไป Supplier อาจหันไปขายให้กับคนอื่นได้ แต่เนื่องด้วยความสนิทสนมและช่วยเหลือกันในด้านอื่น ก็สามารถเจรจาได้อยู่บ้าง แต่อย่างไรทาง KOFE KEG พยายามหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้อีกทางด้วย และในช่วงเวลาที่เปิด AEC ค่าภานำเข้าเมล็ดกาแฟจะถูกลงอาจมีการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง หากผู้จำหน่ายวัตถุดิบเดิมมีปัญหาหรือไม่สามารถส่งเมล็ดกาแฟได้ทันต่อความต้องการ

3.1.5 สิ้นค้าทดแทน (SUBSTITUTIONS)

เนื่องจากกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่นิยมและมีสิ้นค้าทดแทนค่อนข้างมาก ดังนั้นผู้บริโภคก็สามารถเลือกดื่มเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ เป็นสิ้นค้าทดแทนได้ดังต่อไปนี้

- กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม

กาแฟกระป๋องพร้อมดื่มมีหลากหลายรสชาติให้เลือก โดยมักจะเป็นที่นิยมในกลุ่มของผู้ใช้แรงงานหรือผู้มีรายได้น้อย

ข้อดี หาซื้อง่าย ดื่มได้ทันที ราคาถูก และมีการโฆษณาเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่วไป

ข้อเสีย กาแฟที่ได้จากการสังเคราะห์ แต่งกลิ่นและรสชาติ ปริมาณน้อยไม่ได้สรรพคุณในการดื่ม อีกทั้งสารสังเคราะห์ต่างๆ อาจส่งผลต่อร่างกายในระยะยาว

- กาแฟซองสำเร็จรูป

เป็นกาแฟที่มีการส่งออกมากที่สุด ด้วยคุณสมบัติที่สามารถเก็บไว้ได้นานและสะดวกต่อการพกพา นำขึ้นมาชงดื่มได้ทุกที่ทุกเวลา

ข้อดี ราคาถูก ให้กลิ่นหอม ในขณะที่ละลายในน้ำร้อน

ข้อเสีย รสชาติเปรี้ยวและขมมาก กลิ่นหอมจะหมดไปเมื่อเย็นตัวลง ต้องมีอุปกรณ์ต้มน้ำร้อนสำหรับชง

สรุปจากการวิเคราะห์สินค้าทดแทนที่มีในตลาด แสดงให้เห็นว่าสินค้า KOFE KEG เป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทนแต่เนื่องจากมีลักษณะและคุณสมบัติเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้าทดแทนที่มีในตลาด คือเป็นกาแฟสดกรรมวิธีสกัดเย็นที่สามารถเก็บไว้ได้นานและให้รสชาติที่ไม่เปรี้ยวจากกรดอะซิติกที่ทำให้คนเป็นโรคกระเพาะปวดท้อง อีกทั้งยังให้ความหอมหวาน ซึ่งสินค้าทดแทนที่กล่าวมาข้างต้น ไม่มีแบบใดที่มีคุณสมบัติหรือประสิทธิภาพเหมาะสมเทียบเท่าสินค้า “KOFE KEG”

3.2 การวิเคราะห์คู่แข่งในกลุ่มอุตสาหกรรม (COMPETITOR ANALYSIS)

3.2.1 คู่แข่งในตลาดโดยตรง

หากจะกล่าวว่ายังไม่มีคงจะไม่ถูกต้องนัก หากแต่มีอยู่น้อยมาก และเป็นแค่เมนูทางเลือกในร้านกาแฟสด ที่ทำขึ้นเป็นเมนูสำหรับคอกาแฟที่ชื่นชอบ และราคาต่อแก้วนั้นไม่ต่ำกว่า 90 บาท เหตุผลที่ร้านกาแฟสดทั่วไปไม่ทำเพราะกำไรที่ได้จากการทำกาแฟประเภทนี้เมื่อเทียบกับกาแฟลาเต้และคาปูชิโนที่พวกเรารู้จักกันนั้น ไม่ดีเท่า เพราะกาแฟ Cold Brew จะต้องใช้ปริมาณกาแฟคั่วบดมากกว่ากาแฟนมทั่วไปอยู่เกือบเท่าตัว อีกทั้งยังต้องใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 6 ชั่วโมงในการกลั่น จึงไม่ค่อยมีใครนิยมทำขายกันมากนัก

3.2.2 คู่แข่งทางอ้อม

ก็คือกาแฟทั่วไปในท้องตลาด แต่จะให้น้ำหนักในส่วนของกาแฟสดมากที่สุด เพราะกาแฟ Cold Brew ก็คือกาแฟสดประเภทหนึ่ง แต่กระบวนการในการผลิตนั้นยาวนานกว่ากาแฟสดทั่วไปเท่านี้เอง แต่กาแฟคู่แข่งทางอ้อมนี้ ยังมีกาแฟพร้อมดื่ม หรือกาแฟกระป๋องและขวดที่ขายกันอยู่ในท้องตลาดและร้านสะดวกซื้อ แต่กาแฟเหล่านั้นเมื่อเทียบคุณภาพ รสชาติและความรู้สึกแล้วไม่มีความได้เปรียบทางด้านคุณภาพเลย เพราะผ่านการแต่งกลิ่นและรส จากโรงงานมาแล้ว กลิ่นที่ได้ก็จะเป็นกลิ่นสังเคราะห์

บทที่ 4

ภาพรวมของบริษัทในรูปแบบธุรกิจ

4.1 ภาพรวมของบริษัท

ชื่อบริษัท

บริษัท คอฟฟี่เคก จำกัด (บริษัท KOFE KEG จำกัด) เป็นบริษัทที่จดทะเบียนด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท สำหรับผลิตและพัฒนาเครื่องคั้มกาแฟสกัดเย็น โดยตั้งอยู่ที่ 88 หมู่ 8 ต. บางกรวย อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11300

โดยบริษัททำธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องคั้มกาแฟสกัดเย็น ภายใต้ชื่อตราสินค้า “KOFE KEG” สำหรับจำหน่ายเข้า ร้านอาหาร โรงแรม CO-Working Space และในรูปแบบ Franchise

วิสัยทัศน์

“คอฟฟี่เคก” มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านกาแฟสกัดเย็น ส่งผ่านคุณค่าทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์และพนักงานให้มีความเป็นเลิศ เพื่อสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในตลาดอาเซียน

พันธกิจ

“คอฟฟี่เคก” จะมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าที่แปลกใหม่และผลิตสินค้าที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสังคม จะมุ่งมั่นสร้างความเป็นแบรนด์กาแฟให้ครองใจผู้บริโภคเหมือนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตตลอดไป และจะปฏิบัติต่อพนักงาน คู่ค้า และผู้บริโภคเสมือนเป็นคนในครอบครัว

เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของบริษัท

1. มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ “เครื่องคั้มกาแฟสกัดเย็น” ในประเทศไทย ภายใน 3 ปี
2. มีช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบของ Franchise อย่างน้อย 100 สาขา ทั่วประเทศไทย ภายใน 5 ปี

3. มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1 จากมูลค่าตลาดรวมผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกาแฟ ภายใน 5 ปี (310 ล้านบาท จากมูลค่าตลาดรวม 31,000 ล้านบาท)

4. เป็นตราสินค้าที่เป็น Top of mind ในใจของผู้บริโภค สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มของ เครื่องดื่มประเภทกาแฟคั่วบด ที่สามารถชงดื่มเองได้ทุกที่ตามต้องการ ภายใน 3 ปี

5. เพิ่มกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น โดยเน้นสินค้าที่เป็น ประเภท “เครื่องดื่ม” โดยครอบคลุมลูกค้ากลุ่มวัยทำงานและสูงอายุ

6. ขยายตลาดไปยังต่างประเทศในโซนอาเซียน อย่างน้อย 3 ประเทศ ภายใน 7 ปี

4.2 ความหมายของชื่อตราสินค้า



ภาพที่ 4.1 แสดงสัญลักษณ์ตราสินค้า KOFE KEG (คอฟฟี่เคก)

ชื่อตราสินค้า KOFE KEG (คอฟฟี่เคก) มาจากรากศัพท์ภาษาดัตช์คำว่า “Koffie” แปลว่า กาแฟ แต่อยากให้เป็นคำที่กระชับขึ้นและความหมายยังคงเดิมจึงตัด f และ i ให้เหลือแค่ “KOFE” ซึ่งยังแปลว่า กาแฟ หรือ เครื่องชงกาแฟ ในภาษาออสเตรียและภาษาเยอรมัน และภาษาอังกฤษคำว่า “KEG” แปลว่า ถัง โดยเมื่อนำมารวมกันแล้วจึงเป็น “KOFE KEG” ที่หมายถึง ถังหมักกาแฟ นั่นเอง เพื่อสื่อให้เห็นถึงลักษณะการนำเสนอกาแฟในรูปแบบสกดเย็นที่มีกระบวนการผลิตคล้ายคลึงกับการหมักไวน์หรือเบียร์ ต้องอาศัยเวลาในการบ่มเพื่อให้ได้น้ำกาแฟสดที่มีรสชาตินุ่มละมุนมีค่าความเป็นกรดในกาแฟต่ำกว่ากาแฟสดทั่วไป

สิทธิบรอนซ์เงิน ที่ใช้นั้น สืบเกี่ยวกับสิทธิของถึงบรรจુเบียร์สด ซึ่งเรานำมาประยุกต์ใช้สำหรับ บรรจุน้ำกาแฟสกัดเย็นที่จะนำส่งให้กับลูกค้าประเภท Franchise รวมทั้งเป็นสิทธิอดนิยมนิยามในยุค 2000 ซึ่งแสดงถึงความเปลี่ยนแปลงมาสู่ยุคสมัยใหม่นั้นเอง ส่วนพื้นที่หลังสีดำ คือ สิทธิ์ที่สื่อถึงน้ำกาแฟ ให้ ความรู้สึกสุขุมและนึกถึงกาแฟเข้มข้นนั่นเอง

ลักษณะของโลโก้ประกอบไปด้วย ชื่อของตราสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ อยู่บนถังหมัก เบียร์ แสดงถึงรูปแบบของการผลิตที่มีกรรมวิธีที่ต้องใช้การหมักจะได้เป็นผลิตภัณฑ์ KOFE KEG

4.3 รูปแบบของธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม กาแฟสกัดเย็น ตรา คอฟฟี่เคก มีแผนการดำเนินงานรูปแบบของ ธุรกิจดังต่อไปนี้คือ

ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายโดยทางบริษัท คอฟฟี่เคก จำกัด เป็นผู้คิดค้นวิจัยและ พัฒนาสูตรการดำเนินการผลิตต่างๆและดำเนินการแจ้งของมาตรฐานการรับรองจาก ออย. (องค์การ อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข)

จัดจำหน่ายไปสู่ช่องทางทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ทั้งช่องทางการตัวแทนจำหน่าย ร้านอาหาร โรงแรม และ Franchise โดยทางบริษัท คอฟฟี่เคก จำกัด เป็นผู้ดำเนินการในการกระจาย สินค้าและจัดจำหน่ายทั้งหมด

กิจกรรมทางการตลาด จัดกิจกรรม Event และการขนส่งสินค้า ดำเนินการ โดยบริษัท คอฟฟี่เคก จำกัด

4.4 ผลลัพธ์และบริการ

กาแฟสกัดเย็น หรือ Cold Brew Coffee เป็นกาแฟที่มีรสชาติที่โดดเด่นของจากขั้นตอนของการสกัดเย็นซึ่งแตกต่างจากกาแฟเอสเปรสโซ่ที่สกัดร้อน ซึ่งด้วยโปรไฟล์การคั่วและการบดกาแฟที่จะทำให้ได้กาแฟที่มีรสชาติที่แตกต่างกันออกไปแล้ว การสกัดด้วยอุณหภูมิที่ต่างกัันก็น่าจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ได้กาแฟที่มีรสชาติที่พิเศษแตกต่างกันออกไปอีก กาแฟบดนั้นประกอบไปด้วยสารประกอบทางเคมี, กรด, และน้ำมันต่าง ๆ สารเหล่านี้เรียกรวมกันว่า soluble ที่ให้รสชาติของกาแฟ คำอธิบายทางเคมีอธิบายความแตกต่างกันของการสกัดกาแฟด้วยสองวิธีที่แตกต่างกันด้วยอุณหภูมิและเวลานั้น รสชาติที่ได้จะแตกต่างกันด้วย

ซึ่งกาแฟที่สกัดด้วยน้ำร้อนที่เราคุ้นเคย ด้วยการรดน้ำร้อนลงไปบนกาแฟบด แล้วปล่อยให้ให้น้ำกาแฟที่สกัดไหลผ่านกระดาษกรองผ่านดริปเปอร์หยดลงมาในถ้วยกาแฟนั้น วิธีนี้ใช้เวลาเพียงไม่กี่นาทีก็จะได้กาแฟดริปที่มีกลิ่นหอมฉุย และมีรสเปรี้ยวติด ๆ จากกรดอะซิติก เมื่อคุณผสมกาแฟบดกับน้ำร้อนจะเกิดปฏิกิริยาทางเคมีขึ้นซึ่งก่อให้เกิดรสชาติและกลิ่นของกาแฟ กาแฟจะละลายได้ดีที่สุดในอุณหภูมิระหว่าง 90 – 96 องศาเซลเซียส ซึ่งทำให้กาแฟชงร้อนมีรสชาติและกลิ่นที่เด่นกว่ากาแฟชงเย็นในตอนเริ่มแรก น้ำร้อนจะดึงสารเคมีที่ละลายน้ำได้ ออกมาสู่กาแฟแก้วนั้นได้อย่างรวดเร็วและทำให้มีความผันผวนมากขึ้น ซึ่งหมายความว่าสารเคมีที่ละลายน้ำได้ที่ก่อให้เกิดรสชาติและกลิ่นที่โดดเด่นนั้นก็จะระเหยไปในอากาศได้ง่ายขึ้นด้วยเช่นกัน

ดังนั้นเมื่อเราดริปกาแฟร้อนเราจะสังเกตได้เลยว่ามันหอมเตะจมูกมาก ๆ แล้วเราก็ต้องดื่มมันในขณะที่มันนั้นเลย (ซึ่งต่างจากกาแฟดริปเย็นที่เก็บไว้ได้นานเป็นสัปดาห์) การละลายอย่างรวดเร็วจากการดริปด้วยน้ำร้อนนั้นก็ไม่ได้ดีเสมอไป น้ำเดือดทำให้เกิดสารประกอบทางเคมีของกาแฟเสื่อมไปและเกิดการออกซิไดซ์ ซึ่งอาจทำให้กาแฟมีรสเปรี้ยวและขม

ในส่วนกาแฟสกัดเย็น จะสกัดกาแฟในอุณหภูมิที่เย็นเป็นเวลาหลายชั่วโมงหรือทั้งวัน โดยค่อย ๆ ปล่อยให้กาแฟหยดลงมาช้า ๆ (ประมาณวินาทีละหนึ่งหยด) ออกซิเดชันและการย่อยสลายจะยังคงเกิดขึ้นเมื่อคุณดริปกาแฟด้วยน้ำเย็น แต่มันจะเกิดขึ้นช้ามาก จึงเป็นเหตุผลที่กาแฟดริปเย็นนั้นแทบจะไม่มีรสเปรี้ยวจากกรดและรสขมเลย ด้วยวิธีนี้จะได้กาแฟที่มีความหวานชัดเจน โดยที่ไม่ถูกกลบด้วยรสเปรี้ยวเพราะกรดในกาแฟออกมาน้อยมาก ให้รสชาติที่ลิ้มซึ่งยิ่งขึ้น และมีความเข้มข้นมากกว่า เนื่องจากอุณหภูมิที่เย็นในการสกัด Cold Brew นี้ จึงทำให้ไม่สามารถที่จะดึง soluble ทั้งหมดออกมาได้รวดเร็วเท่ากับน้ำที่มีอุณหภูมิร้อน จึงต้องใส่ใจมากขึ้น ด้วยการเพิ่มกาแฟบดให้มากขึ้นเป็นเท่าตัว และใช้ระยะเวลาในการสกัดเย็นที่นานขึ้น เพื่อให้ได้รสชาติที่กลมกล่อม สุขุมนุ่มลึก ในแบบฉบับกาแฟดริปเย็นที่คงความสดไว้ได้นานกว่าถึง 2-4 สัปดาห์เลยทีเดียว (เมื่อเก็บในตู้แช่เย็น) นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่สดชื่นที่จะได้รับกาแฟเย็นในวันที่อากาศร้อนอีกด้วย เพราะน้ำ

กาแฟที่สกัดออกมามีอุณหภูมิที่เย็นอยู่แล้วโดยไม่ต้องเติมน้ำแข็ง ด้วยกาแฟที่มีความเป็นกรดที่ต่ำกว่า จึงทำให้ดื่มแล้วสบายท้องกว่า เหมาะสำหรับคนที่ เป็นโรคกระเพาะและคนธาตุอ่อนหรือคนที่ท้องเสียบ่อย



ภาพที่ 4.2 แสดงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มกาแฟสกัดเย็น “Kofe Keg Cold Brew Coffee” ในรูปแบบขวด



ภาพที่ 4.3 แสดงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มกาแฟสกัดเย็น “Kofe Keg Cold Brew Coffee” ในรูปแบบถัง

บทที่ 5

แผนการตลาด

5.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. เป็นผู้นำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มประเภทกาแฟสกัดเย็น โดยมีจุดเด่นคือช่องทางการจัดจำหน่ายและตัวผลิตภัณฑ์ โดยเป็นกาแฟพร้อมดื่มที่มีรสชาติพรีเมียม
2. ให้ผลิตภัณฑ์ Kofe Keg Cold Brew Coffee เป็นที่รู้จักและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค
3. สร้างยอดขาย 16 ล้านบาทในปีแรกและมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

กลยุทธ์ตลาดโดยรวมกลุ่มเป้าหมายหลัก

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของ Kofe Keg Cold Brew Coffee เป็นกลุ่มคนทำงานประจำ ชายและหญิง ที่อยู่ในช่วงอายุ 22-40 ปีและชอบดื่มกาแฟ เพราะรสชาติที่อร่อย ลดอาการง่วงนอน รวมถึงมีอาการเกี่ยวกับโรคกระเพาะอาหารหรือเป็นคนที่ค่อนข้างใส่ใจในสุขภาพอีกด้วย และอีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญคือกลุ่มลูกค้าที่เป็นร้านอาหารหรือร้านกาแฟต่างๆ ซึ่งจากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้พบว่ามีกรดื่มกาแฟสดทุกวันทำงานและค่อนข้างที่จะมีความใส่ใจในสุขภาพ ดื่มวันละ 1-2 แก้ว เวลา เช้า-เย็น มีค่าใช้จ่าย 60-140 บาทต่อแก้ว และเหตุผลในการกินกาแฟ เพราะ รสชาติ ลดอาการง่วงนอน ใช้ร้านกาแฟเป็นที่นัดพบ และมีอาการเกี่ยวกับโรคกระเพาะ ซึ่งนิยมซื้อที่ร้านกาแฟและในร้านสะดวกซื้อ โดยซื้อแล้วไปดื่มที่บ้านหรือที่ทำงาน กาแฟที่นิยมมากที่สุดคือ กาแฟใส่นมและกาแฟดำ ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดที่ลูกค้าสนใจคือ รสชาติ, ความสะอาด และ บรรจุภัณฑ์ที่ดูดี เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีผู้ทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกาแฟสกัดเย็นและมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนี้อย่างจริงจัง

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ Kofe Keg Cold Brew Coffee นี้จะช่วยสร้างคุณค่าให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ ลดระยะเวลาในการ “แวะ รอ “ พนักงานชงกาแฟในเวลาเร่งรีบในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน สามารถหยิบออกมาชงดื่มได้ ในเวลาที่ต้องการไม่จำเป็นต้องลงไปที่ร้านกาแฟ และสามารถสร้างประสบการณ์การดื่มกาแฟด้วยฝีมือตัวเอง ให้ได้กาแฟแก้วโปรดตามรสชาติที่กำหนดเองได้ รวมถึงการเพิ่มกำไรและลดต้นทุนทางการผลิตและการจัดการให้ร้านอาหารต่างๆและสามารถตอบโจทย์ลูกค้าที่เป็นโรคกระเพาะได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นแบบ Multiple Niche

เราสามารถแบ่งตลาดกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลักๆเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1. ซื้อไปทานเลย
2. ซื้อไปแล้วเก็บไว้ทานทีหลังแต่ต้องการคุณภาพกาแฟที่มีความพรีเมียมอยู่
3. ซื้อไปเป็นของฝากให้ผู้อื่น
4. ซื้อเพื่อไปประกอบธุรกิจสำหรับผู้ที่มีเงินทุนน้อยและไม่ค่อยมีความรู้เรื่องกาแฟ
5. กลุ่มลูกค้าที่มีอาการโรคกระเพาะและค่อนข้างใส่ใจเรื่องสุขภาพ

คุณค่าที่จะให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. ลดระยะเวลาในการ “แวะ รอ “ พนักงานชงกาแฟในเวลาเร่งรีบในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน สามารถหยิบออกมาชงดื่มได้ ในเวลาที่ต้องการไม่จำเป็นต้องลงไปที่ร้านกาแฟ
2. ให้ภาพลักษณ์เป็นคนรุ่นใหม่ ใช้เวลาทุกนาทีอย่างคุ้มค่าและเลือกสิ่งที่ดีมีคุณภาพให้กับชีวิต
3. สร้างประสบการณ์การดื่มกาแฟด้วยฝีมือตัวเอง ให้ได้กาแฟแก้วโปรดตามรสชาติที่กำหนดเองได้
4. ลดต้นทุนให้ร้านค้าเนื่องจากไม่ต้องลงทุนด้านอุปกรณ์ในการทำกาแฟและคนชง
5. ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่ชอบดื่มกาแฟแต่เป็นโรคกระเพาะและค่อนข้างใส่ใจเรื่องสุขภาพได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศไทยหรือต่างประเทศได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากและรวดเร็วเมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่อาจยังไม่ค่อยมีความสะดวกสบายเท่ากับปัจจุบันที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ รวมถึงการบริโภคกาแฟของคนในประเทศไทยถือว่าไม่แพ้ชาติอื่นๆ ในโลกและสำหรับคนบางกลุ่มในประเทศไทยมีพฤติกรรมการติดกาแฟหรือช็อกโกแลตดื่มเป็นประจำทุกวันรวมถึงอุตสาหกรรมกาแฟที่มีมูลค่าตลาดที่สูงมากและมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในทุกๆ ปีซึ่งจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันมีร้านกาแฟเกิดขึ้นใหม่เยอะมากในแต่ละปีเนื่องมาจากการบริโภคกาแฟของคนไทยที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ จากอิทธิพลของชาวตะวันตกทำให้การบริโภคกาแฟในประเทศไทยมีปริมาณที่สูงกว่าหลายหลายประเทศในโลกประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในสังคมเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ได้เรียบง่ายเหมือนเมื่อก่อนปัญหาความเร่งรีบของสังคมเมืองในแต่ละวันทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าและผู้ประกอบการบางกลุ่มมีรูปแบบการซื้อขายสินค้าที่ไม่เหมือนเดิมซึ่งมีช่องทางการซื้อขายใหม่ใหม่ที่เกิดขึ้นมากมายในปัจจุบัน อาทิเช่น ลักษณะการส่งสินค้าทางโทรศัพท์และส่งสินค้าและซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น อีกทั้งยังมีร้านกาแฟเกิดใหม่เพิ่มขึ้นเป็นดอกเห็ดแสดงให้เห็นว่าตลาดของผู้บริโภคกาแฟนั้นค่อนข้างที่จะมีศักยภาพเป็นอย่างมาก

นอกจากอุตสาหกรรมกาแฟที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ยังมีอุตสาหกรรมสินค้าสุขภาพที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องอีกด้วยส่งผลให้ทางกลุ่มมองเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจและช่องทางการจัดจำหน่ายที่อาจจะมาเติมเต็มช่องว่างเหล่านี้จึงเกิดเป็นธุรกิจกาแฟสกัดเย็นซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในเรื่องของความสะดวกสบายในการประกอบธุรกิจและความสะดวกสบายในการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟในชีวิตประจำวันได้อีกด้วย

นอกจากนี้ยังสามารถตอบสนองต่อกระแสรักสุขภาพของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยที่ด้วยคุณสมบัติของกาแฟสกัดเย็นของเรานั้นมีความเป็นกรดที่ต่ำกว่ากาแฟทั่วไปจึงเหมาะสำหรับผู้ที่เป็โรคระเพาะอีกด้วยซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์กาแฟสกัดเย็นมีคุณสมบัติที่โดดเด่นต่างจากกาแฟที่มีวางจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไปเนื่องจากผลิตภัณฑ์กาแฟสกัดเย็นนั้นมีความเป็นกรดที่ต่ำกว่ากาแฟที่มีวางจำหน่าย

ในท้องตลาดทั่วไปและสามารถคงคุณภาพเหมือนกาแฟสดได้นานกว่า กาแฟสดที่มีวางขายในท้องตลาดดังนั้นผลิตภัณฑ์กาแฟสดเย็นจึงสามารถที่จะตอบ โจทย์ลูกค้ากลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดีและกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของเราที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่งก็คือกลุ่มลูกค้าที่เป็นร้านอาหารและร้านกาแฟต่างๆที่ต้องการขายกาแฟสดแต่ไม่มีความรู้เรื่องกาแฟไม่ยอมมีปัญหาในการจ้างคนชงกาแฟหรือไม่อยากลงทุนเกี่ยวกับเครื่องชงกาแฟเนื่องจากอาจมีราคาแพงทานผลิตภัณฑ์ของเราก็จะสามารถตอบ โจทย์กลุ่มลูกค้าเหล่านี้ได้เป็นอย่างดีอีกด้วยซึ่งเราจึงได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ของบริษัทไว้ว่า “คอฟฟี่แคท มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านกาแฟสดเย็น ส่งผ่านคุณค่าทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์และพนักงานให้มีความเป็นเลิศ เพื่อสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในตลาดอาเซียน” และเพื่อเป็นการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งเราจึงต้องรีบเข้าไปสู่ตลาดให้เร็วที่สุดก่อนที่จะมีผู้ประกอบการรายอื่นๆเข้ามาแข่งขันเพราะฉะนั้นการที่เราจะสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งนั้นเราจะต้องมีการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าและคุณสมบัติของตัวสินค้าของเราด้วยเนื่องจากกาแฟสดเย็นนั้นยังไม่ค่อยแพร่หลายในประเทศไทยมากนักและที่สำคัญคือเราจะต้องรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้านี้รวมถึงความสะอาดให้ได้ตามที่เรที่ตั้งเป้าหมายไว้จึงสามารถนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จได้ในอนาคต



บรรณานุกรม

- ชวิษ์ชัย สุวรรณสาร. (2558). รู้จัก 4Ps ก่อนทำตลาดหรือยัง. เข้าถึงได้จาก:
<http://www.coachtawatchai.org/2013/06/4ps.html> (วันที่ค้นข้อมูล: 7 ตุลาคม 2558).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. การเติบโตของธุรกิจกาแฟ. เข้าถึงได้จาก:
www.vppcoffee.com/knowledge/coffee-business-growth/ (วันที่ค้นข้อมูล: 12 ธันวาคม 2558).
- ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2557). รายงานตลาดอาหารในประเทศไทย ตลาดกาแฟพร้อมดื่มในประเทศไทย. เข้าถึงได้จาก: <http://fic.nfi.or.th/broadcast/TFMR-March-2014.pdf> (วันที่ค้นข้อมูล: 1 มีนาคม 2559).
- อาหมัด เบ็ญอาหวัง. (2558). สถานการณ์กาแฟหลังเอชซี. เข้าถึงได้จาก:
www.komchadluek.net/detail/20150605/207418.html (วันที่ค้นข้อมูล: 5 มิถุนายน 2558).
- BusinessInsider. (2558). หลักรเคมีเผยเหตุผลที่ทำให้กาแฟสกัดเย็นมีรสชาติดีกว่ากาแฟร้อนทั่วไป. เข้าถึงได้จาก: www.meekhao.com/foods/hot-and-cold-coffee-chemistry (วันที่ค้นข้อมูล: 25 สิงหาคม 2558).
- GraceZone. (2553). Blue Ocean Strategy หรือ กลยุทธ์ทะเลสีน้ำเงิน. เข้าถึงได้จาก:
www.gracezone.org/index.php/management-article/685-blue-ocean-strategy--- (วันที่ค้นข้อมูล: 18 พฤศจิกายน 2558).
- iM2 Market. (2557). กลยุทธ์การตลาด ปัจจัยสู่ความสำเร็จของนักธุรกิจ. เข้าถึงได้จาก:
www.im2market.com/2014/10/11/54 (วันที่ค้นข้อมูล: 11 ตุลาคม 2558).
- Marketeer. (2558). กาแฟสดตลาดที่แบรนด์ใหญ่ผูกขาด. เข้าถึงได้จาก:
<http://marketeer.co.th/2015/03/coffee-cafe/> (วันที่ค้นข้อมูล: 3 กันยายน 2015).
- Nanosoft Marketing Series. (2542). หลักการตลาด 4P. เข้าถึงได้จาก:
<http://nanosoft.co.th/maktip01.htm> (วันที่ค้นข้อมูล: 1 มกราคม 2542).
- Thip S. Selley. (2558). หลักการชงกาแฟสกัดเย็น. เข้าถึงได้จาก: www.dooddot.com/cold-brew-coffee/ (วันที่ค้นข้อมูล: 26 ธันวาคม 2558).

