



การศึกษาแนวทางการพัฒนากาแฟโรบัสต้าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์



สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรเลขที่ 122
กรกฎาคม 2568

REGIONAL OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS 10
OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS
MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERATIVES
AGRICULTURAL ECONOMICS RESEARCH NO 122
JULY 2025

การศึกษาแนวทางการพัฒนากาแฟโรบัสตา
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

โดย

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนากาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และประชุมกลุ่มย่อยจากเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงสร้างตลาด ใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ซึ่งในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกใช้แนวคิด PESTEL Analysis จากนั้นทำการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโดยใช้เครื่องมือเมทริกซ์ปัจจัยภายใน-ภายนอก IE Matrix Analysis เพื่อบ่งบอกถึงตำแหน่งการแข่งขัน นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนากาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ในการพัฒนากาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีดังนี้ กลยุทธ์เชิงรุกได้แก่ กลยุทธ์ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อสร้างแบรนด์กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จุดเด่นรสชาติเข้มข้น การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ กลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่ กลยุทธ์พัฒนาแรงงานในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนการเก็บเกี่ยว กลยุทธ์เชิงแก้ไข ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้เกิดการถ่ายทอดความต้องการตลอดโซ่อุปทาน กลยุทธ์ส่งเสริมกระบวนการผลิตกาแฟโรบัสตาที่มีมาตรฐาน GAP และอินทรีย์ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค กลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ กลยุทธ์ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ผลงานวิจัยมาปรับใช้ในการพัฒนาการผลิตกาแฟโรบัสตา เพื่อพัฒนาธุรกิจกาแฟตลอดห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์พัฒนาสายพันธุ์กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ทนทานต่อโรคแมลงและความแห้งแล้ง เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง กลยุทธ์ส่งเสริมการผลิตกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เกรดพรีเมียม พัฒนามาตรฐานกาแฟโรบัสตาของไทยให้มีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่งเพื่อยกระดับราคาผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะในการพัฒนากาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีดังนี้ 1) ด้านการผลิต ควรพัฒนาเครือข่ายระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและเกษตรกร ให้เกิดการถ่ายทอดความต้องการตลอดโซ่อุปทาน และจัดเวทีหารือการพัฒนาการผลิตและการตลาดร่วมกัน พร้อมทั้งส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อผลิตและแปรรูป นอกจากนี้ควรส่งเสริมกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และส่งเสริมสนับสนุนการใช้ผลงานวิจัยมาปรับใช้ในการพัฒนาการผลิตกาแฟโรบัสตา ตลอดจนจนถึงการพัฒนาสายพันธุ์กาแฟให้ทนทานต่อโรคแมลงและความแห้งแล้ง ในขณะเดียวกันควรส่งเสริมให้มีการผลิตกาแฟเกรดพรีเมียมเพื่อยกระดับราคาผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น 2) ด้านการตลาด ส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์กาแฟโรบัสตา และพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์ ผลักดันให้กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นสินค้า OTOP พร้อมกับสนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายกับร้านกาแฟท้องถิ่นและโรงแรมภายในจังหวัด

คำสำคัญ : กาแฟโรบัสตา แนวทางการพัฒนา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Abstract

This study explores strategic approaches to developing Robusta coffee production and marketing in Prachuap Khiri Khan Province, Thailand. Qualitative research methods were employed, including in-depth interviews and focus group discussions with local Robusta coffee farmers and stakeholders across the supply chain. SWOT analysis was used to assess the internal and external environments, applying the 7Ps marketing mix framework for internal factors and PESTEL analysis for external factors. The Internal-External (IE) Matrix was subsequently applied to determine strategic positioning and guide the formulation of development strategies.

The findings identify several strategic directions: **Proactive strategies** focus on strengthening farmer cooperatives to build a distinctive provincial Robusta coffee brand that emphasizes its bold flavor and eco-friendly production methods, while expanding digital marketing channels. **Preventive strategies** involve enhancing labor efficiency to reduce harvesting costs. **Corrective strategies** include fostering collaboration among government agencies, the private sector, and farmers to align objectives across the supply chain, as well as promoting adherence to Good Agricultural Practices (GAP) and organic certification to boost consumer trust. **Responsive strategies** emphasize the integration of research-based innovations to improve production systems, the development of pest- and drought-resistant coffee varieties to adapt to climate variability, and the promotion of premium-grade Robusta to raise product standards and market value.

Recommendations include: (1) **Production** – Strengthening multi-stakeholder networks to enhance supply chain coordination, organizing participatory platforms for joint planning in production and marketing, encouraging group-based production and processing, implementing standardized cultivation practices, and applying research innovations to improve coffee genetics and resilience. (2) **Marketing** – Supporting farmer groups in value-added processing, expanding e-commerce channels, promoting Prachuap Khiri Khan Robusta as an OTOP (One Tambon One Product) item, and fostering partnerships with local coffee shops and hotels to enhance market access.

Keywords: Robusta coffee, development strategy, value chain, agricultural innovation, Prachuap Khiri Khan Province

คำนำ

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งผลิตกาแฟโรบัสตาอันดับ 1 ของภาคกลาง เพราะภูมิประเทศทางทิศตะวันตกของจังหวัดมีลักษณะพื้นที่เป็นแนวเขา เหมาะกับการปลูกกาแฟโรบัสตา ประกอบกับแนวโน้มความต้องการกาแฟโรบัสตาของตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ในขณะที่ปริมาณกาแฟโรบัสตาที่ประเทศไทยผลิตได้ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดในประเทศ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้เกษตรกรและภาคเอกชน ตลอดจนถึงหน่วยงานภาครัฐ มีข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการสินค้ากาแฟได้อย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกร และผู้เกี่ยวข้องในสินค้ากาแฟโรบัสตาต่อไป

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 ขอขอบคุณสำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตา ผู้รวบรวม โรงคั่วกาแฟ และร้านกาแฟ ที่เสียสละเวลาให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณคณะกรรมการพิจารณาโครงการวิจัย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการจัดทำรายงานฉบับนี้ และหวังว่ารายงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10

กรกฎาคม 2568

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ค
Abstract	จ
คำนำ	ซ
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.5 วิธีการวิจัย	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี	9
2.1 การตรวจเอกสาร	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	13
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป	23
3.1 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟ	23
3.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา	29
บทที่ 4 ผลการศึกษา	41
4.1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกาแฟโรบัสตาจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2 ผลการประเมินค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้วยเมทริกซ์ภายในและภายนอก (IE Matrix)	46
4.3 การจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาการผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	49
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	55
5.1 สรุปผลการศึกษา	55
5.2 ข้อเสนอแนะ	56
บรรณานุกรม	59

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 จำนวนเกษตรกรและเกษตรกรตัวอย่างของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	5
ตารางที่ 1.2 จำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง	5
ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์ TOWS Matrix	20
ตารางที่ 3.1 ผลผลิตกาแฟของโลก ปี 2562/63 – 2566/67	23
ตารางที่ 3.2 ผลผลิตกาแฟพันธุ์อาราบิก้าของโลก ปี 2562/63 – 2566/67	24
ตารางที่ 3.3 ผลผลิตกาแฟพันธุ์โรบัสตาของโลก ปี 2562/63 – 2566/67	24
ตารางที่ 3.4 ความต้องการใช้กาแฟของโลก ปี 2562/63 – 2566/67	26
ตารางที่ 3.5 ปริมาณการส่งออกเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูปของโลก ปี 2562/63 – 2566/67	26
ตารางที่ 3.6 ปริมาณการนำเข้าเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูปของโลก ปี 2562/63 – 2566/67	27
ตารางที่ 3.7 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ กาแฟของไทย ปี 2562/63 – 2566/67	27
ตารางที่ 3.8 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ กาแฟของไทย ปี 2562/63 – 2566/67	28
ตารางที่ 3.9 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าและการส่งออกเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูปของ ประเทศไทย ปี 2563 – 2567	29
ตารางที่ 3.10 ราคาเมล็ดกาแฟดิบ ปี 2562/63 – 2566/67	29
ตารางที่ 3.11 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาประเทศไทย ปี 2562/63 – 2566/67	30
ตารางที่ 3.12 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี 2562/63 – 2566/67	31
ตารางที่ 3.13 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง	32
ตารางที่ 3.14 ลักษณะทั่วไปของการผลิต	33
ตารางที่ 3.15 การเก็บเกี่ยวและแปรรูปกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	34
ตารางที่ 3.16 การจำหน่ายผลผลิตกาแฟโรบัสตาของเกษตรกร	35
ตารางที่ 3.17 การรับซื้อกาแฟโรบัสตาของผู้รวบรวม	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 3.18 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคารับซื้อกาแฟโรบัสตาของผู้รวบรวม	37
ตารางที่ 3.19 การจำหน่ายผลผลิตกาแฟโรบัสตาของผู้รวบรวม	37
ตารางที่ 3.20 การรับซื้อกาแฟโรบัสตาของโรงคั่วกาแฟ	38
ตารางที่ 3.21 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคารับซื้อกาแฟโรบัสตาของโรงคั่วกาแฟ	38
ตารางที่ 3.22 การจำหน่ายผลผลิตกาแฟโรบัสตาของโรงคั่วกาแฟ	39
ตารางที่ 3.23 การซื้อกาแฟโรบัสตาของร้านกาแฟ	39
ตารางที่ 3.24 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคาซื้อเมล็ดกาแฟ / สารกาแฟของร้านกาแฟ	39
ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้ 7Ps (Marketing Mix)	43
ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้ PESTEL Analysis	46
ตารางที่ 4.3 ผลการประเมินค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้ แมทริกซ์ IFE	47
ตารางที่ 4.4 ผลการประเมินค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้ แมทริกซ์ EFE	47
ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ TOWS Matrix กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	50

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย	3
ภาพที่ 2.1 เมทริกซ์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโดยการประเมินค่าถ่วงน้ำหนัก	18
ภาพที่ 4.1 ผลการประเมินการผลิตกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้ IE Matrix	49

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของการวิจัย

กาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของโลกและประเทศไทย จากข้อมูลการผลิตและการค้ากาแฟของโลก พบว่า ปีเพาะปลูก 2566/67 ทั่วโลกมีผลผลิตรวม 10.15 ล้านตัน ได้แก่ พันธุ์อะราบิกา 5.74 ล้านตัน และพันธุ์โรบัสตา 4.41 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 56.55 และร้อยละ 43.45 ของผลผลิตโลกตามลำดับ (กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา, 2567) โดยกาแฟพันธุ์อะราบิกาเป็นสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมมากกว่าพันธุ์โรบัสตา เนื่องจากมีเอกลักษณ์ที่รสชาติกลมกล่อม นุ่มนวล และกลิ่นหอมละมุน แต่กาแฟพันธุ์โรบัสตาก็มีจุดเด่นด้านรสชาติที่เข้มข้นกว่า มีกลิ่นหอมละมุนเช่นเดียวกัน แต่มีปริมาณของคาเฟอีนมากกว่าพันธุ์อะราบิกา ส่งผลให้ได้รับความนิยมเช่นเดียวกัน โดยใช้ผสมกับกาแฟอาราบิกาในการชงกาแฟในเมนูต่าง ๆ ซึ่งการดื่มกาแฟกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว โดยประเทศผู้ผลิตกาแฟโรบัสตาที่สำคัญ ได้แก่ เวียดนาม บราซิล อินโดนีเซีย ยูกันดา และอินเดีย ตามลำดับ ด้านราคาในตลาดโลก พบว่า เมล็ดกาแฟดิบ (อะราบิกา) มีราคาสูงกว่าเมล็ดกาแฟดิบ (โรบัสตา) โดยปี 2562 – 2566 เมล็ดกาแฟดิบ (อะราบิกา) มีราคาเฉลี่ยต่อกิโลกรัมเท่ากับ 136.46 บาท ในขณะที่ราคาเมล็ดกาแฟดิบ (โรบัสตา) มีราคาเฉลี่ยต่อกิโลกรัมเท่ากับ 64.39 บาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567) ประกอบกับปัจจุบันกระแสการบริโภคกาแฟของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2562 – 2566 ความต้องการใช้กาแฟของโลกเพิ่มขึ้นจาก 9.93 ล้านตัน ในปี 2562 เป็น 10.14 ล้านตันในปี 2566 หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.74 ต่อปี จึงเป็นโอกาสที่ตลาดกาแฟจะเติบโตมากขึ้น

สำหรับประเทศไทยพบว่ามีเนื้อที่ให้ผลผลิตกาแฟทั้งประเทศ 204,211 ไร่ ผลผลิตรวม 16,575 ตัน โดยผลผลิตส่วนใหญ่เป็นพันธุ์โรบัสตาคิดเป็นร้อยละ 51.79 และเป็นพันธุ์อะราบิการ้อยละ 48.21 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ในขณะที่ความต้องการบริโภคกาแฟไทยมีแนวโน้มเติบโตในทิศทางเดียวกันกับโลก โดยคนไทยนิยมดื่มกาแฟเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี หรือ ดื่ม 300 แก้วต่อคนต่อปี (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2565) และพบว่าราคาเมล็ดกาแฟดิบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกันกับโลก โดยในปี 2562 – 2566 ราคาเมล็ดกาแฟดิบพันธุ์อะราบิกามีราคาสูงกว่าพันธุ์โรบัสตาเฉลี่ยต่อกิโลกรัมเท่ากับ 143.81 บาท และ 69.42 บาท ตามลำดับ ในขณะที่มีปริมาณความต้องการใช้เมล็ดกาแฟของไทยเพิ่มขึ้นจาก 81,417 ตัน ในปี 2562 เป็น 93,550 ตัน ในปี 2566 หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.88 ต่อปี ทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอกับความต้องการ ส่งผลให้ประเทศไทยต้องมีการนำเข้าเมล็ดกาแฟเป็นหลักซึ่งในปี 2566 มีปริมาณ 64,477 ตัน คิดเป็นมูลค่า 7,488 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567)

การปลูกกาแฟสายพันธุ์โรบัสตาในเขตพื้นที่ภาคกลาง มีแหล่งปลูกที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี จันทบุรี ราชบุรี ตรัง ระยอง ฉะเชิงเทรา และชลบุรี ตามลำดับ จากสถานการณ์การผลิตปี 2566 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งผลิตที่มีเนื้อที่ให้ผลมากเป็นอันดับ 1 ของภาคกลาง เนื่องจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นแหล่งผลิตกาแฟโรบัสตาที่สำคัญของภาคใต้ ประกอบกับแนวโน้มความต้องการกาแฟโรบัสตาของตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และพื้นที่ทางทิศตะวันตกของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความเหมาะสมในการปลูกกาแฟโรบัสตา นอกจากนี้ ผลผลิตกาแฟยังมีตลาด

รองรับที่แน่นอน โดยมีโรงคั่วกาแฟในจังหวัดชุมพรเป็นผู้รับซื้อผลผลิต ส่งผลให้เกษตรกรในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ปลูกกาแฟโรบัสตาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยที่ ปี 2566 เนื้อที่ให้ผลผลิตกาแฟของจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์เพิ่มขึ้นจาก 4,306 ไร่ ในปี 2562 เป็น 5,795 ไร่ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.27 ขณะที่ผลผลิตมีปริมาณ เพิ่มขึ้นจาก 486 ตัน ในปี 2562 เป็น 627 ตัน ในปี 2566 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.66 ประกอบกับในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ราคากาแฟเริ่มสูงขึ้นทำให้เกษตรกรกลับมาปลูกกาแฟเพิ่มขึ้น โดยในปี 2566 เกษตรกรมีการจำหน่ายสารกาแฟ โรบัสตาในราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 123.02 บาท ซึ่งสูงกว่าราคาจำหน่ายเฉลี่ยของปี 2562 ที่กิโลกรัมละ 66.98 บาท ต่อกิโลกรัม หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.77 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบระดับพื้นที่ ตระหนักถึงแนวทาง ในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพราะเป็น สินค้าที่จังหวัดให้การสนับสนุนและส่งเสริม และผลผลิตกาแฟโรบัสตาเป็นที่ต้องการของตลาด ในขณะที่จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและงดงามมากมาย มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทาง มาท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นจำนวนมากตลอดทั้งปี จึงส่งผลให้โอกาสทางการตลาดของกาแฟยังเติบโตได้อีกมาก แต่ทั้งนี้ ยังขาดข้อมูลเชิงนโยบายเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตา ของเกษตรกรรายย่อย ดังนั้น การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จึงสามารถ ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการสินค้ากาแฟให้เกิดประสิทธิภาพ สามารถบริหารจัดการ แก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ อย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งจะเกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกรต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

- 1) เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริม การเกษตร ปี 2566
- 2) ผู้รวบรวม/ ผู้ประกอบการ ที่ดำเนินธุรกิจกาแฟในพื้นที่
- 3) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายด้านการผลิต และการตลาดกาแฟโรบัสตา ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 เกษตรจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรประจวบคีรีขันธ์ ผู้แทนสำนักวิจัยเศรษฐกิจ การเกษตร และเกษตรกรต้นแบบ/แปลงใหญ่กาแฟ

1.3.2 พื้นที่ทำการศึกษาคือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นพื้นที่ให้ผลกาแฟโรบัสตาเป็นอันดับ 1 ของภาคกลาง (5,933 ไร่) ใน 5 อำเภอ ได้แก่ บางสะพาน บางสะพานน้อย หัวหิน สามร้อยยอด และทับสะแก

1.3.3 ระยะเวลาของข้อมูลที่ใช้การศึกษา คือข้อมูลการผลิตกาแฟโรบัสตา ปีการผลิต 2566

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 เมล็ดกาแฟสด (ผลเชอร์รี่) หมายถึง กาแฟผลสด (สีแดง)

1.4.2 เมล็ดกาแฟกะลา หมายถึง เมล็ดกาแฟแห้งที่ได้จากผลกาแฟสุกที่เอาส่วนของผนังผลชั้นนอกหรือเปลือกนอกและผนังผลชั้นกลาง หรือเนื้อออกแล้ว แต่ยังมีผนังผลชั้นใน หรือเปลือกชั้นในที่เรียกว่ากะลาติดอยู่

1.4.3 สารกาแฟ หมายถึง เมล็ดกาแฟที่สีเอากะลาออกพร้อมที่จะคั่ว

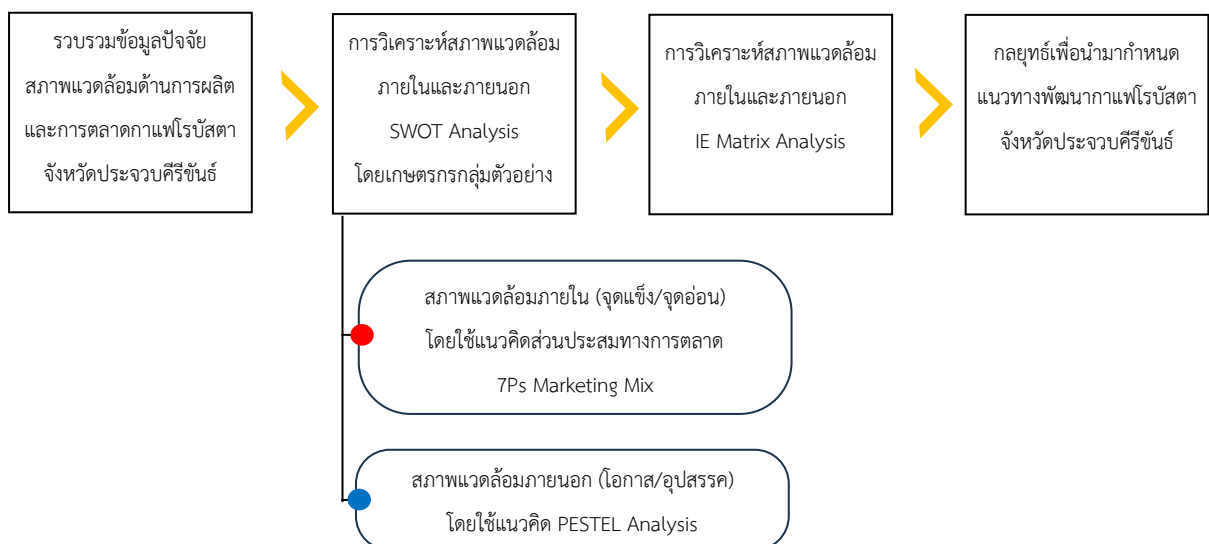
1.4.4 ผลิตภัณฑ์กาแฟ หมายถึง ผลิตภัณฑ์กาแฟแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กาแฟคั่วบด กาแฟผงสำเร็จรูป และกาแฟพร้อมดื่ม

