

กาแฟ



ชื่อไทย : กาแฟ

ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ : Coffee

ชื่อวิทยาศาสตร์ : Coffea spp.

โดย นางอรรรณ วิชัยลักษณ์

ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมผลิตไม้ยืนต้น

นางสาวอรุณ แก้วขาว

นักวิชาการเกษตรชำนาญการพิเศษ



สถิติการผลิต 1/			
	ปี 57	ปี 58	ปี 59
พื้นที่ปลูก (ไร่)	285,422	271,992	270,859
- โรบัสต้า	212,147	na	-
-อาราบิก้า	73,275	na	-
พื้นที่ให้ผล (ไร่)	263,779	251,433	254,947
- โรบัสต้า	210,605	191,708	186,106
- อาราบิก้า	53,174	60,669	68,841
ผลผลิตเฉลี่ย(กก./ไร่)	146	104	120
- โรบัสต้า	145	106	-
- อาราบิก้า	151	155	-
ผลผลิตรวม (ตัน)	38,462	26,089	30,579
- โรบัสต้า	30,450	20,273	21,338
- อาราบิก้า	8,012	9,370	9,241

หมายเหตุ: na = ไม่มีข้อมูล

ต้นทุน / ผลตอบแทน (ปี 2558) 1/	
ต้นทุนต่อไร่ (บาท)	6,310.12
ต้นทุนต่อกิโลกรัม (บาท)	60.67
ผลตอบแทนสุทธิ (บาท/ไร่)	2,552.28

แหล่งผลิตที่สำคัญ

กาแฟพันธุ์อาราบิก้า

- เชียงราย
- เชียงใหม่
- น่าน
- แม่ฮ่องสอน
- ลำปาง

กาแฟพันธุ์โรบัสต้า

- ชุมพร
- ระนอง

ข้อได้เปรียบเสียเปรียบ สินค้าไทย
ข้อได้เปรียบ
- เมล็ดกาแฟไทยมีคุณภาพดี
- เป็นที่ยอมรับ
- มีการผลิตภัณฑ์แปรรูป
ข้อเสียเปรียบ
- ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำ

ที่มาข้อมูล : 1/ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร- ต้นทุนการผลิตสูง

2/ กรมศุลกากร

ฤดูผลผลิต (ร้อยละที่ออกสู่ตลาด) ปี 58/59 1/								รวม
ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.-ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
27.80	42.84	10.60	1.17	-	0.55	3.01	14.03	100
8,510	13,100	3,242	358		168	920	4,290	30,579

ราคาขายสารกาแฟละ* (บาท/กิโลกรัม) 1/ ** เฉลี่ยเพาะปลูก ต.ค. - ก.ย.							
ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.-ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย **
57	65.00	65.00	66.50	-	-	-	64.94
58	-	68.94	67.51	-	-	72.50	68.30
59	62.53	60.11	60.01	เม.ย.70 พ.ค.70			62.38

ส่งออก 2/			นำเข้า 2/		
ปี	ตัน	ล้านบาท	ตัน	ล้านบาท	
56	สารกาแฟ	270	45	34,356	2,201
	กาแฟคั่ว	98	31	551	216
	กาแฟสำเร็จรูป	1,621	303	6,427	2,041
57	สารกาแฟ	399	63	46,305	3,095
	กาแฟคั่ว	168	47	1,108	316
	กาแฟสำเร็จรูป	6,316	860	7,015	2,123
58	กาแฟดิบ	450	79	57,115	3,679
	กาแฟคั่ว	177	46	1,076	362
	กาแฟสำเร็จรูป	7,595	1008	6,972	2,116
ประเทศผู้นำเข้ากาแฟไทย			ประเทศที่ไทยนำเข้ากาแฟ		
สารกาแฟ : แคนาดา มาเลเซีย ญี่ปุ่น			สารกาแฟ : อินโดนีเซีย เวียดนาม ลาว		
กาแฟคั่ว : กัมพูชา สาธารณรัฐอาหรับอิมิเรสต์ ญี่ปุ่น			กาแฟคั่ว : มาเลเซีย ลาว		
กาแฟสำเร็จรูป : มาเลเซีย ออสเตรเลีย จีน			สหรัฐอเมริกา		
ประเทศผู้ผลิตกาแฟสำคัญของโลก : บราซิล			กาแฟสำเร็จรูป : มาเลเซีย เวียดนาม		
			เวียดนาม โคลัมเบีย อินโดนีเซีย		

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางพัฒนา/แก้ไข
<p>1. มีผู้บริโภคแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>2. อัตราการบริโภคภายในประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง</p> <p>3. ผลผลิตมีคุณภาพดี เป็นที่ต้องการของตลาด</p> <p>4. สามารถเก็บรักษาผลผลิตเพื่อรอตลาดได้</p> <p>5. ประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมเหมาะสม สำหรับการปลูกกาแฟ</p> <p>6. มีคณะทำงานกาแฟ และคณะอนุกรรมการ พี่ชสวนควบคุมดูแลการบริหารจัดการพืช/ สินค้ากาแฟทั้งระบบ</p>	<p>ด้านการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกษตรกรขาดเทคโนโลยีการผลิตกาแฟที่เหมาะสมทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ผลผลิตต่อไร่ต่ำ - พื้นที่ปลูกและผลผลิตกาแฟพันธุ์โรบัสต้าลดลงอย่างต่อเนื่องเนื่องจากเกษตรกรเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่น - พื้นที่ปลูกส่วนใหญ่มีความลาดชันสูง - ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ผลผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ - ปริมาณการผลิตมีความผันผวนตามสภาพภูมิอากาศ <p>ด้านการแปรรูป</p> <ul style="list-style-type: none"> - การรวมกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ยังขาดการพัฒนาให้ได้มาตรฐานและหลากหลาย - กลุ่มเกษตรกรขาดเครื่องจักรกลในการแปรรูปที่มีคุณภาพดีราคาถูกลง <p>ด้านการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกษตรกรมีการเข้าถึงข้อมูลด้านภาวะการณ์ตลาดของตลาดโลกน้อย ทำให้ไม่พร้อมในการปรับตัวเพื่อสร้างความสามารถ - ขาดการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ - ราคากาแฟที่เกษตรกรขายได้ผันผวนตามภาวะราคากาแฟในตลาดโลก 	<p>การเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการผลิตในพื้นที่ที่มีศักยภาพ - พัฒนาและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรดินอย่างมีประสิทธิภาพ - ปรับปรุงสวนกาแฟที่มีอายุมากและให้ผลผลิตต่ำโดยการตัดพุ่มต้น การตัดแต่งกิ่ง และการปลูกพันธุ์ดีทดแทน - พัฒนาการผลิตของเกษตรกรให้ได้มาตรฐาน GAP - วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต <p>การเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์กาแฟ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการแปรรูปในสถาบันเกษตรกร <p>การสร้างเสถียรภาพราคา</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำมาตรฐานกาแฟ และส่งเสริมการซื้อขายตามขั้นคุณภาพ - บริหารตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ - สนับสนุนให้เกิดการตกลงราคาซื้อขายที่เป็นธรรมระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ <p>การปรับการบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างและพัฒนาเครือข่ายข้อมูล เครือข่ายผู้ผลิตและเครือข่ายกลุ่มรับซื้อและจัดการผลผลิต