บรรณานุกรม (ต่อ)

SMOFIT. (2552). กลยุทธ์ Red Ocean Blue Ocean และ White Ocean. เข้าถึงได้จาก:

<http://smofit3.blogspot.com/2009/12/red-ocean-blue-ocean-white-ocean-3.html>

(วันที่ค้นข้อมูล: 4 ธันวาคม 2558).





ภาคผนวก ก

ประวัติกาแฟ

เป็นที่เชื่อกันว่าบรรพบุรุษชาวเอธิโอเปียของชาวโอโรโมในปัจจุบัน เป็นคนกลุ่มแรก ซึ่งรู้จักผลกระทบกระตุ้นประสาทของเมล็ดจากต้นกาแฟ อย่างไรก็ตาม ไม่มีหลักฐานโดยตรงซึ่งชี้ชัดว่าต้นกาแฟมีการปลูกอยู่ที่ใดในทวีปแอฟริกา หรือผู้ใดในกลุ่มชาวพื้นเมืองซึ่งอาจใช้มันเป็นสารกระตุ้น หรือแม้แต่รู้ถึงผลกระทบนั้น ก่อนหน้าคริสต์ศตวรรษที่ 17 เรื่องราวของ คาลดี เด็กเลี้ยงแกะชาวเอธิโอเปียในราวคริสต์ศตวรรษที่ 9 ผู้ซึ่งค้นพบต้นกาแฟนั้น มิได้ปรากฏชื่อในงานเขียน จนกระทั่งถึง คริสต์ศักราช 1671 หรืออาจเป็นเพียงเรื่องปลอมเท่านั้น จากเอธิโอเปีย สันนิษฐานว่ากาแฟได้แพร่กระจายไปยังเยเมน ที่ซึ่งมีการคั่วและผลิตขึ้นเป็นครั้งแรก จากนั้นได้แพร่ไปยังอียิปต์ ในขณะที่ หลักฐานซึ่งเชื่อถือได้สามารถสืบย้อนไปได้ไกลที่สุด ถึงการคั่วกาแฟในวิหารซูฟีในม็อกค่าในเยเมน ที่ซึ่งในอาระเบีย ได้มีการคั่วและชงเมล็ดกาแฟเป็นครั้งแรก อันเป็นวิธีที่คล้ายคลึงกับการเตรียมกาแฟ ภายในคริสต์ศตวรรษที่ 16 กาแฟได้แพร่ขยายไปทั่วถึงตะวันออกกลาง เปอร์เซีย ตุรกี และแอฟริกาเหนือ

ในปี คริสต์ศักราช 1583 เลโอนาร์โด เรวอลด์ แพทย์ชาวเยอรมัน ได้บรรยายถึงกาแฟ หลังจากท่องเที่ยวในดินแดนตะวันออกไกลเป็นเวลาหลายสิบปีไว้ว่าดังนี้:

“เครื่องดื่มที่มีสีดำเหมือนหมึก ใช้รักษาโรคภัยได้หลายชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรคที่เกี่ยวข้องกับท้อง ผู้ดื่มจะดื่มในตอนเช้า มันเป็นการนำน้ำและผลไม้จากไม้พุ่มที่เรียกว่า bunnu”

เลโอนาร์โด เรวอลด์ ใน *Reise in die Morgenländer*

จากโลกมุสลิม กาแฟได้แพร่ขยายไปยังอิตาลี การค้าขายระหว่างเวนิซกับแอฟริกาเหนือ อียิปต์และตะวันออกกลางที่เจริญขึ้น ทำให้อิตาลีได้รับสินค้าใหม่ ๆ เข้ามาเป็นจำนวนมาก ซึ่งรวมไปถึงกาแฟด้วย หลังจากนั้น กาแฟก็ได้แพร่กระจายจากเมืองท่าเวนิซไปทั่วยุโรป กาแฟได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายมากขึ้น หลังจากสมเด็จพระสันตะปาปาคลีเมนต์ที่ 8 ลงความเห็นว่ามันเป็นเครื่องดื่มสำหรับคริสเตียน ในปี คริสต์ศักราช 1600 แม้ว่าจะมีการร้องเรียนให้ยกเลิก "เครื่องดื่มมุสลิม" ก็ตาม ร้านกาแฟแห่งแรกในทวีปยุโรปเปิดในอิตาลีในปี คริสต์ศักราช 1645[4]ชาว ดัตช์เป็นชนชาติแรกที่น่าเข้ากาแฟเป็นจำนวนมาก และฝ่าฝืนข้อห้ามของอาหรับเกี่ยวกับการส่งออกพืชและเมล็ดที่ยังไม่ได้คั่ว เมื่อ Pieter van den Broeck ลักลอบนำเข้ากาแฟจากเอเดนไปยังยุโรปใน

ปี คริสต์ศักราช 1616 ในภายหลังชาวดัชช์ยังได้นำไปปลูกในเกาะชวาและซีลอน ซึ่งผลผลิตกาแฟจากเกาะชวาสามารถส่งไปยังเนเธอร์แลนด์ได้ในปี คริสต์ศักราช 1711 และด้วยความพยายามของบริษัทอินเดียตะวันออกของอังกฤษ ทำให้กาแฟได้รับความนิยมในประเทศอังกฤษเช่นเดียวกัน กาแฟเข้าสู่ประเทศฝรั่งเศส ในปี คริสต์ศักราช 1657 และเข้าสู่ออสเตรียและโปแลนด์ หลังจากยุทธการเวียนนา เมื่อปี คริสต์ศักราช 1683 ซึ่งทหารสามารถยึดเสบียงของทหารออตโตมานเติร์กที่พ่ายแพ้ในการรบครั้งนั้น

หลังจากนั้น กาแฟได้เข้าสู่ทวีปอเมริกาเหนือในช่วงยุคอาณานิคม แต่ยังไม่ได้รับความนิยมมากเท่ากับในทวีปยุโรป อย่างไรก็ตาม ในช่วงสงครามปฏิวัติอเมริกัน ปริมาณความต้องการกาแฟได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจนพวกพ่อค้าก็คูณสินค้านำเข้าไว้และปั่นราคาขึ้นอย่างกะทันหัน ซึ่งบางส่วนเป็นผลมาจากการที่พ่อค้าชาวอังกฤษไม่สามารถนำเข้าชาได้มากนัก หลังจากสงครามปี 1812 ในช่วงที่อังกฤษงดการนำเข้าชาเป็นการชั่วคราว ชาวอเมริกันจึงหันมาดื่มกาแฟแทน และมีปริมาณความต้องการสูงมากในช่วงสงครามกลางเมืองอเมริกัน ไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาของเทคโนโลยีการต้มเหล้าทำให้กาแฟกลายเป็นสินค้านำเข้ายอดนิยมในสหรัฐอเมริกาจนถึงปัจจุบัน แต่ในอังกฤษ ปริมาณการบริโภคกาแฟกลับลดลง และชาวอังกฤษหันไปบริโภคชาแทนระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 18 เครื่องดื่มชาเป็นเครื่องดื่มซึ่งเตรียมขึ้นได้ง่ายกว่า และหาซื้อได้ในราคาถูกจากการยึดครองอินเดียและอุตสาหกรรมชาในอินเดียของอังกฤษ

ภาคผนวก ข

ชนิดของเมล็ดกาแฟ

ต้นกาแฟอาราบิก้า - บราซิลกาแฟมีมากกว่า 6,000 พันธุ์ แต่พันธุ์หลักๆ ที่ได้รับความนิยมมี 2 พันธุ์ ได้แก่ อาราบิก้า (Arabica) ซึ่งเป็นกาแฟแบบดั้งเดิม และมีรสชาติดี และ โรบัสต้า (Robusta) ซึ่งมีปริมาณคาเฟอีนสูง และสามารถปลูกในที่ที่ปลูกอาราบิก้าไม่ได้ (คำว่า robust ในภาษาอังกฤษ แปลว่า ทนทาน) ด้วยความที่มีความทนทานมากกว่านี้เอง จึงทำให้กาแฟโรบัสต้ามีราคาถูกกว่า แต่ผู้คณิยมดื่มไม่มากนักเนื่องจากมีรสขมและเปรี้ยว ส่วน โรบัสต้าที่มีคุณภาพดีมักถูกนำไปใช้เป็นส่วนผสมของเอสเพรสโซ่ แบบผสม (เอสเพรสโซ่มีสองแบบใหญ่ๆ คือแบบที่เป็นอาราบิก้าแท้ๆ กับแบบที่ผสมกาแฟชนิดอื่นๆ)

กาแฟอาราบิก้ามักจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามชื่อท่าเรือที่ใช้ส่งออก ท่าเรือที่เก่าแก่ที่สุดสองที่ได้แก่ ม็อคค่า (Mocha) และ ชวา (Java) กาแฟในปัจจุบันยังมีความเจาะจงในที่ปลูกมากขึ้นเรื่อยๆ ต้องมีการระบุถึงประเทศ ภูมิภาค และบางครั้งต้องบอกว่าปลูกที่พื้นที่บริเวณไหนเลยทีเดียว ผู้เชี่ยวชาญเรื่องกาแฟอาจจะถึงกับต้องประมวลกาแฟกัน โดยดูว่าเป็นลีดหมายเลขเท่าใด กาแฟชนิดโรบัสต้าที่มีมูลค่าสูงที่สุดชนิดหนึ่ง ได้แก่ โกปี ลูวัก (Kopi Luwak) ของอินโดนีเซีย เมล็ดของกาแฟชนิดนี้ถูกเก็บขึ้นมาจากมูลของชะมด (Common Palm Civet) (ตระกูล Paradoxirus) ซึ่งกระบวนการย่อยภายในร่างกายชะมดทำให้ได้รสชาติที่ดีเป็นพิเศษ เรียกเป็นภาษาไทยว่า กาแฟขี้ชะมด

ภาคผนวก ก

การผลิตเมล็ดกาแฟ

1. การบ่ม

ในการผลิตกาแฟ วิธีที่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันดีนักวิธีหนึ่งได้แก่การบ่ม (Aging) กาแฟหลายๆ ประเภทจะมีคุณภาพดีขึ้นเมื่อผ่านการบ่ม รสเปรี้ยวของมันจะลดลง ในขณะที่ความกลมกลืนของรสชาติโดยรวมก็จะเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตหลายๆ รายมักจะขายเมล็ดกาแฟออกไปหลังจากได้บ่มเอาไว้แล้วถึง 3 ปี และร้านที่ขึ้นชื่อเป็นพิเศษบางร้าน (เช่น "Toko Aroma" ในเมืองบันดุง ประเทศอินโดนีเซีย) ถึงกับบ่มเมล็ดที่ยังไม่ได้คั่วไว้ถึง 8 ปีทีเดียว

2. การคั่ว

กระบวนการคั่วเป็นขั้นตอนที่ขาดไม่ได้ในการที่จะได้กาแฟรสชาติดีสักถ้วยหนึ่ง เมื่อถูกคั่ว เมล็ดกาแฟสีเขียวก็จะพองออกจนเกือบจะมีขนาดเป็นสองเท่าของของเดิม พร้อมทั้งเปลี่ยนสีและความหนาแน่นไป เมื่อเมล็ดได้รับความร้อน มันจะค่อยๆ เปลี่ยนเป็นสีเหลืองและในที่สุดก็จะกลายเป็นสีน้ำตาลอ่อนๆ แบบสีของผลอบเชย (cinnamon) และมันก็จะมีส่วนชื้นขึ้นเรื่อยๆ จนกว่าจะถูกขยอกจากความร้อน พร้อมกันนี้ เราก็จะเห็นน้ำมันออกมาตามผิวของเมล็ด ในการคั่วแบบอ่อนๆ กาแฟจะเก็บรสชาติดั้งเดิมไว้ได้ดีกว่า รสชาติดั้งเดิมนี้อาจขึ้นอยู่กับดินและสภาพอากาศในที่ที่ต้นกาแฟได้เติบโตขึ้นมา. เมล็ดกาแฟจากพื้นที่ที่มีชื่อเสียง เช่น เกาะชวา และประเทศเคนยา จะถูกคั่วเพียงอ่อนๆ เท่านั้นเพื่อให้ยังคงรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์อยู่ให้มากที่สุด ยิ่งเมล็ดกาแฟถูกคั่วให้เข้มมากขึ้นเท่าไร รสชาติดั้งเดิมของมันก็จะยิ่งถูกบดบังด้วยรสที่เกิดจากการคั่วมากขึ้นเท่านั้น กาแฟบางประเภทที่ถูกคั่ว จนรสชาติแทบจะไม่ได้บ่งบอกถึงสถานที่ปลูกเลย จะถูกขายโดยใช้ระดับของการคั่วเป็นหลัก โดยเริ่มตั้งแต่ "อบเชยคั่วอ่อนๆ (Light Cinnamon Roast)" ไปจนถึง "การคั่วแบบเวียนนา (Vienna Roast)" และ "การคั่วแบบฝรั่งเศส (French Roast)" และอื่นๆ

ในศตวรรษที่ 19 เมล็ดกาแฟมักจะถูกซื้อขายขณะที่ยังเป็นเมล็ดเขียวๆ อยู่ และก็นำไปคั่วในกระทะสำหรับทอด การคั่วในลักษณะนี้ต้องใช้ความชำนาญสูงมาก สำหรับการสูญเสียรสชาติของเมล็ดที่ยังไม่ได้คั่วนั้น สามารถป้องกันได้โดยการบรรจุในห่อสุญญากาศ แต่

ปัญหาที่ถือการที่เมล็ดกาแฟจะปล่อยก๊าซคาร์บอน ไดออกไซด์เป็นวันๆ หลังจากที่ถูกคั่วเสร็จใหม่ๆ ผู้ผลิตจึงต้องปล่อยให้กาแฟที่คั่วแล้วค้างไว้ก่อนที่จะนำไปบรรจุลงห่อสุญญากาศได้ ด้วยเหตุนี้เทคโนโลยีสองชนิดจึงได้ถูกพัฒนาขึ้นมา บริษัทอิลลี่ (Illy) ได้ใช้กระป๋องอัดความดัน (pressurized can) ส่วนผู้ผลิตกาแฟรายอื่นๆ ใช้วิธีการบรรจุเมล็ดทั้งอันลงในถุงทันทีที่คั่วเสร็จโดยใช้วาล์วปล่อยความดัน (pressure release valves) ในทุกวันนี้การคั่วเองตามบ้านได้กลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง เครื่องคั่วกาแฟที่ควบคุม โดยคอมพิวเตอร์ช่วยให้การคั่วกาแฟเองในบ้านง่ายขึ้นมาก และบางครัวเรือนก็ใช้วิธีการคั่วในเตาอบหรือเครื่องทำข้าวโพดคั่ว หลังจากคั่วแล้ว กาแฟจะสูญเสียรสชาติอย่างรวดเร็ว ถึงแม้จะมีบางคนชอบทิ้งกาแฟไว้ 24 ชั่วโมงก่อนจะนำไปชงด้วยแรก แต่ทุกๆ คนก็เห็นด้วยว่ามันจะเริ่มสูญเสียรสชาติและความหอม หลังจากเก็บไว้ประมาณ 1 สัปดาห์ ถึงแม้จะเก็บอยู่ในที่ที่มีสภาพที่ เหมาะสมที่สุดก็ตาม



3. การบด

ความละเอียดของกากที่ได้จากการบดมีผลอย่างมากต่อรสชาติ ยิ่งบดกาแฟละเอียดเท่าไร ก็ยิ่งได้รสชาติที่เข้มข้นและครบบริบูรณ์มากขึ้นเท่านั้น เหตุผลหลักที่บางคนไม่บดละเอียดมากนัก คือเพื่อไม่ให้กากสามารถผ่านตัวกรองชนิดหยาบๆ ออกไปได้ (เช่น cafetiere) การผลิตกาแฟพร้อมชงมีสามวิธีด้วยกัน

3.1 การโม่ กดเมล็ดโดยใช้อุปกรณ์หมุนสองตัว ใช้การหมุนเพื่อให้เมล็ดแตก วิธีนี้มีความเสียน้อยที่เมล็ดจะไหม้ เครื่องบดอาจมีลักษณะเป็นแบบล้อหรือแบบกรวย โดยที่แบบกรวยจะทำงานได้เงียบกว่าและมีโอกาสเกิดการอุดตันน้อยกว่า Grinder แบบกรวยช่วยรักษากลิ่นส่วนใหญ่ไว้ได้ และสามารถบดได้ละเอียดมาก อีกทั้งกากที่ได้ก็จะมีกลิ่นหอมสม่ำเสมออีกด้วย โม่ที่ทำจากเหล็กซึ่งมีการออกแบบที่ยุ่ยากซับซ้อน อาจทำให้ลดประสิทธิภาพของเฟืองลง ส่งผลให้การบดทำได้ช้าลง ยิ่งการบดช้าลงเท่าไร ก็ยิ่งมีความร้อนเข้าไปในกากกาแฟน้อยลงเท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงสามารถรักษากลิ่นไว้ได้อย่างดี เนื่องจากสามารถปรับความละเอียดได้หลายระดับมา การบดวิธีนี้จึงเหมาะกับกาแฟทุกประเภท ทั้งแบบที่ทำด้วยเครื่องชงเอสเพรสโซ (Espresso) แบบหยด (Drip) แบบ

ใช้เครื่องคั่วให้น้ำซึมเข้า (Percolator) และแบบเฟรนช์เพรส (French Press) เครื่องโม่แบบกรวยที่คุณภาพดียังสามารถบดให้ละเอียดเป็นพิเศษสำหรับใช้ในการทำกาแฟแบบตุรกี ความเร็วในการบดโดยทั่วไปไม่เกิน 500 รอบต่อนาที เครื่องโม่ประเภทจานหมุน สามารถบดได้รวดเร็วกว่าแบบกรวย (10,000 ถึง 20,000 รอบต่อนาที) และจะส่งผลให้มีความร้อนเข้าไปในกาแฟเล็กน้อย เครื่องแบบนี้ เป็นวิธีที่ประหยัดที่สุดในการผลิตกาแฟละเอียดสม่ำเสมอ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายแบบ กากแบบนี้เหมาะสมมากกับเครื่องชงเอสเพรสโซ่แบบปั๊มที่บ้าน อย่างไรก็ตามมันไม่สามารถบดให้ละเอียดได้เท่ากับเครื่องแบบกรวย

3.2 การสับ เครื่องบดสมัยใหม่มักใช้วิธีการหันเมล็ดกาแฟออกเป็นชั้นๆ ถึงแม้จะให้ผลเหมือนกับการบดดีๆ โดยทั่วไป คนที่พิถีพิถันมักตำหนิว่าวิธีนี้ให้กาแฟคุณภาพสู้วิธีแบบเก่าไม่ได้ เครื่องบดแบบใบมีด “ปั่น” เมล็ดให้ละเอียดโดยใช้ใบมีดหมุนด้วยความเร็วสูง (20,000 ถึง 30,000 รอบต่อนาที) กากกาแฟที่ได้จะไม่ละเอียดสม่ำเสมอ และจะได้รับความร้อนมากกว่าการใช้เครื่องโม่ เครื่องบดใบมีดจะก่อให้เกิด “ฝุ่นกาแฟ” ซึ่งอาจทำให้ตะแกรงร้อนของเครื่องชงเอสเพรสโซ่และเครื่องชงเฟรนช์เพรสเกิดการอุดตันได้ ดังนั้นเครื่องบดแบบนี้ จึงเหมาะสมกับเฉพาะเครื่องชงแบบหยด และมันยังสามารถใช้บดเครื่องเทศและสมุนไพรได้เป็นอย่างดี เครื่องชนิดนี้ไม่ควรใช้กับเครื่องชงเอสเพรสโซ่แบบปั๊ม

3.3 การบดเป็นผง กาแฟตุรกี (เตอร์กิส คอฟฟี่) เป็นการคั่วทั้งกากที่ได้จากการบด โดยวิธีการคั่วจะเทคั่วและต่อมาจึงเริ่มมีการกรองคั่วเฉพาะน้ำ วิธีการนี้ให้กากซึ่งละเอียดเกินไปและเหมาะสำหรับการชงแบบนั้นเท่านั้น



3.4 การจุ่ม เฟรนช์เพรส (หรือ cafetiere) เป็นกระบอกแก้วที่สูงและแคบ ประกอบด้วย ลูกสูบที่มีตัวกรอง

4. การชง

การชงกาแฟมีหลากหลายวิธี ซึ่งสามารถแบ่งเป็นประเภทตามการให้น้ำกับกากกาแฟ ได้สี่ประเภทหลักๆ ดังนี้

4.1 การต้มเดือด กาแฟตุรกี วิธีการดั้งเดิมในการชงกาแฟ ซึ่งยังคงใช้อยู่ในตะวันออกกลาง แอฟริกาเหนือ ตุรกี และกรีซ ได้แก่การต้มผงกาแฟละเอียดเข้ากับน้ำในหม้อคอคอด ซึ่งเรียกว่าไอบริก (ibrik) ในภาษาอาหรับิก, เซสฟ์ (cezve) ในภาษาตุรกี, และเซสวา (dzezva) ในภาษาเซอร์โบ-โครเอเชีย และปล่อยให้เดือดเล็กน้อย บางครั้งก็จะเติมน้ำตาลเข้าไปในหม้อด้วยเพื่อเพิ่มรสหวาน และยังเพิ่มรสและกลิ่นด้วยกระวาน (cardamom) ผลที่ได้คือกาแฟเข้มข้นด้วยเล็กๆ มีฟองอยู่ข้างบน และกากกาแฟกองหนาเหมือนโคลนอยู่ที่ก้น

4.2 การใช้ความดัน เอสเปรสโซ ถูกชงด้วยน้ำเดือดอัดความดัน และมักเป็นพื้นฐานนำไปผสมกาแฟหลายๆ ชนิด หรือไม่กี่เสิร์ฟเปล่าๆ ก็ได้ (มักจะเป็นหลังจากมื้อค่ำ) กาแฟชนิดนี้เป็นหนึ่งในประเภทที่แรงที่สุดที่ดื่มกันโดยทั่วไป และมีรสชาติและความมัน (crema) ที่เป็นเอกลักษณ์ เครื่องชงกาแฟแบบใช้น้ำร้อนซึม (หรือหม้อมือคั่ว) มีลักษณะแบ่งออกเป็นสามส่วน โดยส่วนล่างใช้สำหรับต้มน้ำ เพื่อให้ไอลอยขึ้นไปยังกากกาแฟซึ่งอยู่ในส่วนตรงกลาง น้ำกาแฟที่ได้ ซึ่งมักมีความเข้มข้นระดับเดียวกับเอสเปรสโซ จะถูกเก็บอยู่ในส่วนบนสุด ส่วนที่มีกวางติดกับเครื่องอุ่นหรือเตา เครื่องบางแบบยังมีฝา 5 แก้วหรือพลาสติกใสเพื่อเอาไว้ดูกาแฟตอนที่มันลอยขึ้นข้างบน

4.3 การใช้แรงโน้มถ่วง การชงแบบหยด (หรือแบบกรอง) เป็นการหยดน้ำร้อนผ่านกากกาแฟที่วางอยู่ในที่กรอง (อาจเป็นกระดาษหรือโลหะเจาะรู) ความเข้มข้นขึ้นอยู่กับสัดส่วนระหว่างน้ำกับกาแฟ แต่โดยปกติแล้วจะไม่เข้มข้นเท่าเอสเปรสโซ เครื่องชงกาแฟแบบใช้น้ำร้อนซึมประเภทที่สอง ก็เป็นแบบที่ใช้แรงโน้มถ่วงดึงให้น้ำไหลผ่านกากกาแฟ แต่ให้ความเข้มข้นมากกว่า

กาแฟและน้ำร้อนจะถูกผสมกันในกระบอก (ประมาณ 2-3 นาที) ก่อนที่ตัวลูกสูบ ซึ่งอยู่ในรูปฟอยล์โลหะ จะถูกกดลง เพื่อให้เหลือแต่น้ำกาแฟอยู่ข้างบนพร้อมเสิร์ฟ ลูกกาแฟ (ลักษณะเดียวกับลูกชา) เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมน้อยกว่าการใช้ถุงชงชา มาก เนื่องจากมันมีขนาดใหญ่กว่ามาก (ปริมาณกาแฟที่ต้องใส่เข้าไปในถุงมากกว่าปริมาณชามาก) กาแฟทุกแบบที่ได้กล่าวมานี้ต่างใช้กากกาแฟชงกับน้ำร้อน กาแฟอาจถูกปล่อยค้างอยู่หรือไม่ก็ถูกกรองออกไป แต่ละวิธีต่างต้องการความละเอียดของการบดแตกต่างกันไป เครื่องทำกาแฟแบบไฟฟ้าสามารถต้มน้ำและชงผงที่ละลายได้ โดยไม่ต้องพึ่งคนมากนัก และบางประเภทก็มีตัวตั้งเวลาด้วย พวกที่ดื่มกาแฟอย่างจริงจังมักจะรังเกียจวิธีการที่สะดวกสบายแบบนี้ ซึ่งมักจะทำให้สูญเสียรสชาติและกลิ่นที่ดีไป คนกลุ่มนี้มักจะโปรดปรานกาแฟที่เพิ่งบดใหม่ๆ และวิธีการชงแบบดั้งเดิมมากกว่า