1.4.5 ปีการผลิต 2566 หมายถึง กาแฟที่ยืนต้นอยู่ หรือปลูกใหม่ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2565 – 30 กันยายน 2566 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2565)

1.4.6 กาแฟโรบัสตา (robusta coffee) คือ ชนิดสายพันธุ์ของต้นกาแฟที่มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Coffea anephora* Pieere ex Froehne L. อยู่ในวงศ์ Rubiaceae เป็นสายพันธุ์กาแฟที่สามารถเจริญเติบโตได้ดีในพื้นที่ที่มีระดับความสูงไม่เกิน 700 เมตร จากระดับน้ำทะเล มีอุณหภูมิระหว่าง 25 - 30 องศาเซลเซียส และมีปริมาณน้ำฝนไม่น้อยกว่า 1,500 มิลลิเมตรต่อปี (กรมวิชาการเกษตร, 2562)

1.5 วิธีการวิจัย

1.5.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

1.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลปัจจัยภายในและภายนอก และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกษตรกรผู้ผลิตกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาค่าประเมิน (Rating) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโดยผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ เพื่อหาค่าน้ำหนัก (Weight) เพื่อรวบรวมความสำคัญของรายการปัจจัยที่บ่งบอกจุดแข็งจุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อหาค่าประเมิน (Rating) ในการรวบรวมข้อมูลโดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยมีประเด็นในการสัมภาษณ์คือ ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างที่ปลูกกาแฟโรบัสตา การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้านจุดแข็งและจุดอ่อน (SWOT Analysis) โดยใช้ตัวแปรตาม แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps เพื่อเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดของเกษตรกร และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้านโอกาสและอุปสรรค โดยใช้การวิเคราะห์ด้วย PESTEL Analysis เพื่อเป็นข้อมูลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบและโอกาสต่อการผลิตและการตลาดของเกษตรกร รวมถึงข้อจำกัดของกลุ่ม ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคและข้อเสนอแนะ แนวทางพัฒนาซึ่งประชากรที่ศึกษาคือ เกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูกกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และได้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรกับกรมส่งเสริมการเกษตร

(1) เกษตรกรที่ปลูกกาแฟโรบัสตา โดยสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling without Replacement) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยวิธี Yamane (1973) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n = จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่ม

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

จำนวนครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ปี 2565 จำนวน 512 ราย โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 90 จะได้จำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 84 ราย ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนเกษตรกรและเกษตรกรตัวอย่างของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

หน่วย: ราย

อำเภอ	ครัวเรือนเกษตรกร	เกษตรกรตัวอย่าง
บางสะพาน	285	47
บางสะพานน้อย	171	27
หัวหิน	29	6
สามร้อยยอด	17	3
ทับสะแก	5	1
เมืองประจวบคีรีขันธ์	3	0
กุยบุรี	1	0
ปราณบุรี	1	0
รวม	512	84

หมายเหตุ : จำแนกอายุกาแฟตามแนวทางของศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

(2) การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับสถาบันเกษตรกร / เอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยมีข้อคำถามการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้านจุดแข็งและจุดอ่อน (SWOT Analysis) เพื่อเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดของเกษตรกร และข้อมูลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบและโอกาสต่อการผลิตและการตลาดของเกษตรกร รวมถึงข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนา ด้วยวิธีกำหนดตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนรวม 15 ราย (ตารางที่ 1.2)

ตารางที่ 1.2 จำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการ	จำนวน (ราย)
ผู้รวบรวม / รับซื้อ	5
โรงคั่วกาแฟ	5
ร้านกาแฟ	5
รวม	15

1.2) สรุปรายการข้อมูลปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ได้โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis แล้วให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างให้ค่าคะแนน (Rating) ที่บ่งบอกถึงระดับความสามารถของปัจจัยภายในและภายนอก

1.3) นำรายการข้อมูลปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ได้ แล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายด้านการผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาจำนวน 5 ท่าน ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 เกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรประจวบคีรีขันธ์ ผู้แทนสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร และเกษตรกรต้นแบบ/แปลงใหญ่กาแฟ ทำการให้ค่าน้ำหนัก (Weight) ปัจจัยนำเข้าภายในและภายนอก ด้วยค่าน้ำหนักระหว่าง 0.00 - 1.00 โดยที่ 0.00 เท่ากับไม่มีความสำคัญเลย และ 1.00 มีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งการกำหนดน้ำหนักให้กับปัจจัยต่าง ๆ เป็นตัวบ่งชี้ความสัมพันธ์ของทุกปัจจัยที่จะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบมากที่สุดจะมีความสำคัญมากที่สุดเท่ากับ 1.00 หลังจากนั้นจะนำค่าน้ำหนักที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ และค่าคะแนนที่ได้จากประชากรกลุ่มตัวอย่าง ทำการรวมคะแนนหรือเรียกว่าค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก เพื่อทำการประเมินด้วยระบบเมทริกซ์ Internal Factor Environment (IFE) และเมทริกซ์ External Factor Environment (EFE) นำไปสู่การแปรผลเพื่อหากลยุทธ์พื้นฐานต่อไป

1.4) ประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) จำนวน 1 ครั้ง เพื่อสร้างกลยุทธ์โดยจับคู่ปัจจัยที่สำคัญ และนำมาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนากิจกรรมเพื่อนำผลการวิเคราะห์สะท้อนสู่เกษตรกร จนถึงเป็นแนวทางกำหนดนโยบายนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการต่อไป

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย บทความ และรายงานการศึกษาต่าง ๆ ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

1.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) แสดงด้วยค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ซึ่งในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกใช้แนวคิด PESTEL Analysis จากนั้นทำการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโดยใช้เครื่องมือเมทริกซ์ปัจจัยภายใน-ภายนอก IE Matrix Analysis เพื่อบ่งบอกถึงตำแหน่งการแข่งขันนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์พื้นฐาน และจัดทำแนวทางการพัฒนา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดระดมความคิดเห็น (Focus Group) เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์การจัดทำแนวทางการพัฒนาการกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ร่วมกัน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เกษตรกรและภาคเอกชนมีข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อสินค้ากาแฟหรือองค์กรได้มากขึ้น

1.6.2 หน่วยงานในพื้นที่ใช้เป็นข้อมูลประกอบในการจัดทำแผนพัฒนาด้านการเกษตรในระดับจังหวัด เพื่อวางแผน และบริหารจัดการได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ตลาดในปัจจุบัน และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกร

1.6.3 ภาครัฐใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณากำหนดนโยบายการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกาแฟ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการการผลิตกาแฟโรบัสตา

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี

2.1 การตรวจเอกสาร

2.1.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดสินค้ากาแฟ

กาญจนา ขวัญเมือง (2564) ศึกษาการตัดสินใจปลูกทดแทนของเกษตรกรชาวสวนกาแฟในจังหวัดชุมพร โดยใช้วิธีแบบจำลองทางเลือก (Choice Experiment) พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟให้ความสำคัญกับคุณภาพของดินที่ปลูกกาแฟมากที่สุด รองลงมาคือ พันธุ์กาแฟที่ใช้เป็นพันธุ์โรบัสตาที่ให้ผลผลิตสูง เมล็ดใหญ่ รวมทั้งพึงพอใจต่อมาตรการด้านการแปรรูปหรือการเพิ่มมูลค่ากาแฟ มาตรการด้านการลด ต้นทุนและมาตรการด้านแรงงานสนับสนุน ซึ่งมาตรการเหล่านี้จึงทำให้เกษตรกรหันมาปลูกกาแฟอีกครั้งหลังตัดโค่นต้นกาแฟเดิมที่หมดสภาพ ส่วนคุณลักษณะด้านราคา พบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจและมีแนวโน้มปลูกกาแฟทดแทนสวนกาแฟเดิมต่อไป หากราคากาแฟมีแนวโน้มอยู่ที่ระดับ 80 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งควรจูงใจให้เกษตรกรปลูกกาแฟอีกครั้งทดแทนกาแฟพื้นที่เดิมไว้ เพื่อผลิตกาแฟที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการปรับปรุงดิน การรวมกลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์ในพื้นที่ให้เพียงพอับความต้องการใช้ และเร่งพัฒนาพันธุ์กาแฟที่ให้ผลผลิตสูง เมล็ดใหญ่ และทนแล้ง รวมทั้งยกระดับการดำเนินนโยบายการเพิ่ม มูลค่า และการลดต้นทุนปัจจัยการผลิต (ปุ๋ย ยา) โดยดำเนินการผ่านกลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน หรือสหกรณ์ รวมทั้งการแก้ปัญหาแรงงานเก็บเกี่ยวกาแฟในพื้นที่

อภิญา หวังยี่เส้น (2557) ศึกษาเรื่องต้นทุนผลตอบแทนและประสิทธิภาพการผลิตกาแฟโรบัสตาในจังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านต้นทุนผลตอบแทน และประสิทธิภาพการผลิตกาแฟโรบัสตาในจังหวัดชุมพร ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มกาแฟมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 5,805.69 บาทต่อไร่ ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 4,477.53 บาทต่อไร่ โดยราคาสารกาแฟที่ได้รับกิโลกรัมละ 71.71 บาท ผลผลิตสารกาแฟเฉลี่ย 143.40 กิโลกรัมต่อไร่ ส่วนเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มกาแฟมีต้นทุนจากการผลิตเฉลี่ย 5,394.61 บาทต่อไร่ ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 4,984.08 บาทต่อไร่ โดยราคาสารกาแฟที่ได้รับกิโลกรัมละ 70.06 บาท ผลผลิตสารกาแฟเฉลี่ย 148.14 กิโลกรัมต่อไร่ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มกาแฟมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยสูงกว่าเกษตรกรที่ไม่เป็นสมาชิก เนื่องจากได้รับการอบรมให้ความรู้ในการใส่ปุ๋ยให้เหมาะสมกับสภาพดิน จึงมีต้นทุนค่าปุ๋ยสูงกว่า อีกทั้งมีการปลูกกาแฟร่วมกับพืชชนิดอื่นมากกว่าเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิก ซึ่งการปลูกร่วมกับพืชชนิดอื่นจะทำให้จำนวนต้นกาแฟต่อไร่ลดลง ส่วนด้านโครงสร้างตลาดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ตลาดท้องถิ่น เป็นตลาดขนาดเล็กประกอบด้วยพ่อค้าท้องถิ่น โรงงานผลิตผงกาแฟสำเร็จรูปท้องถิ่น สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร โดยปริมาณกาแฟที่พ่อค้าระดับท้องถิ่นรับซื้อส่วนใหญ่จะส่งมาจำหน่ายให้แก่พ่อค้าส่งออก และมีบางส่วนจำหน่ายให้แก่โรงงานผลิตกาแฟสำเร็จรูป และ 2) ตลาดปลายทางในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยโรงงานผลิตกาแฟสำเร็จรูปและผู้ส่งออก โรงงานผลิตกาแฟผงสำเร็จรูปได้รับซื้อเมล็ดกาแฟจากเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังรับซื้อจากพ่อค้าท้องถิ่น สหกรณ์หรือกลุ่มสหกรณ์รวมทั้งผู้ส่งออกบ้างเล็กน้อย

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) ศึกษาศักยภาพการผลิตกาแฟไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีการค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตของการปลูกกาแฟโรบัสตาแบบสวนเดี่ยวและสวนผสม ผลการศึกษาพบว่า การปลูกกาแฟแบบสวนเดี่ยวมีต้นทุนทั้งหมดไร่ละ 9,769.38 บาท ต้นทุนเฉลี่ยกิโกรัมละ 41.93 บาท ผลผลิตสารกาแฟเฉลี่ยไร่ละ 233 กิโลกรัม ผลตอบแทนไร่ละ 13,980 บาท และกำไรหลังหักต้นทุนไร่ละ 4,120.62 บาท คิดเป็นอัตราผลตอบแทนร้อยละ 43.10 ส่วนการปลูกกาแฟแบบสวนผสม มีต้นทุนทั้งหมดไร่ละ 8,604.09 บาท ต้นทุนเฉลี่ยกิโกรัมละ 59.75 บาทต่อกิโลกรัม ผลผลิตสารกาแฟเฉลี่ยไร่ละ 144 กิโลกรัม ผลตอบแทนไร่ละ 8,640 บาท และกำไรหลักจากหักต้นทุนไร่ละ 35.91 บาท คิดเป็นอัตราผลตอบแทนร้อยละ 0.42 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ณ ราคาที่เกษตรกรจำหน่ายสารกาแฟได้เฉลี่ยกิโกรัมละ 60 บาท การปลูกกาแฟแบบสวนเดี่ยวมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อกิโลกรัมต่ำกว่าการปลูกแบบสวนผสม อีกทั้งยังให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า ทั้งนี้ การปลูกกาแฟแบบสวนเดี่ยวและสวนผสม จำนวน 1 ไร่ มีต้นทุนทั้งหมด เท่ากับ 8,611.45 บาท ต้นทุนเฉลี่ย เท่ากับ 45.81 บาทต่อกิโลกรัม ผลผลิตสารกาแฟเฉลี่ยไร่ เท่ากับ 188 กิโลกรัมต่อไร่ ผลตอบแทนต่อไร่ เท่ากับ 11,280 บาท โดยมีผลกำไรหลักจากหักต้นทุนไร่ละ 2,668.55 บาท คิดเป็นอัตราผลตอบแทนร้อยละ 30.99

สมพร อิศวิลานนท์ และคณะ (2552) ศึกษาต้นทุนการผลิตกาแฟของเกษตรกรในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเกษตรกรมีต้นทุนการผลิต 7,491.58 บาทต่อไร่ แยกเป็นต้นทุนผันแปร 6,993.89 บาทต่อไร่ และต้นทุนคงที่ 497.79 บาทต่อไร่ และมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยกิโกรัมละ 79.47 บาท เมื่อพิจารณาผลตอบแทนจากการผลิตกาแฟ พบว่าเกษตรกรมีผลผลิตเฉลี่ย 94.27 กิโลกรัมต่อไร่ มีรายได้จากการจำหน่ายผลผลิต 6,117.83 บาทต่อไร่ โดยจำหน่ายกาแฟละราคาราคาเฉลี่ย 84.10 บาทต่อกิโลกรัม กาแฟเมล็ดตำราคาคาเฉลี่ย 20.73 บาทต่อกิโลกรัม และผลกาแฟสดราคาคาเฉลี่ย 13.83 บาทต่อกิโลกรัม แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรประสบภาวะขาดทุน กล่าวคือเกษตรกรมีรายได้สุทธิ (หรือมีกำไรเหนือต้นทุนผันแปร) และกำไรสุทธิ เท่ากับ - 876.06 บาทต่อไร่ และ 1,373.85 บาทต่อไร่ ตามลำดับ เนื่องจากมีต้นทุนแรงงานในครัวเรือนซึ่งเป็นต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสดสูงถึงร้อยละ 54.74 ของต้นทุน อย่างไรก็ตาม เกษตรกรจะมีกำไรเฉพาะในส่วนที่เป็นเงินสดเท่านั้น โดยกำไรเหนือต้นทุนเงินที่เกษตรกรได้รับเท่ากับ 3,224.71 บาทต่อไร่ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรจะมีกำไรคุ้มค่าต่อต้นทุนการผลิตที่เกิดขึ้นเป็นเงินสดเท่านั้น ดังนั้น ภายใต้ภาวะตลาดที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเกษตรกรที่ปลูกกาแฟในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยง จึงยังไม่สามารถแข่งขันได้ หากไม่พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น

จากการตรวจสอบเอกสารด้านการผลิตกาแฟพบว่า การปลูกกาแฟมีลักษณะการปลูก 2 แบบ คือ แบบสวนเดี่ยว คือการปลูกพืชกาแฟเพียงชนิดเดียวในพื้นที่ และการปลูกแบบสวนผสม ซึ่งหมายถึงการปลูกกาแฟร่วมกับพืชชนิดอื่นในพื้นที่เดียวกัน เช่น ปลูกร่วมกับทุเรียน ยางพารา พริกไทย ฯลฯ ซึ่งลักษณะการปลูก การดูแลรักษา และการจัดการเรื่องปุ๋ยจะแตกต่างกัน ส่งผลให้ผลผลิตและผลตอบแทนในการปลูกพืชกาแฟแตกต่างกันไปด้วย

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563) ศึกษาส่วนผสมทางการตลาดของกาแฟโรบัสตาจังหวัดสตูล โดยรวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชน 6 แห่ง และกลุ่มเกษตรกร 1 กลุ่ม ที่ใช้กาแฟในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟโบราณ พบว่า วิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรมีการจัดซื้อกาแฟปีละครั้ง ผ่านพ่อค้า

คนกลาง และจ่ายเงินสดครั้งเดียว โดยมีสถานที่เก็บรักษาก่อนและหลังแปรรูป แต่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐาน ขาดแผนการจัดซื้อกาแฟที่ชัดเจน ผลิตภัณฑ์กาแฟโบราณจะขายให้ผู้บริโภคโดยตรง ณ กลุ่มวิสาหกิจฯ ส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีความสดใหม่ มีผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพแสดงถึงอัตลักษณ์ ของท้องถิ่นและชุมชน มีการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ แต่ยังไม่หลากหลาย และไม่ตอบสนองลูกค้า ในหลาย ๆ กลุ่ม มีขนาดและราคาหลากหลาย ตอบสนองกลุ่มลูกค้า มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง แต่ส่วนใหญ่ยังไม่มีหน้าร้านสำหรับจำหน่ายสินค้า และไม่มีการจัดวางสินค้า มีการออกบูธแสดงสินค้า จัดทำ ฐานข้อมูลลูกค้า มีสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าทดลองชิม มีการติดตามความพึงพอใจหลังการขาย แต่ยังไม่ มี การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนั้นภาครัฐควรสนับสนุนการขอรับรองมาตรฐานสินค้าเพื่อสร้าง ความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562) ศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการผลิตกาแฟโรบัสตา โดยทำการวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดใน 3 กรณี พบว่า 1) กรณีจำหน่ายสารกาแฟอุตสาหกรรมเพื่อโรงงาน แปรรูป พบว่า ส่วนเหลือการตลาดในการจำหน่ายสารกาแฟ กิโลกรัมละ 4.76 บาท ราคาที่สถาบันเกษตรกร ได้รับจากโรงงานแปรรูปกิโลกรัมละ 74.50 บาท ต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 3.50 บาท และสถาบันเกษตรกร ได้รับกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 1.26 บาท 2) กรณีสถาบันเกษตรกรรับซื้อผลกาแฟสดคุณภาพเพื่อแปรรูปเป็นเมล็ด กาแฟคั่ว พบว่า ส่วนเหลือการตลาดในการจำหน่ายสารกาแฟ กิโลกรัมละ 225.94 บาท โดยราคาที่สถาบัน เกษตรกรได้รับจากร้านค้าปลีก กิโลกรัมละ 314.29 บาท ขณะที่ต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 204.46 บาท และสถาบันเกษตรกรได้รับกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 21.48 บาท และ 3) กรณีสถาบันเกษตรกรรับซื้อสารกาแฟ คุณภาพเพื่อแปรรูปเป็นเมล็ดกาแฟคั่ว พบว่า ส่วนเหลือการตลาดในการจำหน่ายสารกาแฟ กิโลกรัมละ 129.50 บาท โดยราคาที่สถาบันเกษตรกรได้รับจากร้านค้าปลีก กิโลกรัมละ 225.00 บาท ขณะที่ต้นทุน การตลาดกิโลกรัมละ 118.49 บาท และสถาบันเกษตรกร ได้รับกำไรสุทธิกิโลกรัมละ 11.01 บาท ดังนั้นจึง สรุปผลการศึกษาได้ว่าทางเลือกที่เหมาะสมในการผลิตกาแฟโรบัสตา คือ เกษตรกรผลิตกาแฟคุณภาพ โดยปลูก ร่วมกับทุเรียนและขายกาแฟในรูปของผลกาแฟสดคุณภาพ และสถาบันเกษตรกรซื้อผลกาแฟสดคุณภาพเพื่อ แปรรูปเป็นเมล็ดกาแฟคั่ว ซึ่งทางเลือกดังกล่าวจะทำให้ได้รับกำไรสูงสุด

ณัฐธิดา สุขเสวียต (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การผลิตและการตลาดกาแฟของเกษตรกร ในจังหวัดชุมพร พบว่าเกษตรกรมีปริมาณผลผลิตกาแฟเฉลี่ย 193.38 กิโลกรัมต่อไร่ ส่วนใหญ่ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็ว โดยมีพ่อค้ารับซื้อเป็นผู้กำหนดราคา ซึ่งเกษตรกรได้รับเงินทั้งหมดเมื่อขาย ผลผลิตแต่ละครั้ง

วิรดา บินรัมย์ (2552) ศึกษาการวิเคราะห์การตอบสนองอุปทานการผลิตกาแฟในภาคใต้ ของประเทศไทย พบว่าลักษณะตลาดกาแฟในภาคใต้ของประเทศไทยแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) เกษตรกรนำผลผลิตกาแฟไปจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูปหรือผู้ส่งออกโดยตรง 2) การรวมกลุ่มในลักษณะ กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ตลาดกลาง และพ่อค้าท้องถิ่น เป็นผู้รวบรวมผลผลิตกาแฟโรงงานแปรรูป หรือผู้ส่งออก และ 3) เกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายกาแฟให้กับโรงงานแปรรูปกาแฟดิบโดยตรง ส่วนตลาดของเมล็ด

กาแฟดิบภายในประเทศ แบ่งได้ 2 ระดับ คือ ระดับตลาดท้องถิ่น และตลาดปลายทาง ซึ่งส่วนมากในภาคใต้จะมีลักษณะเป็นตลาดท้องถิ่น

ในส่วนของการตลาดกาแฟพบว่า ในการศึกษาวิจัยด้านการตลาดของสินค้ากาแฟ ผู้วิจัยส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือ 4P's Marketing mix ในการศึกษา เนื่องจากสามารถวิเคราะห์สินค้าได้ครอบคลุมครบถ้วน และพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่จะจำหน่ายกาแฟให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นผู้กำหนดราคาในการซื้อขาย แต่หากเกษตรกรต้องการผลตอบแทนจากการผลิตกาแฟสูงสุด เกษตรกรควรปลูกกาแฟคุณภาพ มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบประณีต และแปรรูปกาแฟก่อนจำหน่าย

2.1.2 งานวิจัยที่ใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโดยการประเมินค่าถ่วงน้ำหนัก (Internal Factor Evaluation Matrix and External Factor Evaluation Matrix : IE Matrix)

สุตารินทร์ รอดมณี (2565) การศึกษาแนวทางการพัฒนา กาแฟโรบัสต้า วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม กาแฟบ้านถ้ำสิงห์ จังหวัดชุมพร ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์ จังหวัดชุมพร และจัดทำกลยุทธ์พัฒนาธุรกิจกาแฟโรบัสต้าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์ จังหวัดชุมพร โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis และประเมินค่าถ่วงน้ำหนักโดยใช้ IE Matrix และระบุกลยุทธ์การบริหารจัดการด้วยเทคนิค TOWS Matrix ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจชุมชน ฯ มีจุดเด่น ด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โรบัสต้าและการผลิตที่ครบวงจร แต่ยังขาดกลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจที่มีประสิทธิภาพ และเมื่อทำการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก พบว่า ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ตัดกันในส่วนที่ 5 ซึ่งเป็นกลยุทธ์คงที่ นั่นคือ ส่วนที่ 2 การประคับประคอง (Hold) คงที่ (Stable) และการบำรุงรักษา (Maintain) ซึ่งให้เห็นว่ากลุ่มจะต้องดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวัง ถึงแม้ว่ากระแสการดื่มกาแฟเพิ่มสูงขึ้นแต่กลุ่มฐานลูกค้าจำกัดและกลุ่มต้องแข่งขันอย่างสูงกับคู่แข่งที่มีสินค้าใกล้เคียงกัน โดยกลยุทธ์การบริหารจัดการที่เหมาะสม ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์เชิงรุก คือ กลยุทธ์การขยายพื้นที่ปลูกและขนาดธุรกิจ เพิ่มมูลค่าผลผลิต สร้างอัตลักษณ์และนวัตกรรมสู่มาตรฐานสากล เจาะตลาดเน้นช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ กลยุทธ์พัฒนาแผนธุรกิจส่งเสริมการลงทุน ใช้เทคโนโลยีเพิ่มขีดความสามารถด้านการผลิต และประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ กลยุทธ์บริหารจัดการทรัพยากร สร้างความเข้มแข็ง และเครือข่ายรักษาฐานลูกค้า และใช้เทคโนโลยีเพื่อการปรับตัว และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ คือ กลยุทธ์สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

จากการตรวจสอบเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในประเทศไทยจะปลูกกาแฟตามความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ของตนเป็นหลัก โดยเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกร จะต้องดำเนินธุรกิจกาแฟอย่างระมัดระวัง เพราะถึงแม้ว่ากระแสความนิยมในการบริโภคกาแฟจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลาดกาแฟเติบโตดี แต่ต้องตระหนักว่าคู่แข่งในธุรกิจก็จะเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรต้องใช้กลยุทธ์การบริหารจัดการที่เหมาะสม ในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด เพื่อจัดการปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่วิธีการในการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตกาแฟ

2.2 แนวคิดและทฤษฎี

2.2.1 แนวคิดการจัดทำกลยุทธ์

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร หรือ SWOT Analysis

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม “ภายในและภายนอก” เพื่อเข้าใจสถานะที่เป็นอยู่ขององค์กร และ / หรือกระบวนการพัฒนาเรื่องนั้น ๆ อย่างลึกซึ้ง จากการ “รู้เขา รู้เรา” และมักเรียกกันว่า SWOT Analysis ที่เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) ของสภาพแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์โอกาส (Opportunity) ภาวะคุกคาม (Threat) ของสภาพแวดล้อมภายนอก SWOT ย่อมาจากอักษรนำหน้าของทั้งสี่สภาพแวดล้อมดังกล่าว การวิเคราะห์นี้เป็นพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ รวมถึงแผนการดำเนินงานจำเป็นที่จะต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อน เนื่องจากจะทำให้ผู้บริหารองค์กรทราบการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้น ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้ว (ภักพอล รื่นกลิ่น, 2560) และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ ซึ่งการวิเคราะห์ประกอบด้วย

(1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง การตรวจสอบความสามารถ และความพร้อมที่ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อนขององค์กร (Weakness) ซึ่งจะช่วยให้สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาส (Opportunities) และหลบหลีกจากอุปสรรค (Threats) ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนยังช่วยระบุถึงจุดแข็งที่ซ่อนอยู่ และจุดอ่อนที่ถูกกลบเกลื่อน องค์กรจะต้องสามารถระบุปัจจัยภายในขององค์กรที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ เนื่องจากจุดแข็งนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นสิ่งซึ่งองค์กรมีอยู่ หรือ ทำ หรือสามารถทำได้ดีกว่าคู่แข่ง จุดอ่อน คือ สิ่งที่มี หรือ ทำ หรือไม่มีเลย ซึ่งในขณะที่คู่แข่งสามารถทำได้ดีกว่า การพิจารณาจุดอ่อนและจุดแข็งสามารถเปรียบเทียบกับปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีตขององค์กร (Past Performance) คู่แข่งขันที่สำคัญขององค์กร (Key Competition) และอุตสาหกรรมทั้งหมด

(2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการพิจารณาจากทั้งปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอก เช่น การเปิดการค้าเสรี และมาตรการกีดกันการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Measures : NTMs) เป็นวิเคราะห์ Opportunity (O) หรือ โอกาส อันเป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งบทบาทของปัจจัยที่มีอิทธิพลดังกล่าว หากสนับสนุนการดำเนินการจะทำให้สามารถประสบความสำเร็จได้ การวิเคราะห์เพื่อค้นหาโอกาสจะต้องเน้นการวิเคราะห์ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ส่วนการวิเคราะห์ Threat (T) หรือข้อจำกัด / อุปสรรค ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงจะเป็นการวิเคราะห์เพื่อแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีภาวะคุกคามหรือข้อจำกัดในเรื่องใดบ้าง ซึ่งจะเป็นบทบาททางลบที่เป็นการขัดขวางการทำงานและอาจก่อให้เกิดความล้มเหลวได้ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อจำกัดหรืออุปสรรค จึงเน้นการวิเคราะห์เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เช่น สภาพภูมิอากาศ สภาพเศรษฐกิจ คู่แข่งขัน นโยบายของรัฐ การเมือง และกฎหมาย เป็นต้น

2) การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix)

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดย Kotler (2540) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดมี 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และได้มีการเสนอในเรื่องแนวคิดใหม่ในเรื่อง "ส่วนประสมการตลาดบริการ" ขึ้นมาโดยเฉพาะส่วนประสมการตลาดบริการดังกล่าวต้องประกอบไปด้วย ส่วนประสมการตลาดแบบเดิมคือ 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดร่วมกับองค์ประกอบที่เพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ส่วน คือบุคลากรหลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการ (Zeithaml and Bitner, 2543) และเนื่องจากการที่บริการนั้นมีลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากสินค้าทั่วไป คือ บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่มีตัวตน และยิ่งขึ้นกับเวลาเป็นหลัก ดังนั้น ส่วนประสมการตลาดบริการ จะมีองค์ประกอบเพิ่มขึ้นมาจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป โดยจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่เป็นส่วนประสมทั้ง 7 อย่าง ดังนี้ (Kotler and Keller, 2559)

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการอันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์เสริม แสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการเพื่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการ

(2) ราคา (Price) หมายถึง ค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะในรูปของเงินและเวลา รวมไปถึงความพยายามที่เกิดขึ้นในการซื้อและการใช้บริการ

(3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง เป็นการตัดสินใจถึงการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเมื่อไหร่ ใช้เวลาในการที่จะส่งมอบบริการเท่าไร มีสถานที่และส่งมอบกันอย่างไร ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายทางด้านกายภาพหรืออิเล็กทรอนิกส์

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เป็นกิจกรรมด้านการออกแบบสิ่งจูงใจ และการสื่อสารด้านการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าสำหรับธุรกิจการให้บริการประเภทใดประเภทหนึ่ง

(5) บุคลากร (People) หมายถึง ปัจจัยทางด้านบุคลากรทั้งหมดที่ได้มีส่วนร่วมกันในกิจกรรมการส่งมอบบริการ โดยมีผลกระทบต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าด้วย ซึ่งในที่นี้บุคลากรจะนับรวมบุคลากรของธุรกิจนั้น รวมไปถึงผู้มาใช้บริการและลูกค้ารายอื่น ๆ ที่รวมกันอยู่ในสถานที่ให้บริการนั้นอีกด้วย ธุรกิจให้บริการที่สามารถจะประสบความสำเร็จจะต้องใช้ความพยายามในการ วางแผนทั้งด้านกำลังคน การสรรหา การคัดเลือกบุคลากรและการฝึกอบรมพัฒนา รวมถึงยังต้องสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

(6) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สถานที่และสิ่งแวดล้อมรวมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถจับต้องได้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้ปฏิบัติงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงช่วยสื่อสารการบริการนั้นให้ลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการอย่างเป็นรูปธรรมด้วย

(7) กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการที่จำเป็นในการทำงาน และให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงวิธีในการทำงานสร้างและส่งมอบผลิตภัณฑ์ โดยต้องอาศัยการออกแบบและปฏิบัติให้ได้ตามกระบวนการที่มีประสิทธิผลโดยมีความเกี่ยวข้องกับด้านการผลิตและเสนอบริการนั้น ๆ ให้กับผู้มาใช้บริการ

3) การวิเคราะห์ Political Economic Social Technology (PESTEL Analysis)

PESTEL Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกที่นิยมนำมาใช้สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และวิเคราะห์ภาพรวมขององค์กรในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ประกอบไปด้วยปัจจัยทางนโยบายและการเมือง (Politic: P) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic: E) ปัจจัยทางสภาพสังคม (Social: S) และปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ (Technology: T) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม (Environmental : E) และด้านกฎหมาย (Legal :L) เข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้น ธุรกิจที่รู้แนวโน้มของตลาดจากปัจจัยภายนอกก่อนย่อมได้เปรียบในการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการได้เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ รอบตัวที่เรากำหนดไม่ได้แต่สามารถปรับตัวตามได้ ซึ่ง PESTEL Analysis ถือเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพอย่างมากในการแก้ปัญหาในส่วนนี้ (INC, 2557) โดยมีรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

(1) Politic: P ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง คือ ปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพของรัฐบาลและนโยบายของรัฐในช่วงเวลานั้น ๆ รวมไปถึงข้อตกลงและข้อกฎหมายทางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาโดยขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐที่ทำให้เราต้องคอยปรับตัวหรือช่วยผู้ประกอบการตัดสินใจว่าพร้อมจะลงทุนในประเทศที่มีนโยบายแบบนี้หรือไม่

(2) Economic: E ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกับทุก ๆ ธุรกิจโดยตรงเป็นอย่างมาก เพราะเศรษฐกิจของประเทศเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศ และเป็นตัวกำหนดขนาดตลาดในประเทศซึ่งปัจจัยด้านนี้สามารถช่วยวางแผนธุรกิจว่าจะเลือกดำเนินการเป็นระยะสั้นหรือระยะยาวจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันและแนวโน้มของเศรษฐกิจในอนาคต

(3) Social: S ปัจจัยทางสังคม หมายถึง ปัจจัยทุก ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และชีวิตการเป็นอยู่ของคนในพื้นที่นั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไรก่อนที่จะเริ่มทำการตลาดให้ถูกทาง เพื่อสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นและเป็นที่น่าสนใจของคนในชุมชนในด้านที่ดีโดยไม่ส่งผลกระทบด้านลบใด ๆ ต่อคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วย

(4) Technology: T ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ แต่ละพื้นที่ในการทำธุรกิจจะมีการพัฒนาของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่แตกต่างกันออกไป รวมไปถึงแนวโน้มในอนาคตว่าถ้ามีเทคโนโลยีใหม่เข้ามาและธุรกิจเราจะเป็นอย่างไร

(5) Environmental: E ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมจะมีอิทธิพลต่อธุรกิจบางประเภท สิ่งแวดล้อมในแง่ภูมิของ PESTEL มีความสำคัญอย่างยิ่งกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การทำฟาร์มเกษตร และการประมง

นอกจากนี้การทำธุรกิจยังต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอื่นประกอบอีก เช่น สภาพภูมิอากาศ ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศของโลก การชดเชยด้านสิ่งแวดล้อมของแต่ละประเทศ

(6) Legal: L ปัจจัยด้านกฎหมาย กับ ปัจจัยด้านการเมือง จะมีความคลุมเครือและคล้ายคลึงกัน แต่ก็มี ความแตกต่างที่แยกได้ชัดในบริบทของ PESTEL Analysis ปัจจัยทางด้านกฎหมายเกี่ยวข้องกับมาตรา ที่กฎหมายระบุไว้เป็นสิ่งที่กำหนดว่าธุรกิจสามารถทำได้หรือไม่สามารถทำได้ ส่วนปัจจัยทางการเมือง เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับรัฐบาล

4) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโดยการประเมินค่าถ่วงน้ำหนัก (Internal Factor Evaluation Matrix and External Evaluation Matrix : IE Matrix)

การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Factor Evaluation Matrix: IFE) เป็นเครื่องมือ ที่ใช้ในการประเมินปัจจัยภายใน คือ การประเมินจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ซึ่งได้มาจาก การวิเคราะห์ SWOT Analysis แล้วนำมาวิเคราะห์ IFE โดยใช้ตารางการประเมินผลระดับความสำคัญ ของแต่ละปัจจัยด้วยการให้ค่าคะแนน (Rating) และค่าน้ำหนัก (Weight) ที่จะแสดงความสำคัญของปัจจัยนั้น เพื่อแสดงให้เห็นว่าจุดแข็ง จุดอ่อนแต่ละปัจจัย (Key Internal Factor) มีผลมากน้อยแค่ไหน โดยสามารถ นำคะแนนรวมที่ได้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ต่อไป

การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (External Factor Evaluation Matrix :EFE) เป็นตาราง สำหรับการประเมินปัจจัยภายนอก คือ โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาใส่ในตาราง EFE Matrix โดยการประเมินระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย ด้วยการ ให้ค่าคะแนน (Rating) และค่าน้ำหนักความสำคัญ (Weight) เพื่อแสดงให้เห็นความสำคัญของปัจจัยนั้น มีผลมากน้อยเพียงใด และปัจจัยภายนอกใดบ้างที่องค์กรหรือหน่วยงาน สามารถตอบสนองหรือยัง ไม่สามารถ ตอบสนองหรือรับมือได้เพียงพอ เพื่อให้ได้คะแนนรวม และนำผลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ต่อไป

สำหรับส่วนประกอบของตาราง IFE และ EFE Matrix ที่สำคัญจะประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่

4.1) ค่าน้ำหนักของปัจจัย (Weight) คือระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละปัจจัย โดยค่าน้ำหนักจะเป็นเลขทศนิยม 2 ตำแหน่ง โดยทั้งตาราง IFE และ EFE Matrix ต้องมีค่าน้ำหนัก (weight) ไม่เกิน 1.00 โดยรายการปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis และให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญกำหนดค่าน้ำหนัก และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประชากรกลุ่มเป้าหมาย หรือหน่วยงานการวิเคราะห์พิจารณาเปรียบเทียบความสำคัญตามตารางวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัย ภายนอก โดยใช้หลักวิธีการประมาณสัดส่วน (Ratio estimation procedure) ของปัจจัยเพื่อใส่ค่าน้ำหนัก ของแต่ละปัจจัยจากนั้นจึงทำการรวมค่าไม่เกิน 1.00

4.2) ค่าคะแนนของปัจจัย (Rating) คือ ระดับคะแนนที่แสดงระดับความสามารถของปัจจัย ภายในและภายนอก โดยกำหนดช่วง 1-4 เพื่อประเมินแต่ละปัจจัยใช้เกณฑ์ดังนี้

(1) ปัจจัยภายใน ได้แก่

- การประเมิน 1 แสดงถึง จุดอ่อนหลัก (Major Weakness)
- การประเมิน 2 แสดงถึง จุดอ่อนรอง (Minor Weakness)
- การประเมิน 3 แสดงถึง จุดแข็งรอง (Minor Strength)
- การประเมิน 4 แสดงถึง จุดแข็งหลัก (Major Strength)