ภาคผนวก ง

ชนิดของกาแฟ

กาแฟดำ

ชงด้วยวิธีการหยคน้ำ อาจเป็นแบบให้น้ำซึมหรือแบบเฟรนช์เพรส เสิร์ฟโดยไม่ใส่นม อาจเติมน้ำตาลได้ ผู้คนมักเข้าใจผิดว่ากาแฟดำกับเอสเพรสโซเป็นอย่างเดียวกัน แต่ที่จริงแล้วกาแฟทั้งสองชนิดมีข้อแตกต่างกันหลายข้อ ข้อที่สำคัญคือ ถ้วยเสิร์ฟของเอสเพรสโซมีขนาดเล็กกว่า เพราะนิยมดื่มให้หมดในอีกเดียว ปกติแล้วเอสเพรสโซจะไม่ใส่น้ำตาลหรือนม และคนไม่นิยม เอสเพรสโซที่ชงถูกวิธีจะต้องมีฟองสีทองลอยอยู่ด้านบน รสชาติของเอสเพรสโซจะติดปากหลังจากดื่ม นานกว่า (15-30 นาที)



เอสเพรสโซ(espresso)

คือกาแฟที่มีรสแก่และเข้มข้น ซึ่งมีวิธีการชงโดยใช้แรงอัดไอน้ำหรือน้ำร้อนผ่านเมล็ดกาแฟคั่วที่บดละเอียด ที่มาของชื่อ เอสเพรสโซ มาจากคำภาษาอิตาลี "espresso" แปลว่า เร่งด่วน เอสเพรสโซเป็นกาแฟที่นิยมมากที่สุดแถบประเทศยุโรปตอนใต้ โดยเฉพาะประเทศอิตาลีและฝรั่งเศส การสั่งกาแฟ "caffè" ในร้านโดยทั่วไปก็คือสั่งเอสเพรสโซ ด้วยวิธีการชงแบบใช้แรงอัด ทำให้เอสเพรสโซมีรสชาติกาแฟซึ่งเข้มข้นและหนักแน่น ต่างจากกาแฟทั่ว ๆ ไปซึ่งชงแบบผ่านน้ำหยด และเพราะรสชาติเข้มข้นและหนักแน่นอันเป็นเอกลักษณ์นี้เอง ทำให้คอกาแฟดื่มเอสเพรสโซโดยไม่ปรุงด้วยน้ำตาลหรือนม และมักจะเสิร์ฟเป็นชอต (แก้วแบบจอก) เพื่อให้ปริมาณไม่มากเกินไป (ประมาณ 1-2 ออนซ์ หรือ 30-60มิลลิลิตร แตกต่างตาม พฤติกรรมการดื่ม ของแต่ละประเทศ)

การสั่งเอสเพรสโซ่ตามร้านกาแฟทั่วไป มักสั่งตามปริมาณเป็น "ซิงเกิ้ล" หรือ "ดับเบิล" (ชอตเดียว หรือ สองชอต) เอสเพรสโซ่มีความไวสูงในการทำปฏิกิริยากับออกซิเจน เพื่อให้เสีรสชาติจึงควรดื่มตอนชงเสร็จใหม่ ๆ ผงกาแฟที่ใช้ ขึ้นอยู่กับแต่ละระบบการชง ระบบการชงแบบแรงดันน้ำหรือแรงอัด จะต้องใช้ผงละเอียด แต่ไม่ถึงกับเป็นแป้ง (ขนาดของไซ้ผงกาแฟที่บด จะแปรผันตาม ระยะเวลาที่ทำกาแฟ อาทิ เครื่องชงแบบ เอสเพรสโซ่ เวลามาตรฐานอยู่ที่ 18-30 วินาที ก็ต้องใช้ ผงละเอียด แต่หากเป็นการชง ลักษณะอื่นๆ เช่น ชงโดยที่ชงแบบเฟรนช์เพรส ก็ต้องบดให้หยาบขึ้นและระยะเวลาที่ชงก็จะเพิ่มขึ้นตามลำดับ <ยิ่งหยาบยิ่งต้องใช้เวลาชงนานขึ้นในการชง>)

ในการชงเอสเพรสโซ่ จะต้องควบคุมปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อรสชาติ อาทิ เมล็ดกาแฟที่ใช้ (สมควรเป็นเมล็ดกาแฟที่คั่ว เก็บมาไม่เกิน 1 เดือน), การบดกาแฟ (ขนาดของผงกาแฟที่บด ต้องสัมพันธ์ กับเครื่องชงและระยะเวลาการไหล ของกาแฟ ขณะชง) , น้ำที่ใช้ชงกาแฟ (คุณภาพเป็นน้ำที่ใช้ บริโภค ไม่ควรใช้น้ำสะอาดบริสุทธิ์ จนเกินไป เพราะ นอกจากไม่ได้รับ สารอาหารที่มากับน้ำแล้วยังมีผลกระทบ ต่อรสชาติ ด้วย) , ระยะเวลาในการชง (ดังที่กล่าวไว้ในข้างต้น หากใช้เวลา การชงเอสเพรสโซ่ต่ำกว่า 18 วินาที หรือ under extract แสดงว่า การสกัดกาแฟต่อชอต ไม่นั่นพอ หรือ ปริมาณผงกาแฟในชอต มีน้อยเกินไป หรือ ขนาดผงกาแฟหยาบเกินไป หากการหล่นกาแฟเอสเพรสโซ่ นานเกินกว่า 30 วินาที จะมีผลทำให้เอสเพรสโซ่ที่ได้ มีรสขม bitter ไม่เข้มข้น มีกลิ่นไหม้ burn จากการชงแบบเครื่องอัด คัพที่ฝรั่งเรียก over extract)



คาปูชิโน(cappuccino)

เป็นหนึ่งในเครื่องดื่มประเภทกาแฟซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากประเทศอิตาลี คาปูชิโนมีส่วนประกอบหลักคือ เอสเปรสโซ และ นม การชงคาปูชิโนโดยส่วนใหญ่มักมีอัตราส่วนของเอสเปรสโซ 1/3 ส่วน ผสมกับนมสด (นมร้อนผ่านไอน้ำ) 1/3 ส่วน และนมตีเป็นโฟมละเอียด 1/3 ส่วน ลอยอยู่ด้านบน นอกจากนี้ยังสามารถโรยหน้าด้วยผงซินนามอน หรือ ผงโกโก้เล็กน้อยตามความชอบ ส่วนผสมของคาปูชิโนต่างจากของลาเต้ มาเกียโต้ (latte macchiato) ซึ่งประกอบไปด้วยนมเป็นส่วนใหญ่และนมตีโฟมเพียงเล็กน้อย ในประเทศอิตาลี ผู้คนมักดื่มคาปูชิโนเป็นอาหารเช้าโดยเฉพาะ โดยอาจมีขนมปังแผ่นหรือคุกกี้ประกอบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าวิถีชีวิตของชาวอิตาลีมักไม่ค่อยรับประทานอาหารเช้าแบบเป็นกิจลักษณะ คาปูชิโนและขนมปังเบาๆ จึงเหมาะเป็นอาหารรองท้องสำหรับยามเช้า และด้วยเหตุนี้ทำให้ไม่ดื่มคาปูชิโนในช่วงอื่นของวัน แต่สำหรับต่างประเทศรวมถึงประเทศไทย การดื่มคาปูชิโน ดื่มได้ทุกเวลาโดยไม่ถือว่าเป็นเรื่องแปลก



มอคค่า(Mocha)

ในนี้หมายถึงกาแฟมอคค่า เป็นกาแฟอราบิก้าชนิดหนึ่ง ซึ่งปลูกอยู่บริเวณท่าเรือมอคค่าในประเทศเยเมน กาแฟมอคค่ามีสีและกลิ่นคล้ายชอคโกแลต (แม้ว่าจะไม่มีส่วนประกอบของชอคโกแลตในมอคค่าเลยก็ตาม) อันเป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้กาแฟมอคค่าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้ มอคค่า ยังหมายถึงเครื่องดื่มกาแฟซึ่งมี เอสเปรสโซ และ โกโก้ เป็นส่วนประกอบ เสิร์ฟทั้งแบบร้อนและแบบเย็นใส่น้ำแข็ง



อเมริกาโน่หรือคาเฟออเมริกาโน่ (caféamericano)

คือเครื่องดื่มกาแฟชนิดหนึ่ง ซึ่งมีวิธีการชงโดยเติมน้ำร้อนผสมลงไปเอสเพรสโซ. การเจือจางเอสเพรสโซซึ่งเป็นกาแฟเข้มข้นด้วยน้ำร้อน ทำให้อเมริกาโน่มีความแก่พอ ๆ กับกาแฟธรรมดา แต่มีกลิ่นและรสชาติที่เข้มอันมาจากเอสเพรสโซ อเมริกาโน่เหมาะสำหรับผู้ที่ชอบกาแฟดำ แต่ไม่แก่และหนักถึงขั้นเอสเพรสโซ คอกาแฟส่วนใหญ่นิยมดื่มอเมริกาโน่โดยไม่ปรุงด้วยนมหรือน้ำตาล เพื่อดื่มดำกับรสชาติกาแฟของอเมริกาโน่ซึ่งแตกต่างจากกาแฟธรรมดา สำหรับที่มาของชื่ออเมริกาโน่ซึ่งหมายถึงสหรัฐอเมริกา นั้น ว่ากันว่าเอสเพรสโซเพียง ๆ นั้น เข้มข้นเกินไปสำหรับคอกาแฟชาวอเมริกา จึงมีการเสิร์ฟกาแฟเอสเพรสโซซึ่งทำให้เจือจางด้วยน้ำร้อน. แม้ที่มาของชื่อจะหมายถึงกาแฟสไตล์อเมริกา แต่อเมริกาโน่ก็ได้เป็นกาแฟที่ชาวอเมริกันนิยมดื่ม จนกระทั่งยุครุ่งเรืองของร้านกาแฟแฟรนไชส์ สตาร์บัคส์ ในปี พ.ศ. 2533 แต่ถึงกระนั้นอเมริกาโน่ก็ไม่จัดเป็นกาแฟที่ได้รับความนิยมมากนัก



กาแฟขาว(white-coffee)

เป็นชาสมุนไพรชนิดหนึ่ง คั้นพบที่เมืองเบรุต นิยมดื่มกันมากในประเทศเลบานอน และซีเรีย และนิยมทานคู่กับ ขนมหวาน ในประเทศทางยุโรปบางประเทศ จะกล่าวถึง ไวต์คอฟฟี่ (white coffee) ในลักษณะของกาแฟใส่นม ในขณะที่เดียวกันไวต์คอฟฟี่ในสหรัฐอเมริกาจะหมายถึง กาแฟที่กลั่นไว้นานจนมีสีคล้ายกับสีเหลือง



ภาคผนวก จ

แหล่งผลิตกาแฟที่มีชื่อเสียง

จาไมกา เป็นแหล่งผลิตกาแฟที่มีชื่อเสียงที่สุดของโลก บลูเมาท์เทน ซึ่งปลูกบนยอดเขาสูง ผลผลิตเกือบทั้งหมดถูกส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น และที่เหลืออีกเล็กน้อยถูกส่งไป สหรัฐอเมริกา, สหราชอาณาจักร, และเยอรมนี ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงคือ ไฮเมาท์เทนซูพรีม (High Mountain Supreme) และ ไพรม์วอชท์จาไมกัน (Prime Washed Jamaican) บราซิล ผลิตกาแฟเป็นอันดับ 1 ของโลก ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงคือ บราซิลเลียน ซานโตส (Brazilian Santos) โคลัมเบีย ผลิตกาแฟเป็นอันดับ 2 ของโลก กาแฟที่มีชื่อเสียงคือ ซูริโม (Suremo) ฮาวาย กาแฟขึ้นชื่อคือ โคน่า (Kona) อินโดนีเซีย ชาว วิธีการเฉพาะของที่นี่คือ การบ่มในโกดังพิเศษเพื่อให้เมล็ดกาแฟเปลี่ยนสี และมีรสชาติที่ดี สุมาตรา ผู้เชี่ยวชาญบางคนกล่าวว่า กาแฟแมนเฮลิงและอันโกลาของชาว มีรสชาติดีกว่าบลูเมาท์เทนและโคน่าเสียอีก อินเดีย มีกาแฟรสชาติเฉพาะตัว ชื่อมอนซอน มาลาบาร์ (Monsooned Malabar) เอธิโอเปีย ประชากร 1 ใน 4 ของประเทศมีรายได้จากอุตสาหกรรมกาแฟ กาแฟที่นี่มีลักษณะเฉพาะเนื่องจากมีกาแฟป่าปะปนอยู่ แต่ที่นี่ก็เป็นสาเหตุให้รสชาติมีความไม่แน่นอนสูงด้วยเช่นกัน กาแฟที่มีชื่อเสียงคือ ฮารา ลองเบอร์รี่ (Harrar Longberry), ซิดาโม (Sidamo), และคาฟฟา (Kaffa) เคนยา พิถีพิถันเรื่องคุณภาพมาก กาแฟที่มีคุณภาพที่สุดคือ "เคนยา AA" เวียดนาม ส่งออกกาแฟได้เป็นอันดับ 3 ของโลก สำหรับประเทศไทยปลูกกาแฟโรบัสต้า ร้อยละ 98 โดยมากปลูกทางภาคใต้เช่น กระบี่ และชุมพร อีกประมาณร้อยละ 2 เป็นกาแฟอราบิก้าซึ่งปลูกมากตามคอกต่างๆ ทางภาคเหนือ กาแฟที่มีชื่อเสียงของไทยได้แก่ กาแฟคอยช้าง ซึ่งปลูกบนคอยช้าง จังหวัดเชียงราย ถือว่าเป็นกาแฟได้จากกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานระดับสากล และรสชาติดีเทียบเคียงกับกาแฟที่มีชื่อเสียงของโลก

ภาคผนวก จ

สายพันธุ์กาแฟแต่ละชนิด

กาแฟ เป็นเครื่องดื่มที่ทำมาจากเมล็ดซึ่งได้จากต้นกาแฟ หรือที่มักเรียกว่า เมล็ดกาแฟ คั่วในปัจจุบันมีการปลูกกาแฟมากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก กาแฟเขียวซึ่งเป็นกาแฟที่ไม่ผ่านการคั่วก็เป็นอีกหนึ่งสินค้าทางการเกษตรที่มีการซื้อขายกันมากที่สุดในโลก และในปัจจุบันกาแฟได้กลายเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมากที่สุดด้วย

สำหรับสายพันธุ์หลักของกาแฟที่ปลูกกันทั่วไปจะมีอยู่ด้วยกัน 2 สายพันธุ์ ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า (Coffee arabica) และ กาแฟโรบัสต้า (Coffee canephora) โดยกาแฟอาราบิก้าจะเป็นกาแฟที่ได้รับความนิยมดื่มมากกว่ากาแฟโรบัสต้า เนื่องจากกาแฟโรบัสต้ามีรสชาติที่ขมกว่าและให้รสชาติได้น้อยกว่ากาแฟอาราบิก้า ด้วยเหตุผลนี้ กาแฟที่เพาะปลูกกันเป็นจำนวนมากกว่า 3 ใน 4 ของโลก จึงเป็นกาแฟอาราบิก้า แต่อย่างไรก็ตามกาแฟโรบัสตาก็ยังสามารถพิสูจน์ได้ว่าก่อให้เกิดโรคได้น้อยกว่ากาแฟอาราบิก้า อีกทั้งยังสามารถปลูกได้ในสภาพแวดล้อมที่กาแฟอาราบิก้าไม่สามารถเจริญเติบโตได้ ดังนั้นในธุรกิจกาแฟจึงมักจะใช้กาแฟโรบัสต้ามาทดแทนกาแฟอาราบิก้า เพราะมีราคาถูกกว่า นอกเหนือจากกาแฟทั้งสองสายพันธุ์หลักนี้แล้วก็ยังมีกาแฟพันธุ์ Coffea liberica และ Coffea esliaca อีกด้วย โดยที่เชื่อว่าเป็นพืชท้องถิ่นของประเทศไลบีเรียและทางตอนใต้ของประเทศซูดานตามลำดับ

กาแฟอาราบิก้า ชื่อสามัญ Arabian coffee, Coffee, Kofi, Koffie, Brazillian coffee

กาแฟอาราบิก้า ชื่อวิทยาศาสตร์ Coffea arabica L. จัดอยู่ในวงศ์เข็ม (RUBIACEAE)

- ต้นกาแฟอาราบิก้า เป็นพืชพื้นเมืองของทวีปแอฟริกา บริเวณประเทศเอธิโอเปีย แต่ชาวอาหรับเป็นชาติแรกที่น่ากาแฟมาขงค้มี จึงทำให้ชื่อภาษาละตินของกาแฟใช้คำว่า “อาราบิก้า” (arabica) ที่หมายถึงชาวอาหรับ โดยต้นกาแฟจัดเป็นไม้พุ่มขนาดเล็ก ที่มีความสูงของต้นประมาณ 2-4 เมตร ในปัจจุบันเพาะปลูกกันมากในเขตร้อนชื้นและกึ่งเย็น



- ใบกาเฟอราบิก้า ใบเป็นใบเดี่ยว ออกเรียงตรงข้าม ลักษณะของใบเป็นรูปขอบขนานหรือรูปไข่ ปลายใบแหลม โคนใบแหลมเล็กน้อย ส่วนขอบใบเรียบ ใบมีขนาดกว้างประมาณ 8-12 เซนติเมตร และยาวประมาณ 15-20 เซนติเมตร แผ่นใบเรียบเป็นมัน บางครั้งเป็นคลื่น มีหูใบอยู่ระหว่างก้านใบ



- ดอกกาแฟอาราบิก้า ออกดอกเป็นช่อตามซอกใบ กลีบดอกเป็นสีขาว ติดกันเป็นหลอด ดอกมีกลิ่นหอม



- ผลกาแฟอาราบิก้า ผลเป็นผลสด ลักษณะของผลเป็นรูปไข่แกมรูปทรงกลม โดยผลอ่อนจะเป็นสีเขียว แต่เมื่อสุกแล้วจะเปลี่ยนเป็นสีแดง



จุดเด่นของกาแฟอาราบิก้า คือ มีกลิ่นหอมและสารกาเฟอีนสูง ทำให้เมื่อคั่วแล้วรู้สึกได้ถึงความกระปรี้กระเปร่า มีชีวิตชีวา โดยกาแฟชนิดนี้จะมีปริมาณของคาเฟอีนต่ำ เป็นกาแฟที่มีคุณภาพสูง มีความหอมไม่เป็นรองใคร เพียงแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เนื่องจากขาดการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ที่ดี ในประเทศไทยมีการปลูกกาแฟชนิดนี้กันมากทางภาคเหนือบนดอยสูง





กาแฟโรบัสต้า ชื่อสามัญ Robusta coffee

กาแฟโรบัสต้า ชื่อวิทยาศาสตร์ *Coffea canephora* Pierre ex A.Froehner (ชื่อพ้องวิทยาศาสตร์ *Coffea robusta* L.Linden)

- ต้นกาแฟโรบัสต้า ลำต้นเจริญเติบโตมาจากรากแก้ว มีลักษณะเป็นข้อและปล้อง โคนใบจะอยู่ตามข้อของลำต้น เมื่อต้นโตขึ้นใบจะร่วงหล่นไป โคนใบมีตา 2 ชนิด คือ ตาบนและตาล่าง ตาบนจะแตกกิ่งออกมาเป็นกิ่งแขนงที่ 1 ลักษณะเป็นกิ่งนอนขนานกับพื้นดินมีข้อและปล้อง แต่ละข้อจะมีกลุ่มตาดอกที่จะติดเป็นผลกาแฟต่อไป ส่วนตาล่างจะแตกออกเป็นกิ่งตั้ง กิ่งจะตั้งตรงขึ้นไปเหมือนลำต้น และไม่ติดผล แต่สามารถสร้างกิ่งแขนงที่ให้ดอกผลได้ ซึ่งเรียกเป็นกิ่งแขนงที่ 1 เช่นกัน และกิ่งแขนงที่ 1 ยังสามารถแตกกิ่งแขนงต่อไปได้อีกเป็นกิ่งแขนงที่ 2 และกิ่งแขนงที่ 2 ก็ยังสามารถแตกเป็นกิ่งแขนงที่ 3 ได้อีก โดยกิ่งแขนงเหล่านี้จะเกิดในลักษณะเป็นคู่สลับเรียงกันบนลำต้นหรือกิ่งตั้ง เมื่อมีการตัดลำต้นกาแฟ ตาล่างบนลำต้นจะแตกกิ่งตั้งขึ้นมา กิ่งก็จะแตกเป็นกิ่งแขนงที่ 1, 2 และ 3 จากนั้นก็จะมีการสร้างดอกและผลกาแฟต่อไป โดยต้นกาแฟนั้นจะสามารถขยายพันธุ์ด้วยวิธีการเพาะเมล็ด



- ใบกาแฟ ใบเป็นใบเดี่ยว เกิดที่ข้อเป็นคู่ตรงข้ามกัน โคนใบและหลายใบเรียวแหลม ส่วนขอบใบหยักเป็นคลื่น ตรงกลางใบกว้าง ผิวใบเรียบนุ่มเป็นมัน มีปากใบอยู่ด้านท้องใบ แต่ละใบจะมีปากใบประมาณ 3 ล้านถึง 6 ล้านรู โดยปากใบโรบัสต้าจะมีขนาดเล็กกว่าปากใบของกาแฟอาราบิก้า แต่จะมีจำนวนมากกว่า อายุใบประมาณ 250 วัน ส่วนก้านใบนั้นมีขนาดสั้น





- ดอกกาแฟ ปกติแล้วดอกกาแฟจะออกเป็นดอกเดี่ยวสมบูรณ์เพศ มีกลีบดอกประมาณ 4-9 กลีบ ส่วนกลีบเลี้ยงมี 4-5 ใบ มีเกสร 5 อัน และมีรังไข่ 2 ห้อง ในแต่ละห้องของรังไข่จะมีไข่ 1 ใบ ผลกาแฟจึงมีเมล็ด 2 เมล็ด ดอกจะออกเป็นกลุ่ม ๆ บริเวณ โคนใบบนข้อของกิ่งแขนงที่ 1, 2 หรือ 3 กลุ่มดอกแต่ละข้อจะมีดอกประมาณ 2-20 ดอก ดอกจะออกจากกิ่งแขนงจากข้อที่อยู่ใกล้กับลำต้นออกไปหาปลายกิ่งแขนง โดยปกติแล้วต้นกาแฟจะออกดอกตามข้อของกิ่ง ข้อที่ออกดอกออกผลแล้วในปีต่อไปก็จะไม่ออกดอกและให้ผลอีก





- ผลกาแฟ ผลมีลักษณะเป็นรูปทรงรี ก้านผลสั้น ผลดิบเป็นสีเขียว เมื่อสุกแล้วจะเปลี่ยนเป็นสีเหลือง สีส้ม และสีแดง ผลกาแฟจะประกอบด้วยเปลือก เนื้อที่มีสีเหลือง (เมื่อสุกมีรสหวาน) และกะลาที่ห่อหุ้มเมล็ด ช่วงระหว่างกะลากับเมล็ดจะมีเยื่อบาง ๆ ที่หุ้มเมล็ดอยู่ ซึ่งเราเรียกว่า “เยื่อหุ้มเมล็ด” ในแต่ละผลจะมี 2 เมล็ดประกบกันอยู่ ก้านที่ประกบกันจะอยู่ด้านในมีลักษณะแบน มีร่องตรงกลางเมล็ด 1 ร่อง ส่วนด้านนอกโค้ง ลักษณะของเมล็ดจะเป็นเมล็ดเดี่ยวหรือเมล็ดโทน ในบางครั้งหากการผสมเกสรไม่สมบูรณ์ จะทำให้ผลติดเมล็ดเพียงเมล็ดเดียว (คิดเป็นประมาณ 5-10%) ซึ่งจะมีลักษณะเป็นรูปกลมรีทั้งเมล็ด มีร่องตรงกลาง 1 ร่อง เมล็ดจำพวกนี้จะเรียกว่า “พีเบอร์รี่”



จุดเด่นของกาแฟโรบัสต้า โดยส่วนใหญ่แล้วเราจะนำกาแฟโรบัสต้ามารผลิตเป็นกาแฟสำเร็จรูป หรือนำมาผสมกับกาแฟอาราบิก้าบางส่วน เพื่อผลิตเป็นกาแฟคั่วบดให้มีรสชาติที่แตกต่างออกไป สำหรับกาแฟโรบัสต่านั้นมีจุดเด่นในเรื่องของบอดี้ เมื่อคั่วแล้วจะรู้สึกได้ถึงความนุ่ม ชุ่มคอ กาแฟชนิดนี้จะมีปริมาณของคาเฟอีนสูงกว่ากาแฟอาราบิก้าเป็น 2 เท่า กาแฟโรบัสต้าในประเทศไทยจะมีการเพาะกันมากทางภาคใต้บนพื้นที่ราบ เช่นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดชุมพร



ภาคผนวก ข

การเพาะปลูก

กาแฟมักจะได้รับการขยายพันธุ์โดยวิธีเพาะเมล็ด วิธีดั้งเดิมในการปลูกกาแฟคือการใส่เมล็ดกาแฟจำนวน 20 เมล็ดในแต่ละหลุม เมื่ออย่างเข้าฤดูฝน เมล็ดกาแฟครึ่งหนึ่งจะถูกกำจัดตามธรรมชาติ เกษตรกรมักจะปลูกต้นกาแฟร่วมกับพืชผลประเภทอื่น ๆ อย่างเช่น ข้าวโพด ถั่วหรือข้าว ในช่วงปีแรก ๆ ของการเพาะปลูก



แหล่งผลิตกาแฟของโลก

r: แหล่งปลูก *Coffea canephora*

m: แหล่งปลูก *Coffea canephora* และ *Coffea arabica*

a: แหล่งปลูก *Coffea arabica*

กาแฟสายพันธุ์หลักที่ปลูกกันทั่วโลกมีอยู่ 2 สายพันธุ์ คือ *Coffea canephora* และ *Coffea arabica* กาแฟอาราบิก้า (ผลผลิตจาก *Coffea arabica*) ถูกพิจารณาว่าเหมาะแก่การดื่มมากกว่ากาแฟโรบัสตา (ผลผลิตจาก *Coffea canephora*) เพราะกาแฟโรบัสตามักจะมีรสชาติขมกว่าและมีรสชาติน้อยกว่ากาแฟอาราบิก้า ด้วยเหตุผลดังกล่าว กาแฟที่เพาะปลูกกันจำนวนกว่าสามในสี่ของโลกจึงเป็น *Coffea arabica* อย่างไรก็ตาม *Coffea canephora* สามารถพิสูจน์ได้ว่าสามารถก่อให้เกิดโรคได้น้อยกว่า *Coffea arabica* และสามารถปลูกได้ในสภาพแวดล้อมที่ *Coffea arabica* ไม่สามารถเจริญเติบโตได้ กาแฟโรบัสตามีปริมาณคาเฟอีนผสมอยู่มากกว่ากาแฟอาราบิก้าอยู่ประมาณ 40-50% ดังนั้น ธุรกิจกาแฟจึงมักใช้กาแฟโรบัสตาทดแทนกาแฟอาราบิก้าเนื่องจากมีราคาถูกกว่า กาแฟโรบัสตาคุณภาพดีมักจะใช้ผสมในเอสเพรสโซเพื่อให้เกิดฟองและลดค่าวัตุคิบลง นอกจากกาแฟทั้งสองสายพันธุ์นี้แล้ว ยังมี *Coffea liberica* และ *Coffea esliaca* ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นพืชท้องถิ่นของประเทศไลบีเรียและทางตอนใต้ของประเทศซูดานตามลำดับ