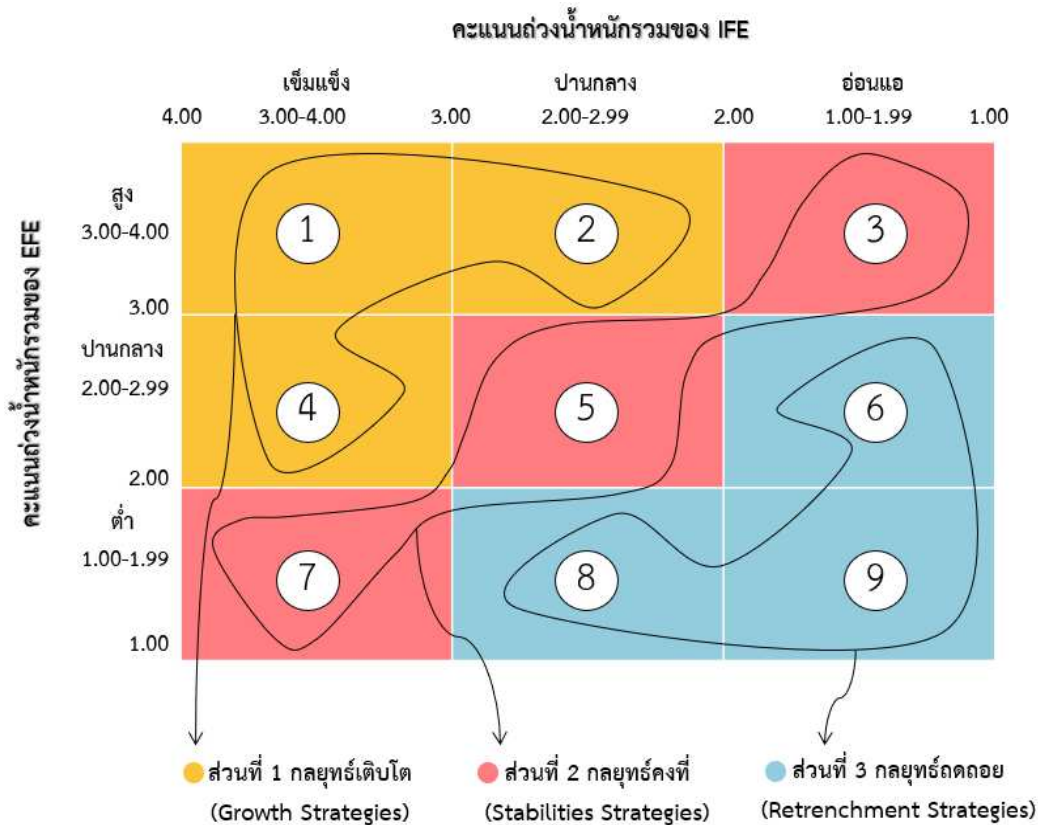
(2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่

- การประเมิน 1 แสดงถึง โอกาสน้อย หรือ อุปสรรคมาก (Response is poor)
- การประเมิน 2 แสดงถึง โอกาสที่เท่ากับค่าเฉลี่ย (Response is average)
- การประเมิน 3 แสดงถึง โอกาสที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย (Response is above average)
- การประเมิน 4 แสดงถึง โอกาสที่ดีมาก (Response is superior)

หลังจากที่ได้รับค่าน้ำหนักมาแล้ว ตารางวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกจะถูกประเมินโดยกลุ่มตัวอย่าง โดยการใส่ค่าประเมินแต่ละรายการปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จากนั้นจึงทำการรวมคะแนน หรือ เรียกว่าถ่วงน้ำหนักต่อไป

4.3) ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) ได้มาจากการนำค่าคะแนนของปัจจัย (Rating) คูณกับ ค่าน้ำหนักของปัจจัย (Weight) ของแต่ละปัจจัย โดยการให้คะแนน (Rating) และค่าน้ำหนัก (Weight) ควรให้ค่าคะแนนตามความเป็นจริง เพราะการให้คะแนนที่ไม่เป็นจริงจะได้ผลการวิเคราะห์ IFE และ EFE Matrix ที่ผิดจากสถานการณ์ที่แท้จริง

การประเมินปัจจัยภายใน - การประเมินปัจจัยภายนอก (Internal External – IE Matrix) เป็นการวิเคราะห์ ระดับความสามารถขององค์กรที่คิดขึ้นโดยบริษัท General Electrics เป็นการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินปัจจัยภายใน (IFE) และ การประเมินปัจจัยภายนอก (EFE) ซึ่งแกนแนวนอนแทนค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยภายใน 3 ระดับ คือ เข้มแข็ง 3.0 - 4.0 ปานกลาง 2.0 - 2.99 และอ่อนแอ 1.0 - 1.99 ส่วนแกนตั้งแทนค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยภายนอก (EFE) 3 ระดับ คือ สูง 3.0 - 4.0 ปานกลาง 2.0 - 2.99 และต่ำ 1.0 - 1.99 โดยแบ่งเป็น 9 ช่อง เน้นวิธีใช้กับองค์กรที่มีหลายหน่วยธุรกิจ เมทริกการประเมินปัจจัยภายใน - การประเมินปัจจัยภายนอก (IE) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , สมชาย หิรัญกิตติ, 2542 ; นริศ สุขเลิศ, 2554) ดังภาพที่ 2.1



ที่มา: ดัดแปลงจาก ปาริฉัตร ศรีหะริญ และคณะ (2563)

ภาพที่ 2.1 เมทริกซ์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโดยการประเมินค่าถ่วงน้ำหนัก

(1) ส่วนที่ 1 การเจริญเติบโต (Growth) และการสร้างส่วนครองตลาด (Build) ประกอบด้วย ช่องที่ 1, 2 และ 4 เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในกรณีที่มีข้อมูลแล้วว่ากิจการมีความเข้มแข็ง และองค์กรจะเพิ่มระดับการปฏิบัติงานเพื่อขยายตัวขององค์กรโดยมีการกระจายธุรกิจทั้งแนวนอน และแนวตั้ง มีการเจาะตลาด พัฒนาตลาด พัฒนาสินค้า นอกจากนี้ต้องมีการลงทุนเพิ่ม เป็นการสร้างธุรกิจให้เติบโตและเข้มแข็งอาจใช้กลยุทธ์การรวมธุรกิจหรือร่วมลงทุน

Growth Strategy กลยุทธ์การเติบโต เหมาะสำหรับองค์กรที่กำลังประสบความสำเร็จระดับหนึ่ง และมีโอกาสที่จะขยาย เช่น พัฒนาสินค้าใหม่ การรวมทุนในธุรกิจใหม่ เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด การควบรวมกิจการ และเพิ่มยอดขาย เป็นต้น

(2) ส่วนที่ 2 การประคับประคอง (Hold) คงที่ (Stable) และการบำรุงรักษา (Maintain) ประกอบด้วย ช่องที่ 3, 5 และ 7 ส่วนที่องค์กรจะต้องใช้ กลยุทธ์คงที่หรือรักษาเสถียรภาพ เป็นกลยุทธ์ที่มีลักษณะคงที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญใด ๆ เป็นลักษณะอนุรักษ์นิยม ใช้สำหรับกรณีที่มีแนวโน้มในอนาคตจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักหรือในกรณีที่เศรษฐกิจซบเซา

Stability Strategy กลยุทธ์คงที่ อาจเป็นผลมาจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ส่งผลให้ธุรกิจควรจะหยุดการเติบโตชั่วคราวเพื่อพัฒนาองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

(3) ส่วนที่ 3 การเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ (Harvest) ถดถอย (Retrench) และการไม่ลงทุน (Divestiture) ประกอบด้วย ช่องที่ 6, 8 และ 9 เป็นกลยุทธ์การถดถอยป้องกันตัว ที่ผู้บริหารต้องการลดการดำเนินงานของหน่วยงานลงทุนเมื่อธุรกิจอยู่ภายใต้ความยุ่งยากทางการเงิน มีการคุกคามจากคู่แข่งหรือมีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมอย่างรุนแรง (Serirat et al, 2003; รวีวรรณ ภูสุวรรณ และนพดล จอกแก้ว, 2564)

Retrenchment Strategy กลยุทธ์ถดถอย คือการดำเนินธุรกิจแบบลดกิจกรรมบางอย่างลงเพื่อยังคงสภาพคล่องของบริษัทเอาไว้ได้ หรือพิจารณาการเลิกลงทุน หรือปิดกิจการได้ หากไม่สามารถสู้คู่แข่งหรือ มีการเปลี่ยนแปลงของตลาดขึ้น

5) แนวคิด TOWS Matrix

แนวคิดการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นแมทริกซ์ที่แสดงถึงโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกองค์กรที่สัมพันธ์กับจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กรโดยมีทางเลือกของกลยุทธ์ 4 ทางเลือก ซึ่งเกิดจากการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ดังนี้

(1) กลยุทธ์ SO หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็งกับโอกาส ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กรจะใช้จุดแข็งภายในองค์กรและแสวงหาประโยชน์จากโอกาส ภายนอกที่เปิดโอกาสให้ ซึ่งทุกองค์กรต่างมีความต้องการจะสร้างความเข้มแข็งภายในเพื่อสามารถอาศัยประโยชน์จากสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมภายนอก

(2) กลยุทธ์ ST หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็งกับอุปสรรค ได้แก่ กลยุทธ์ที่จะใช้ความเข้มแข็งภายในองค์กรหลีกเลี่ยงหรือลดอุปสรรคภายนอกทั้งจากคู่แข่งหรือปัจจัยอื่น ๆ

(3) กลยุทธ์ WO หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อนกับโอกาส ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กรจะปรับปรุงแก้ไขความอ่อนแอภายในองค์กรโดยอาศัยประโยชน์จากโอกาสภายนอกที่เปิดโอกาสให้ถึงแม้ว่าสิ่งแวดล้อมภายนอกดีมาก แต่หากองค์กรมีปัญหาภายในเองก็อาจทำให้ไม่ได้รับประโยชน์จากโอกาสภายนอกที่มีอยู่ เพราะจุดอ่อนอาจทำให้องค์กรไม่สามารถอยู่ได้ จึงควรวางวิธีในการเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพราะยังมีโอกาส หรือช่องทางในการดำเนินงานในองค์กรต่อไปได้

(4) กลยุทธ์ WT หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อนกับอุปสรรค ได้แก่ กลยุทธ์ที่ปกป้ององค์กรอย่างที่สุด คือ พยายามลดความอ่อนแอภายใน และหลีกเลี่ยงสภาวะแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคให้ได้มากที่สุด หากองค์กรเผชิญกับอุปสรรคภายนอกและภายในก็ยังอ่อนแอ องค์กรก็จะตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ดี อาจต้องเลิกกิจการ ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

	S	W
O	S – O Strategies ใช้จุดแข็งเพื่อสร้าง ข้อได้เปรียบจากโอกาส	W – O Strategies แก้ไขจุดอ่อน โดยอาศัย ข้อได้เปรียบจากโอกาส
T	S – T Strategies ใช้จุดแข็ง หลีกเลี่ยงลดอุปสรรค	W – T Strategies ลดความอ่อนแอ หลีกเลี่ยงอุปสรรคอาจเลิกกิจการ

ที่มา: อ้างถึงในเอกชัย อภิศักดิ์กุล และพรรณนะ บุญขวัญ. การจัดการกลยุทธ์ (Strategic Management) ของ Michael A.Hitt, R.Duane Ireland and Robert E.Hoskisson

สำหรับแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แนวคิดการจัดทำกลยุทธ์กับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ซึ่งการวิเคราะห์ปัจจัยภายในใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix) และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกใช้ PESTEL Analysis จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประเมินปัจจัยภายในและภายนอก (Internal External – IE Matrix) เพื่อบ่งบอกสถานะของกาแพโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และใช้ TOWS Matrix ในการกำหนดกลยุทธ์และจัดทำแนวทางการพัฒนากาแพโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจตามแบบ Likert (Likert Scale)

การกำหนดเกณฑ์ที่ใช้วัดความพึงพอใจอาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นได้ถ้าบุคคลเป้าหมายแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ดังนั้นการใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ likert scale เป็นการวัดแบบหนึ่งที่สามารถใช้กับสถานการณ์ได้อย่างกว้างขวางด้วยการให้คะแนนความพึงพอใจแต่ละปัจจัยจากคะแนน 1 ถึง 5 โดย 5 คือ พึงพอใจมากที่สุด 4 คือ พึงพอใจมาก 3 คือ พึงพอใจปานกลาง 2 คือ พึงพอใจน้อย 1 คือ พึงพอใจน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังมีการใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ 1 ถึง 3 โดย 3 คือ พึงพอใจมาก 2 คือ พึงพอใจปานกลาง 1 คือ พึงพอใจน้อย (ยุทธ ไกรวรรณ, 2545)

จากนั้นจะกำหนดเกณฑ์คะแนนในแต่ละระดับ ซึ่งมีวิธีคำนวณหาช่วงของคะแนน โดยแบ่งการแปรผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้สูตรคำนวณดังต่อไปนี้ (มัลลิกา บุญนาค, 2548)

$$\text{ช่วงความกว้างของข้อมูล} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

กำหนดให้ค่าคะแนนมีจำนวน 3 ระดับคือ 1 2 และ 3 เมื่อแทนค่าในสูตรได้ช่วงคะแนนเฉลี่ยจะเท่ากับ $(3-1)/3 = 0.67$ จากนั้นนำช่วงคะแนนดังกล่าวไปกำหนดเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
2.35 – 3.00	มาก
1.68 – 2.34	ปานกลาง
1.00 – 1.67	น้อย

ทั้งนี้ ในการกำหนดระดับคะแนน สามารถกำหนดได้หลายระดับ ขึ้นอยู่กับผู้วิจัยจะกำหนด ซึ่งวิธีการคำนวณค่าคะแนนก็จะปฏิบัติเหมือนกับตัวอย่างข้างต้น แล้วนำชุดของข้อคำถามที่สร้างขึ้นนี้ ไปสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาคำนวณหาคะแนนเฉลี่ยเพื่อให้ได้ผลการวิจัย

บทที่ 3

ข้อมูลทั่วไป

3.1 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟ

3.1.1 สถานการณ์การผลิตกาแฟของโลก

ในช่วงปี 5 ปีที่ผ่านมา ผลผลิตกาแฟโลกลดลงเล็กน้อยจาก 10.14 ล้านตัน ในปี 2562/63 เหลือ 9.86 ล้านตัน ในปี 2565/66 และเพิ่มขึ้นเป็น 10.15 ล้านตัน ในปี 2566/67 ส่งผลให้ภาพรวมลดลงร้อยละ 0.69 ต่อปี เนื่องจากเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟลดการใช้ปุ๋ยจากราคาปุ๋ยที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงสภาพอากาศที่แปรปรวน ส่งผลให้ภาพรวมผลผลิตลดลง สำหรับประเทศที่ผลิตกาแฟมากที่สุด ได้แก่ บราซิล รองลงมาคือ เวียดนาม และโคลัมเบีย โดยบราซิลเป็นผู้ผลิตกาแฟอันดับ 1 ของโลก และเป็นผู้ผลิตกาแฟพันธุ์อาราบิการายใหญ่อันดับ 1 ของโลก หรือมีผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 39.21 ของผลผลิตโลก โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ผลผลิตกาแฟของบราซิลเพิ่มขึ้นจาก 3.63 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 3.98 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.67 ต่อปี โดยแยกเป็นกาแฟพันธุ์อาราบิกา มีผลผลิตลดลงจาก 2.52 ล้านตัน ปี 2562/63 เหลือ 2.18 ล้านตัน ในปี 2564/65 และเพิ่มขึ้น 2.69 ล้านตัน ในปี 2566/67 ทำให้ภาพรวมลดลงร้อยละ 0.90 และกาแฟพันธุ์โรบัสตา เพิ่มขึ้นจาก 1.11 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 1.28 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.18 ต่อปี (ตารางที่ 3.1 – 3.3)

ตารางที่ 3.1 ผลผลิตกาแฟของโลก ปี 2562/63 – 2566/67

ประเทศ	2562/63	2563/64	2564/65	2565/66	2566/67	หน่วย: ล้านตัน
						อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
บราซิล	3.63	4.19	3.49	3.76	3.98	0.76
เวียดนาม	1.88	1.74	1.89	1.70	1.75	-1.65
โคลัมเบีย	0.85	0.80	0.71	0.64	0.73	-5.14
เอธิโอเปีย	0.45	0.46	0.49	0.44	0.50	1.68
อินโดนีเซีย	0.64	0.64	0.63	0.64	0.49	-5.20
ยูกันดา	0.33	0.40	0.36	0.39	0.38	2.60
อินเดีย	0.30	0.33	0.34	0.35	0.37	4.90
ฮอนดูรัส	0.31	0.39	0.29	0.34	0.32	-0.73
เปรู	0.24	0.20	0.25	0.21	0.24	0.49
เม็กซิโก	0.22	0.21	0.22	0.21	0.23	0.89
อื่นๆ	1.29	1.23	1.23	1.18	1.16	-2.51
รวม	10.14	10.59	9.90	9.86	10.15	-0.69

ที่มา: กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (2567)

ตารางที่ 3.2 ผลผลิตกาแฟพันธุ์อะราบิกาของโลก ปี 2562/63 – 2566/67

หน่วย: ล้านตัน

ประเทศ	2562/63	2563/64	2564/65	2565/66	2566/67	อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
บราซิล	2.52	2.98	2.18	2.39	2.69	-0.90
โคลัมเบีย	0.85	0.80	0.71	0.64	0.73	-5.14
เอธิโอเปีย	0.45	0.46	0.49	0.44	0.50	1.68
ฮอนดูรัส	0.31	0.39	0.29	0.34	0.32	-0.73
เปรู	0.24	0.20	0.25	0.21	0.24	0.49
เม็กซิโก	0.19	0.18	0.19	0.18	0.20	1.03
กัวเตมาลา	0.21	0.23	0.20	0.19	0.18	-4.78
นิการากัว	0.16	0.15	0.16	0.15	0.14	-2.64
จีน	0.12	0.11	0.11	0.11	0.11	-1.73
อินเดีย	0.09	0.10	0.09	0.10	0.09	0.00
อื่นๆ	0.56	0.53	0.56	0.52	0.54	-0.91
รวม	5.70	6.13	5.23	5.27	5.74	-1.36

ที่มา: กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (2567)

ตารางที่ 3.3 ผลผลิตกาแฟพันธุ์โรบัสตาของโลก ปี 2562/63 – 2566/67

หน่วย: ล้านตัน

ประเทศ	2562/63	2563/64	2564/65	2565/66	2566/67	อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
เวียดนาม	1.81	1.68	1.83	1.64	1.68	-1.72
บราซิล	1.11	1.21	1.30	1.37	1.28	4.18
อินโดนีเซีย	0.57	0.56	0.56	0.57	0.41	-6.21
ยูกันดา	0.27	0.35	0.30	0.33	0.32	2.85
อินเดีย	0.21	0.24	0.25	0.25	0.28	6.36
มาเลเซีย	0.11	0.12	0.12	0.12	0.09	-3.93
โกตดิวัวร์	0.11	0.05	0.07	0.06	0.08	-4.44
แทนซาเนีย	0.03	0.03	0.03	0.03	0.04	5.92
เม็กซิโก	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.00
ลาว	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03	0.00
อื่นๆ	0.17	0.17	0.17	0.11	0.17	0.00
รวม	4.45	4.47	4.68	4.60	4.41	0.11

ที่มา: กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (2567)

3.1.2 สถานการณ์การตลาดกาแฟของโลก

1) ความต้องการใช้เมล็ดกาแฟของโลก เพิ่มขึ้น 9.75 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 10.05 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.03 ต่อปี โดยประเทศที่มีความต้องการใช้เมล็ดกาแฟมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป มีความต้องการการเพิ่มขึ้นจาก 2.42 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 2.50 ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.40 ต่อปี ในขณะที่สหรัฐอเมริกา มีความต้องการใช้กาแฟลดลงจาก 1.56 ล้านตัน ในปี 2562/63 เหลือ 1.51 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือลดลงร้อยละ 1.17 ต่อปี และบราซิลลดลงจาก 1.38 ล้านตัน ในปี 2562/63 เหลือ 1.35 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือลดลงร้อยละ 0.36 ต่อปี นอกจากนี้ยังมีสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีความต้องการใช้กาแฟเพิ่มสูงขึ้นจาก 0.23 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 0.35 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.22 ต่อปี เนื่องจากสาธารณรัฐประชาชนจีนมีร้านกาแฟในรูปแบบแฟรนไชส์ ที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากตามความต้องการบริโภคที่มีทิศทางเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 3.4)