เมล็ดกาแฟอาราบิกาส่วนใหญ่ปลูกในละตินอเมริกา แอฟริกาตะวันออก อาราเบียหรือเอเชีย ส่วนเมล็ดกาแฟโรบัสตาปลูกในแอฟริกาตะวันตกและแอฟริกากลาง ไปจนถึง เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และบางส่วนของประเทศบราซิล เมล็ดกาแฟที่ปลูกในสภาพแวดล้อมที่ต่างกันส่งผลให้เมล็ดกาแฟของแต่ละท้องถิ่น ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะตัว อย่างเช่น รสชาติ กลิ่น สัมผัส และความเป็นกรด ลักษณะรสชาติของกาแฟนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่ปลูกเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับสายพันธุ์กำเนิดและกระบวนการผลิตด้วย ซึ่งโดยปกติแล้ว ความแตกต่างนี้จะสามารถรับรู้กันในท้องถิ่นเท่านั้น

ปริมาณการผลิตกาแฟ

| ผู้ผลิตกาแฟรายใหญ่ 10 อันดับของโลก - 11 มิถุนายน 2008 | | | |
|---|----------------------------------|----------------------------|----------------------|
| ประเทศ | ปริมาณการผลิต (เมตริกตัน)[29] | ปริมาณการผลิต (ถุง)[30] | หมายเหตุ |
|  บราซิล | 17,000,000 | 36,070 | |
|  เวียดนาม | 15,580,000 | 18,000 | * |
|  โคลอมเบีย | 9,400,000 | 12,400 | F |
|  อินโดนีเซีย | 2,770,554 | 6,446 | * |
|  เอธิโอเปีย | 1,705,446 | 5,733 | * |
|  เม็กซิโก | 962,000 | 4,500 | F |
|  อินเดีย | 954,000 | 4,367 | F |
|  เปรู | 677,000 | 4,250 | ประมาณการ ปี 2008 |
|  กัวเตมาลา | 568,000 | 4,000 | F |
|  ฮอนดูรัส | 370,000 | 3,833 | F |
|  โลก | 7,742,675 | 118,920 | A |

ไม่มีสัญลักษณ์ = ตัวเลขอย่างเป็นทางการ, F = ประมาณการขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ, * = ตัวเลขอย่างไม่เป็นทางการ กิ่งทางการ, A = สถิติรวม

ภาคผนวก ข

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของกาแฟ

ในอดีต การปลูกต้นกาแฟจะทำในร่มเงาของต้นไม้ ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์และแมลงทั้งหลาย ทฤษฎีนี้มักจะเป็นไปตามทฤษฎีเงาดั้งเดิม ในปัจจุบัน เกษตรกรจำนวนมากได้เปลี่ยนไปใช้วิธีการปลูกต้นกาแฟแบบทันสมัย โดยการใช้แสงอาทิตย์ในการปลูกต้นกาแฟ ซึ่งต้นกาแฟจะถูกปลูกเรียงกันเป็นแถวอยู่ใต้แสงอาทิตย์โดยมีปะรำป่าเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย การปลูกแบบใหม่นี้ทำให้เมล็ดกาแฟสุกเร็วขึ้นและให้ผลผลิตมากขึ้น แต่การปลูกแบบดังกล่าวจำเป็นต้องตัดต้นไม้ ใช้ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงจำนวนมาก อีกด้านหนึ่ง การปลูกต้นกาแฟแบบดั้งเดิมจะทำให้เมล็ดกาแฟสุกช้ากว่าการปลูกต้นกาแฟแบบใหม่และให้ผลผลิตน้อยกว่า แต่จะให้เมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพสูงกว่า นอกเหนือจากนั้น ทฤษฎีเงาดั้งเดิมยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยในกับสิ่งมีชีวิตจำนวนมาก นักวิจารณ์การปลูกกาแฟแบบใหม่กล่าวว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างเช่น การตัดไม้ทำลายป่า มลภาวะที่เกิดจากยาฆ่าแมลง การทำลายที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า การเสื่อมคุณภาพของดินและน้ำ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผลข้างเคียงมาจากการปลูกต้นกาแฟแบบใหม่นี้ สมาคมคอกาแฟอเมริกันเป็นผู้นำการรณรงค์ "การปลูกในร่มเงา" และ กาแฟอินทรีย์ ซึ่งพวกเขาสนับสนุนให้เปลี่ยนแปลงการปลูกกาแฟให้เป็นแบบดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ขณะที่การปลูกต้นกาแฟในร่มหลายแบบแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างทางชีวภาพมากกว่าระบบการปลูกต้นกาแฟกลางแจ้ง มันก็ยังเทียบไม่ได้กับป่าท้องถิ่นในแง่ของที่อยู่อาศัยของสัตว์

อีกประเด็นหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ การใช้น้ำในการผลิตกาแฟ ตามที่นิตยสาร New Scientist ระบุว่า ต้องใช้น้ำจำนวนถึง 140 ลิตรในกระบวนการปลูกต้นกาแฟไปจนถึงผลผลิตกาแฟหนึ่งถ้วย และกาแฟมักจะถูกปลูกในประเทศที่มีการขาดแคลนน้ำ อย่างเช่น เอธิโอเปีย

ภาคผนวก ฉ

เศรษฐกิจกับกาแฟ

บราซิลเป็นประเทศที่ส่งออกกาแฟสูงที่สุดในโลก แต่ในช่วงไม่กี่ปีมานี้ เวียดนามกลายเป็นผู้ผลิตเมล็ดกาแฟโรบัสตารายใหญ่ของโลก อินโดนีเซียเป็นประเทศส่งออกกาแฟรายใหญ่ที่สุดเป็นอันดับสาม และเป็นผู้ผลิตกาแฟอาราบิกาสลาย ราคาซื้อขายกาแฟโรบัสตาในลอนดอนมีราคาถูกกว่าในนิวยอร์ก ซึ่งทำให้ลูกค้าผู้ประกอบการอุตสาหกรรม อย่างเช่น บริษัทข้ามชาติและผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูป โอนเอียงไปทางกาแฟในลอนดอนมากกว่า เพราะว่ามีราคาถูกกว่า บริษัทข้ามชาติสี่แห่ง (ประกอบด้วย ครอฟท์ เนสเล่ ฟร็อกเตอร์แอนด์แกมเบลและซาร่า ลี) ได้ซื้อกาแฟคิดเป็นปริมาณ 50% ของผลผลิตต่อปี การเลือกซื้อกาแฟโรบัสตาราคาถูกของกลุ่มบริษัทยักษ์ใหญ่ทั้งสี่ของตลาดกาแฟทำให้เกิดความเชื่อว่าเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ราคากาแฟตกต่ำ[38] และปริมาณความต้องการเมล็ดกาแฟอาราบิกาคคุณภาพสูงกระเตื้องขึ้นมาเพียงเล็กน้อย

ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเข้ามาล้นตลาดของกาแฟเขียวราคาถูกอย่างมหาศาล หลังจากการล่มสลายของข้อตกลงกาแฟสากลแห่งปี 1975-1989 ได้ส่งผลกระทบต่อวิกฤตการณ์ราคากาแฟตั้งแต่ปี คริสต์ศักราช 1989 ถึงปี คริสต์ศักราช 2004 ในปี คริสต์ศักราช 1997 ราคาของกาแฟในนิวยอร์กและระดับที่ 3 ดอลลาร์สหรัฐ/ปอนด์ แต่เมื่อถึงปลายปี คริสต์ศักราช 2001 ราคาของกาแฟเหลือเพียง 0.43 ดอลลาร์สหรัฐ/ปอนด์ ในปี คริสต์ศักราช 2007 ราคากาแฟขายส่งอยู่ที่ประมาณ 1 ดอลลาร์สหรัฐ/ปอนด์ (จาก 69 เซนต์ในลอนดอน เมื่อเดือนมีนาคม มาเป็น 134 เซนต์ในนิวยอร์ก เมื่อเดือนตุลาคม) และราคาของกาแฟโรบัสตาคิดเป็น 70% ของกาแฟอาราบิการาคาซื้อขายกาแฟผันผวนอย่างมากจากราคาโดยเฉลี่ย 3 ดอลลาร์สหรัฐในโปแลนด์ 3.5 ดอลลาร์สหรัฐในสหรัฐอเมริกาและ 17 ดอลลาร์สหรัฐในสหราชอาณาจักร

แนวคิดของการค้าโดยชอบธรรมให้การรับรองว่าเกษตรกรจะได้รับผลตอบแทนตามจำนวนราคาที่เจรจาไว้ก่อนการเพาะปลูก เริ่มจากมูลนิธิแมกซ์ ฮาเวลลาร์ ที่เริ่มต้นโครงการดังกล่าวในเนเธอร์แลนด์ ในปี คริสต์ศักราช 2004 ผลผลิตกาแฟ 24,222 เมตริกตันจากผลผลิตกาแฟทั้งหมด 7,050,000 เมตริกตันทั่วโลกเป็นไปตามแนวคิดการค้าโดยชอบธรรม ปีต่อมา ผลผลิตกาแฟ 33,991 เมตริกตันจากทั้งหมด 6,685,000 เมตริกตันเป็นไปตามแนวคิดการค้าโดยชอบธรรม ปริมาณผลผลิตกาแฟที่ค้าอย่างชอบธรรมคิดเป็น 0.34% ในปี 2004 และ 0.51% ในปี 2005 จากการศึกษาจำนวนมากได้แสดงให้เห็นว่าผลผลิตกาแฟที่ค้าอย่างชอบธรรมมีผลกระทบในด้านบวกต่อชุมชนที่ปลูกกาแฟ

การศึกษาครั้งหนึ่งในปี 2002 แสดงให้เห็นว่าการค้าอย่างชอบธรรมจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่บริษัทผู้ผลิต เพิ่มผลตอบแทนในการผู้ผลิตรายย่อย และส่งผลให้คุณภาพชีวิตของเกษตรกรดีขึ้น การศึกษาครั้งหนึ่งในปี 2003 สรุปว่าการค้าโดยชอบธรรมนั้น "ได้พัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของเกษตรกรปลูกกาแฟรายย่อยและครอบครัวอย่างมาก" ด้วยการเข้าถึงความน่าเชื่อถือและเงินทุนการพัฒนาจากภายนอก และการเข้าถึงการฝึกฝนได้มากขึ้น ทำให้มีโอกาพัฒนาคุณภาพของกาแฟที่ปลูก ครอบครัวของเกษตรกรปลูกต้นกาแฟยังมีความมั่นคงมากกว่าผู้ที่ไม่อยู่ในการค้าโดยชอบธรรม และลูกของพวกเขาก็สามารถเข้าถึงการศึกษาที่ดีขึ้น จากการศึกษาของบริษัทผู้ผลิตกาแฟแห่งหนึ่งในโบลิเวียในปี 2005 สรุปว่าการรับรองการค้าโดยชอบธรรมจะส่งผลกระทบต่อราคากาแฟในท้องถิ่น และให้ผลประโยชน์ทางธุรกิจแก่ผู้ผลิตกาแฟทุกรายการผลิตและการบริโภคกาแฟที่ค้าอย่างชอบธรรม ได้เพิ่มสูงขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากผู้ประกอบกาแฟท้องถิ่นและกาแฟระดับชาติได้เริ่มมอบข้อเสนอทางเลือกการค้าโดยชอบธรรมให้แก่เกษตรกร



ภาคผนวก ญ

กาแฟกับสังคม

กาแฟนั้นแต่เดิมใช้เพื่อเหตุผลทางด้านจิตวิญญาณ เมื่อ 1,000 ปีที่ผ่านมา พ่อค้าได้นำ กาแฟข้ามทะเลแดงมายังดินแดนอาระเบีย (ปัจจุบัน คือ ประเทศเยเมน) ที่ซึ่งนักบวชชาวมุสลิมได้ปลูกไม้พุ่มในสวนของตน ในตอนแรก ชาวอาหรับได้ผลิตไวน์จากเนื้อของเมล็ดกาแฟหมัก เครื่องดื่มดังกล่าวเป็นที่รู้จักกันว่า qishr (ปัจจุบัน คือ kisher) และเป็นส่วนประกอบของพิธีกรรมทางศาสนาอีกด้วย

หลังจากนั้น กาแฟได้กลายเป็นเครื่องดื่มที่ทำหน้าที่แทนไวน์ในพิธีกรรมทางศาสนา หลังจากที่ได้มีการห้ามดื่มไวน์ การดื่มกาแฟถูกห้ามโดยชาวมุสลิมตาม สหระอม ในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 16 แต่ว่าข้อห้ามดังกล่าวได้ถูกล้มล้างในเวลาไม่นาน การนำไปใช้ในพิธีกรรมทางศาสนาทำให้กาแฟถูกส่งไปยังนครเมกกะ กาแฟถูกกล่าวว่าเป็นต้นเหตุของการประพาศิตนนอกคอก การผลิตและการบริโภคกาแฟถูกรับประาม ต่อมา กาแฟถูกห้ามอย่างเด็ดขาดในจักรวรรดิออตโตมาน กาแฟซึ่งเป็นเครื่องดื่มของชาวมุสลิม ถูกห้ามในหมู่ชาวเอธิโอเปียซึ่งนับถือคริสต์ศาสนานิกายออร์ทอดอกซ์ จนกระทั่งถึงปี คริสต์ศักราช 1889 ซึ่งได้เป็นเครื่องดื่มประจำชาติของเอธิโอเปีย ที่ไม่ว่าคนที่นับถือความเชื่อใดก็สามารถดื่มได้ทั้งสิ้น การใช้กาแฟในกิจกรรมก่อการกบฏทางการเมืองทำให้กาแฟถูกห้ามในสหราชอาณาจักร และประเทศอื่น ๆ

ในยุคเดียวกับที่มีการห้ามดื่มกาแฟในจักรวรรดิออตโตมานนั้น การห้ามกาแฟยังสามารถพบเห็นได้ในวิหารคริสต์ศาสนานิกายมอเมะนิสม์แห่งพระเยซูคริสต์เจ้า ซึ่งได้กล่าวอ้างว่าการดื่มกาแฟจะส่งผลเสียต่อร่างกายและจิตวิญญาณ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมาจากทฤษฎีทางด้านสุขภาพของชาวคริสต์นิกายมอเมะนิสม์ในปี คริสต์ศักราช 1833 โดยผู้ก่อตั้งนิกาย โจเซฟ สมิท ในพระวาทะที่เรียกว่า ถ้อยคำแห่งปัญญา แต่ถ้อยคำแห่งปัญญานี้ไม่ได้หมายความว่าห้ามดื่มกาแฟ แต่ยังคงไปถึงข้อกำหนดที่ว่า "เครื่องดื่มร้อนไม่ใช่ของสำหรับดื่ม" จึงมีการตีความว่า ห้ามการดื่มกาแฟและชาด้วย

นอกจากนี้ สมาชิกของคริสต์ศาสนาแอดเวนทิสต์วันที่เจ็ดยังได้หลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนประกอบของกาแฟอื่น เนื่องจากคริสตจักรได้สอนให้พวกเขาละเว้นจากการดื่มชาและกาแฟ รวมไปถึงเครื่องดื่มบำรุงกำลังอื่น ๆ การศึกษาวิจัยของนิกายแอดเวนทิสต์ได้แสดงให้เห็น

ถึงความสัมพันธ์ที่เล็กแต่ส่งผลอย่างมากในทางสถิติระหว่างการดื่มกาแฟกับอัตราการตายจากการเป็นโรคหัวใจ และอีกหลายสาเหตุของการเสียชีวิต



ภาคผนวก ก สรรพคุณของกาแฟ

1. มีงานวิจัยหลายงานที่ระบุว่าเมล็ดกาแฟมีสารคาเฟอีนที่มีฤทธิ์กระตุ้นหัวใจและกระตุ้นประสาทส่วนกลาง การดื่มกาแฟจึงช่วยกระตุ้นระบบประสาท ทำให้ตาแข็ง นอนไม่หลับ ทำให้ร่างกายสดชื่น ขจัดความเซื่องซึมและอ่อนล้าได้ โดยมีการยืนยันจากผลการทดลองที่ทำการทดลองกับนักกีฬากลุ่มหนึ่งที่ได้ดื่มกาแฟในระหว่างการฝึกซ้อม และได้พบว่านักกีฬากลุ่มดังกล่าวสามารถฝึกซ้อมกีฬาได้นานขึ้นหรืออึดมากขึ้น โดยความตึงเครียดที่เกิดขึ้นจะมีระยะเวลาประมาณ 1 ชั่วโมงเท่านั้น

2. ปริมาณคาเฟอีนในกาแฟที่เหมาะสมสามารถช่วยลดอาการหงุดหงิด อารมณ์ซึมเศร้า รวมถึงความเครียดได้ การดื่มกาแฟจึงทำให้ผู้ดื่มรู้สึกพึงพอใจและมีความสุข โดยมีรายงานผลวิจัยที่ระบุว่า ผู้ที่ดื่มกาแฟวันละ 2-3 แก้ว จะสามารถช่วยลดความเครียดได้ประมาณ 15% แต่ถ้าหากดื่มถึงวันละ 4 แก้ว ก็จะช่วยลดความเครียดได้ถึง 20%

3. ช่วยลดความเสี่ยงของโรคอัลไซเมอร์ โดยมีงานวิจัยของมหาวิทยาลัยเซาท์ฟลอริดาที่เปิดเผยว่าผู้ที่มีอายุล่วงเข้าสู่วัยกลางคน ควรดื่มกาแฟวันละ 4-5 แก้ว เพื่อช่วยเพิ่มระดับฮอร์โมน GCSF เนื่องจากฮอร์โมนชนิดนี้สามารถช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดโรคอัลไซเมอร์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษากับคนวัยกลางคนในประเทศฟินแลนด์จำนวน 1,400 คน ที่พบว่าคนที่ดื่มกาแฟวันละ 5 ถ้วยต่อวัน สามารถลดอัตราเสี่ยงของการเป็นโรคอัลไซเมอร์ได้ถึง 65%

4. เป็นที่เชื่อกันว่ากาแฟมีสรรพคุณที่ช่วยชูกำลังได้

5. ช่วยแก้อาการปวดศีรษะ คาเฟอีนในกาแฟมีฤทธิ์ขยายหลอดเลือด จึงช่วยระงับอาการปวดได้เช่นเดียวกับยาแก้ปวด อีกทั้งกาแฟยังช่วยละลายไขมันในเส้นเลือด บรรเทาอาการปวดศีรษะเนื่องจากการเมาสุรา อาการปวดศีรษะเนื่องจากเส้นประสาท รวมถึงอาการปวดศีรษะข้างเดียวหรือไมเกรน

6. คาเฟอีนสามารถช่วยขยายหลอดเลือดแดงที่หล่อเลี้ยงหัวใจได้ จึงทำให้เลือดไปหล่อเลี้ยงหัวใจได้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีฤทธิ์ทำให้เส้นเลือดแดงบริเวณศีรษะหดตัว ซึ่งก็เป็นการช่วยลดอาการปวดศีรษะจากไมเกรนได้อีกด้วย

7. ช่วยลดความเสี่ยงการเกิดโรคมะเร็ง มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ยืนยันได้ว่าการดื่มกาแฟวันละ 2-5 แก้ว สามารถช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดโรคมะเร็งในช่องปาก มะเร็งลำไส้ มะเร็งเต้าน

นม มะเร็งปากมดลูก มะเร็งต่อมลูกหมาก และมะเร็งตับได้ เนื่องจากคาเฟอีนจะไปช่วยยับยั้งการเกิดเซลล์ผิดปกติ และกำจัดสารพิษที่ร่างกายได้รับออกไปได้ในระดับหนึ่ง งานวิจัยของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้ทำการศึกษาจนพบว่า ผู้ที่ดื่มกาแฟจะมีอัตราการเป็นโรคมะเร็งต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้ดื่ม ส่วนการศึกษาของมหาวิทยาลัยบอสตันพบว่า ผู้ป่วยที่ดื่มกาแฟอย่างน้อยวันละ 5 ถ้วย จะมีโอกาสเสี่ยงเป็นโรคมะเร็งลำไส้ต่ำกว่ากลุ่มอื่นถึง 40% ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในประเทศญี่ปุ่นที่ทำการศึกษากับผู้หญิงเป็นระยะเวลา 12 ปี โดยพบว่าผู้ที่ดื่มกาแฟวันละ 3 แก้วหรือมากกว่า จะมีแนวโน้มในการลดอัตราเสี่ยงของการเกิดโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ได้ถึง 50% และจากการศึกษากับผู้ชายจำนวน 50,000 คน เป็นระยะเวลา 20 ปี พบว่าผู้ที่ดื่มกาแฟวันละ 6 แก้ว จะมีอัตราเสี่ยงของการเกิดโรคมะเร็งต่อมลูกหมากน้อยกว่าคนที่ไม่ได้ดื่ม โดยมีข้อมูลที่ระบุว่า การดื่มกาแฟนั้น จะสามารถช่วยยับยั้งการแพร่กระจายของเซลล์มะเร็งได้

8. จากการศึกษาของภาคเกษตรและเคมีอาหารของสหรัฐอเมริกา ที่ได้ทำการศึกษาจนพบว่า ผู้ที่ดื่มกาแฟเป็นประจำจะมีโอกาสรอดพ้นจากโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ได้ถึง 50% เนื่องจากกาแฟมีคาเฟอีนที่มีคุณสมบัติในการยับยั้ง hIAPP และ โพลีเปปไทด์ ที่เป็นตัวการก่อให้เกิดโปรตีนผิดปกติ ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคเบาหวานชนิดที่ 2

9. เมล็ดกาแฟ มีสรรพคุณช่วยลดน้ำตาลระดับตาลในเลือดได้ โดยการใช้น้ำเมล็ดที่คั่วแล้วนำมาชงกับร้อน เป็นเครื่องดื่มยามว่าง

10. กาแฟมีสรรพคุณช่วยบำรุงหัวใจ และช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจ จากการศึกษาที่ติดตามดูผู้หญิงจำนวน 27,000 คน เป็นเวลา 15 ปี พบว่าการดื่มกาแฟประมาณวันละ 1-3 ถ้วย จะช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจให้ลดลงได้ถึง 26% แต่การดื่มกาแฟในปริมาณมากกว่านี้ต่อวันจะไม่ได้ผลในการลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจ ส่วนอีกการศึกษาหนึ่งที่ทำการศึกษาในกลุ่มผู้หญิงที่ดื่มกาแฟไม่เกินวันละ 5 ถ้วย พบว่ากาแฟไม่มีส่วนทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจมากขึ้น แม้ในรายที่มีปัญหาเส้นเลือดหดตัวหรือหัวใจเต้นไม่สม่ำเสมอ ส่วนผู้ที่ดื่มกาแฟวันละ 6 ถ้วยขึ้นไปทุกวันก็ไม่มีอัตราการเต้นของหัวใจที่สูงเกินกว่าปกติ การดื่มกาแฟจะทำให้หัวใจเต้นเร็ว ความดันโลหิตเพิ่มขึ้น เพราะกาแฟมีสาร theobromine (เมล็ด)

11. กาแฟมีนิโคติน แต่ไม่ใช่ชนิดเดียวกันกับที่พบได้ในบุหรี่ แต่เป็นวิตามินบีรวมชนิดหนึ่งที่ร่างกายต้องการ ซึ่งสามารถช่วยลดคอเลสเตอรอลในเส้นเลือดได้ การดื่มกาแฟจึงช่วยป้องกันโรคหัวใจและหลอดเลือดแข็งตัว

12. จากการศึกษาที่นางพยาบาลจำนวน 83,000 คน ที่ไม่เคยสูบบุหรี่ และดื่มกาแฟวันละ 4 แก้ว พบว่า กาแฟสามารถลดความเสี่ยงของการเกิดการอุดตันในเส้นเลือดได้ถึง 43%

13. มีงานวิจัยที่ระบุว่าคาเฟอีนสามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้พลังงานของร่างกาย ทำให้ไขมันเกิดการสลายตัวมากขึ้น การดื่มกาแฟจึงอาจช่วยในเรื่องของการลดน้ำหนักได้ อีกทั้งคาเฟอีนและสารอื่น ๆ ที่มีอยู่ในกาแฟยังช่วยกระตุ้นการหลั่งของกรดและน้ำย่อย จึงช่วยในการย่อยอาหาร ด้วยเหตุนี้เอง จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้มีผู้คนจำนวนมากหันมาดื่มกาแฟหลังอาหารในแต่ละมื้อ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยหลายชิ้นที่ยืนยันได้ว่าคาเฟอีนสามารถช่วยกระตุ้นการทำงานของระบบเมตาบอลิซึมและอาจทำให้น้ำหนักลดลงได้ และล่าสุดได้มีผลการวิจัยที่ได้ข้อสรุปว่า คาเฟอีนในเมล็ดกาแฟสดคั่วบดมีผลต่อการลดน้ำหนักในผู้หญิงได้จริง โดยสามารถลดน้ำหนักได้เฉลี่ย 7.7 กิโลกรัม ภายใน 22 สัปดาห์ แต่อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาจากชาวอเมริกันจำนวน 58,000 ราย โดยติดตามผลเป็นเวลา 12 ปี พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหญิงและชายที่ดื่มกาแฟมากขึ้น กลับมีน้ำหนักตัวเพิ่มขึ้น สาเหตุคงจากนม น้ำตาล และครีมเทียมที่ใส่ลงไปในการดื่มกาแฟนั่นเอง

14. การดื่มกาแฟหลังอาหาร สามารถช่วยละลายไขมัน ทำให้ไขมันเกิดการแตกตัว และให้พลังงานทดแทนได้ อีกทั้งกาแฟยังมีประโยชน์ต่อกระเพาะโดยตรง โดยจะช่วยให้ น้ำย่อยที่กระเพาะและตับอ่อนมีเพิ่มขึ้น จึงทำให้ไขมันถูกเผาผลาญ การดื่มกาแฟจึงมีส่วนในการช่วยลดความอ้วนได้

15. ช่วยเพิ่มไขมันดี (HDL) ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย จากผลการวิจัยพบว่าผู้ที่ดื่มกาแฟบ่อย ๆ จะมีไขมันชนิดดีเพิ่มขึ้น ซึ่งไขมันชนิดนี้จะเป็นตัวช่วยขับไล่น้ำคอเลสเตอรอล และช่วยป้องกันหลอดเลือดแข็งตัว