2) การส่งออกเมล็ดกาแฟ และกาแฟสำเร็จรูป ลดลงจาก 8.33 ล้านตัน ในปี 2562/63 เหลือ 8.07 ล้านตัน ในปี 2565/66 และเพิ่มขึ้นเป็น 8.49 ล้านตัน ในปี 2566/67 ทำให้ภาพรวมลดลงร้อยละ 0.36 ต่อปี โดยประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ บราซิล ส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 2.42 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 2.73 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.08 ต่อปี รองลงมา ได้แก่ เวียดนาม ส่งออกเพิ่มขึ้น 1.64 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 1.74 ล้านตัน ในปี 2564/65 และลดลงเหลือ 1.61 ล้านตัน ในปี 2566/67 ส่งผลให้ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.75 ต่อปี และโคลัมเบีย ส่งออกลดลงจาก 0.78 ล้านตัน ในปี 2562/63 เหลือ 0.71 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือลดลงร้อยละ 3.66 แม้ว่าการส่งออกเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูปในภาพรวมจะลดลงในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา แต่ยังคงมีประเทศที่มีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ อินเดีย ยูกันดา และสหภาพยุโรป (ตารางที่ 3.5)

3) การนำเข้าเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นจาก 7.87 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 8.23 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.03 ต่อปี โดยประเทศผู้นำเข้ากาแฟที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก 2.67 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 2.73 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.60 ต่อปี รองลงมาได้แก่ สหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นจาก 1.50 ล้านตัน ในปี 2562/63 เป็น 1.62 ล้านตัน ในปี 2564/65 และลดลงเหลือ 1.50 ล้านตัน ในปี 2566/67 ส่งผลให้ภาพรวม ลดลงร้อยละ 0.67 ต่อปี และญี่ปุ่นนำเข้าลดลงจาก 0.44 ล้านตัน ในปี 2562/63 เหลือ 0.41 ล้านตัน ในปี 2566/67 หรือลดลงร้อยละ 2.36 ต่อปี อย่างไรก็ตาม ภาพรวมการนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น มาจากการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นของสาธารณรัฐประชาชนจีน สหราชอาณาจักร และฟิลิปปินส์ (ตารางที่ 3.6)

4) ราคาเมล็ดกาแฟดิบในตลาดโลก ราคาเมล็ดกาแฟโรบัสตาตลาดนิวยอร์กเพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 47.61 บาท ในปี 2562/63 เป็นกิโลกรัมละ 137.18 บาท ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้น 28.87 ต่อปี และราคา กาแฟอะราบิกาตลาดนิวยอร์ก เพิ่มขึ้นจากราคากิโลกรัมละ 102.44 บาท ในปี 2562/63 เป็นกิโลกรัมละ 178.98 บาท ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.80 ต่อปี สำหรับราคาเมล็ดกาแฟโรบัสตาตลาดลอนดอน เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 40.68 บาท ในปี 2562/63 เป็นกิโลกรัม 132.19 บาท ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้น

ร้อยละ 32.68 ต่อปี เนื่องจากความต้องการใช้เม็ดเงินที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ปริมาณผลผลิตมีแนวโน้มลดลง (ตารางที่ 3.10)

ตารางที่ 3.4 ความต้องการใช้กาแฟของโลก ปี 2562/63 – 2566/67

หน่วย: ล้านตัน

ประเทศ	2562/63	2563/64	2564/65	2565/66	2566/67	อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
สหภาพยุโรป	2.42	2.48	2.51	2.67	2.50	1.40
สหรัฐอเมริกา	1.56	1.56	1.60	1.48	1.51	-1.17
บราซิล	1.38	1.34	1.34	1.35	1.35	-0.36
ญี่ปุ่น	0.46	0.44	0.43	0.41	0.44	-1.58
ฟิลิปปินส์	0.37	0.40	0.43	0.42	0.42	3.07
จีน	0.23	0.28	0.30	0.32	0.35	10.22
แคนาดา	0.29	0.30	0.32	0.31	0.30	1.01
อินโดนีเซีย	0.29	0.27	0.29	0.29	0.29	0.72
รัสเซีย	0.28	0.25	0.24	0.26	0.26	-1.08
สหราชอาณาจักร	0.23	0.18	0.24	0.24	0.24	3.80
อื่นๆ	0.24	2.23	2.38	2.40	2.39	2.05
รวม	9.75	9.73	10.08	10.15	10.05	1.03

ที่มา: กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (2567)

ตารางที่ 3.5 ปริมาณการส่งออกเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูปของโลก ปี 2562/63 – 2566/67

หน่วย: ล้านตัน

ประเทศ	2562/63	2563/64	2564/65	2565/66	2566/67	อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
บราซิล	2.42	2.74	2.38	2.17	2.73	0.08
เวียดนาม	1.64	1.52	1.74	1.70	1.61	0.75
โคลัมเบีย	0.78	0.77	0.74	0.64	0.71	-3.66
อินเดีย	0.31	0.35	0.44	0.39	0.38	5.29
ยูกันดา	0.32	0.39	0.35	0.38	0.38	3.23
อินโดนีเซีย	0.43	0.47	0.45	0.47	0.32	-5.74
ฮอนดูรัส	0.29	0.36	0.28	0.32	0.29	-1.17
เอธิโอเปีย	0.25	0.28	0.29	0.23	0.29	1.01
เปรู	0.22	0.20	0.24	0.20	0.24	1.76
สหภาพยุโรป	0.21	0.23	0.27	0.28	0.22	2.94
อื่น ๆ	1.46	1.38	1.43	1.29	1.32	-2.65
รวม	8.33	8.69	8.61	8.07	8.49	-0.36

ที่มา: กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (2567)

ตารางที่ 3.6 ปริมาณการนำเข้าเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูปของโลก ปี 2562/63 – 2566/67

หน่วย: ล้านตัน

ประเทศ	2562/63	2563/64	2564/65	2565/66	2566/67	อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
สหภาพยุโรป	2.67	2.63	2.80	2.67	2.73	0.60
สหรัฐอเมริกา	1.50	1.53	1.62	1.43	1.50	-0.67
ญี่ปุ่น	0.44	0.43	0.44	0.39	0.41	-2.36
ฟิลิปปินส์	0.34	0.37	0.39	0.39	0.38	2.79
จีน	0.18	0.23	0.25	0.25	0.31	12.42
แคนาดา	0.29	0.30	0.32	0.31	0.30	1.01
รัสเซีย	0.28	0.25	0.24	0.26	0.26	-1.08
สหราชอาณาจักร	0.23	0.18	0.24	0.24	0.24	3.80
สวิตเซอร์แลนด์	0.18	0.21	0.20	0.20	0.19	0.60
เกาหลีใต้	0.18	0.18	0.20	0.19	0.19	1.64
อื่น ๆ	1.58	1.62	1.75	1.70	1.72	2.20
รวม	7.87	7.93	8.45	8.03	8.23	1.03

ที่มา: กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (2567)

3.1.3 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟของประเทศไทย

1) การผลิต

เนื้อที่ให้ผล 224,624 ไร่ ผลผลิต 22,481 ตัน และผลผลิตต่อไร่ 100 กิโลกรัม ในปี 2562/63 ลดลงเหลือเนื้อที่ให้ผล 196,026 ไร่ ผลผลิต 16,623 ตัน และผลผลิตต่อไร่ 85 กิโลกรัม ในปี 2566/67 หรือลดลงร้อยละ 3.72 ร้อยละ 8.33 และร้อยละ 4.73 ตามลำดับ เนื่องจากแหล่งผลิตกาแฟที่สำคัญในภาคใต้ เกษตรกรมีการเพาะปลูกทุเรียนร่วมกับกาแฟ เมื่อทุเรียนเริ่มโตและให้ผลผลิต จึงโค่นกาแฟทิ้งเพื่อให้ง่ายต่อการดูแลรักษาทุเรียนที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า ประกอบกับสภาพอากาศที่แปรปรวน ฝนตกในช่วงออกดอก ทำให้ดอกร่วงและมีโรคแมลงระบาดจึงส่งผลกระทบต่อผลผลิตกาแฟ (ตารางที่ 3.7)

ตารางที่ 3.7 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ กาแฟของไทย ปี 2562/63 – 2566/67

ปี	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2562/63	224,624	22,481	100
2563/64	228,705	21,775	95
2564/65	202,812	18,689	92
2565/66	205,447	16,690	81
2566/67	196,026	16,623	85
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	-3.72	-8.33	-4.73

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2567)

2) การตลาด

(1) ความต้องการใช้เมล็ดกาแฟของโรงงานแปรรูปเพิ่มขึ้น จาก 95,002 ตัน ในปี 2563 เป็น 95,583 ตัน ในปี 2567 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.04 ต่อปี เนื่องจากกระแสความนิยมดื่มกาแฟคั่วบด และกาแฟสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 3.8)

(2) การส่งออกเมล็ดกาแฟของไทยมีปริมาณ 467 ตัน ในปี 2563 เพิ่มขึ้นเป็น 1,059 ตัน ในปี 2567 หรือเพิ่มขึ้น 17.61 ต่อปี และมูลค่า 93 ล้านบาท ในปี 2563 เพิ่มขึ้นเป็น 229 ล้านบาท ในปี 2567 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.49 ต่อปี สำหรับการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปมีปริมาณส่งออก 9,301 ตัน ในปี 2563 ลดลงเหลือ 6,513 ตัน ในปี 2567 หรือลดจากร้อยละ 8.34 ต่อปี ขณะที่มูลค่า 782 ล้านบาท ในปี 2563 เพิ่มขึ้นเป็น 796 ล้านบาท ในปี 2567 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.44 ต่อปี (ตารางที่ 3.9)

(3) การนำเข้าเมล็ดกาแฟมีปริมาณ 64,467 ตัน ในปี 2563 ลดลงเหลือ 60,650 ตัน ในปี 2564 และเพิ่มขึ้นเป็น 62,642 ตัน ในปี 2567 โดยภาพรวมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 0.04 ต่อปี ขณะที่มูลค่า 4,030 ล้านบาท ในปี 2563 เพิ่มขึ้นเป็น 9,566 ล้านบาท ในปี 2567 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.04 ต่อปี เนื่องจากผลิตในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงานแปรรูป สำหรับกาแฟสำเร็จรูปมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก ปริมาณ 23,647 ตัน และมูลค่า 2,583 ล้านบาท ในปี 2563 เป็น 26,339 ตัน และมูลค่า 3,615 ล้านบาท ในปี 2567 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.21 และ 9.13 ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากความต้องการบริโภคในประเทศเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 3.9)

(4) ราคาเมล็ดกาแฟโรบัสต้าที่เกษตรกรขายได้ เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 66.98 ในปี 2562/63 เป็นกิโลกรัมละ 123.01 บาท ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.21 ต่อปี สำหรับราคาเมล็ดกาแฟอะราบิกาที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นกิโลกรัมละ 114.41 บาท ในปี 2562/63 เป็นกิโลกรัมละ 190.27 บาท ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.99 ต่อปี ซึ่งเป็นไปตามทิศทางของราคาในตลาดโลก (ตารางที่ 3.10)

ตารางที่ 3.8 ความต้องการใช้เมล็ดกาแฟของโรงงานแปรรูปในประเทศไทย ปี 2563 - 2567

หน่วย : บาท/กิโลกรัม

ปี	ความต้องการใช้เมล็ดกาแฟของโรงงาน (ตัน)
2563	95,002
2564	93,796
2565	95,371
2566	93,070
2567	95,583
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	0.04

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2567)

ตารางที่ 3.9 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าและการส่งออกเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูปของประเทศไทย
ปี 2563 – 2567

ปริมาณ: ตัน , มูลค่า: ล้านบาท

ปี	การส่งออก				การนำเข้า			
	เมล็ดกาแฟ ¹		กาแฟสำเร็จรูป ¹		เมล็ดกาแฟ ¹		กาแฟสำเร็จรูป ²	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2563	467	93	9,301	782	64,467	4,030	23,647	2,583
2564	606	116	7,450	733	60,650	4,170	24,674	2,744
2565	656	126	6,015	641	64,322	6,308	24,467	3,230
2566	596	171	6,358	739	64,477	7,488	24,739	3,355
2567	1,059	229	6,513	796	62,642	9,566	26,339	3,615
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	17.61	24.49	-8.34	0.44	0.04	26.04	2.21	9.13

หมายเหตุ : ¹ เมล็ดกาแฟ คือ เมล็ดกาแฟดิบและเมล็ดกาแฟคั่ว

² แปลงหน่วยเป็นสารกาแฟ

ที่มา: กรมศุลกากร

ตารางที่ 3.10 ราคาเมล็ดกาแฟดิบ ปี 2562/63 – 2566/67

หน่วย : บาท/กิโลกรัม

ปี	ราคากาแฟ โรบัสตา ที่เกษตรกรขายได้ ^{1/}	ราคากาแฟ อะราบิกา ที่เกษตรกรขายได้ ^{1/}	ราคากาแฟ โรบัสตา (นิวยอร์ก) ^{2/}	ราคากาแฟ อะราบิกา (นิวยอร์ก) ^{2/}	ราคากาแฟ โรบัสตา ลอนดอน ^{3/}
2562/63	66.98	114.41	47.61	102.44	40.68
2563/64	64.08	142.30	56.51	125.69	49.38
2564/65	74.30	147.84	81.16	200.53	74.54
2565/66	71.74	208.00	85.99	163.65	79.05
2566/67	123.01	190.27	137.18	178.98	132.19
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	14.21	14.99	28.87	14.80	32.68

ที่มา: ^{1/}สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2567)

^{2/}กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (2567)

^{3/}Robusta coffee futures global derivatives (2567)

3.1.4 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาประเทศไทย

กาแฟโรบัสตาของประเทศไทยมีเนื้อที่ให้ผลลดลงจาก 130,347 ไร่ ในปี 2562/63 เหลือเนื้อที่ให้ผล 76,950 ไร่ ในปี 2566/67 หรือลดลงร้อยละ 12.33 ส่วนผลผลิตลดลงจาก 11,277 ตัน ในปี 2562/63 เหลือ 5,933 ตัน ในปี 2566/67 หรือลดลงร้อยละ 15.42 และผลผลิตต่อไร่ลดลงจาก 87 กิโลกรัม ในปี 2562/63 เหลือ 77 กิโลกรัมหรือลดลงร้อยละ 3.68 เนื่องจากกาแฟมีการพักต้นจากปีที่ผ่านมา ประกอบกับสภาพอากาศแล้งในช่วงกาแพติดดอกทำให้ดอกแห้งการติดผลไม่ดีเท่าที่ควร และช่วงใกล้เก็บผลผลิตมีฝนตกชุกเมล็ดกาแฟร่วงเสียหายบางส่วน ส่งผลให้ผลผลิตรวมทั้งประเทศลดลง ส่งผลให้ให้ราคาซื้อขายกาแฟโรบัสตาเพิ่มขึ้นตามกลไกตลาดจาก 66.8 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2562/63 เป็น 123.02 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.77 (ตารางที่ 3.11)

ตารางที่ 3.11 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาประเทศไทย ปี 2562/63 – 2566/67

ปี	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)
2562/63	130,347	11,277	87	66.98
2563/64	129,287	12,689	98	66.63
2564/65	102,935	9,554	93	74.30
2565/66	99,529	8,584	86	71.74
2566/67	76,950	5,933	77	123.02
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	-12.33	-15.42	-3.68	13.77

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2567)

3.1.5 สถานการณ์การผลิตกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีเนื้อที่ให้ผลเพิ่มขึ้นจาก 4,306 ไร่ เป็นเนื้อที่ให้ผล 5,795 ไร่ ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.27 และผลผลิตเพิ่มขึ้นจาก 486 ตัน ในปี 2562/63 เป็น 627 ตัน ในปี 2566/67 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.66 และผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นจาก 113 กิโลกรัม ในปี 2562/63 เป็น 125 กิโลกรัม ในปี 2565/66 และลดลงเหลือ 108 กิโลกรัม ในปี 2566/67 ส่งผลให้ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.28 เนื่องจากในปี 2565/66 กาแฟมีการพักต้นประกอบกับสภาพอากาศแล้งยาวนานในช่วงกาแพติดดอก ส่งผลให้ดอกแห้งการติดผลไม่ดีเท่าที่ควร ประกอบกับมีโรคแมลง มอดกัดกินเมล็ดกาแฟในช่วงก่อนเก็บเกี่ยว ส่งผลให้ผลผลิตกาแฟโรบัสตาในปี 2566/67 ลดลง (ตารางที่ 3.12)

ตารางที่ 3.12 สถานการณ์การผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี 2562/63 – 2566/67

ปี	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2562/63	4,306	486	113
2563/64	4,927	545	111
2564/65	5,933	731	123
2565/66	6,021	751	125
2566/67	5,795	627	108
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	8.27	8.66	0.28

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2567)

3.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

3.2.1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1) ลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เพศ เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 54.76 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 45.24

อายุ เกษตรกรมีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.29 รองลงมาคือ เกษตรกรมีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.43 มีอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.85 มีอายุอยู่ในช่วง 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.76

การศึกษา เกษตรกรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 60.71 รองลงมา คือระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และไม่ได้เรียนหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 17.87 และ 11.90 ตามลำดับ โดยที่เกษตรกรมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และอนุปริญญา/ปวส. ในระดับคะแนนต่ำที่สุด เท่ากัน ที่ร้อยละ 4.76

ประสบการณ์การปลูกกาแฟ เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการปลูกกาแฟโรบัสตา อยู่ในช่วง 4 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.19 รองลงมาคือ 11 – 20 ปี และไม่เกิน 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.05 และ 4.76 ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเกษตรกร เกษตรกรมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คนต่อครัวเรือน โดยมีจำนวนแรงงานในภาคการเกษตรเฉลี่ย 3 คนต่อครัวเรือน และมีจำนวนแรงงานนอกภาคการเกษตรเฉลี่ย 1 คนต่อครัวเรือน แสดงในตารางที่ 3.13

ตารางที่ 3.13 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	46	54.76
หญิง	38	45.24
รวม	84	100.00
อายุ (ปี)		
อายุระหว่าง 21 – 30 ปี	4	4.76
อายุระหว่าง 31 – 40 ปี	18	21.43
อายุระหว่าง 41 – 50 ปี	33	39.29
อายุระหว่าง 51 – 60 ปี	14	16.67
อายุ 60 ปี ขึ้นไป	15	17.85
รวม	84	100.00
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียนหนังสือ	10	11.90
ประถมศึกษา	51	60.71
มัธยมศึกษาตอนต้น	15	17.87
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	4.76
อนุปริญญา/ปวส.	4	4.76
รวม	84	100.00
ประสบการณ์การปลูกกาแฟ (ปี)		
ไม่เกิน 3 ปี	4	4.76
ระหว่าง 4 – 10 ปี	64	76.19
ระหว่าง 11 – 20 ปี	16	19.05
รวม	84	100.00
สมาชิกครัวเรือนเกษตรกร		
สมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย (คนต่อครัวเรือน)	4	
แรงงานในภาคการเกษตรเฉลี่ย (คนต่อครัวเรือน)	3	
แรงงานนอกภาคการเกษตรเฉลี่ย (คนต่อครัวเรือน)	1	

ที่มา: จากการสำรวจ

2) ข้อมูลด้านการผลิต

(1) ลักษณะทั่วไปของการผลิตของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง

เนื้อที่ปลูกกาแฟ พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรมีเนื้อที่ปลูกกาแฟ 6 – 10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 63.10 รองลงมามีเนื้อที่ปลูกกาแฟ 11 - 15 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 23.81 ไม่เกิน 5 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 9.52 และ 16 – 20 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 3.57

ลักษณะการถือครองที่ดิน พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่ถือครองที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 58.33 และมีพื้นที่ถือครองเป็นของตนเองที่มีเอกสารสิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 41.67

แหล่งน้ำ พบว่า เกษตรกรทุกรายใช้น้ำจากแหล่งน้ำฝน

แหล่งเงินทุนที่ใช้ พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟร้อยละส่วนใหญ่ ใช้เงินทุนของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 66.36 กู้เงินมาใช้จ่ายดำเนินการปลูกกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 16.82 โดยกู้เงินจากกองทุนหมู่บ้านร้อยละ 9.34 และกู้เงินจากญาติพี่น้องร้อยละ 7.48 แสดงในตารางที่ 3.14

ตารางที่ 3.14 ลักษณะทั่วไปของการผลิต

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เนื้อที่ปลูกกาแฟ (ไร่)		
ไม่เกิน 5 ไร่	8	9.52
6-10 ไร่	53	63.10
11-15 ไร่	20	23.81
16-20 ไร่	3	3.57
ลักษณะการถือครองที่ดิน		
มีเอกสารสิทธิ์	35	41.67
ไม่มีเอกสารสิทธิ์	49	58.33
แหล่งน้ำ		
น้ำฝน	84	100.00
แหล่งน้ำสาธารณะ	-	-
แหล่งน้ำส่วนตัว	-	-
แหล่งเงินทุน*		
ใช้เงินทุนของตนเอง	71	66.36
กู้ยืมเงิน	18	16.82
ธนาคาร / สหกรณ์การเกษตร	-	-
กองทุนหมู่บ้าน	10	9.34
ญาติพี่น้อง	8	7.48

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: จากการสำรวจ

(2) แรงงานในกระบวนการผลิตกาแฟ

แรงงานระหว่างดูแลผลผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่มีการใช้แรงงานครัวเรือนในระหว่าง การดูแลรักษาผลผลิต ตั้งแต่กระบวนการปลูก การใส่ปุ๋ย การตัดหญ้า และการตัดแต่งกิ่ง คิดเป็นร้อยละ 88.30 และมีการจ้างแรงงานในชุมชนร้อยละ 11.70

แรงงานเก็บเกี่ยวผลผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้แรงงานในครัวเรือนของตนเอง คิดเป็น ร้อยละ 56.08 และจ้างแรงงานในชุมชนร้อยละ 43.92 แสดงในตารางที่ 3.15

ตารางที่ 3.15 แรงงานในกระบวนการผลิตกาแฟ

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
แรงงานระหว่างดูแลรักษาผลผลิต*		
แรงงานในครัวเรือน	83	88.30
แรงงานจ้างในชุมชน	11	11.70
แรงงานเก็บเกี่ยวผลผลิต*		
แรงงานในครัวเรือน	83	56.08
แรงงานจ้างในชุมชน	65	43.92
แรงงานจ้างนอกชุมชน	-	-

หมายเหตุ : * เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3) ข้อมูลด้านการตลาดกาแฟ

(1) รูปแบบการจำหน่ายผลผลิต พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายผลผลิตรูปแบบสารกาแฟ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.62 ราคาเฉลี่ย 116.36 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาจำหน่ายผลผลิตรูปแบบ เมล็ดกาแฟสด (จำหน่ายให้กลุ่มเกษตรกร) ร้อยละ 16.67 ราคาเฉลี่ย 200 บาทต่อกิโลกรัม* จำหน่ายกาแฟ กะลา ร้อยละ 7.14 ราคาเฉลี่ย 54.25 บาทต่อกิโลกรัม และจำหน่ายในรูปแบบเมล็ดกาแฟสด (จำหน่าย ผู้รวบรวม) ร้อยละ 3.57 ราคาเฉลี่ย 29.75 บาทต่อกิโลกรัม

*การจำหน่ายผลผลิตเมล็ดกาแฟสด (จำหน่ายให้กลุ่มเกษตรกร) เป็นการดำเนินงานของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรบัสตาป่าช้างขาว โดยเกษตรกรในกลุ่มที่ร่วมโครงการ จะผลิตเมล็ดกาแฟโรบัสตาแบบ อินทรีย์ ซึ่งไม่มีการใช้สารเคมี มีการดูแลสวนกาแฟ และเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบประณีต เกษตรกรจะนำผลผลิต จำหน่ายให้กับกลุ่ม โดยกลุ่มจะดำเนินการคัดเมล็ด ตาก สี และจัดจำหน่ายเป็นเมล็ดกาแฟโรบัสตาเกรด พรีเมียม และส่งจำหน่ายให้ลูกค้าในจังหวัดระนอง เกษตรกรในกลุ่มนี้จึงจำหน่ายเมล็ดกาแฟได้ในราคาสูงกว่า ท้องตลาดทั่วไป

(2) ลักษณะการจำหน่ายผลผลิต พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายผลผลิตให้กับผู้รวบรวม /พ่อค้าคนกลางร้อยละ 83.33 และจำหน่ายให้กับสถาบันเกษตรกร / กลุ่มเกษตรกร ร้อยละ 16.67 แสดงใน ตารางที่ 3.16

ตารางที่ 3.16 การจำหน่ายผลผลิตกาแฟโรบัสตาของเกษตรกร

หน่วย : บาทต่อกิโลกรัม

รายการ	ร้อยละ	ราคา
รูปแบบการจำหน่ายผลผลิต		
เมล็ดกาแฟสด (จำหน่ายผู้รวบรวม)	3.57	29.75
เมล็ดกาแฟสด (จำหน่ายกลุ่มเกษตรกร)	16.67	200.00
กาแฟกะลา	7.14	54.25
สารกาแฟ	72.62	116.36
เมล็ดกาแฟคั่ว	-	-
ลักษณะการจำหน่ายผลผลิต		
สถาบันเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร	16.67	
ผู้รวบรวม/พ่อค้าคนกลาง	83.33	
บริษัทแปรรูป/ร้านค้าปลีก/ร้านกาแฟ	-	
ขายให้ผู้บริโภคโดยตรง	-	

ที่มา: จากการสำรวจ

4) กระบวนการผลิต และการแปรรูปกาแฟหลังการเก็บเกี่ยว

4.1) กระบวนการผลิตกาแฟ จากการศึกษากระบวนการผลิตกาแฟโรบัสตา พบว่า พื้นที่ปลูกกาแฟที่เหมาะสมเป็นพื้นที่ราบไม่มีน้ำท่วมขัง หรือมีความลาดเอียงไม่เกิน 35 องศา มีความสูงไม่เกิน 700 เมตรจากระดับน้ำทะเล มีอุณหภูมิอยู่ในช่วง 20 – 30 องศาเซลเซียส ปริมาณน้ำฝนไม่น้อยกว่า 1,500 มิลลิเมตรต่อปี ไม่มีน้ำค้างแข็ง ควรเป็นดินร่วนหรือดินร่วนปนทราย และความเป็นกรดต่างอยู่ในช่วง 5.5 – 6.0 ซึ่งเกษตรกรมีกระบวนการผลิตกาแฟโรบัสตา ดังนี้

การเตรียมดิน เกษตรกรจะเตรียมหลุมก่อนปลูก โดยจะรองก้นหลุมด้วยปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยอินทรีย์ 3 – 5 กิโลกรัม แล้วจึงนำต้นกล้าลงหลุมและกลบหลุมด้วยดิน การปลูกต้นกล้า มีระยะห่างต้น 3 X 3 เมตร หรือ ประมาณ 177 ต้นต่อไร่ หรือหากปลูกแซมผลไม้อื่นจะปลูกได้ประมาณ 100 ต้นต่อไร่ เช่น หากปลูกแซมต้นทุเรียนจะต้องเว้นระยะจากต้นทุเรียนประมาณ 3 เมตร เพื่อให้่ายในการจัดการเก็บเกี่ยวผลผลิตทุเรียน ทั้งนี้ เกษตรกรมักจะปลูกต้นกาแฟช่วงเดือน พฤษภาคม - กรกฎาคม ซึ่งเป็นช่วงต้นฤดูฝน เพื่ออาศัยน้ำฝนในการเจริญเติบโตของต้นกาแฟ โดยปลูกเสมอปากหลุมปลูก ปักหลักไม้ผูกต้นกล้าป้องกันลมโยก ควรรดน้ำหลังจากปลูก 2 – 3 สัปดาห์หากไม่มีฝนตก หลังจากนั้นเกษตรกรจะมีการใส่ปุ๋ยเพื่อบำรุงต้น 1- 2 ครั้งต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่ใส่ปุ๋ยปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 และ ปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งในปีแรกตัดแต่งกิ่งต้นกาแฟ โดยเลือกกิ่งหลักที่แตกใหม่ที่สมบูรณ์ไว้ 3 – 5 กิ่ง ตัดแต่งให้กิ่งไม่เบียดชิดกัน ในปีที่ 2 – 4 เมื่อกิ่งหลัก 3 – 5 กิ่งโตเต็มที่ หมั่นปลิดกิ่งแขนงออกจากกิ่งหลักทุก 2 – 4 เดือน หลังจากกิ่งหลักให้ผลผลิตเต็มที่แล้วเมื่ออายุ 7 – 9 ปี ตัดกิ่งหลักที่ไม่สมบูรณ์ออกปีละ 1 กิ่ง พร้อมเลี้ยงกิ่งใหม่ทดแทนปีละ 1 กิ่งเช่นเดียวกัน และในช่วงต้นกาแฟเจริญเติบโต หากมีศัตรูพืชรบกวนการเจริญเติบโต เช่น มอด เพลี้ยกระโดด และมด สามารถกำจัด

โดยใช้สารล่อ และกาวดักแมลง นอกจากนี้เกษตรกรจะมีการตัดหญ้าเพื่อจัดการแปลง เฉลี่ย 2 ครั้งต่อปี ในช่วงก่อนใส่ปุ๋ย และก่อนเก็บเกี่ยวผลผลิต โดยที่การเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแฟจะเก็บเกี่ยวผลกาแฟที่มีสีแดง เหลือง หรือส้มแดงไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของพื้นที่ผิวทั้งผล โดยวิธีการเก็บจะเก็บเป็นรุ่น ไม่เก็บผลกาแฟสุก ที่ร่วงพื้นดินเกิน 1 วัน เนื่องจากอาจปนเปื้อนเชื้อรา การเก็บรอบสุดท้ายต้องเก็บผลกาแฟให้หมดต้น เพื่อป้องกันมอดเจาะผลกาแฟอาศัยข้ามปี และนำผลผลิตที่เก็บได้เข้าสู่กระบวนการทำแห้งอย่างช้าไม่เกิน 24 ชั่วโมง

4.2) กระบวนการแปรรูปหลังการเก็บเกี่ยว หลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแฟแล้ว เกษตรกรจะนำเมล็ดกาแฟสดมาแปรรูปทันที ไม่ทิ้งผลกองรวมกันมากกว่า 24 ชั่วโมง เนื่องจากจะเกิดกระบวนการหมักในผลกาแฟที่เก็บเกี่ยวกองรวมไว้ จะทำให้เกิดการดุกกลิ่นกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ โดยมีกระบวนการดังนี้

(1) ทำการล้างและคัดแยกเมล็ดกาแฟดิบ โดยนำมาแยกด้วยน้ำและจะคัดเฉพาะผลที่สมบูรณ์ซึ่งจะจมน้ำอยู่ก้นบ่อเท่านั้น ส่วนผลที่ไม่สมบูรณ์จะลอยอยู่ด้านบนซึ่งมีลักษณะเป็นเมล็ดลีบ/ไม่สมบูรณ์ โดยเป็นผลมาจากถูกแมลงเข้าทำลาย

(2) ตากผลกาแฟบนพื้นที่สะอาดมีการถ่ายเทอากาศดี และได้รับแสงแดดตลอดทั้งวัน

(3) เกลี่ยผลกาแฟที่ตากให้มีความหนาไม่เกิน 5 เซนติเมตร และพลิกกลับผลกาแฟอย่างสม่ำเสมอ วันละ 4 ครั้ง

(4) หลังตากแดด 5 – 7 วัน ระวังไม่ให้ผลกาแฟเปียกฝนหรือน้ำค้าง โดยการคลุมกองกาแฟในเวลากลางคืน

(5) ผลกาแฟจะแห้งเหมาะสมเมื่อได้รับแสงแดดเต็มที่ประมาณ 15 วัน

(6) เก็บผลกาแฟแห้งในภาชนะที่สะอาดและปลอดภัย ก่อนนำไปสีต่อไป โดยเมล็ดกาแฟโรบัสตามาตรฐานต้องมีความชื้นไม่เกินร้อยละ 12.5

3.2.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้รวบรวมกาแฟโรบัสตา

1) การรับซื้อกาแฟโรบัสตา พบว่า ผู้รวบรวมผลผลิตส่วนใหญ่ ร้อยละ 78.58 มีการรับซื้อกาแฟโรบัสตาในรูปแบบสารกาแฟ และรับซื้อเมล็ดกาแฟสดร้อยละ 21.43 (ตารางที่ 3.17)

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคาซื้อกาแฟโรบัสตา จากการสัมภาษณ์ผู้รวบรวมถึงลำดับความสำคัญในการพิจารณาการกำหนดราคาซื้อ พบว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุด คือ ความเก่า/ใหม่ของเมล็ดในระดับมาก ที่ค่าคะแนน 3.00 รองลงมาเป็นสีของเมล็ดกาแฟ ระดับมาก ที่ค่าคะแนน 2.80 สิ่งเจือปนระดับมาก ที่ค่าคะแนน 2.60 การกำหนดตามราคาตลาดในระดับมาก ที่ค่าคะแนน 2.40 ค่าความชื้นเมล็ดกาแฟในระดับปานกลาง ที่ค่าคะแนน 2.20 ชนิดของพันธุ์ที่นำมาจำหน่ายในระดับน้อย ที่ค่าคะแนน 1.20 และแหล่งปลูกในระดับน้อย ที่ค่าคะแนน 1.00 (ตารางที่ 3.18)

3) แหล่งจำหน่ายผลผลิต พบว่า ผู้รวบรวมจำหน่ายให้กับโรงคั่วกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 83.00 และจำหน่ายให้ผู้รวบรวมรายใหญ่ ร้อยละ 17.00 (ตารางที่ 3.19)

ตารางที่ 3.17 การรับซื้อกากแผลโรบัสตาของผู้รวบรวม

รายการ	ร้อยละ
รูปแบบการรับซื้อ	
เมล็ดกากแผลสด (ผลเชอร์รี่)	21.43
กากแผลกะลา	-
สารกากแผล	78.57

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.18 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคารับซื้อกากแผลโรบัสตาของผู้รวบรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคารับซื้อ	ค่าคะแนน	ลำดับความสำคัญ
1. ชนิดของพันธุ์ที่นำมาจำหน่าย	1.20	น้อย
2. สีของเมล็ด	2.80	มาก
3. ความเก่า / ใหม่ของเมล็ด	3.00	มาก
4. แหล่งปลูก	1.00	น้อย
5. สิ่งเจือปน	2.60	มาก
6. ค่าความชื้น	2.20	ปานกลาง
7. กำหนดตามราคาตลาด	2.40	มาก

หมายเหตุ: คำนวณตามแนวคิดการวัดความพึงพอใจตามแบบ Likert Scale

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.19 การจำหน่ายผลผลิตกากแผลโรบัสตาของผู้รวบรวม

รายการ	ร้อยละ
ช่องทางการจำหน่ายผลผลิตกากแผลโรบัสตา	
ผู้รวบรวมรายใหญ่	17.00
โรงคั่วกากแผล	83.00

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.3 ข้อมูลทั่วไปของโรงคั่วกากแผลโรบัสตา

1) โรงคั่วกากแผลรับซื้อกากแผลโรบัสตาจากจังหวัดชุมพรคิดเป็นร้อยละ 74.50 และรับซื้อกากแผลโรบัสตาจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์คิดเป็นร้อยละ 24.50 โดยโรงคั่วกากแผลตัวอย่างทุกโรงรับซื้อกากแผลโรบัสตาในรูปแบบสารกากแผล และมีโรงคั่วกากแผลตัวอย่างเพียง 1 โรงที่รับซื้อกากแผลกะลาด้วย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20.00 ของโรงคั่วกากแผลตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 3.20)

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคารับซื้อกากแผลโรบัสตา จากการสัมภาษณ์โรงคั่วกากแผลโรบัสตาถึงลำดับความสำคัญในการพิจารณาการกำหนดราคารับซื้อ พบว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุด คือ สีของเมล็ด

มีความสม่ำเสมอระดับมาก ที่ค่าคะแนน 2.80 รองลงมาคือความเก่าใหม่ของเมล็ด และกลิ่นไม่พึงประสงค์ระดับมาก เท่ากันที่ค่าคะแนน 2.60 ค่าความชื้นระดับมาก ที่ค่าคะแนน 2.40 แหล่งปลูกและสิ่งเจือปนระดับปานกลาง เท่ากันที่ค่าคะแนน 2.20 และชนิดของพันธุ์ที่นำมาจำหน่ายระดับน้อย ที่ค่าคะแนน 1.80 (ตารางที่ 3.21)

3) แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ พบว่า โรงคั่วจะมีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายหลายรูปแบบ เช่น เมล็ดกาแฟสดคั่วชั้นคุณภาพต่าง ๆ เมล็ดกาแฟคั่วสูตรต่าง ๆ (อัตราส่วนระหว่างเมล็ดกาแฟโรบัสตาและอะราบิกาที่ต่างกัน) เมล็ดกาแฟสดคั่วบด และกาแฟโบราณ โดยที่โรงคั่วกาแฟทุกโรง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคที่หน้าร้าน/ออกบูธจัดแสดงสินค้า และขายผ่านทางช่องทางออนไลน์ ในขณะที่โรงคั่วกาแฟเพียงร้อยละ 40.00 มีการจำหน่ายกาแฟในช่องทาง Modern trade (ตารางที่ 3.22)

ตารางที่ 3.20 การรับซื้อกาแฟโรบัสตาของโรงคั่วกาแฟ

รายการ	ร้อยละ
แหล่งผลิตกาแฟโรบัสตาที่โรงคั่วรับซื้อ	
จังหวัดชุมพร	74.50
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	25.50
รูปแบบการรับซื้อ*	
เมล็ดกาแฟสด (ผลเชอร์รี่)	-
กาแฟกะลา	20.00
สารกาแฟ	100.00

หมายเหตุ : * เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.21 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคารับซื้อกาแฟโรบัสตาของโรงคั่วกาแฟ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคารับซื้อ	ค่าคะแนน	ลำดับความสำคัญ
1. ชนิดของพันธุ์ที่นำมาจำหน่าย	1.80	ปานกลาง
2. สีของเมล็ด ความสม่ำเสมอ	2.80	มาก
3. ความเก่า / ใหม่ของเมล็ด	2.60	มาก
4. แหล่งปลูก	2.20	ปานกลาง
5. สิ่งเจือปน	2.20	ปานกลาง
6. ค่าความชื้น	2.40	มาก
7. กลิ่นไม่พึงประสงค์	2.60	มาก

หมายเหตุ: คำนวณตามแนวคิดการวัดความพึงพอใจตามแบบ Likert Scale

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.22 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟโรบัสตาของโรงคั่วกาแฟ

รายการ	ร้อยละ
แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์*	
หน้าร้าน / ออกบูธจัดแสดงสินค้า	100.00
ขายผ่านช่องทางออนไลน์	100.00
Modern trade	40.00

หมายเหตุ : * เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.4 ข้อมูลทั่วไปของร้านกาแฟ