16. จากการศึกษาของ ดร.จี เวปสเตอร์ และคณะ ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบประสาท จากศูนย์การแพทย์นครฮอนโนลูลูของสหรัฐอเมริกา ได้พบว่า ผู้ชายที่ไม่ดื่มกาแฟจะมีโอกาสป่วยเป็นโรคพาร์กินสันมากกว่าผู้ที่ดื่มกาแฟมากกว่าวันละ 5 ถ้วย สูงถึง 5 เท่า ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสถาบันการแพทย์อเมริกันที่พบว่า ผู้ที่ดื่มกาแฟวันละ 2-3 แก้ว เป็นประจำทุกวัน จะช่วยลดโอกาสเกิดโรคพาร์กินสันได้ถึง 25% แต่สำหรับกาแฟชนิดที่สกัดเอาคาเฟอีนออก จะไม่ช่วยลดความเสี่ยงของโรคนี้

17. การดื่มกาแฟสามารถช่วยป้องกันการเกิดโรคหอบ ช่วยบรรเทาอาการหอบหืด แก้กัหอบหืดได้ เพราะกาแฟมีสารคาเฟอีนที่ช่วยระงับอาการตีงเครียดของประสาทสัมผัสสำรอง จึงช่วยลดการเกิดโรคหอบได้

18. ดร.คาร์ซี โรแบร์โตลิตา ผู้เชี่ยวชาญด้านเภสัชวิทยาของมหาวิทยาลัยริโอ เดอจาเนโร ได้เปิดเผยว่า ผู้ที่มีปัญหาหอบสมรรถภาพทางเพศอันเนื่องมาจากการดื่มสุรา จากภาวะซึมเศร้า จากอายุขัย หรือจากการเสพยา สามารถแก้ปัญหานี้ได้ด้วยการดื่มกาแฟในปริมาณที่เหมาะสมในแต่ละวัน

19. ผลการวิจัยของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เผยว่า ผู้หญิงที่ดื่มกาแฟวันละ 4 แก้ว จะมีโอกาสเสี่ยงเป็นโรคนิ่วในถุงน้ำดีลดลงประมาณ 25% เช่นเดียวกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่ได้ระบุว่าผู้ชายที่ดื่มกาแฟเป็นประจำ จะช่วยลดความเสี่ยงเป็นโรคนิ่วในถุงน้ำดีได้⁶¹ โดยมีข้อมูลที่ได้ระบุว่าผู้ชายที่ดื่มกาแฟอย่างน้อยวันละ 2 แก้ว จะช่วยลดอัตราเสี่ยงของการเป็นนิ่วในถุงน้ำดีได้ 40% และลดได้ 25% สำหรับผู้หญิงที่ดื่มกาแฟในปริมาณเท่ากัน ส่วนผู้ที่ดื่มกาแฟมากกว่าวันละ 4 แก้ว จะช่วยลดความเสี่ยงการเป็นโรคนิ่วในถุงน้ำดีได้ถึง 45%

20. มีงานวิจัยที่ได้พิสูจน์แล้วว่า กาแฟมีประโยชน์ในการช่วยป้องกัน โรคไวรัสตับอักเสบบี

21. ช่วยลดการเกิดโรคตับจากสุรา จากสำรวจพบว่ากาแฟสามารถช่วยลดผลร้ายที่มีต่อดับได้ แต่ในตอนนี้ยังต้องมีการวิจัยต่อไปว่าสารชนิดใดที่เป็นสารออกฤทธิ์ และมีผลต่อสาเหตุอื่นที่ทำให้เกิดโรคตับแข็งหรือไม่นอกจากแอลกอฮอล์ ส่วนอีกจากการศึกษาที่ทำการศึกษากับผู้ดื่มกาแฟจำนวน 125,000 คน โดยพบว่าการดื่มกาแฟเพียงวันละ 1 แก้ว ก็สามารถทำให้ความเสี่ยงของการเป็นโรคตับแข็งลดลง 20% และถ้าดื่มวันละ 4 แก้ว ก็สามารถช่วยลดอัตราเสี่ยงได้สูงถึง 80%

22. กาแฟมีฤทธิ์ขับปัสสาวะ โดยมีข้อมูลที่ระบุว่ากาแฟประมาณ 5 ถ้วยครึ่ง (ประมาณ 550 มิลลิกรัม) จะไม่ออกฤทธิ์ในการขับปัสสาวะแต่อย่างใด แต่อย่างไรก็ตาม คาเฟอีนยังมีฤทธิ์เป็นยาขับปัสสาวะได้หากดื่มเกินครั้งละ 575 มิลลิกรัม หรือประมาณ 6 ถ้วย ดังนั้นในขณะที่ออกกำลังกายหรือหลังออกกำลังกาย จึงไม่ควรดื่มกาแฟในปริมาณมาก เพราะจะทำให้ร่างกายขาดน้ำได้

23. การดื่มกาแฟวันละ 2 แก้ว อาจช่วยลดอาการปวดกล้ามเนื้อหลังการออกกำลังกายได้ถึง 58% จึงทำให้ยาแก้ปวดหลายประเภทนั้นมีส่วนผสมของคาเฟอีนอยู่ด้วย 65 มิลลิกรัม (เช่น aspirin, ibuprofen เป็นต้น) นอกจากนี้คาเฟอีนยังสามารถช่วยบรรเทาอาการปวดได้ถึง 40%

24. ช่วยลดโอกาสเป็นโรคเก๊าท์ สำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงเป็นโรคเก๊าท์ โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป แนะนำให้ดื่มกาแฟวันละ 3-6 แก้วอย่างต่อเนื่อง เพราะจากผลการวิจัยของสถาบันการแพทย์แห่งหนึ่ง ที่ได้ยืนยันว่าคาเฟอีนมีส่วนช่วยบรรเทาอาการอักเสบของข้ออันเนื่องมาจากกรดยูริกที่เกินขนาดอย่างได้ผล โดยผู้ที่ดื่มกาแฟวันละ 6 แก้ว จะช่วยลดความเสี่ยงของการเป็นโรคเก๊าท์ได้ถึง 60%

25. จากการศึกษาของ University of Bari ที่ประเทศอิตาลี พบว่าการดื่มกาแฟวันละ 1-2 แก้ว จะช่วยป้องกันโรคหนังตากระตุกได้และช่วยลดอัตราการกระตุกให้ช้าลงได้ในผู้ป่วย

26. ใช้แก้อหิวาตกโรค (ไม่ระบุส่วนที่ใช้)

27. จากการศึกษาของนายแพทย์วินเชนต์ ทูบีโอโล แห่งศูนย์การแพทย์ยูซีแอลเอ-ฮาร์เบอร์ เขาได้ตั้งทฤษฎีใหม่ว่า การได้รับคาเฟอีนในขนาด 400 มิลลิกรัมต่อวัน อาจช่วยลดอาการแพ้เกสรจากดอกไม้ได้



ภาคผนวก ก ประโยชน์ของกาแฟ

1. เมล็ดกาแฟถูกนำมาผลิตจนเป็นเครื่องดื่มที่แพร่หลายไปทั่วโลก ในประเทศไทยมีการผลิตกาแฟอาราบิก้าและกาแฟโรบัสต้าได้มากพอ ทำให้บางปีก็มีการส่งออกไปขายยังต่างประเทศด้วย แต่ยังคงมีการนำเข้ากาแฟคุณภาพดีเข้ามาผสม เพื่อใช้ผลิตเป็นผงกาแฟสำเร็จรูปสำหรับการบริโภคในประเทศเช่นกัน
2. กาแฟมีสารต้านอนุมูลอิสระ เป็นตัวช่วยด้านสารพิษที่เกิดจากภายในและภายนอกร่างกาย
3. ช่วยขับไล่ความแก่ชรา แม้ว่าร่างกายจะต้องการออกซิเจนมากก็จริง แต่ถ้ามีออกซิเจนมากเกินไปก็อาจทำให้มีโอกาสเป็นโรคมะเร็งสูงและทำให้แก่ชราเร็ว โดยเฉพาะในกาแฟที่เข้มข้นจะทำให้ออกไซด์แตกตัวและลดการเกิดมะเร็งได้
4. ปริมาณที่เหมาะสมของคาเฟอีนที่มีอยู่ในกาแฟสามารถช่วยกระตุ้นให้สมองเกิดการตื่นตัว ช่วยเร่งความเร็วในกระบวนการผลข้อมูลในสมอง จึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของงานที่ต้องใช้สมาธิ ใช้เหตุผลและความจำ ส่วนกลิ่นหอมของกาแฟก็ช่วยกระตุ้นสมองให้ทำงานได้เร็ว มีสมาธิ และมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้นได้เช่นกัน (เนื่องจากกลิ่นของกาแฟสามารถทำให้เลือดไหลเวียนในสมองเพิ่มขึ้นได้) ซึ่งจากงานวิจัยจากภาควิชาจิตวิทยาของอเมริกาเหนือ ที่ได้พบว่าผู้ที่ดื่มกาแฟวันละ 2 แก้ว จะสามารถช่วยพัฒนาความจำและปฏิกิริยาการโต้ตอบที่ดีขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ระบุว่าผู้หญิงที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป เมื่อดื่มกาแฟมากกว่าวันละ 3 แก้ว จะมีความจำที่ดีขึ้นกว่าคนที่ไม่ได้ดื่มหรือดื่มกาแฟน้อยกว่านี้
5. ช่วยลดอาการเมื่อยล้าจากการออกกำลังกาย มีการสันนิษฐานกันว่าคาเฟอีนมีฤทธิ์กระตุ้นการหลั่งของสารสื่อประสาทเคทีโคลามีน ซึ่งจะไปกระตุ้นการสลายไขมันในเนื้อเยื่อให้เกิดเป็นพลังงาน คาร์โบไฮเดรตที่อยู่ในรูปของไกลโคเจนจึงยังเป็นแหล่งพลังงานสำรองที่สะสมในกล้ามเนื้อ ทำให้ร่างกายมีความทนทานต่อการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องใช้แรงได้มากขึ้น
6. ในด้านของของโภชนาการ การดื่มกาแฟจะช่วยทำให้ร่างกายได้รับของเหลวเข้าไปในปริมาณที่เพียงพอในแต่ละวัน อีกทั้งในเนื้อกาแฟยังมีไนอะซินซึ่งเป็นวิตามินบีชนิดหนึ่งที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย นอกจากนี้การดื่มกาแฟยังช่วยเพิ่มพลังงานให้กับร่างกายได้อีกด้วย

7. สารประกอบที่มีชื่อว่า Trigonelline เป็นสารที่ทำให้กาแฟมีกลิ่นหอมและมีรสขม สารชนิดนี้มีประสิทธิภาพช่วยป้องกันแบคทีเรียและการก่อตัวของแบคทีเรีย จึงมีผลช่วยป้องกันฟันผุได้

8. จากการศึกษาเป็นเวลา 10 ปี กับผู้หญิงจำนวน 86,000 คน พบว่าผู้หญิงที่ดื่มกาแฟวันละ 2 แก้ว จะสามารถช่วยลดอัตราเสี่ยงในการฆ่าตัวตายในเพศหญิงได้ถึง 60%

9. นักวิทยาศาสตร์ชาวอเมริกัน เยเซอร์ คอร์รี ได้เสนอว่า กลิ่นของกาแฟสามารถช่วยลดอาการอยากอาหารและช่วยฟื้นฟูประสาทรับกลิ่นได้ และทฤษฎีดังกล่าวยังสามารถใช้ได้กับสัตว์ทดลองอีกด้วย

10. ส่วนประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ของกาแฟ ยังพบว่าคุณประโยชน์บางอย่างอาจส่งผลต่อเพศใดเพศหนึ่งเท่านั้น เช่น กาแฟได้รับการพิสูจน์แล้วว่าสามารถช่วยการฆ่าตัวตายในเพศหญิงได้ และช่วยป้องกันนิ้วและโรคถุงน้ำดีในผู้ชาย และช่วยลดโอกาสการเกิดโรคเบาหวานได้ทั้งสองเพศ โดยจะลดประมาณ 30% ในเพศหญิง แต่จะลดมากกว่า 50% ในเพศชาย เป็นต้น และการดื่มกาแฟดูเหมือนว่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการลดขนาดของหน้าอก ช่วยลดความรู้สึกลึกลับได้เนื่องจากมีคาเฟอีน

11. เมล็ดกาแฟ สามารถช่วยทำให้ลมหายใจหอมสดชื่นได้ วิธีการก็คือเอาเมล็ดกาแฟมาอมไว้ชั่วคราว ลมหายใจของคุณก็จะมึกลิ่นสะอาดและสดชื่นอีกครั้ง

12. ช่วยกำจัดกลิ่นอาหาร ถ้ามือของคุณมีกลิ่นปลา กลิ่นกระเทียม หรือกลิ่นอาหารแรง ๆ เมล็ดกาแฟเพียงเล็กน้อยก็สามารถช่วยกำจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ได้ วิธีก็คือให้เทเมล็ดกาแฟลงบนมือแล้วถูเข้าด้วยกันสักครู่ แล้วน้ำมันจากเมล็ดกาแฟจะช่วยดูดซับกลิ่นออกไป หลังจากนั้นก็ให้ล้างมือด้วยน้ำอุ่นและสบู่ให้สะอาดอีกครั้ง

13. ปัจจุบันมีการนำเมล็ดกาแฟที่เก็บได้จากผลสุกแล้วเอาน้ำออกมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มากมาย เช่น กาแฟผงสำเร็จรูป กาแฟพร้อมดื่ม ผสมในขนมอบ ไอศกรีม ลูกกวาด ทอฟฟี่ หรือนำมาสกัดเอาคาเฟอีน เพื่อใช้ผสมในยาและเครื่องดื่มต่าง ๆ เช่น โคล่า เป็นต้น

ภาคผนวก ฅ

โทษของกาแฟ

1. กาแฟอื่นมีคุณสมบัติคล้ายยาเสพติดอย่างอ่อน ผู้ที่ดื่มกาแฟจึงมักต้องดื่มเป็นประจำ หรือที่เรียกว่า “ติดกาแฟ” จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มีผู้ดื่มกาแฟกันมาก และจากผลสำรวจพบว่าผู้ที่ดื่มกาแฟในปริมาณ 235 มิลลิกรัมต่อวันขึ้นไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 10% จะรู้สึกมีความทุกข์มากขึ้นเมื่อร่างกายขาดกาแฟอื่น
2. กาแฟเพียงถ้วยเดียวก็สามารถเพิ่มระดับน้ำตาลในเลือดได้
3. มีคำแนะนำว่าผู้ที่มีความดันโลหิตสูง ควรหลีกเลี่ยงการดื่มกาแฟในปริมาณสูง เพราะจากการศึกษาพบว่า กาแฟอื่น 250 มิลลิกรัม สามารถทำให้ความดันโลหิตสูงขึ้นทั้งตัวบนและตัวล่างในทุกกลุ่ม และจะยิ่งสูงมากขึ้นในผู้ป่วยที่มีความดันโลหิตสูงกว่า 1.5 เท่าของกลุ่มที่มีความดันปกติ ส่วนอีกข้อมูลหนึ่งได้ระบุว่า การดื่มกาแฟเป็นประจำในปริมาณน้อย ๆ ผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นยังไม่แน่นอน เนื่องจากการศึกษาติดตามผลในพยาบาล 155,000 คน ที่ดื่มกาแฟมานาน 10 ปี พบว่าไม่ทำให้ความดันโลหิตเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ John hopkins ที่ได้ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,000 ราย โดยติดตามผลเป็นเวลา 33 ปี ที่พบว่ากาแฟอื่นมีผลต่อความดันโลหิตน้อยมาก
4. หากร่างกายได้รับกาแฟอื่นสูงกว่า 150 มิลลิกรัมต่อวัน กาแฟอื่นจะไปแทรกแซงการนอนหลับ ทำให้นอนหลับยาก หลับไม่สนิท ทำให้ช่วงเวลาที่หลับนั้นสั้นลง ซึ่งอาจทำให้ร่างกายไม่ได้พักผ่อนอย่างเต็มที่
5. ผู้ที่ดื่มกาแฟเป็นประจำ หากหยุดดื่มกะทันหันจะทำให้มีอาการปวดศีรษะ กระสับกระส่าย ร่างกายอ่อนเพลีย และง่วงนอนได้
6. การดื่มกาแฟอาจทำให้หัวใจเต้นเร็วกว่าปกติหรือเต้นไม่เป็นจังหวะได้ เนื่องจากกาแฟอื่นในกาแฟมีฤทธิ์กระตุ้นกล้ามเนื้อหัวใจโดยตรง จึงส่งผลให้อัตราการบีบตัวของหัวใจและปริมาณของเลือดที่สูบฉีดต่อนาทีเพิ่มขึ้น
7. สาร theobromine ในกาแฟอาจทำให้มีอาการปวดแสบที่ลิ้นปีได้
8. การดื่มกาแฟหลายถ้วยต่อวัน จะลดความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกายลงได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสตรี

9. คาเฟอีนมีฤทธิ์กระตุ้นการหลั่งของกรด pepsin และ gastrin ซึ่งอาจทำให้โรคแผลในกระเพาะอาหารและลำไส้รุนแรงขึ้นได้

10. กาแฟมีฤทธิ์ลดการดูดซึมของธาตุเหล็กได้ คุณจึงควรระมัดระวังในการดื่มกาแฟในขณะที่ท้องว่าง อีกทั้งการดื่มกาแฟในขณะที่ท้องว่างคาเฟอีนยังไปเร่งการหลั่งกรดในกระเพาะอาหารอีกด้วย

11. เนื่องจากกาแฟมีฤทธิ์ในการขับปัสสาวะ โดยไปลดการดูดกลับของ โซเดียม โพแทสเซียม และแคลเซียมออกจากไต จึงทำให้แร่ธาตุเหล่านี้ถูกขับออกมาพร้อมปัสสาวะ ถ้าหากร่างกายสูญเสียแคลเซียมออกจากร่างกายบ่อย ๆ ในปริมาณมาก อาจเป็นการเพิ่มปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคกระดูกพรุนในหญิงวัยหมดประจำเดือนได้

12. การดื่มกาแฟมากกว่าวันละ 1 แก้ว จะมีโอกาสเกิดการเป็นหมันมากขึ้น

13. ก่อนหน้าที่มีข้อถกเถียงกันว่าการดื่มกาแฟอาจส่งผลเสียต่อการตั้งครรภ์ของสตรีได้ แต่จากหลักฐานยังไม่พบผลเสียดังกล่าว นักวิจัยจึงแนะนำให้ดื่มกาแฟปริมาณน้อย ๆ ในขณะที่ตั้งครรภ์จึงจะไม่เกิดผลเสีย (แต่หากงดได้ก็ควรจะงด) ส่วนการศึกษาในประเทศเดนมาร์กที่ได้ทำการศึกษากับสตรีจำนวน 18,478 คน ที่ดื่มกาแฟปริมาณมากในระหว่างการตั้งครรภ์ พบว่ามันส่งผลทำให้อัตราเสี่ยงของการตายของทารกหลังคลอดเพิ่มมากขึ้น แต่ไม่มีผลกระทบต่ออัตราการตายในปีแรกของทารก โดยในรายงานได้ระบุว่า ผลการศึกษานี้บ่งชี้ถึงผลกระทบจากการดื่มกาแฟตั้งแต่วันละ 4-7 ถ้วย ส่วนผู้ที่ดื่มตั้งแต่วันละ 8 ถ้วยขึ้นไป (หรือ 48 ออนซ์ขึ้นไป) จะมีความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้นถึง 220% เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ได้ดื่ม จากผลการศึกษาจึงทำให้รู้ว่าสตรีตัวครรภ์ควรเพิ่มความระมัดระวังในการดื่มกาแฟในปริมาณที่มากเกินไป

14. เด็กเล็กไม่ควรดื่มกาแฟ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 10 ขวบคาเฟอีนในกาแฟ

คาเฟอีน คืออะไร? : คาเฟอีน (caffeine) เป็นสารประกอบที่พบได้มากในเมล็ดกาแฟ โดยคาเฟอีนบริสุทธิ์นั้นจะมีลักษณะเป็นผลึกรูปเข็ม มีรสขม และไม่มีกลิ่น ปริมาณของคาเฟอีนที่มีอยู่ในกาแฟแต่ละชนิดจะแตกต่างกันออกไป โดยกาแฟโรบัสต้าจะมีปริมาณคาเฟอีนสูงกว่ากาแฟอาราบิก้า

ปริมาณของคาเฟอีนที่ส่งผลต่อร่างกายและอารมณ์ : คาเฟอีนในขนาดต่ำ (50-200 มิลลิกรัม) จะกระตุ้นให้ร่างกายตื่นตัว ไม่่วงนอน กระปรี้กระเปร่า สดชื่น, ส่วนคาเฟอีนในขนาดปานกลาง (200-500 มิลลิกรัม) อาจทำให้ปวดศีรษะ เครียด กระวนกระวาย มือสั่น นอนไม่หลับ, และคาเฟอีนในขนาดสูง (1,000 มิลลิกรัม) จะเริ่มทำให้มีอาการกระสับกระส่ายอยู่หนึ่งไม่ได้ หัวใจเต้นเร็ว ปัสสาวะบ่อย เบื่ออาหาร และมีอาการคลื่นไส้ บางข้อมูลระบุว่าอาจมีอาการกล้ามเนื้อ

กระตุ้น ทำให้ง่วงงับสน ความคิดและคำพูดติดขัด หัวใจเต้นเร็วผิดปกติ บางรายอาจมีอาการแสวงวบบลวงตาและได้ยินเสียงดังในหู แต่ถ้าหากได้รับคาเฟอีนมากกว่า 10,000 มิลลิกรัม จะทำให้เกิดโรคลมชัก ระบบหายใจล้มเหลว และเสียชีวิตในที่สุด

ฤทธิ์ของคาเฟอีน : คาเฟอีนในกาแฟสามารถถูกดูดซึมได้หมดและรวดเร็วในระบบทางเดินอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งตอนท้องว่างจะยิ่งดูดซึมเร็วขึ้น ภายหลังจากดื่มกาแฟประมาณ 30-60 นาที ความเข้มข้นของคาเฟอีนในเลือดจะขึ้นสู่ระดับสูงสุด และหลังจากคาเฟอีนถูกดูดซึมก็จะกระจายตัวไปยังส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย โดยเฉพาะอวัยวะที่มีเลือดไปเลี้ยงมาก เช่น สมอง หัวใจ ตับ และไต นอกจากนี้คาเฟอีนยังสามารถกระจายไปสู่รกและน้ำนมได้บ้างประมาณ 0.06% ส่วนการจับคาเฟอีนออกจากร่างกายก็จะแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล โดยขึ้นอยู่กับอายุและสภาพร่างกาย ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ใหญ่จะใช้เวลาประมาณ 5-6 ชั่วโมง ในการจับคาเฟอีนปริมาณครึ่งหนึ่งที่ได้รับออกจากร่างกาย

กาแฟเป็นสารเสพติดหรือไม่? : การดื่มกาแฟเป็นความชินมากกว่า สิ่งที่จะเรียกว่าติดได้ คือ จะต้องได้รับเป็นประจำและปริมาณต้องเพิ่มขึ้น แต่กาแฟไม่ได้ทำให้มีความต้องการเพิ่มขึ้น ส่วนในกรณีของสารเสพติดนั้นหากไม่ได้รับจะมีอาการลงแดงหรือทนไม่ไหว แต่การดื่มกาแฟจะไม่ให้ผลอย่างนั้น การดื่มกาแฟจึงไม่ใช่การติด แต่เป็นนิสัยมากกว่า อีกทั้งสารเสพติดจำพวกแอมเฟตามีน มอร์ฟิน นิโคติน จะมีคุณสมบัติในการกระตุ้นการหลั่งของสารโดพามีน ซึ่งเป็นสารสื่อประสาทที่เกี่ยวข้องกับอาการเสพติด แต่คาเฟอีนจะไม่มีคุณสมบัติเช่นนั้น

ปริมาณคาเฟอีนที่ปลอดภัย : สภาพร่างกายของแต่ละคนมีความไวต่อปริมาณคาเฟอีนที่แตกต่างกัน บางคนดื่มกาแฟ 1 ถ้วยก็อาจทำให้มีอาการใจสั่น นอนไม่หลับได้ แต่อาจจะไม่มีผลกับอีกคนหนึ่งที่มีความทนทานมากกว่า อย่างไรก็ตามองค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกาก็ได้กำหนดปริมาณคาเฟอีนที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ นั่นก็คือไม่เกิน 300 มิลลิกรัมต่อวัน หรือเทียบได้กับการดื่มกาแฟไม่เกิน 3 ถ้วยต่อวัน

คาเฟอีนก็ทำให้ร่างกายอ่อนเพลียได้เช่นกัน : จากการสำรวจพบว่าผู้ป่วยที่มีอาการอ่อนเพลียไม่มีแรงจากการดื่มกาแฟ พบว่าแทบทุกคนดื่มกาแฟวันละ 10 ถ้วยด้วย โดยผู้ป่วยเหล่านี้คิดว่าการดื่มกาแฟหลายถ้วยจะทำให้มีแรงทำงาน แต่ในความเป็นจริงแล้วยิ่งดื่มกาแฟมากเท่าไร คาเฟอีนในร่างกายก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น ก็เท่ากับว่าเป็นการดึงพลังงานออกจากตัวมากขึ้น เมื่อยิ่งดื่มจึงยิ่งอ่อนเพลีย เมื่อเพลียก็ยิ่งดื่มมากขึ้น หมุนเวียนเป็นวงจรเช่นนี้เรื่อยไป และเพื่อเป็นการแก้อาการอ่อนเพลีย ควรงดดื่มกาแฟโดยเด็ดขาดเป็นเวลา 2-3 เดือน และหากทำได้อย่างเคร่งครัดอาการอ่อนเพลียก็จะหายไป

อันตรายของคาเฟอีน : คาเฟอีนเปรียบเสมือนยาพิษถ้าหากได้รับมากเกินไป การบริโภคคาเฟอีนในปริมาณเข้มข้นและในปริมาณมาก อาจทำให้ร่างกายอาเจียน หงุดหงิด และอาจถึงขั้นเสียชีวิตได้



ภาคผนวก ด

สถานการณ์ตลาดกาแฟในประเทศไทย

สถานการณ์ตลาดกาแฟในประเทศไทย

1. การบริโภค

เมล็ดกาแฟที่ผลิตได้ในประเทศถูกนำมาใช้ประโยชน์ 2 ลักษณะ คือ การแปรรูปเบื้องต้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบด และการแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูป ได้แก่ กาแฟผงสำเร็จรูป และเครื่องดื่มที่มี กาแฟเป็นส่วนผสมหลัก โดยเมล็ดกาแฟโรบัสต้าที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ในประเทศถูกนำมาใช้แปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟกระป๋องด้วยจุดเด่นของกาแฟโรบัสต้าเรื่องของรสชาติเข้มข้น และหนักแน่น เนื่องจากมีปริมาณคาเฟอีนร้อยละ 2 ของน้ำหนักเมล็ด ขณะที่เมล็ดกาแฟพันธุ์อาราบิก้ามีปริมาณคาเฟอีนเพียงร้อยละ 1 ของน้ำหนักเมล็ดเท่านั้น แต่ในปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีที่มีการ พัฒนาขึ้นมากทำให้ผู้ผลิตหลายรายสามารถพัฒนาและนำกาแฟโรบัสต้าไปคั่วบดเป็นผงกาแฟใน ลักษณะเดียวกับกาแฟพันธุ์อาราบิก้าที่นิยมนำมาแปรรูปเป็นกาแฟคั่วบด เนื่องจากให้รสชาติที่อ่อน นุ่มและมีกลิ่นหอม

ปัจจุบันผลผลิตกาแฟที่ผลิตได้ในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในประเทศ เนื่องจาก ปริมาณการผลิตลดลง สวนทางกับปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้น โดยในปี 2554 ประเทศไทยผลิตเมล็ดกาแฟได้ 42,394 ตัน ความต้องการใช้ของโรงงานแปรรูป 61,480 ตัน ซึ่งยังไม่รวมถึง ความ ต้องการของโรงงานคั่วบดขนาดเล็ก ทำให้การนำเข้าเมล็ดกาแฟในปี 2554 สูงถึง 34,374 ตัน นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกาแฟบางส่วนที่ให้ความสำคัญกับตลาดต่างประเทศควบคู่กับการตลาดในประเทศ ทำให้การส่งออกผลิตภัณฑ์กาแฟของไทยมีทั้งที่อยู่ในรูปเมล็ดกาแฟกาแฟคั่ว และกาแฟสำเร็จรูป

ปี 2550-2554 ปริมาณความต้องการเมล็ดกาแฟของโรงงานแปรรูปเพิ่มขึ้นจาก 52,000 ตัน เป็น 61,480 ตัน คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.3 ต่อปี เนื่องจากกระแสความนิยม ดื่มกาแฟในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกาแฟสดหรือกาแฟคั่วบดที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในชุมชนเมือง ดังจะเห็นได้จากจำนวนร้านกาแฟสดทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่รวมถึงร้านกาแฟพรีเมียมทั้งที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศและในประเทศเพิ่มขึ้นมากในช่วง 4-5 ปี ที่ผ่านมา สำหรับผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปและกาแฟกระป๋อง ผู้ประกอบการมีการนำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างลงตัว เช่น กาแฟเพื่อสุขภาพ

และ ความงาม ที่ตอบสนองกลุ่มผู้รักสุขภาพ กาแฟพร้อมดื่มที่มีความเป็นพรีเมียม มีรสชาติที่หลากหลาย กาแฟผสมสำเร็จรูป (ทรีอินวัน) ที่มีรสชาติของกาแฟสด และมุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มี พฤติกรรมการใช้ชีวิตที่รีบเร่งและต้องการความสะดวกสบาย เป็นต้น ควบคู่กับการปรับรูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและสะดวกสบายมากขึ้น

ปริมาณผลผลิต ความต้องการใช้ และการส่งออกเมล็ดกาแฟไทย

| ปริมาณ (ตัน) | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 |
|----------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| ผลผลิต | 55,660 | 50,442 | 56,315 | 48,955 | 42,394 |
| ความต้องการใช้ | 52,000 | 53,479 | 53,803 | 58,000 | 61,480 |
| ผลผลิตส่วนเกิน | 3,660 | -3,037 | 2,512 | -9,045 | -19,086 |
| ส่งออก | 11,138 | 1,539 | 234 | 320 | 720 |
| นำเข้า | 374 | 14,542 | 6,214 | 14,268 | 34,374 |

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

แม้ว่าผู้บริโภคชาวไทยจะนิยมดื่มกาแฟมากขึ้น แต่ความนิยมนี้นั้นต่ำกว่าระดับที่บริโภคอยู่ในชุมชน เมืองเท่านั้น ดังจะเห็นได้จากอัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยอยู่ในระดับต่ำเพียง 0.5 กิโลกรัมต่อ คนต่อปี หรือสัปดาห์ละ 3 ถ้วยเท่านั้น เมื่อเทียบกับประเทศฟินแลนด์ที่มีอัตราการดื่มกาแฟสูงที่สุดในโลก มีอัตราการบริโภคกาแฟเฉลี่ย 12 กิโลกรัมต่อคนต่อปี บราซิลซึ่งเป็นประเทศที่ผลิตกาแฟ มากที่สุดในโลกบริโภคกาแฟเฉลี่ย 5.6 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ส่วนประเทศอื่นเช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย อัตราการบริโภคกาแฟเฉลี่ย 4.2 3.3 และ 3.0 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ตามลำดับ

อัตราการบริโภคกาแฟต่อหัว ปี 2551

| มากกว่า 7 กก./ปี | | 4-6 กก./ปี | | 1-3 กก./ปี | | น้อยกว่า 1 กก./ปี | |
|------------------|-------|------------|------|------------|------|-------------------|------|
| ฟินแลนด์ | 12.62 | เยอรมนี | 6.97 | ฮอนดูรัส | 3.77 | อินโดนีเซีย | 0.88 |
| สวีตเซอร์แลนด์ | 9.15 | ออสเตรีย | 6.53 | แอลจีเรีย | 3.70 | ฟิลิปปินส์ | 0.72 |
| นอร์เวย์ | 8.99 | อิตาลี | 5.98 | เบลเยียม | 3.68 | เวียดนาม | 0.70 |
| สวีเดน | 8.29 | แคนาดา | 5.80 | ญี่ปุ่น | 3.33 | เอกวาดอร์ | 0.67 |
| เดนมาร์ก | 7.71 | บราซิล | 5.60 | ออสเตรเลีย | 3.26 | ไทย | 0.50 |

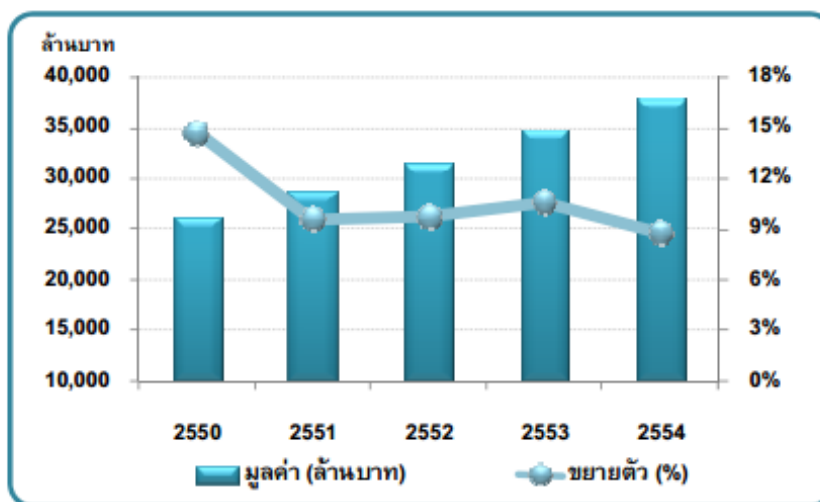
ที่มา: Coffee Market Report, June 2009

อย่างไรก็ตาม อัตราการบริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาแฟในประเทศไทยคาดว่าจะเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 20-30 ต่อปี ซึ่งเป็นการเติบโตของผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปและกาแฟกระป๋อง มากกว่ากาแฟคั่วบด เนื่องจากราคาโดยเฉลี่ยต่อแก้วของกาแฟคั่วบดสูงกว่ากาแฟสำเร็จรูป 3-4 เท่า ทำให้การบริโภคกาแฟคั่วบดจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคผู้มีรายได้สูงในสังคมเมืองเท่านั้น โดยการบริโภคเครื่องดื่มร้อนจะอยู่ในลักษณะผงพร้อมชงสำเร็จรูป และการบริโภคเครื่องดื่มเย็นจะอยู่ใน ลักษณะเครื่องดื่มกระป๋อง ส่วนการบริโภคกาแฟคั่วบดยังคงจำกัดอยู่ใน โรงแรม ร้านอาหาร และ ร้านกาแฟทั่วไป เนื่องจากขั้นตอนการชงที่ยุ่งยากและอุปกรณ์ในการชงกาแฟมีราคาแพง

2. การค้า

ตลาดกาแฟในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมาต้องเผชิญอุปสรรค จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสนใจกับสุขภาพกันมากขึ้น โดยการหันไปดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ชนิดอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดกาแฟในประเทศไทยเติบโตในอัตราที่ลดลง โดยปี 2554 ตลาด กาแฟในประเทศไทยมูลค่าประมาณ 37,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี ก่อนร้อยละ 8.7 ขณะที่ปี 2550 มูลค่าตลาด 26,165 ล้านบาท เติบโตจากปี 2549 ร้อยละ 14.7 อย่างไรก็ตามมูลค่าตลาด กาแฟในประเทศไทยยังถือว่าเติบโตสูง โดยระหว่างปี 2550-2554 ขยายตัวอัตราร้อยละ 9.7 ต่อปี ซึ่งเป็นผลมาจากผู้ประกอบการได้นำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ควบคู่กับการจัดกิจกรรม ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง

มูลค่าตลาดกาแฟในประเทศ และอัตราขยายตัวระหว่างปี 2550-2554



ที่มา : Euromonitor International, April 2010

ตลาดกาแฟในประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ กาแฟสำเร็จรูปครองส่วนแบ่งตลาด สูงสุด ร้อยละ 70 ของมูลค่าตลาดทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 26,700 ล้านบาท รองลงมา คือกาแฟพร้อมดื่ม และกาแฟคั่วบด มูลค่าตลาด 8,900 และ 2,300 ล้านบาทตามลำดับ กาแฟสำเร็จรูป (Instant Coffee) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าตลาดสูงสุดและยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการขยายตัวสูงที่สุดเช่นเดียวกัน โดยระหว่างปี 2550-2554 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 12ต่อปี กล่าวคือ ปี 2550 มูลค่าตลาด 17,000 ล้านบาท ในปี 2554 เพิ่มขึ้นเป็น 26,700 ล้านบาท ซึ่งสามารถ แบ่งออกได้เป็น 3 เซ็กเมนต์ คือ กาแฟผงสำเร็จรูป ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 22 ของมูลค่าตลาดกาแฟ สำเร็จรูป กาแฟปรุงสำเร็จหรือที่รู้จักกัน โดยทั่วไปว่า กาแฟที่รีวัน ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 67 และ กาแฟเพื่อสุขภาพ ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 11 โดยผลิตภัณฑ์กาแฟปรุงสำเร็จมีอัตราการเติบโตที่โดดเด่น และเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดกาแฟสำเร็จรูป ด้วยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมทั้ง กาแฟ ครีมเทียม และน้ำตาล ผู้บริโภคเพียงแค่นึกของและเติมน้ำร้อนก็สามารถดื่มกาแฟได้ทันทีซึ่ง มุ่งตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ใช้ชีวิตด้วยความเร่งรีบ ต้องการความรวดเร็ว และสะดวกสบายเป็นหลัก ขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์กาแฟปรุงสำเร็จยังมีการพัฒนาในด้านรสชาติให้มีความหลากหลายตอบสนองผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (niche market) ซึ่งมีความแตกต่างกันที่ชัดเจน ด้าน รสนิยม ให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคได้ตาม รสนิยมของตนเอง นอกจากนี้ในด้านรสชาติที่มุ่งตอบสนอง รสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มแล้ว ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่ม ผู้บริโภคที่รักสุขภาพและความงาม หรือผู้ที่มีปัญหาเรื่องน้ำหนัก โดยนำส่วนผสมที่สามารถตอบ โจทย์ ของผู้บริโภคกลุ่มนี้มาเป็นจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ผสมคอลลาเจน สาร

สกัดจากถั่วขาว และ ส่วนผสมของ โสม มีส่วนผสมที่ให้พลังงานน้อย และน้ำตาลต่ำ เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดกาแฟปรุงสำเร็จ เซ็กเมนต์ใหม่คือ กาแฟเพื่อสุขภาพและความงาม มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10-15 ต่อปี เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยทั้งผู้หญิงและผู้ชายมีปัญหาเรื่องน้ำหนักตัวเกิน และหันมาใส่ใจ สุขภาพกันมากขึ้น จึงส่งผลให้ตลาดมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับกาแฟปรุงสำเร็จ

กาแฟพร้อมดื่ม (Ready to Drink Coffee) หมายถึงกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องหรือขวด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการวางตำแหน่งสินค้าเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มชูกำลัง ทำให้ผู้บริโภคเป็นกลุ่มที่ต้องการความสะดวกสบาย คลายความง่วง และชอบรสชาติของกาแฟที่เข้มข้น ซึ่งได้แก่ ผู้ใช้แรงงานที่ และผู้ที่ต้องขับรถเป็นเวลานาน การเติบโตของตลาดกาแฟพร้อมดื่มในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาค่อนข้างต่ำเพียงร้อยละ 3.2 ต่อปี เท่านั้น เนื่องจากผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ขับรถ ระยะทางไกลหรือนักเดินทางไกล ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักของตลาดกาแฟพร้อมดื่ม ได้หัน มาดื่มกาแฟสดจากร้านกาแฟที่มีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นตามสถานที่ต่าง รวมถึงปั้มน้ำมัน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการได้แตกไลน์สินค้า โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นพรีเมียมเพื่อขยายกลุ่ม ผู้บริโภค ไปสู่ผู้บริโภครุ่นใหม่ในกลุ่มคนทำงาน นักเรียน นักศึกษา ที่ต้องการดื่มกาแฟรสชาติเข้มข้น จึงส่งผลให้ตลาดกาแฟพร้อมดื่มยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

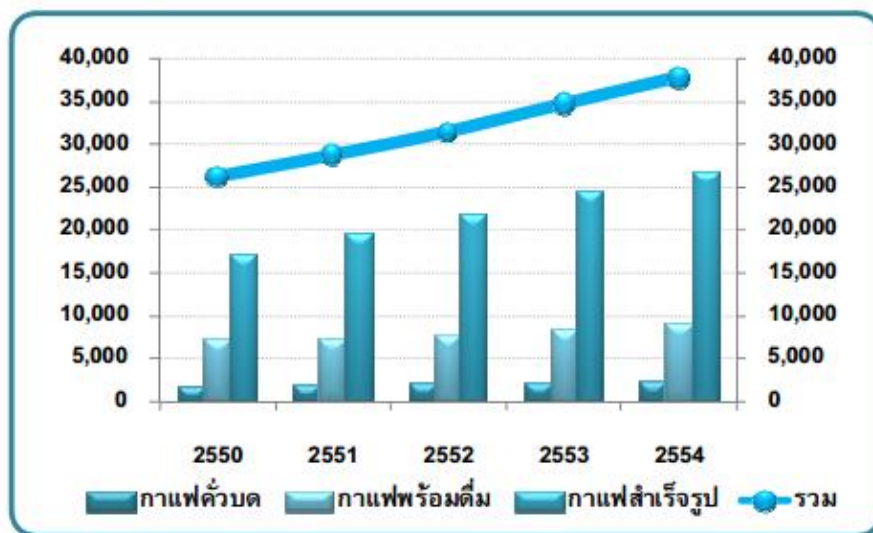
กาแฟคั่วบด (Roast and ground Coffee) หมายถึง การนำสารกาแฟ หรือเมล็ดกาแฟ มาคั่ว ให้สุก ได้สีน้ำตาล มีกลิ่นหอมและรสชาติที่ต้องการ ต่อจากนั้นนำมาบดให้เป็นผง แล้วนำไปต้มหรือ ผ่านความร้อนด้วยอุปกรณ์การเตรียมกาแฟชนิดต่างๆ หรือในปัจจุบันรู้จักและคุ้นเคยกันดีในชื่อของ “กาแฟสด” กาแฟคั่วบดมักทำมาจากกาแฟพันธุ์อาราบิก้าเป็นส่วนประกอบหลัก เนื่องจากมีความหอมชวนดื่มกว่าสายพันธุ์อื่น ขณะเดียวกันมีการใช้กาแฟพันธุ์โรบัสต้ามาเป็นส่วนผสมในสัดส่วนที่ แตกต่างกันตามสูตรของตนเอง

ตลาดกาแฟคั่วบดจัดเป็นตลาดขนาดเล็กมูลค่าเพียง 2,300 ล้านบาทเท่านั้น โดยมีผู้บริโภค เพียงกลุ่มเล็กๆเท่านั้น คือกลุ่มที่ต้องการกลิ่นและรสชาติของกาแฟพันธุ์ดี ความนิยมกาแฟคั่วบดใน ประเทศไทยยังไม่แพร่หลายเหมือนอย่างต่างประเทศ เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านราคาและความ สะดวก โดยเฉพาะเครื่องชงกาแฟที่มีราคาแพง ผู้บริโภคจึงไม่นิยมซื้อเครื่องชงกาแฟไว้ประจำบ้าน และสำนักงาน อย่างไรก็ตามความต้องการของผู้บริโภคกาแฟคั่วบดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์กาแฟชนิดอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นกาแฟปรุงสำเร็จรูป และกาแฟพร้อมดื่ม ล้วนมี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกาแฟคั่วบดเพิ่มเข้ามาในกลุ่มของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ธุรกิจร้านกาแฟเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เติบโตมาควบคู่กับตลาดกาแฟคั่วบด เพื่อลดข้อจำกัดใน เรื่องขั้นตอนการชงที่ยุ่งยาก และเป็นช่องทางการจำหน่ายหลักที่ขับเคลื่อนให้ตลาด

กาแฟคั่วบดในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตสูง เพราะกาแฟกลายเป็นกระแสนิยมของสังคม ด้วยแนวคิดที่ว่า กาแฟไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องดื่มหากแต่กลายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเลือกที่จะซื้อ เพราะต้องการประสบการณ์ การดื่มกาแฟที่หลากหลาย อันเป็นไลฟ์สไตล์ของคนยุคปัจจุบันที่นิยมที่จะค้นหาประสบการณ์แปลก ใหม่ให้กับชีวิต ดังจะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของร้านกาแฟทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ในช่วง 3-4 ปี ที่ผ่านมามา ทั้งจากนักลงทุนชาวไทยและนักลงทุนชาวต่างชาติ แนวโน้มธุรกิจร้านกาแฟสดเติบโตได้อีก มาก โดยเฉพาะในรูปแบบร้านกาแฟขนาดกลางมีพื้นที่ขนาด 50 ตารางเมตรขึ้นไป ตั้งอยู่ในอาคาร อีสระะ ห้องเช่า ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงานขนาดใหญ่ และรูปแบบมุมกาแฟภายในอาคาร ศูนย์การค้าหรือพลาซ่า อาจจะมีที่นั่งเล็กน้อย และมีพื้นที่ประมาณ 6 ตารางเมตร ขณะที่ร้าน กาแฟระดับบนหรือร้านกาแฟพรีเมียมมีข้อจำกัดด้านทำเลที่กระจุกตัวอยู่ในเขตเมือง ส่งผลให้การ ขยายตัวช้าลง

มูลค่าตลาดกาแฟในประเทศไทย แยกตามผลิตภัณฑ์



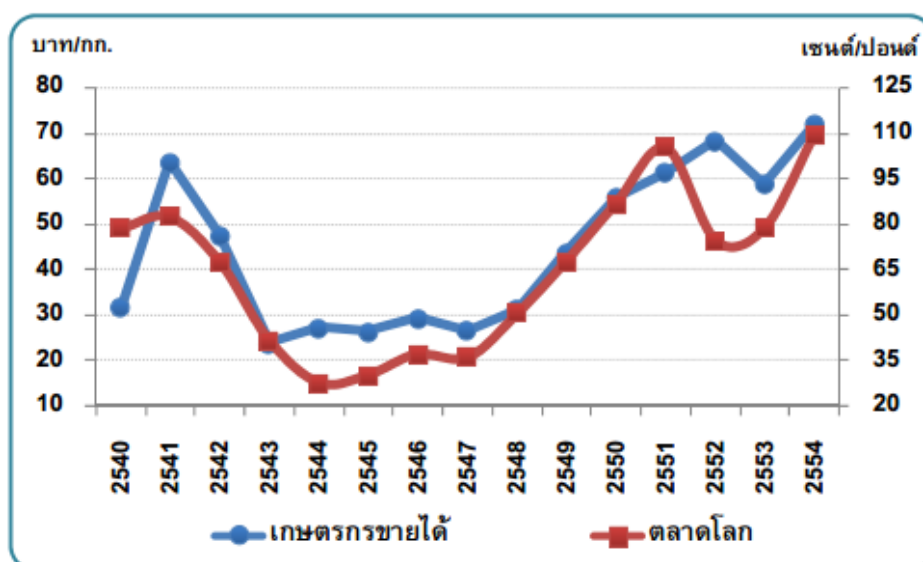
ที่มา: Euromonitor International, April 2010

3. ราคา

ราคामะล็ดกาแฟในประเทศค่อนข้างผันผวน ซึ่งนอกจากจะขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตและความ ต้องการเมล็ดกาแฟในประเทศแล้ว ยังขึ้นอยู่กับทิศทางราคามะล็ดกาแฟใน ตลาดโลกด้วย เมื่อพิจารณาความเคลื่อนไหวของราคามะล็ดกาแฟพันธุ์โรบัสต้าในประเทศไทยในช่วง 15 ปี ที่ผ่านมามา พบว่า ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้ในระหว่างปี 2543-2548 อยู่ในระดับต่ำกว่า 30 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งอยู่ในระดับใกล้เคียงกับต้นทุนการผลิต จึงไม่จูงใจให้เกษตรกรทำการ

ดูแล รักษาต้นกาแฟ แต่ผลักดันให้เกษตรกรล้มเลิกการปลูกกาแฟแล้วหันไปปลูกพืชเศรษฐกิจชนิดอื่นที่ให้ ผลตอบแทนสูงกว่าแทน ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตกาแฟในประเทศไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามในช่วงปี 2550-2554 ราคาเมล็ดกาแฟพันธุ์โรบัสต้าที่เกษตรกรขายได้ปรับตัวสูงขึ้น โดย เคลื่อนไหวอยู่ระหว่าง 55-70 บาทต่อกิโลกรัมขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานในแต่ละปี สำหรับปี 2555 ราคาเมล็ดกาแฟในประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงจากปี ที่ผ่านมามาตามทิศทางราคาในตลาดโลกซึ่งปรับตัวลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากการผลิตกาแฟในหลายประเทศได้ผลผลิตดี ทำให้ปริมาณผลผลิตมีมากพอต่อความต้องการในตลาดโลก

ราคาที่เกษตรกรขายได้และราคาในตลาดโลก เมล็ดกาแฟโรบัสต้า



หมายเหตุ : Indicator Price for Robustas Group

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และ International Coffee Organization (ICO)

4. การค้าระหว่างประเทศ

เดิมนั้นกาแฟเป็นสินค้าควบคุมการนำเข้าเพื่อเป็นการปกป้องเกษตรกรภายในประเทศ แต่ในระยะหลังเมื่อประเทศไทยผลิตกาแฟได้เพียงพอต่อความต้องการในประเทศและเปลี่ยนสถานะจาก ประเทศผู้พึ่งพาการนำเข้ากาแฟจากต่างประเทศ กลายเป็นประเทศผู้ส่งออกเมื่อปี 2521 ทำให้ มาตรการควบคุมการนำเข้าผ่อนคลายลง แต่การนำเข้าผลิตภัณฑ์กาแฟจำเป็นต้องได้รับ อนุญาตจาก กระทรวงพาณิชย์ก่อนเพื่อป้องกันปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ สำหรับการส่งออกสามารถทำได้อย่างเสรีโดยตลาดส่งออกแบ่งออกเป็น 2 ตลาดหลักคือ ตลาดกลุ่ม ประเทศ สมาชิกองค์การกาแฟระหว่างประเทศ (International Coffee Organization: ICO) หรือตลาด

ในภาคี และตลาดนอกกลุ่มประเทศสมาชิก ICO หรือตลาดนอกภาคี ซึ่งตลาดในภาคีที่สำคัญในการส่งออก เมล็ดกาแฟคือ สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น เยอรมนี ตลาดกาแฟสำเร็จรูป คือ ญี่ปุ่น ศรีลังกา ส่วนตลาด นอกภาคีที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา เกาหลี ออสเตรเลีย มาเลเซีย และ ลาว เป็นต้น นับตั้งแต่ปี 2532 ที่ ICO ได้ยกเลิกระบบโควตาส่งออกของประเทศสมาชิก เนื่องจากไม่สามารถบริหารจัดการจัดสรรโควตาให้เป็นที่พอใจของประเทศสมาชิกได้ ทำให้อุปสรรคในการส่งออกกาแฟของ ไทยลดน้อยลง

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าการส่งออกและนำเข้า พบว่า เดิมนั้นประเทศไทยได้ดุลการค้ากาแฟมาตลอด นับตั้งแต่ปี 2553 ที่ประเทศไทยต้องเปิดตลาดกาแฟภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA: Asean Free Trade Agreement) โดยต้องปรับลดอัตราภาษีนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปเป็น 0% ขณะที่เมล็ดกาแฟประเทศไทยกำหนดให้เป็นสินค้าอ่อนไหวจึงยังคงอัตราภาษีนำเข้าที่ 5% ส่งผลให้ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปของไทยเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะปี 2554 ทำให้ประเทศไทยต้องขาดดุลการค้ากาแฟเป็นปีแรก

ดุลการค้ากาแฟ และผลิตภัณฑ์กาแฟของไทย ปี 2550-2554

| มูลค่า (ล้านบาท) | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 |
|------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ส่งออก | 2,484.3 | 2,713.5 | 3,737.7 | 4,597.2 | 4,842.8 |
| นำเข้า | 1,359.7 | 2,391.6 | 1,551.9 | 2,332.7 | 4,926.9 |
| ดุลการค้า | 1,124.5 | 321.9 | 2,185.9 | 2,264.4 | -84.1 |

ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ด้วยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

5. การส่งออก

ผลิตภัณฑ์กาแฟของไทยที่มีการส่งออกมีทั้ง เมล็ดกาแฟดิบ กาแฟคั่ว และกาแฟสำเร็จรูป ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากกาแฟโรบัสต้า โดยในแต่ละปี สร้างรายได้จากการส่งออกหลาย พันล้านบาท ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตกาแฟที่ผลิตได้ในประเทศไทย มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์กาแฟ ของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2550 ประเทศไทยส่งออกกาแฟมูลค่า 2,484.3 ล้านบาท ในปี 2554 เพิ่มขึ้นเป็น 4,842.8 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 18.2 ต่อปี ซึ่งเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์กาแฟของไทยเป็นที่ยอมรับในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ สำหรับตลาดส่งออกที่สำคัญอยู่ในเอเชีย โดยเฉพาะภูมิภาคอาเซียนและตะวันออกกลาง

เนื่องจากได้เปรียบประเทศคู่แข่งในแถบอเมริกาใต้ด้านระยะทางในการขนส่ง ขณะที่คู่แข่งที่สำคัญในภูมิภาคนี้คือ เวียดนาม อินโดนีเซีย อินเดีย และมาเลเซีย

ปริมาณและมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์กาแฟของไทย ปี 2550-2554

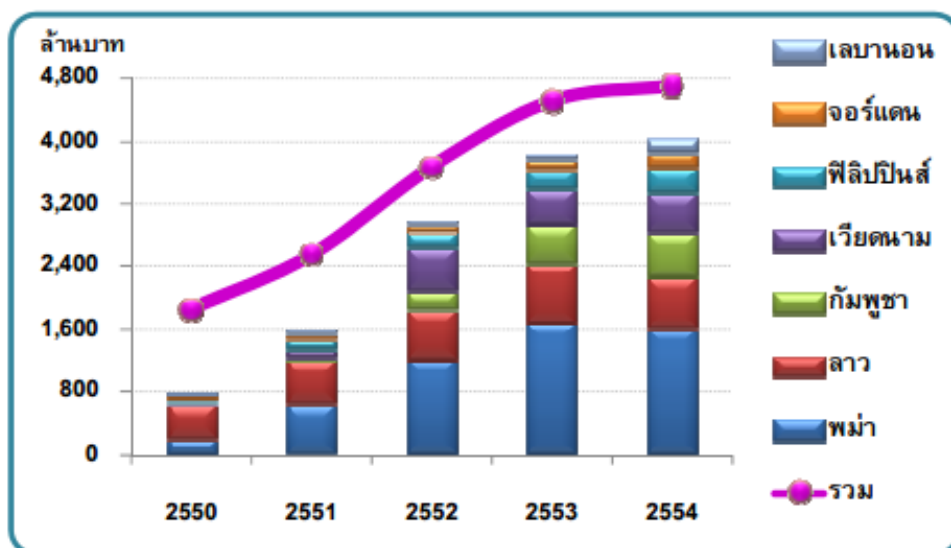
หน่วย: ตัน, ล้านบาท

| ปี | เมล็ดกาแฟดิบ | | กาแฟควัด | | กาแฟสำเร็จรูป | | รวม | |
|---------------|--------------|--------|----------|--------|---------------|---------|--------|---------|
| | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า |
| 2550 | 11,138 | 593.7 | 101 | 22.5 | 25,478 | 1,868.1 | 36,717 | 2,484.3 |
| 2551 | 1,539 | 126.6 | 124 | 24.3 | 26,853 | 2,562.7 | 28,516 | 2,713.6 |
| 2552 | 234 | 31.0 | 147 | 32.8 | 35,019 | 3,673.9 | 35,400 | 3,737.7 |
| 2553 | 320 | 41.1 | 215 | 36.3 | 44,527 | 4,519.7 | 45,062 | 4,597.1 |
| 2554 | 720 | 101.7 | 137 | 29.5 | 41,982 | 4,711.6 | 42,839 | 4,842.8 |
| ขยายตัวเฉลี่ย | -49.6% | -35.7% | 7.9% | 7.1% | 13.3% | 26.0% | 3.9% | 18.2% |

ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ด้วยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

กาแฟสำเร็จรูป เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกสูงสุด หรือประมาณร้อยละ 97-98 ของมูลค่า การส่งออกทั้งหมด และยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการขยายตัวสูงที่สุดในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา ซึ่งผลิตภัณฑ์ กาแฟสำเร็จรูปของไทยมีจุดเด่นในเรื่องรสชาติและความหอมที่เป็นเอกลักษณ์และได้รับการยอมรับ จากผู้บริโภคในต่างประเทศ ประกอบกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูปให้ความสำคัญ กับการขยายตลาดต่างประเทศอย่างจริงจัง โดยปี 2550 ส่งออกกาแฟสำเร็จรูป 25.5 พันตัน มูลค่า 1,868 ล้านบาท ปี 2554 เพิ่มขึ้นเป็น 42 พันตัน มูลค่า 4,712 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 13.3 และ 26 ต่อปี ตามลำดับ ตลาดส่งออกที่สำคัญคือประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา และเวียดนาม นอกจากนี้ยังมีประเทศในตะวันออกกลาง อาทิ จอร์แดน เลบานอน สหรัฐอาหรับเอมิเรต และซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น

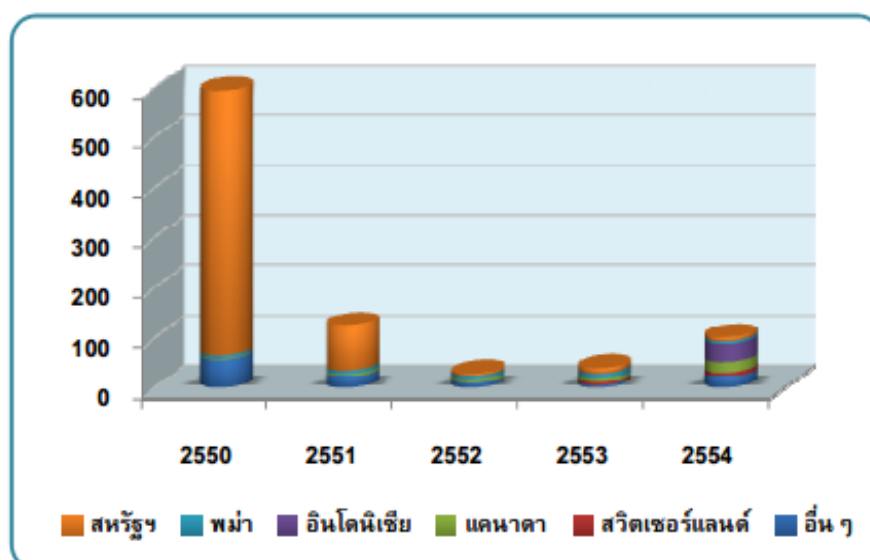
ตลาดส่งออกกาแฟสำเร็จรูปที่สำคัญของไทย



ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ด้วยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

เมล็ดกาแฟดิบ การส่งออกเมล็ดกาแฟดิบในแต่ละปี ไม่น่าแน่นอน ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตในประเทศเป็นหลัก สืบเนื่องมาจากปริมาณผลผลิตเมล็ดกาแฟดิบในประเทศมีแนวโน้มลดลง ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในประเทศ ทำให้ปริมาณการส่งออกลดน้อยลง เมื่อพิจารณาการส่งออกเมล็ดกาแฟดิบในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา พบว่า ความต้องการเมล็ดกาแฟดิบของสหรัฐฯเป็นอีก ปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการส่งออกเมล็ดกาแฟดิบของไทย กล่าวคือ ปี ไคที่สหรัฐฯมีความต้องการนำเข้า เมล็ดกาแฟดิบมาก ปีนั้นไทยก็จะส่งออกเมล็ดกาแฟดิบในปริมาณมากเช่นเดียวกัน

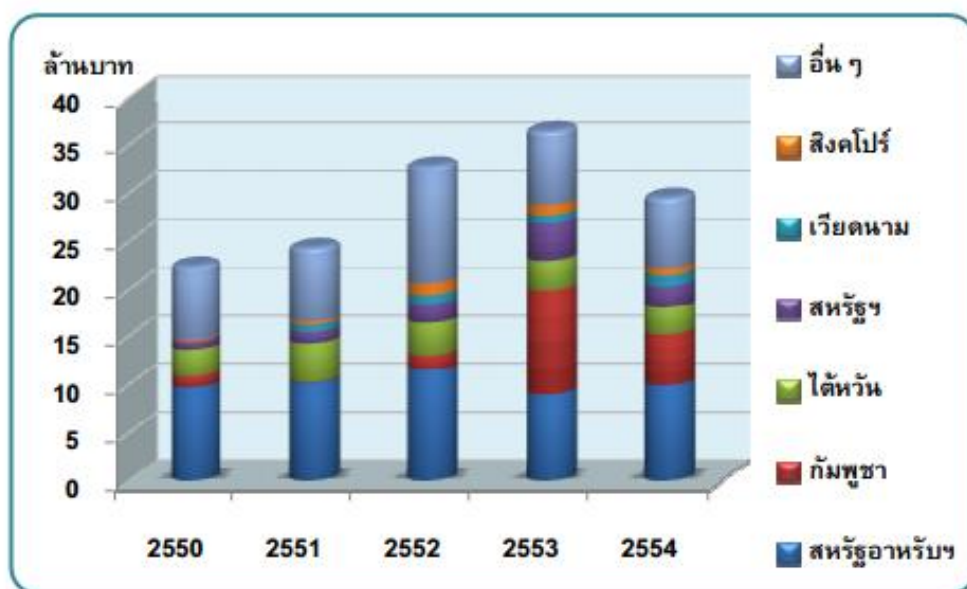
ตลาดส่งออกเมล็ดกาแฟดิบที่สำคัญของไทย



ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ด้วยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

กาแฟคั่วบด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกน้อยที่สุด คือมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.61 ของมูลค่าการส่งออกกาแฟทั้งหมดเท่านั้น เนื่องจากกาแฟคั่วบดของไทยเน้นการผลิตเพื่อใช้ใน ประเทศเป็นหลัก การส่งออกในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมาขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี ตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ครองสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 33.5 ของมูลค่าส่งออกกาแฟคั่วบดทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ กัมพูชา ใต้หวัน และสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนร้อยละ 17.7 10.0 และ 7.5 ตามลำดับ

ตลาดส่งออกกาแฟคั่วบดที่สำคัญของไทย



ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ด้วยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

การนำเข้า ความต้องการบริโภคกาแฟที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สวนทางกับปริมาณ ผลผลิตกาแฟที่ผลิตได้ในประเทศ จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าผลิตภัณฑ์กาแฟจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับไทยต้องเปิดตลาดกาแฟตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน โดยลดอัตราภาษีนำเข้า กาแฟสำเร็จรูปลงเป็น 0% ในปี 2553 ขณะที่เมล็ดกาแฟดิบยังคงอัตราภาษีนำเข้าไว้ที่ร้อยละ 5 และ จะลดเป็น 0% ในปี 2558 เนื่องจากไทยกำหนดให้เป็นสินค้าอ่อนไหว และเพื่อเป็นการคุ้มครอง เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ ในปี 2554 ปริมาณผลผลิตกาแฟในประเทศมีไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ ในประเทศ ผู้ประกอบการจึงต้องขออนุญาตนำเข้าเมล็ดกาแฟ ภายใต้ AFTA เพื่อใช้ใน ประเทศและ ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออก ซึ่งคณะอนุกรรมการพืชสวนได้มีมติให้นำเข้าเมล็ดกาแฟจำนวนทั้งสิ้น 36,321.30 ตัน ภายในวันที่ 31 สิงหาคม 2554 และให้นำเข้ากาแฟสำเร็จรูปจำนวน

1,269.80 ตัน ภายในวันที่ 30 ธันวาคม 2554 ส่งผลให้ปริมาณและมูลค่านำเข้าผลิตภัณฑ์กาแฟปี 2554 เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 103 และ 111 ตามลำดับ แหล่งนำเข้าเมล็ดกาแฟที่สำคัญของไทย คือ ประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ เวียดนาม อินโดนีเซีย และลาว ส่วนกาแฟสำเร็จรูปนำเข้าจาก มาเลเซีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และเนเธอร์แลนด์

ปริมาณและมูลค่านำเข้าผลิตภัณฑ์กาแฟของไทย ปี 2550-2554

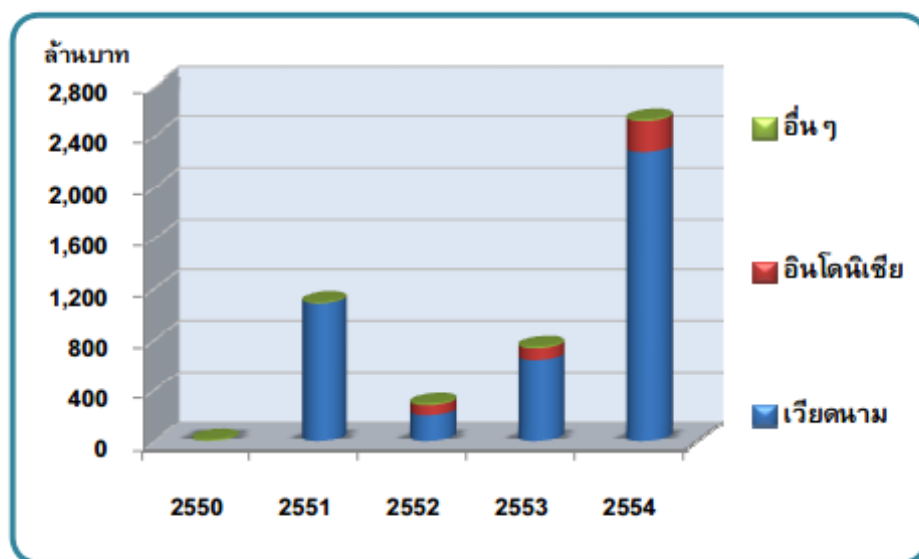
หน่วย: ตัน, ล้านบาท

| ปี | เมล็ดกาแฟดิบ | | กาแฟคั่วบด | | กาแฟสำเร็จรูป | | รวม | |
|---------------|--------------|---------|------------|--------|---------------|---------|--------|---------|
| | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า |
| 2550 | 374 | 11.3 | 300 | 87.5 | 10,584 | 1,260.9 | 11,258 | 1,359.7 |
| 2551 | 14,542 | 1,094.2 | 273 | 89.9 | 7,108 | 1,207.5 | 21,923 | 2,391.6 |
| 2552 | 6,214 | 294.4 | 289 | 100.6 | 6,341 | 1,156.9 | 12,844 | 1,551.9 |
| 2553 | 14,268 | 748.3 | 353 | 114.1 | 7,858 | 1,470.4 | 22,479 | 2,332.7 |
| 2554 | 34,374 | 2,528.0 | 477 | 206.1 | 10,727 | 2,192.8 | 45,578 | 4,926.9 |
| ขยายตัวเฉลี่ย | 209.6% | 286.7% | 12.3% | 23.9% | 0.3% | 14.8% | 41.8% | 38.0% |

ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ด้วยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

เมล็ดกาแฟดิบ การนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบของไทยขยายตัวในอัตราที่สูงมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากผลผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงานแปรรูป โดยการนำเข้าเมล็ดกาแฟส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาเพื่อแปรรูปและบริโภคในประเทศ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80-85 ของปริมาณนำเข้าทั้งหมด ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 15-20 เป็นการนำเข้ามาแปรรูปเพื่อการส่งออกอย่างไรก็ตามการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบไม่สามารถทำได้อย่างเสรี โดยผู้นำเข้าจะต้องได้รับอนุญาตจากกรมการค้าต่างประเทศ เป็นการนำเข้าเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเท่านั้น และผู้นำเข้าจะต้องมีข้อมูลพื้นที่ที่จะต้องรับซื้อเมล็ดกาแฟในประเทศในฤดูถัดไปตามปริมาณที่นำเข้าด้วย

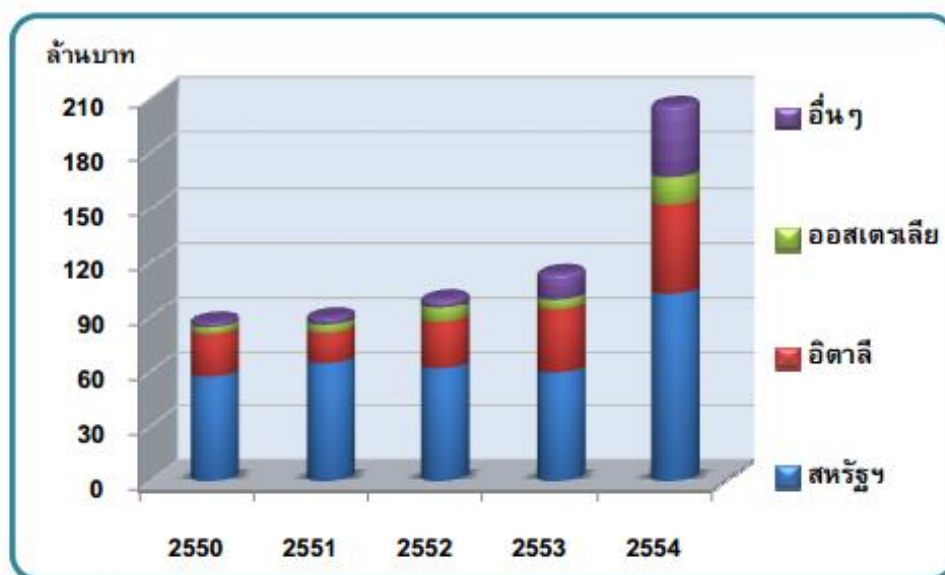
แหล่งนำเข้าเมล็ดกาแฟที่สำคัญของไทย



ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ด้วยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

กาแฟคั่วบด เป็นการนำเข้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเล็กๆ ในตลาดเฉพาะกลุ่มเท่านั้น เนื่องจากถูกช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดด้วยกาแฟสด ด้วยจุดเด่นของกาแฟสดที่เน้นความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ โดยการนำเมล็ดกาแฟคั่ว มาบดแล้วชงภายใต้แรงดันของน้ำร้อน เพื่อ คั่วในทันที ทำให้กาแฟมีกลิ่นและรสชาติที่ดีกว่ากาแฟคั่วบดนำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลให้ปริมาณ การนำเข้ากาแฟคั่วบดแต่ละปีไม่สูงมากนักประมาณ 300-500 ตันต่อปี

แหล่งนำเข้ากาแฟคั่วบดที่สำคัญของไทย



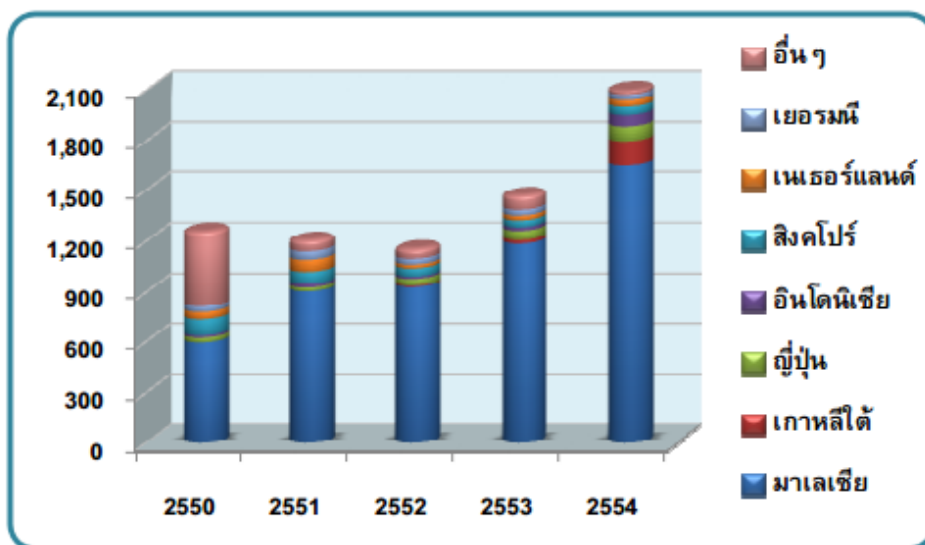
ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ด้วยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

กาแฟสำเร็จรูป ความนิยมดื่มกาแฟที่เพิ่มขึ้นของชาวไทย ส่งผลให้ความต้องการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศ เท่านั้น รวมถึงผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปนำเข้าด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการมองหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามรสนิยมของตนเอง ขณะเดียวกันการนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปได้อานิสงค์จากเขตการค้าเสรีอาเซียน ทำให้การนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปจากประเทศสมาชิกอาเซียนไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีการนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปจากประเทศอาเซียนสูงถึงร้อยละ 76 ของมูลค่านำเข้ากาแฟสำเร็จรูป ทั้งหมด อย่างไรก็ตามการนำเข้าผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการค้าต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบต่อภาคการผลิตและการตลาดกาแฟไทย ที่หากมีการนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้โรงงานแปรรูปจะรับซื้อผลผลิตกาแฟในประเทศ น้อยลง ทำให้เกิดภาวะกาแฟล้นตลาดและราคาตกต่ำ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ

การนำเข้าผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปของไทย มีทั้งการนำเข้าในรูปแบบของกาแฟสำเร็จรูป เพื่อมาบริโภคในประเทศโดยตรง อาทิ กาแฟกระป๋อง กาแฟผงสำเร็จรูป นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าในรูปแบบของกาแฟสำเร็จรูปผ่านกระบวนการปรุงแต่งเพื่อจำหน่ายในประเทศ และบางส่วนก็ส่งออกไปยังต่างประเทศอีกด้วย ปี 2550-2554 ปริมาณนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปของไทยเพิ่มขึ้นจาก 10,584 ตัน เป็น 10,727 ตัน ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 0.3 ต่อปี เท่านั้น ส่วนมูลค่านำเข้า

เพิ่มขึ้นจาก 1,261 ล้านบาท เป็น 2,193 ล้านบาท ขยายตัวถึงร้อยละ 14.8 แสดงให้เห็นถึงราคาเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์ กาแฟสำเร็จรูปลดลง ขณะที่แหล่งนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปเมื่อปี 2550 นำเข้าจากอาเซียน ร้อยละ 57 ของมูลค่านำเข้ากาแฟสำเร็จรูปทั้งหมด แต่ในปี 2554 สัดส่วนการนำเข้าจากอาเซียนเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 83 ของมูลค่านำเข้ากาแฟสำเร็จรูปทั้งหมด

แหล่งนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปที่สำคัญของไทย



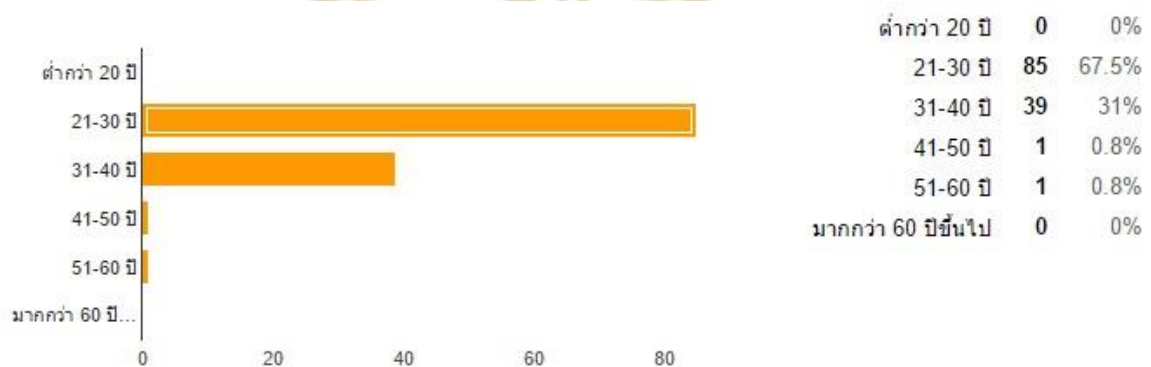
ที่มา: ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ด้วยความร่วมมือจากกรมศุลกากร



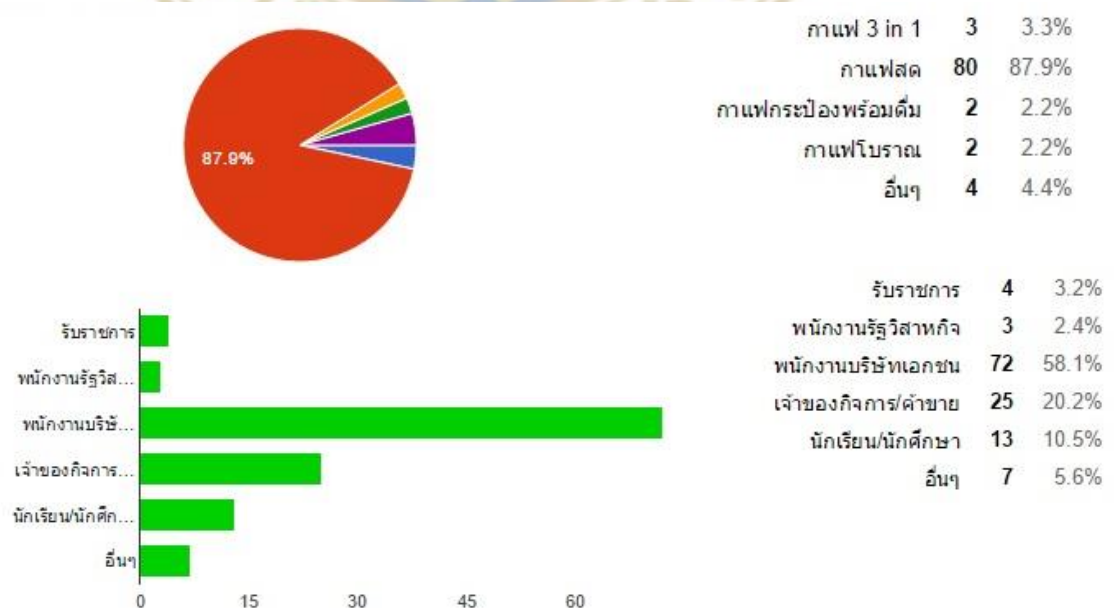
ภาคผนวก ต

พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกาแฟจากแบบสอบถามการวิจัย

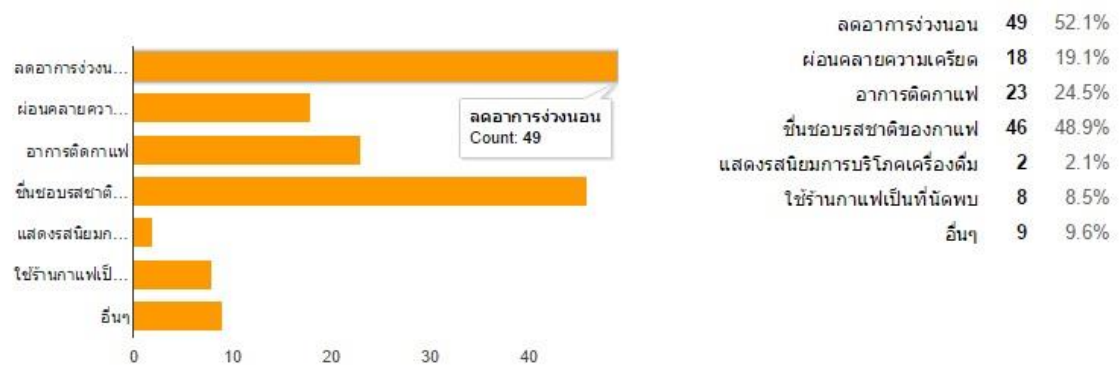
ประชาชนคนไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการดื่มกาแฟและความสนใจในกาแฟสกัดเย็น ซึ่งจากการสำรวจคนไทยที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจำนวน 127 คน ผู้ชาย 43 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ผู้หญิง 84 คนคิดเป็นร้อยละ 66 โดยกระจายแบบสอบถามผ่านทางสื่อออนไลน์



จากกราฟแสดงให้เห็นว่า ช่วงอายุ 21-40 ปี ร้อยละ 98 ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อออนไลน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน

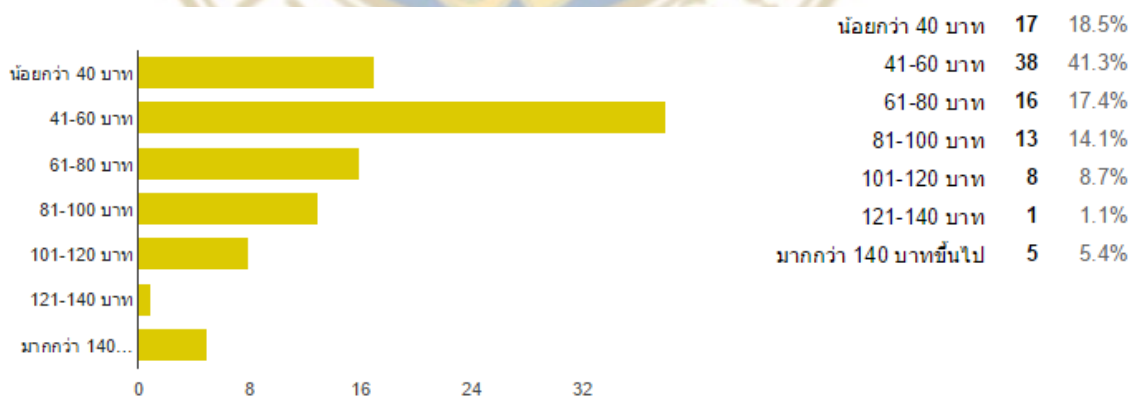


กลุ่มตัวแทนผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 88 ดื่มกาแฟสด ซึ่งคนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนที่กินกาแฟสดนั้นคือกลุ่มคนวัยทำงาน และเป็นคนวัยทำงานที่ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน



เหตุผลหลักๆในการดื่มกาแฟคือ อยากให้ช่วยลดอาการง่วงนอน ส่วนอีกเหตุผลหนึ่งคือ ชื่นชอบในรสชาติของกาแฟ ซึ่งทั้ง 2 เหตุผล นี้เป็นสิ่งที่เป็เหตุผลหลักในการซื้อกาแฟดื่มของคนส่วนใหญ่

ราคาของกลุ่มผู้ทำแบบสอบถามยินดีจะจ่ายในการซื้อกาแฟต่อแก้วอยู่ที่ 41-60 บาท มากที่สุด อยู่ที่ 41% และยังมีในส่วนที่ยินดีจ่ายแพงกว่า 41-60 บาทอยู่อีกถึง ประมาณ 46% ซึ่งทำให้เห็นว่าเรื่องของราคากาแฟต่อแก้วนั้น ผู้บริโภคยินดีจ่ายแพงกว่าถ้าได้ความรู้สึกที่ดีกว่า ดังนั้นเราจึงตั้งราคากาแฟต่อขวด 270 ml. ไว้ที่ 59 บาท แต่สามารถแบ่งได้ถึง 2-3 แก้วเลยทีเดียว

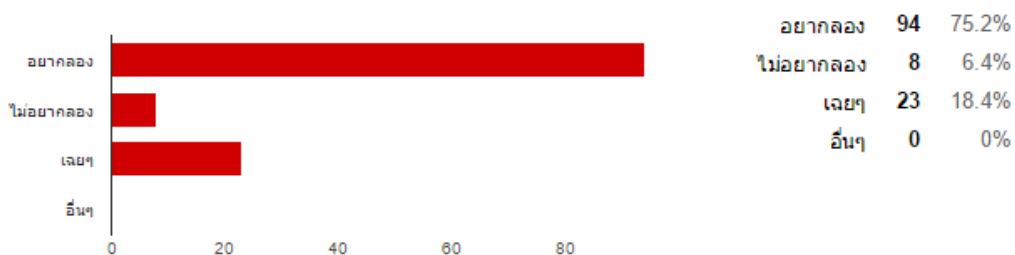


แบบสอบถามได้ถามเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับกาแฟ Cold Brew ว่าเคยได้ยินหรือรู้จักมาก่อนหรือไม่ ผลสำรวจออกมาว่าไม่เคยรู้จักมาก่อนถึง 88 % และ หากมีวางจำหน่ายจะลองซื้อดื่มหรือไม่ 75% อยากลอง

16. คุณเคยรู้จักหรือเคยดื่มกาแฟสกัดเย็นหรือไม่



17. หากมีกาแฟสกัดเย็นวางจำหน่าย ท่านสนใจอยากลองหรือไม่



สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทำแบบสอบถามซึ่งอยู่ในวัยทำงานและมีความชื่นชอบในการดื่มกาแฟ และซื้อเป็นประจำ มีความสนใจอยากซื้อกาแฟสกัดเย็น โดยยินดีซื้อในราคาแก้วละ 41 บาทขึ้นไป ซึ่งก็จะเป็นข้อมูลที่จะนำมาใช้วางแผนในการตั้งราคาและรูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงคุณสมบัติของกาแฟที่จะทำออกมาวางจำหน่าย

ภาคผนวก น
ขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง เครื่องหมายร่วม

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรองและเครื่องหมายร่วม มีขั้นตอนโดยสังเขป ดังนี้

1. การตรวจค้น

ก่อนยื่นคำขอจดทะเบียน ผู้ขอจดทะเบียนควรตรวจค้นเครื่องหมายของตนที่ประสงค์จะยื่นขอจดทะเบียนว่าเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายของบุคคลอื่นที่จดทะเบียนไว้แล้วหรืออยู่ระหว่างขอจดทะเบียนหรือไม่ โดยตรวจค้นด้วยตนเองได้ที่กลุ่มบริการตรวจรับคำขอ ชั้น 3 กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ หรือผ่านเว็บไซต์ www.ipthailand.go.th ทั้งนี้ ต้องชำระค่าธรรมเนียม 100 บาท ต่อชั่วโมง อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้ขอจดทะเบียนยื่นคำขอจดทะเบียนแล้ว เจ้าหน้าที่ของสำนักเครื่องหมายการค้าจะดำเนินการตรวจสอบเครื่องหมายและพิจารณาคำขอจดทะเบียนโดยละเอียดอีกครั้งหนึ่ง

2. การยื่นคำขอจดทะเบียน

ผู้ขอจดทะเบียนยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรองและเครื่องหมายร่วม โดยใช้แบบ ก. 01 และแนบหลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียน พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมสินค้าหรือบริการ อย่างละ 500 บาท ณ กลุ่มบริการตรวจรับคำขอ ชั้น 3 กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด หรือโดยทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ หรือทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.ipthailand.go.th (สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติม โปรดศึกษาในหัวข้อ คำแนะนำ : การยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง เครื่องหมายร่วม)

3. การตรวจสอบเบื้องต้น

เจ้าหน้าที่ตรวจรับคำขอจะดำเนินการตรวจสอบคำขอจดทะเบียน หลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียนและค่าธรรมเนียมว่า ถูกต้อง ครบถ้วน หรือไม่ เพื่อให้เลขคำขอจดทะเบียนต่อไป

4. การตรวจสอบเครื่องหมายการค้า

เจ้าหน้าที่ตรวจสอบและนายทะเบียนจะดำเนินการตรวจสอบโดยละเอียดว่าเครื่องหมายการค้าที่ยื่นขอจดทะเบียนนั้น เป็นเครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้ตามที่กฎหมายกำหนดไว้หรือไม่ ดังนี้

- เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะหรือไม่
- เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายหรือไม่
- เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นที่จดทะเบียนไว้แล้วหรือไม่

เมื่อได้ตรวจสอบแล้ว นายทะเบียนจะแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้ขอจดทะเบียนทราบ สำหรับผลการพิจารณาของนายทะเบียนนั้น อาจแบ่งออกได้เป็น 4 กรณี ดังนี้

- **รับจดทะเบียน :** นายทะเบียนจะส่งประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในหนังสือประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียน เพื่อเปิดโอกาสให้มีการคัดค้านการจดทะเบียน ทั้งนี้ จะต้องคัดค้านภายใน 90 วันนับแต่วันประกาศโฆษณา
- **ปฏิเสธไม่รับจดทะเบียน :** นายทะเบียนจะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ขอจดทะเบียนทราบ คำสั่งไม่รับจดทะเบียน อย่างไรก็ตาม ผู้ขอจดทะเบียนสามารถอุทธรณ์คำสั่งดังกล่าวต่อคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าได้ภายใน 90 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง
- **ให้แก้ไขเปลี่ยนแปลง :** นายทะเบียนจะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ขอจดทะเบียนทราบคำสั่งแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ถูกต้องภายในระยะเวลาที่กำหนด อย่างไรก็ตาม ผู้ขอจดทะเบียนสามารถอุทธรณ์คำสั่งดังกล่าวต่อคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าได้ภายใน 90 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง
- **ให้ตกลงกัน :** นายทะเบียนจะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ขอจดทะเบียนทุกรายที่ยื่นขอจดทะเบียนและเป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกัน ตกลงกันเองว่าจะให้ผู้ขอจดทะเบียนรายใดเป็นผู้ขอจดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแต่ผู้เดียว โดยให้ตกลงกันภายใน 90 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง ทั้งนี้ หากตกลงกันไม่ได้หรือไม่ได้แจ้งให้นายทะเบียนทราบภายในระยะเวลาที่กำหนด นายทะเบียนจะส่งประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของผู้ขอจดทะเบียนซึ่งยื่นคำขอจดทะเบียนไว้เป็นรายแรก

5. การประกาศโฆษณา

หากนายทะเบียนพิจารณาแล้วเห็นว่าเครื่องหมายการค้าที่ขอจดทะเบียนนั้น สามารถที่จะรับจดทะเบียนได้ นายทะเบียนจะสั่งประกาศโฆษณาการค้าของจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในหนังสือประกาศโฆษณาการค้าของจดทะเบียน ทั้งนี้ การประกาศโฆษณาการค้าของจดทะเบียนจดทะเบียนมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลที่ไม่เห็นด้วยหรืออาจเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากคำสั่งรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของนายทะเบียนได้ยื่นคำคัดค้านต่อนายทะเบียน ทั้งนี้ ต้องคัดค้านภายใน 90 วันนับแต่วันประกาศโฆษณาดังกล่าว

สำหรับผลที่จะเกิดขึ้นจากการประกาศโฆษณาการค้าของจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านี้ อาจแบ่งออกได้เป็น 2 กรณี ดังนี้

- 1) ไม่มีบุคคลใดยื่นคำคัดค้าน : นายทะเบียนจะมีคำสั่งให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าต่อไป โดยจะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ขอจดทะเบียนทราบคำสั่งดังกล่าวและให้ชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง อย่างไรก็ตาม หากผู้ขอจดทะเบียนไม่ชำระค่าธรรมเนียมภายในระยะเวลาที่กำหนด ให้ถือว่าละทิ้งคำขอจดทะเบียน ซึ่งจะมีผลทำให้คำขอจดทะเบียนดังกล่าวถูกจำหน่ายออกจากสารบบจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
- 2) มีบุคคลยื่นคำคัดค้าน : นายทะเบียนจะพิจารณาและวินิจฉัยคำคัดค้านต่อไป

6. การคัดค้าน

สำหรับเหตุแห่งการคัดค้านนั้น กฎหมายได้กำหนดไว้ 3 กรณี ดังนี้

- ผู้คัดค้านเห็นว่าตนมีสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ตนคิดว่าเป็นของผู้ขอจดทะเบียน
- ผู้คัดค้านเห็นว่าเครื่องหมายการค้ารายนั้น ไม่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้
- ผู้คัดค้านเห็นว่าการขอจดทะเบียนรายนั้น ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น การรับจดทะเบียนโดยไม่ถูกต้องตามขั้นตอนของกฎหมาย เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้คัดค้านจะต้องยื่นคำคัดค้านภายใน 90 วันนับแต่วันประกาศโฆษณา โดยใช้แบบ ก. 02 และแนบหลักฐานประกอบคำคัดค้าน พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียม 1,000 บาท และเมื่อมีการคัดค้านเกิดขึ้น นายทะเบียนจะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ขอจดทะเบียนทราบเพื่อยื่นคำโต้แย้งคำคัดค้าน (แบบ ก. 02) โดยต้องดำเนินการภายใน 90 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง มิฉะนั้น จะถือว่าผู้ขอจดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียน ซึ่งมีผลทำให้คำขอจดทะเบียนดังกล่าวถูกจำหน่ายออกจากสารบบจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

ส่วนผลการพิจารณาและวินิจฉัยคำคัดค้านของนายทะเบียน แบ่งออกได้เป็น 2 กรณี

- 1) ยกคำคัดค้านและดำเนินการรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าต่อไป หรือ
- 2) ระวังคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านั้น

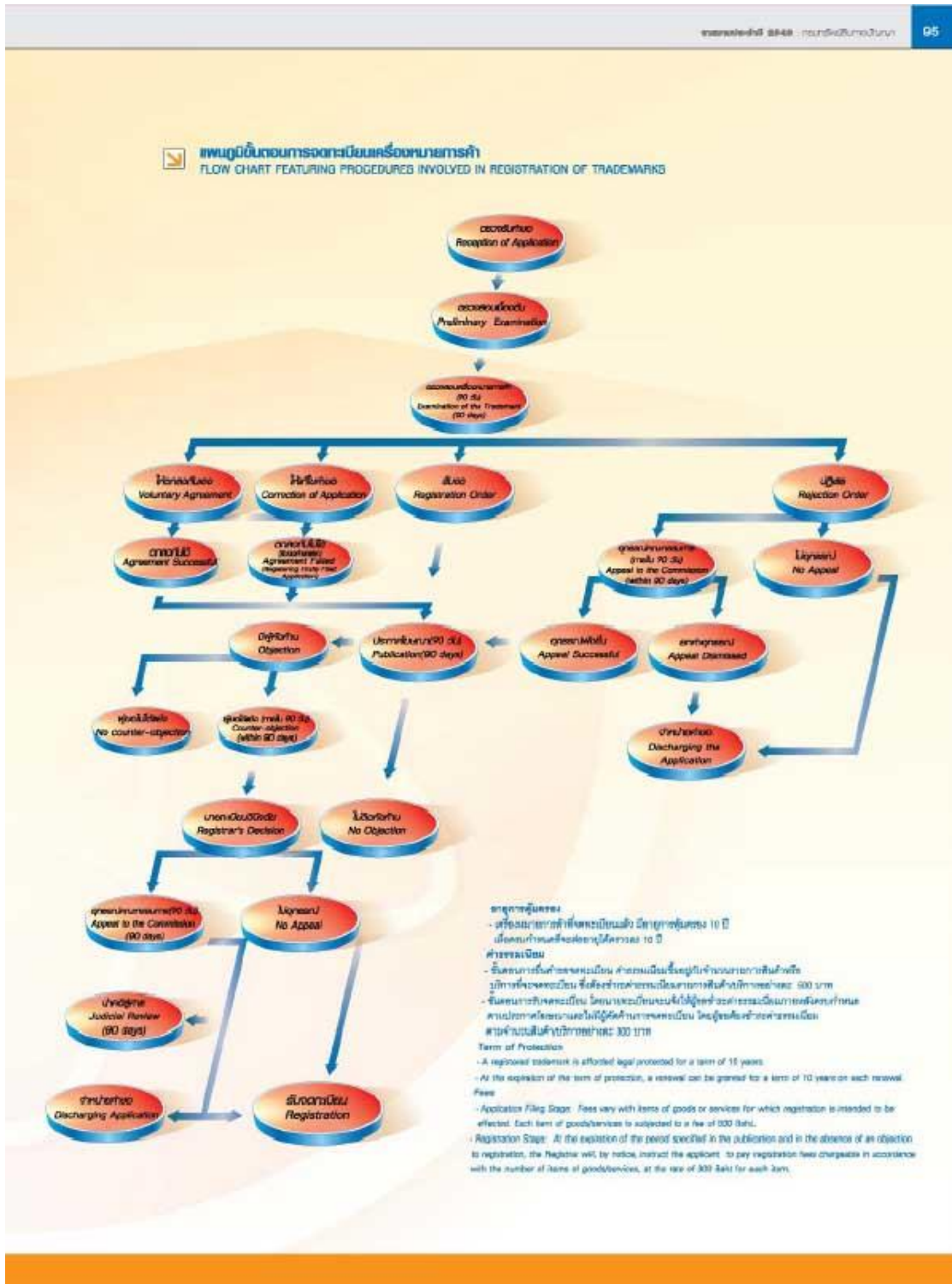
อย่างไรก็ตาม ผู้ขอจดทะเบียนและผู้คัดค้านสามารถอุทธรณ์คำวินิจฉัยของนายทะเบียนต่อคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าได้ภายใน 90 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง โดยใช้แบบ ก. 03 นอกจากนี้เมื่อคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าได้มีคำวินิจฉัยแล้ว ผู้ขอจดทะเบียนและผู้คัดค้านสามารถอุทธรณ์คำวินิจฉัยของคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าต่อศาลได้ภายใน 90 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง

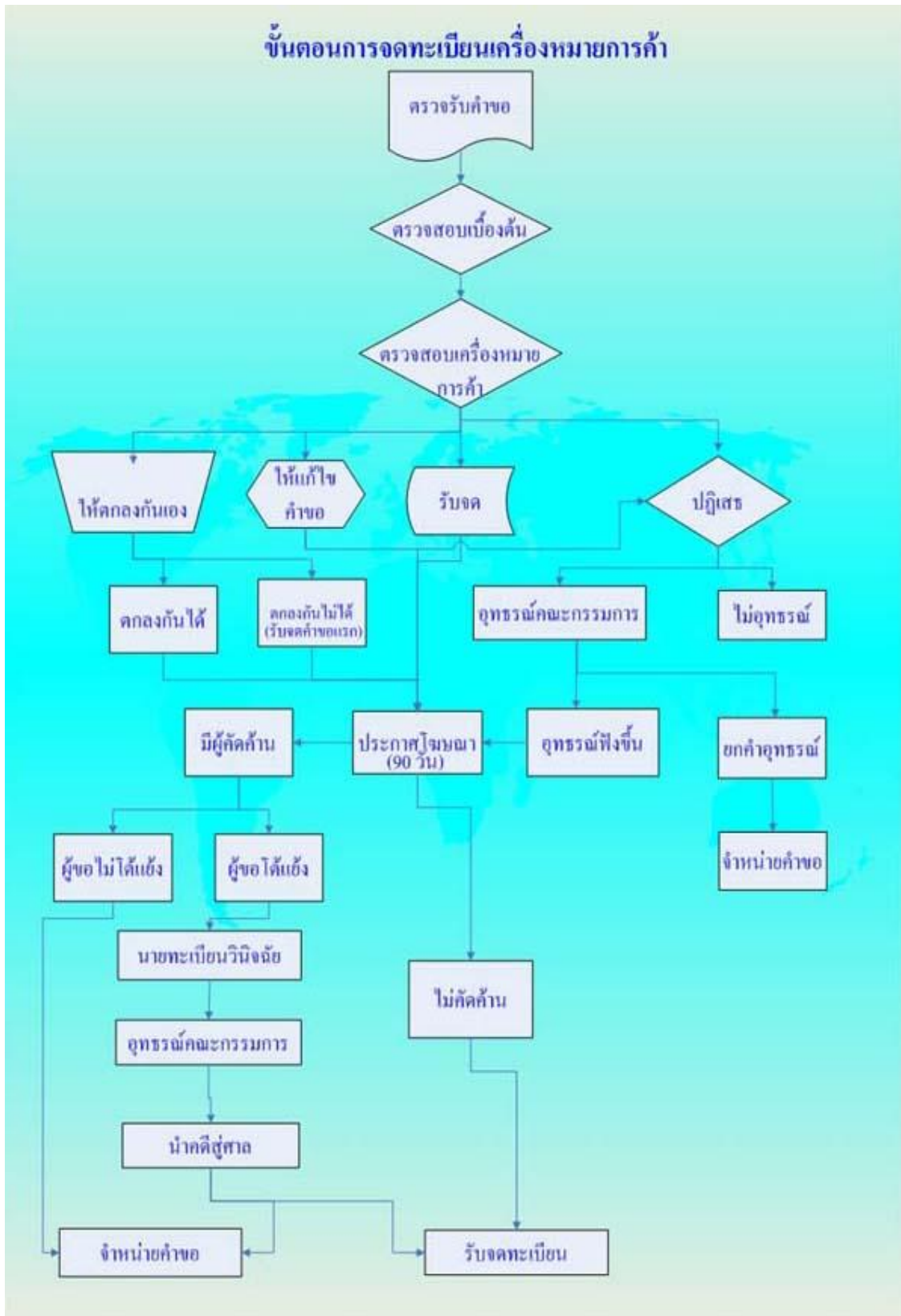
7. การรับจดทะเบียน

เมื่อคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายใดได้ผ่านขั้นตอนการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่และการพิจารณาสั่งการของนายทะเบียนแล้วว่า เป็นเครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้ จะเข้าสู่ขั้นตอนการประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียน หากไม่มีบุคคลใดยื่นคำคัดค้านหรือมีการยื่นคำคัดค้าน แต่ได้มีคำวินิจฉัย (ของนายทะเบียนหรือของคณะกรรมการเครื่องหมายการค้า) หรือคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลถึงที่สุดให้เป็นเครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้แล้ว นายทะเบียนจะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ขอจดทะเบียนชำระค่าธรรมเนียมรับจดทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง โดยให้ชำระค่าธรรมเนียมสินค้าหรือบริการ อย่างละ 300 บาท ณ กลุ่มบริการตรวจรับคำขอ ชั้น 3 สำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด หรือโดยทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ หรือทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.ipthailand.go.th มิฉะนั้น จะถือว่าผู้ขอจดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

ภายหลังชำระค่าธรรมเนียมเรียบร้อยแล้ว เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาจะจัดส่งให้ตามที่อยู่ระบุไว้ในคำขอจดทะเบียนภายใน 2 สัปดาห์นับแต่วันที่ได้ชำระค่าธรรมเนียม หรือสามารถรับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนได้ ณ จุดบริการเร่งด่วน (One Stop Service) ชั้น 3 สำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา เมื่อจดทะเบียนแล้ว เจ้าของเครื่องหมายการค้าเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมายค้านั้นกับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ รวมทั้งสามารถฟ้องร้องดำเนินคดีและเรียกค่าสินไหมทดแทนความเสียหายจากบุคคลที่ละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้วนั้นได้อีกด้วย

หมายเหตุ : อัตราค่าธรรมเนียมคูได้จากท้ายพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าฯ





คำแนะนำการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง เครื่องหมายร่วม

1. คำขอจดทะเบียนและหลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียน

1.1 คำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรองและเครื่องหมายร่วม ให้ใช้แบบ ก. 01

1.2 หลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียนเพิ่มเติม

1.2.1 กรณีเครื่องหมายรับรอง

- ข้อบังคับว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรับรอง โดยระบุถึงแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบวิธีการผลิตคุณภาพหรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือบริการที่จะรับรองตลอดจนหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขในการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองนั้น

1.2.2 กรณีเครื่องหมายร่วม

- หลักฐานหรือคำชี้แจงที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของผู้มีสิทธิใช้เครื่องหมายร่วมนั้น พร้อมทั้งระบุข้อความในใบต่อ (ก. 11) ว่าเครื่องหมายร่วมนั้นจะใช้โดยบุคคลหรือนิติบุคคลใดบ้างหรือจะใช้โดยสมาชิกทุกคนหรือสมาชิกคนใดของสมาคม สหกรณ์ สภากาชาด สมาพันธ์ กลุ่มบุคคลหรือองค์กรใด

1.3 หลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียนโดยทั่วไป ดังนี้

1.3.1 สำเนาคำขอจดทะเบียน (แบบ ก. 01) จำนวน 5 ฉบับ

1.3.2 รูปเครื่องหมายที่ขอจดทะเบียน ขนาด 5 X 5 เซนติเมตร จำนวน 5 รูป ทั้งนี้ ต้องชำระค่าธรรมเนียมในส่วนที่เกิน เซนติเมตรละ 100 บาท

1.3.3 บัตรประจำตัวของเจ้าของ แบ่งออกได้เป็น 2 กรณี คือ

1.3.3.1 กรณีบุคคลธรรมดา ให้ใช้สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาบัตรประจำตัวอื่นๆที่ทางราชการออกให้ หรือสำเนาใบสำคัญประจำตัวคนต่างด้าว หรือสำเนาหนังสือเดินทาง

1.3.3.2 กรณีนิติบุคคล ให้ใช้ต้นฉบับหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือน

1.3.4 หนังสือตั้งตัวแทน หรือหนังสือมอบอำนาจ (กรณีมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนเจ้าของ) สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กรณีใหญ่ๆ คือ

1.3.4.1 กรณีการตั้งตัวแทนหรือมอบอำนาจได้กระทำในประเทศไทย ให้แนบเอกสาร ดังนี้

- สำเนาหนังสือตั้งตัวแทนหรือหนังสือมอบอำนาจ (แบบ ก. 18)

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาบัตรประจำตัวอื่นๆที่ทางราชการออกให้ หรือต้นฉบับหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือนของตัวแทน แล้วแต่กรณี

- หากผู้ตั้งตัวแทนหรือผู้มอบอำนาจมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย ให้แนบสำเนาหนังสือเดินทาง หรือสำเนาหนังสือรับรองถิ่นที่อยู่ชั่วคราว หรือหลักฐานอื่นที่แสดงให้เห็นว่านายทะเบียนเห็นว่าในขณะที่ตั้งตัวแทนหรือมอบอำนาจ ผู้นั้นได้เข้ามาในประเทศไทยจริง

1.3.4.2 กรณีการตั้งตัวแทนหรือมอบอำนาจได้กระทำในต่างประเทศ ให้แนบเอกสาร ดังนี้

- สำเนาหนังสือตั้งตัวแทนหรือหนังสือมอบอำนาจที่มีคำรับรองลายมือชื่อ โดยเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจของสถานทูตไทย หรือสถานกงสุลไทย หรือหัวหน้าสำนักงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งประจำอยู่ ณ ประเทศที่ผู้ตั้งตัวแทนหรือผู้มอบอำนาจมีถิ่นที่อยู่ หรือเจ้าหน้าที่ผู้ได้รับมอบหมายให้กระทำการแทนบุคคลดังกล่าว หรือมีคำรับรองของบุคคลซึ่งกฎหมายของประเทศนั้น ให้มีอำนาจรับรองลายมือชื่อ

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาบัตรประจำตัวอื่นๆที่ทางราชการออกให้ หรือต้นฉบับหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือนของตัวแทน แล้วแต่กรณี

1.3.5 หลักฐานนำสืบลักษณะบ่งเฉพาะหรือหนังสือขอผ่อนผันการนำส่งหลักฐานดังกล่าว (ก. 19) (ถ้ามี)

2. ค่าธรรมเนียม

การชำระค่าธรรมเนียม ขึ้นอยู่กับจำนวนรายการสินค้าหรือบริการที่จะจดทะเบียน ซึ่งแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการยื่นคำขอจดทะเบียน ค่าธรรมเนียมสินค้าหรือบริการ อย่างละ 500 บาท
2. ขั้นตอนการรับจดทะเบียน ค่าธรรมเนียมสินค้าหรือบริการ อย่างละ 300 บาท

3. วิธีการและสถานที่ยื่นคำขอจดทะเบียน

การยื่นคำขอจดทะเบียน สามารถกระทำได้ 3 วิธี ดังนี้

1. ยื่นคำขอพร้อมชำระค่าธรรมเนียมด้วยตนเอง ต่อนายทะเบียน ณ กลุ่มบริการตรวจรับคำขอ ชั้น 3 กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด
2. ยื่นคำขอพร้อมแนบเอกสารการชำระค่าธรรมเนียมทางธนาณัติ (ส่งจ่ายนาย

ทะเบียนเครื่องหมายการค้า) โดยทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ จ่าหน้าซองถึงนายทะเบียน สำนัก
เครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา ตามที่อยู่ 44/100 ถนนสนามบินน้ำ ตำบลบางกระสอบ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000 ยื่นคำขอทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.ipthailand.go.th
และชำระค่าธรรมเนียมผ่านระบบ I – banking หรือผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ทั้งนี้ ผู้ยื่นคำขอจด
ทะเบียนจะต้องจัดส่งเอกสารดังกล่าวให้แก่กรมทรัพย์สินทางปัญญาภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ได้มี
การบันทึกข้อมูลลงในอินเทอร์เน็ต โดยมายื่นด้วยตนเองหรือส่งทางไปรษณีย์ก็ได้