1) การซื้อกาแฟ พบว่า ร้านกาแฟทั้งหมดมีการซื้อกาแฟในรูปแบบสารกาแฟที่ผ่านการคั่วแล้ว ผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยร้านกาแฟจะใช้เมล็ดกาแฟโรบัสตาและอะราบิกาสมกัน เพื่อให้เกิดรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของร้านตนเอง (ตารางที่ 3.23)

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคากาแฟโรบัสตา จากการสัมภาษณ์ร้านกาแฟถึงลำดับความสำคัญในการพิจารณาราคา พบว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุด คือ ชนิดของพันธุ์ที่นำมาจำหน่าย ระดับมาก ที่ค่าคะแนน 3.00 รองลงมาคือ ความเก่า/ใหม่ของเมล็ด และแหล่งปลูก ระดับมาก เท่ากัน ที่ค่าคะแนน 2.40 สีของเมล็ดมีความสม่ำเสมอ และสิ่งเจือปน ระดับปานกลาง ที่ค่าคะแนน 2.20 และค่าความชื้นระดับปานกลาง ที่ค่าคะแนน 1.80 (ตารางที่ 3.24)

ตารางที่ 3.23 การซื้อกาแฟโรบัสตาของร้านกาแฟ

รายการ	ร้อยละ
รูปแบบการซื้อ	
กาแฟกะลา	-
สารกาแฟ	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.24 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคารับซื้อเมล็ดกาแฟ / สารกาแฟ ของร้านกาแฟ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคารับซื้อเมล็ด	ค่าคะแนน	ลำดับความสำคัญ
1. ชนิดของพันธุ์ที่นำมาจำหน่าย	3.00	มาก
2. สีของเมล็ด ความสม่ำเสมอ	2.20	ปานกลาง
3. ความเก่า / ใหม่ของเมล็ด	2.40	มาก
4. แหล่งปลูก	2.40	มาก
5. สิ่งเจือปน	2.20	ปานกลาง
6. ค่าความชื้น	1.80	ปานกลาง

หมายเหตุ: คำนวณตามแนวคิดการวัดความพึงพอใจตามแบบ Likert Scale

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.5 กระบวนการดำเนินงานแต่ละกิจกรรม

1) **เกษตรกร** เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่วนใหญ่จะปลูกกาแฟในพื้นที่อำเภอบางสะพาน และบางสะพานน้อย ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเนินเขา โดยเกษตรกรจะปลูกกาแฟโรบัสตาร่วมกับผลไม้ชนิดอื่นด้วยเป็นลักษณะสวนผสม เช่น ทุเรียน ขนุน และยางพารา เป็นต้น ในการผลิตกาแฟโรบัสตา เกษตรกรจะเริ่มตัดแต่งกิ่ง (ทำสาว) ต้นกาแฟในเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม จากนั้นจะใส่ปุ๋ยต้นกาแฟ โดยเกษตรกรจะเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแฟโรบัสตา 3 รอบ ในช่วงเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ ซึ่งการเก็บครั้งแรกจะได้ผลผลิตประมาณร้อยละ 25 ครั้งที่สองได้ผลผลิตประมาณร้อยละ 50 และครั้งที่สามจะได้ผลผลิตประมาณร้อยละ 25 ซึ่งในการผลิตกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เกษตรกรส่วนใหญ่จะมีการจ้างแรงงานในกิจกรรมการเก็บเกี่ยวผลผลิตเท่านั้น ส่วนกิจกรรมอื่น ๆ ตั้งแต่กระบวนการปลูก การใส่ปุ๋ย การตัดหญ้า ตลอดจนถึงการตัดแต่งกิ่งจะใช้แรงงานในครัวเรือน และเมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วเกษตรกรจะนำเมล็ดกาแฟตากแดดประมาณ 15 วัน จากนั้นจะจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้รวบรวมกาแฟ (โรงสี) ในพื้นที่ในชุมชนของตนเอง

2) **ผู้รวบรวม** ผู้รวบรวมผลผลิตในชุมชนจะให้บริการสีเมล็ดกาแฟด้วย โดยเกษตรกรจะนำเมล็ดกาแฟกลามาสีที่โรงสี เมื่อสีเมล็ดเสร็จได้เป็นสารกาแฟแล้ว ผู้รวบรวมจะชั่งน้ำหนักและรับซื้อผลผลิตสารกาแฟไว้และหักเงินค่าสีเมล็ดกาแฟ 2 บาทต่อกิโลกรัม และเมื่อได้ปริมาณสารกาแฟ เพียงพอที่จะขนส่งไปจำหน่ายก็จะนำสารกาแฟที่ได้รับซื้อไว้ไปจำหน่ายให้โรงคั่วกาแฟต่อไป ส่วนผู้รวบรวมที่รับซื้อเมล็ดกาแฟสด (ผลเชอรี่) จะนำผลผลิตที่รับซื้อไปตากแดด สีเมล็ด และนำไปจำหน่ายให้กับโรงคั่วกาแฟต่อไป

3) **โรงคั่วกาแฟ** เมื่อโรงคั่วกาแฟรับซื้อผลผลิตสารกาแฟจากผู้รวบรวมแล้ว จะเก็บสารกาแฟไว้ในโรงเรือน จากนั้นจะนำสารกาแฟมาคั่วและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยที่โรงคั่วกาแฟมีการนำสารกาแฟที่ได้รับซื้อมาก่อน นำมาใช้ก่อนเพื่อรักษาคุณภาพของกาแฟให้มีคุณภาพดีที่สุด

4) **ร้านค้ากาแฟ** จะสั่งซื้อเมล็ดกาแฟโรบัสตาที่คั่วสำเร็จแล้วผ่านทางช่องทางออนไลน์ นำมาผสมกับเมล็ดกาแฟอะราบิกาเพื่อปรุงให้มีกลิ่นและรสชาติเฉพาะของร้าน ซึ่งแต่ละร้านก็จะมีสูตรการชงกาแฟและอัตราส่วนที่แตกต่างกันไป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปในการผลิตกาแฟโรบัสตาของเกษตรกร และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จะเห็นว่า การผลิตกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังสามารถพัฒนาศักยภาพการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพให้มากขึ้นได้ ซึ่งเกษตรกรและผู้ประกอบการยังขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหาร การผลิตกาแฟโรบัสตาที่เหมาะสม ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อจัดทำกลยุทธ์และแนวทาง ในการพัฒนากาแฟโรบัสตา โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบ ด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำมาพิจารณาโอกาสในการพัฒนาและจัดทำ แนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมต่อไป ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4.1.1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix)

ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ภายในเพื่อหาจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix) ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า การปลูกกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นิยมปลูก กาแฟในภูมิประเทศที่เป็นเนินเขา โดยปลูกแบบสวนผสมร่วมกับไม้ผลอื่น ๆ เช่น ทุเรียน ขนุน ยางพารา เป็นต้น กาแฟโรบัสตาของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีรสชาติเข้มข้นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่เกษตรกรในพื้นที่ไม่ได้ ดูแลเอาใจใส่พืชกาแฟของตนมากเท่าที่ควร นิยมปลูกเสริมไว้เพราะเป็นพืชที่ปลูกมาแต่ดั้งเดิม เป็นพืชที่ ทนทาน มีผลผลิตทุกปี ซึ่งผลผลิตจะมากน้อยสลับกันไปในแต่ละปีขึ้นอยู่กับปริมาณน้ำฝน เกษตรกรส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในการดูแลเอาใจใส่กับพืชชนิดอื่นมากกว่า อาทิ ทุเรียน ขนุน ยางพารา นอกจากนี้ในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ยังไม่มีโรงคั่วกาแฟ ดังนั้น เกษตรกรส่วนใหญ่จึงขายกาแฟในรูปแบบสารกาแฟให้กับผู้รวบรวม การแปรรูปกาแฟมีเพียงเกษตรกรบางกลุ่มเท่านั้น ดังนั้นกาแฟของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จึงขาดความ หลากหลายของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น จุดแข็งของกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ มีรสชาติเข้มข้นเป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัว และจุดอ่อน ได้แก่ กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังขาดความหลากหลาย ของผลิตภัณฑ์

2) ราคา (Price) พบว่า ในการซื้อขายกาแฟโรบัสตา สารกาแฟจะต้องมีสีและกลิ่น ตามธรรมชาติ ไม่มีเชื้อรา และมีความชื้นต่ำ ซึ่งก่อนที่จะนำเมล็ดกาแฟกะลาไปสี สามารถตรวจสอบความชื้น ได้โดยเมล็ดกาแฟกะลาที่แห้งดีแล้ว เมื่อใช้มือกำเมล็ดและเขย่า จะเกิดเสียงจากการกระทบกันระหว่าง สารกาแฟด้านในและเปลือกกาแฟด้านนอก ซึ่งเมื่อนำไปสีแล้วสารกาแฟจะมีความชื้นจะต่ำ นอกจากนี้ สารกาแฟคุณภาพดี จะต้องไม่มีเมล็ดแตก เมล็ดดำ เมล็ดที่มีร่องรอยมอดกิน ไม่มีเมล็ดเสียเป็นรูพรุน และไม่มี

สิ่งเจือปน เช่น กรวด เศษไม้ เปลือกกาแฟ เป็นต้น โดยในการรับซื้อ ผู้รวบรวมจะให้ราคาเต็มแก่สารกาแฟที่มีคุณภาพดี และจะหักราคาสารกาแฟมากหรือน้อยตามคุณลักษณะไม่ดีที่ตรวจพบ ซึ่งการกำหนดราคาซื้อขาย ผู้รวบรวมจะเป็นผู้กำหนด โดยตรวจสอบราคาสารกาแฟจากโรงคั่วกาแฟ แล้วนำมากำหนดราคารับซื้อจากเกษตรกร ซึ่งเกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองราคา ดังนั้นจุดอ่อนด้านราคา คือ เกษตรกรส่วนใหญ่มีการจำหน่ายผลผลิตเอง ส่งผลให้ขาดอำนาจในการต่อรองราคา

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เมื่อพิจารณาเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่พบปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะมีผู้รวบรวมรับซื้อเมล็ดกาแฟโรบัสตาอยู่ในชุมชน เกษตรกรสามารถนำผลผลิตมาจำหน่ายได้ แต่เมื่อพิจารณาช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้รวบรวมผลผลิต พบว่า ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังไม่มีโรงคั่วกาแฟที่รับซื้อสารกาแฟจากผู้รวบรวม ดังนั้นผู้รวบรวมจึงต้องขนส่งสารกาแฟไปจำหน่ายที่จังหวัดชุมพร ซึ่งการขนส่งสารกาแฟไปจำหน่ายมีระยะทางเกินกว่า 100 กิโลเมตร ดังนั้น จุดอ่อนของช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีน้อย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า เกษตรกรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแฟโรบัสตา ไม่ว่าจะเป็นเมล็ดกาแฟสด หรือผ่านการตากแห้งและสีเมล็ดแล้ว จะจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมผลผลิตเท่านั้น ส่วนผู้รวบรวมผลผลิตเมื่อรับซื้อสารกาแฟจากเกษตรกรแล้ว จะนำไปจำหน่ายที่โรงคั่วกาแฟในจังหวัดชุมพร ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดยังคงมีจุดอ่อน คือ การผลิตกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด

5) บุคลากร (People) พบว่า เกษตรกรปลูกกาแฟแบบดั้งเดิมที่เคยทำกันมา ยังขาดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในการเกษตรสมัยใหม่ เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพผลผลิตกาแฟ ซึ่งโดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะดูแลใส่ปุ๋ยให้กับพืชชนิดอื่น แต่จะไม่ใส่ปุ๋ยให้ต้นกาแฟ เพราะคิดว่าถึงไม่ใส่ปุ๋ยต้นกาแฟก็มีผลผลิตทุกปี ดังนั้นด้านบุคลากรจึงมีจุดอ่อน คือ เกษตรกรขาดองค์ความรู้ในการเกษตรสมัยใหม่ เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพการผลิตกาแฟ

6) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการดูแลเอาใจใส่ต้นกาแฟ และยังไม่มีการเก็บผลผลิตกาแฟแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง ผู้รวบรวมและแปรรูป / ผู้ประกอบการในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังไม่มีการพัฒนาการจำหน่ายผลผลิตกาแฟ ตลอดจนถึงไม่มีการจัดทำแบรนด์กาแฟที่เป็นของตัวเอง ดังนั้น จุดอ่อนในด้านหลักฐานทางกายภาพได้แก่ (1) เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการดูแลเอาใจใส่ต้นกาแฟ และยังไม่มีการเก็บผลผลิตกาแฟแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง และ (2) ผู้รวบรวมและแปรรูป / ผู้ประกอบการในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังไม่มีการพัฒนาการจำหน่ายผลผลิตกาแฟ ตลอดจนถึงไม่มีการจัดทำแบรนด์กาแฟที่เป็นของตัวเอง

7) กระบวนการ (Process) พบว่า การปลูกกาแฟโรบัสตาโดยส่วนใหญ่ไม่มีการใช้สารเคมีเป็นกระบวนการผลิตกาแฟที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในกระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่จำเป็นต้องใช้แรงงานก็สามารถหาแรงงานในพื้นที่ได้ง่าย แต่ในขณะเดียวกัน ค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุ และค่าปุ๋ย ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผล

ให้การผลิตกาแฟโรบัสตามีต้นทุนการผลิตสูงขึ้นด้วย ดังนั้นด้านกระบวนการจึงมีจุดแข็งคือ (1) มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (2) แรงงานในพื้นที่มีเพียงพอ ส่วนจุดอ่อนคือ ต้นทุนในการผลิตและค่าใช้จ่ายในการผลิตกาแฟจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนค่าแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิต

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้ 7Ps (Marketing Mix)

7Ps (Marketing Mix)	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	-S1 ผลิตภัณฑ์กาแฟมีรสชาติเข้มข้นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	-W1 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จากเมล็ดกาแฟยังมีน้อย
ราคา (Price)	-	-W2 ขาดการรวมกลุ่มกันจำหน่ายผลผลิตส่งผลให้ขาดอำนาจในการต่อรองราคา
ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	-	-W3 ช่องทางการจัดจำหน่ายกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีน้อย
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	-	-W4 ไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย
บุคลากร (People)	-	-W5 เกษตรกรขาดองค์ความรู้ในการเกษตรสมัยใหม่ เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพการผลิตกาแฟ
หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)	-	-W6 เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการดูแลเอาใจใส่ต้นกาแฟ และยังไม่มีการเก็บผลผลิตกาแฟแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง -W7 ผู้รวบรวมและแปรรูป/ผู้ประกอบการในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังไม่มีการพัฒนาการจำหน่ายผลผลิตกาแฟ ตลอดจนยังไม่มีการจัดทำแบรนด์กาแฟที่เป็นของตัวเอง
กระบวนการ (Process)	-S2 มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม -S3 แรงงานในพื้นที่มีเพียงพอ	-W8 ต้นทุนในการผลิตและค่าใช้จ่ายในการผลิตกาแฟจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนค่าแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิต

ที่มา: จากการสำรวจและประชุมระดมความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

4.1.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้ PESTEL Analysis

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยให้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อหาโอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ตามแนวคิด PESTEL Analysis ประกอบด้วย

1) ปัจจัยทางการเมือง (Political) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 นโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตในภาคเกษตรไปสู่เกษตรมูลค่าสูง สามารถสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกร โดยให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนการเกษตรรูปแบบเดิมไปสู่การทำเกษตรที่มีมูลค่าสูง โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามามีส่วนพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการน้ำ การส่งเสริมสถาบันเกษตรกร การพัฒนา Smart Farmer เป็นต้น ซึ่งพืชกาแฟเป็นสินค้าที่มีศักยภาพ สามารถพัฒนาต่อยอดเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และพัฒนาตลาดกาแฟให้มีเอกลักษณ์ สามารถแข่งขันได้อย่างไรก็ตาม การนำเข้ากาแฟจากประเทศเพื่อนบ้านภายใต้กรอบ AFTA ซึ่งอยู่ในความดูแลของคณะอนุกรรมการพืชสวน ภายใต้คณะกรรมการนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์เป็นผู้พิจารณาอนุญาตนำเข้า ส่งผลกับราคากาแฟในประเทศ เพราะประเทศเพื่อนบ้านของไทย เช่น ประเทศลาวก็มีนโยบายส่งเสริมการปลูกกาแฟเช่นกัน ในขณะที่ต้นทุนค่าแรงงานถูกกว่าประเทศไทยจึงส่งผลให้สามารถตั้งราคาขายได้ต่ำกว่า ซึ่งเมื่อมีการนำเข้าในราคาต่ำ ส่งผลให้ราคากาแฟที่เกษตรกรขายได้ในประเทศต่ำลงด้วย ดังนั้น โอกาสของปัจจัยด้านการเมืองคือ รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตในภาคเกษตรไปสู่เกษตรมูลค่าสูง แต่ยังมีอุปสรรคคือ นโยบายการเปิดเสรีทางการค้า (AFTA/FTA) การนำเข้ากาแฟจากต่างประเทศ มีผลทำให้ราคากาแฟในไทยต่ำลง

2) ปัจจัยด้านการเศรษฐกิจ (Economic Factors) พบว่า ในช่วงที่ผ่านมา ตลาดกาแฟเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาดภายในประเทศ ความต้องการกาแฟมีมากขึ้นทุกปี แต่ผลผลิตกาแฟในประเทศไม่เพียงพอ จึงต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศ ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านเช่น เวียดนาม ซึ่งเป็นผู้ผลิตกาแฟระดับโลก อันดับที่ 1 ของโลก มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเนื่องจากมีค่าแรงที่ต่ำกว่าประเทศไทย ดังนั้นโอกาสของปัจจัยด้านเศรษฐกิจคือ ตลาดกาแฟภายในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ยังมีอุปสรรคคือ ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน

3) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) การบริโภคกาแฟกลายเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตของคนในสังคม มีร้านกาแฟเกิดขึ้นมากมาย ประกอบกับกระแสรักสุขภาพ ใส่ใจการเลือกบริโภคของที่มีประโยชน์ รักสิ่งแวดล้อม ช่วยส่งเสริมการผลิตของเกษตรกรที่มีการผลิตแบบไม่ใช้สารเคมี ธุรกิจกาแฟจึงมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมากในประเทศไทย จึงเห็นได้ว่าโอกาสด้านปัจจัยทางสังคมคือ กระแสรักสุขภาพ ส่งผลให้การบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น

4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors) เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อธุรกิจกาแฟมากมาย เช่น สื่อสังคม ออนไลน์ (Social Media) สามารถช่วยสร้างการรับรู้ของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น การมีระบบขนส่งที่รวดเร็วขึ้น เพราะความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

ในประเทศมีมากขึ้น เทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น เทคโนโลยีในการสื่อสาร มีประสิทธิภาพสูง สามารถติดต่อสื่อสารกันได้สะดวกรวดเร็วขึ้น รวมถึงเทคโนโลยีในการจัดเก็บ และค้นหาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ ซึ่งในปัจจุบันสามารถค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ดังนั้นโอกาสด้านเทคโนโลยีจึงประกอบด้วย (1) ระบบการซื้อขายออนไลน์ที่สะดวกสามารถเพิ่มยอดขายได้ (2) เทคโนโลยีการสื่อสารสะดวกรวดเร็ว ทำให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ง่าย และ (3) มีฐานข้อมูล ตลอดจนงานวิจัยกาแฟที่หลากหลายทั้งด้านการผลิตและการตลาด

5) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Factors) พบว่า ด้านทิศตะวันตกของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีสภาพภูมิประเทศเป็นแนวภูเขา มีความเหมาะสมในการปลูกกาแฟโรบัสตา ในขณะเดียวกันสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง อากาศร้อนจัด และปริมาณน้ำฝนน้อยติดต่อกันมา 2 ปี ส่งผลให้ปริมาณและคุณภาพของกาแฟลดลง ดังนั้นโอกาสด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมคือ ภูมิประเทศและภูมิอากาศของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เหมาะสมในการปลูกกาแฟโรบัสตา แต่ยังมีอุปสรรคคือ การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและคุณภาพของเมล็ดกาแฟ

6) ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factors) ในปัจจุบันปัจจัยด้านกฎหมาย ส่งผลต่อการผลิตกาแฟของเกษตรกร กล่าวคือ พื้นที่ที่เกษตรกรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความเห็นว่าเหมาะสมกับการปลูกกาแฟโรบัสตา คือพื้นที่บริเวณเชิงเขา ซึ่งพื้นที่บริเวณนี้เป็นพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ เกษตรกรที่ครอบครองที่ดินทำการเกษตรในบริเวณนี้มีเพียงเอกสารรับรองการเสียภาษี (ภ.บ.ท.5) เท่านั้น นอกจากนี้พื้นที่การปลูกกาแฟโรบัสตาบางแปลงอยู่ในเขตพื้นที่ทับซ้อนกับพื้นที่ป่าไม้ ทำให้การขยายพื้นที่ปลูกกาแฟในเขตป่ามีข้อจำกัด ดังนั้นอุปสรรคปัจจัยด้านกฎหมายคือ กฎ ข้อบังคับ ในการปลูกในพื้นที่ป่า ทำให้การขยายพื้นที่ปลูกกาแฟในเขตป่ามีข้อจำกัด

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้ PESTEL Analysis

PESTEL Analysis	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ปัจจัยด้านการเมือง (Political Factors)	-O1 รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตในภาคเกษตรไปสู่เกษตรมูลค่าสูง	-T1 นโยบายการเปิดเสรีทางการค้า (AFTA/FTA) การนำเข้ากากแผลจากต่างประเทศ มีผลทำให้ราคากาแฟในไทยต่ำลง
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)	-O2 ตลาดกาแฟภายในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง	-T2 ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน
ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)	-O3 กระแสรักสุขภาพ ส่งผลให้การบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น	-
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors)	-O4 ระบบการซื้อขายออนไลน์ที่สะดวก สามารถเพิ่มยอดขายได้ -O5 มีระบบขนส่งที่ดี สามารถขนส่งสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว -O6 มีฐานข้อมูล ตลอดจนงานวิจัยกาแฟที่หลากหลายทั้งด้านการผลิตและการตลาด	-
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Factors)	-O7 ภูมิประเทศและภูมิอากาศของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เหมาะสมในการปลูกกาแฟโรบัสตา	-T3 การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและคุณภาพของเมล็ดกาแฟ
ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factors)	-	-T4 กฎข้อบังคับในการปลูกในพื้นที่ป่า ทำให้การขยายพื้นที่ปลูกกาแฟในเขตป่ามีข้อจำกัด

ที่มา: จากการสำรวจและประชุมระดมความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

4.2 ผลการประเมินค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้วยเมทริกซ์ภายในและภายนอก (IE Matrix)

จากการสรุปรายการข้อมูลปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก มาวิเคราะห์และทำการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน (Internal factor Evaluation Matrix, IFE Matrix) และทำการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (External factor Evaluation Matrix, EFE Matrix) ด้วยระบบเมทริกซ์ ผู้วิจัยได้ทำการรวมค่าเฉลี่ยของน้ำหนักแต่ละปัจจัย จากนั้นสะท้อนรายละเอียดปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และผลการประเมินปัจจัยผ่านการจัดระดมความคิดเห็น (Focus group) ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.3 และ 4.4 โดยมีตัวแทนเกษตรกร ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้าร่วม

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมินค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้ แมทริกซ์ IFE

ปัจจัยภายในที่สำคัญ (Internal Factor Environment)	การประเมิน (Rating)	น้ำหนัก (Weight)	คะแนนถ่วง น้ำหนัก
จุดแข็ง (S-Strength)			
S2 มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	2.90	0.10	0.28
S3 แรงงานในพื้นที่มีเพียงพอ	2.85	0.10	0.27
S1 ผลิตภัณฑ์ก้าแปมีรสชาติเข้มข้นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	2.94	0.09	0.26
จุดอ่อน (W-Weakness)			
W3 ช่องทางการจัดจำหน่ายกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีน้อย	2.48	0.10	0.24
W8 ต้นทุนในการผลิตและค่าใช้จ่ายในการผลิตกาแฟจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนค่าแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิต	2.06	0.10	0.20
W2 ขาดการรวมกลุ่มกันจำหน่ายผลผลิต	2.06	0.09	0.18
W4 ไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย	1.87	0.10	0.18
W6 เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการดูแลเอาใจใส่ต้นกาแฟ และยังไม่มีการเก็บผลผลิตกาแฟแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง	2.15	0.08	0.18
W5 เกษตรกรขาดองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาคุณภาพผลผลิตกาแฟ	2.06	0.08	0.17
W7 ผู้รวบรวมและแปรรูป/ผู้ประกอบการในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังไม่มีการพัฒนาการจำหน่ายผลผลิตกาแฟ ตลอดจนถึงไม่มีการจัดทำแบรนด์กาแฟที่เป็นของตัวเอง	1.96	0.09	0.17
W1 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จากเมล็ดกาแฟยังมีน้อย	1.87	0.08	0.15
รวม		1.00	2.30

ที่มา: จากการสำรวจและประชุมระดมความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ตารางที่ 4.4 ผลการประเมินค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้ แมทริกซ์ EFE

ปัจจัยภายนอกที่สำคัญ (External Factor Environment)	การประเมิน (Rating)	น้ำหนัก (Weight)	คะแนนถ่วง น้ำหนัก
โอกาส (Opportunity)			
O7 ภูมิประเทศและภูมิอากาศของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เหมาะสมในการปลูกกาแฟโรบัสตา	3.29	0.10	0.32
O2 ตลาดกาแฟภายในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง	3.08	0.09	0.29
O6 มีฐานข้อมูล ตลอดจนงานวิจัยกาแฟที่หลากหลายทั้งด้านการผลิตและการตลาด	2.60	0.10	0.27
O3 กระแสรักสุขภาพ ส่งผลให้การบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น	2.54	0.10	0.26
O4 ระบบการซื้อขายออนไลน์ที่สะดวก สามารถเพิ่มยอดขายได้	2.51	0.10	0.26
O1 รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตในภาคเกษตรไปสู่เกษตรมูลค่าสูง	2.43	0.11	0.26
O5 มีระบบขนส่งที่ดี สามารถขนส่งสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว	2.43	0.09	0.21

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

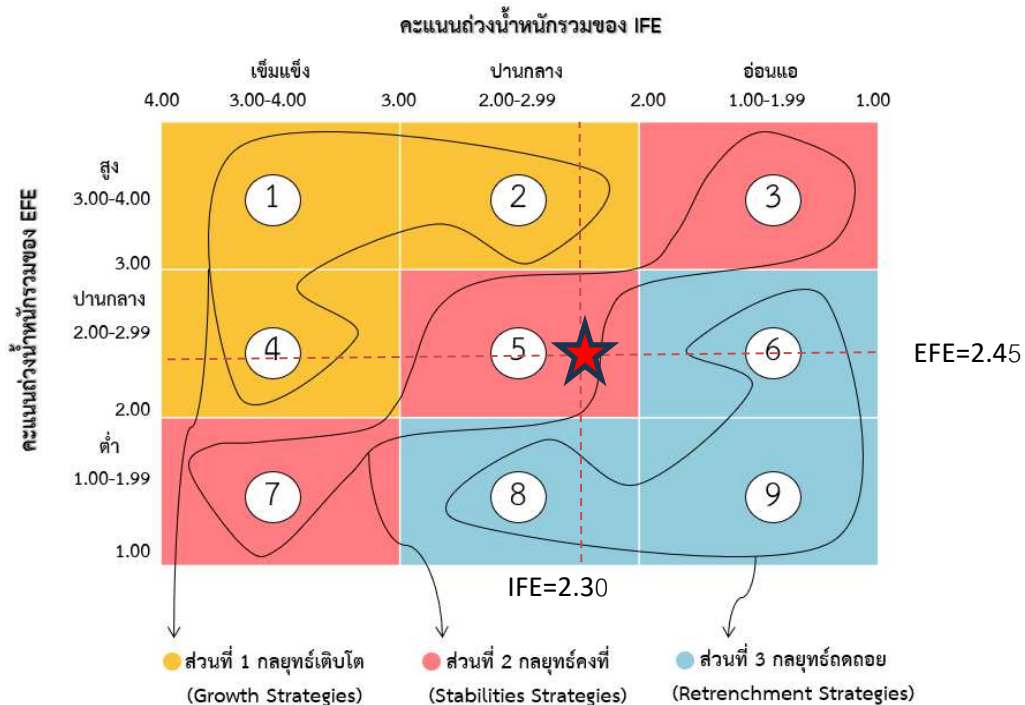
ปัจจัยภายนอกที่สำคัญ (External Factor Environment)	การประเมิน (Rating)	น้ำหนัก (Weight)	คะแนนถ่วง น้ำหนัก
อุปสรรค (Threat)			
T3 การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและคุณภาพของเมล็ดกาแฟ	2.16	0.09	0.20
T2 ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน	1.73	0.08	0.14
T1 นโยบายการเปิดเสรีทางการค้า (AFTA/FTA) การนำเข้ากาแฟจากต่างประเทศ มีผลทำให้ราคากาแฟในไทยต่ำลง	1.72	0.07	0.13
T4 กฎ ข้อบังคับ ในการปลูกในพื้นที่ป่า ทำให้การขยายพื้นที่ปลูกกาแฟในเขตป่ามีข้อจำกัด	1.83	0.06	0.11
รวม		1.00	2.45

ที่มา: จากการสำรวจและประชุมระดมความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

เมื่อได้ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกจากทั้งสองตาราง จากนั้นจะนำมากำหนดตำแหน่งโดยใช้เครื่องมือเมทริกซ์ภายใน-ภายนอก ซึ่งแกนนอนคือ ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักของปัจจัยภายใน IEF (ตารางที่ 4.3) และแกนตั้งคือ ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักของปัจจัยภายนอก EFE (ตารางที่ 4.4)

คะแนนถ่วงน้ำหนักของทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่ได้จากการวิเคราะห์ จากตารางที่ 4.3 มีคะแนนค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.30 และตารางที่ 4.4 มีคะแนนค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.45 และเมื่อนำคะแนนถ่วงน้ำหนักทั้ง 2 ปัจจัยมาลากเส้นเชื่อมตัดกันในตารางเมทริกซ์ (ภาพที่ 4.1) พบว่า เกิดจุดที่ตัดกันในส่วนที่ 5 ซึ่งเป็นกลยุทธ์การประคับประคอง (Hold) คงที่ (Stable) และการบำรุงรักษา (Maintain) หมายถึง เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรจะไม่ขยายธุรกิจ หรือลดการดำเนินงานของธุรกิจลง แต่จะมุ่งไปที่การรักษามาตรฐานและ/หรือทำให้ปัญหาบางอย่างที่มีอยู่คลี่คลายก่อนที่จะเดินหน้าต่อ การซ่อมบางส่วนของที่เสีย ก่อนที่จะเดินหน้าต่อไป ซึ่งจากการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าศักยภาพการผลิตและการตลาดของกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต้องรักษามาตรฐานกาแฟของตนเองให้ได้ ในขณะที่ทั้งเกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องทั้งโซ่อุปทาน ควรปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น ด้วยการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้หลากหลายมากขึ้น ควรมีการรวมกลุ่มกันผลิตและจำหน่ายเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง ตลอดจนถึงเพิ่มการดูแลเอาใจใส่ต้นกาแฟ และเก็บผลผลิตกาแฟแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง นอกจากนั้นกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังมีจุดแข็งที่มีกระบวนการผลิตกาแฟที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีแรงงานในพื้นที่มีเพียงพอ และผลิตภัณฑ์กาแฟมีรสชาติเข้มข้นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ประกอบกับยังมีโอกาสในการพัฒนาต่อยอดการผลิตกาแฟโรบัสตา เพราะภูมิประเทศและภูมิอากาศของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เหมาะสมในการปลูกกาแฟโรบัสตา ตลาดกาแฟภายในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง และในปัจจุบันมีฐานข้อมูล ตลอดจนงานวิจัยกาแฟที่หลากหลายทั้งด้านการผลิตและการตลาด ผสมกับ

กระแสรักสุขภาพ ส่งผลให้การบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น ระบบการซื้อขายออนไลน์ที่สะดวก สามารถเพิ่มยอดขายได้ นอกจากนี้ในปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนและมีการ จัดทำยุทธศาสตร์กาแฟ ตลอดห่วงโซ่การผลิต เพื่อพัฒนาคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้ากาแฟไทย และมีระบบขนส่งที่ดี สามารถขนส่งสินค้าได้สะดวก และรวดเร็ว



ภาพที่ 4.1 ผลการประเมินการผลิตกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้ IE Matrix

4.3 การจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาการผลิตและการตลาดกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การกำหนดกลยุทธ์เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนากาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการวิเคราะห์ TOWS Matrix พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยจับคู่ระหว่างจุดแข็งกับโอกาสเพื่อกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก จับคู่ระหว่างจุดแข็งและอุปสรรคเพื่อกำหนดกลยุทธ์เชิงป้องกัน จับคู่ระหว่างจุดอ่อนกับโอกาสเพื่อกำหนดกลยุทธ์เชิงแก้ไข และจับคู่ระหว่างจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อกำหนดกลยุทธ์เชิงรับจาก TOWS Matrix ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ TOWS Matrix กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

		ปัจจัยภายใน		W
		S		
ปัจจัยภายนอก	O	กลยุทธ์เชิงรุก - ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อสร้างแบรนด์กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีจุดเด่นรสชาติเข้มข้นและการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ S1 S2 O2 O3 O4 O5	กลยุทธ์เชิงแก้ไข - พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้เกิดการถ่ายทอดความต้องการตลอดโซ่อุปทาน W2 W3 W4 O1 O2 - ส่งเสริมกระบวนการผลิตกาแฟโรบัสตาที่มีมาตรฐาน GAP และอินทรีย์ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค W5 W6 O2 O3 O6	
	T	กลยุทธ์เชิงป้องกัน - พัฒนาแรงงานในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนการเก็บเกี่ยว S3 T2	กลยุทธ์เชิงรับ - ส่งเสริม และสนับสนุน การใช้ผลงานวิจัยมาปรับใช้ในการพัฒนาการผลิตกาแฟโรบัสตา เพื่อพัฒนาธุรกิจกาแฟตลอดห่วงโซ่อุปทาน W2 W5 W6 T1 T2 T3 - พัฒนาสายพันธุ์กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ทนทานต่อโรคแมลง และความแห้งแล้ง เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง W5 T3 - ส่งเสริมการผลิตกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เกรดพรีเมียม เพื่อพัฒนามาตรฐานกาแฟโรบัสตาของไทยให้มีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง เพื่อยกระดับราคาผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น W2 W5 W6 T2 T3	

จากการวิเคราะห์ TOWS Matrix สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ ได้ 7 กลยุทธ์ ดังนี้

4.3.1 กลยุทธ์เชิงรุก หรือกลยุทธ์จุดแข็งกับโอกาส มีจำนวน 1 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อสร้างแบรนด์กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จุดเด่นรสชาติเข้มข้น การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ โดยอาศัยจุดแข็งที่ผลิตภัณฑ์กาแฟมีรสชาติเข้มข้นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับมีโอกาสจากตลาดกาแฟภายในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง กระแสรักสุขภาพที่ส่งผลให้การบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น ระบบการซื้อขายออนไลน์ที่สะดวกขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายได้ตลอดจนถึงมีระบบขนส่งที่ดี สามารถขนส่งสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาดังนี้

1) ส่งเสริมการรวมกลุ่ม เพื่อผลิต จำหน่าย รวมไปถึงการแปรรูปกาแฟโรบัสตา เพื่อลดต้นทุนการผลิต พัฒนาคุณภาพเมล็ดกาแฟ และสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคา รวมไปถึงการพัฒนาต่อยอดไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ด้านรสชาติเข้มข้นและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2) อบรมกลุ่มเกษตรกรเพื่อพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์ เช่น กลุ่ม Line Facebook Lazada และ Shopee

4.3.2 กลยุทธ์เชิงป้องกัน หรือกลยุทธ์จุดแข็งกับอุปสรรค มีจำนวน 1 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์พัฒนาแรงงานในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนการเก็บเกี่ยว โดยอาศัยจุดแข็งที่แรงงานในพื้นที่มีเพียงพอ แต่ยังมีอุปสรรคที่ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน จึงมีแนวทางในการพัฒนา คือ จัดอบรมแรงงานภาคเกษตรในพื้นที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเก็บเกี่ยวผลผลิต ตลอดจนวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง

4.3.3 กลยุทธ์เชิงแก้ไข หรือกลยุทธ์จุดอ่อนกับโอกาส มีจำนวน 2 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร ผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้เกิดการถ่ายทอดความต้องการตลอดโซ่อุปทาน โดยใช้จุดอ่อนที่เกษตรกรยังขาดการรวมกลุ่มกันจำหน่ายผลผลิต ช่องทางการจัดจำหน่ายกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีน้อย และไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย แต่ยังมีโอกาสที่รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุน มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตในภาคเกษตรไปสู่เกษตรมูลค่าสูง และตลาดกาแฟภายในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาดังนี้

1) สนับสนุนการจัดกิจกรรมการประกวดกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดใกล้เคียงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟ ซึ่งนอกจากจะทำให้กาแฟของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นที่รู้จักแล้ว ยังทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทานได้มีโอกาสพบกัน ได้แลกเปลี่ยนความรู้และถ่ายทอดความต้องการซึ่งกันและกันด้วย

2) จัดเวทีหารือการพัฒนาการผลิตและการตลาดร่วมกัน เพื่อถอดบทเรียนการผลิตกาแฟคุณภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดองค์ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคุณภาพกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์ส่งเสริมกระบวนการผลิตกาแฟโรบัสตาที่มีมาตรฐาน GAP และอินทรีย์ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค ด้วยการนำจุดอ่อนที่เกษตรกรยังขาดองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาคุณภาพผลผลิตกาแฟ เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการดูแลเอาใจใส่ต้นกาแฟ และยังไม่มีการเก็บผลผลิตกาแฟแบบประณีต เพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง แต่ยังมีโอกาสในด้านตลาดกาแฟภายในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง กระแสรักสุขภาพ ส่งผลให้การบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น และมีฐานข้อมูล ตลอดจนงานวิจัยกาแฟ ที่หลากหลายทั้งด้านการผลิตและการตลาด ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนา คือ จัดอบรมเกษตรกรให้ปลูกกาแฟโรบัสตามาตรฐาน GAP และพัฒนาต่อยอดเกษตรกรที่มีความพร้อมไปสู่การผลิตกาแฟอินทรีย์เพื่อเพิ่มมูลค่า และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค

4.3.4 กลยุทธ์เชิงรับ หรือกลยุทธ์จุดอ่อนกับอุปสรรค มีจำนวน 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 5 กลยุทธ์ส่งเสริม และสนับสนุนการใช้ผลงานวิจัยมาปรับใช้ในการพัฒนาการผลิตกาแฟโรบัสตา เพื่อพัฒนาธุรกิจกาแฟตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยใช้จุดอ่อนที่ขาดการรวมกลุ่มกันจำหน่ายผลผลิต เกษตรกรขาดองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาคุณภาพผลผลิตกาแฟ และเกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการดูแลเอาใจใส่ต้นกาแฟและยังไม่มีการเก็บผลผลิตกาแฟแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคที่นโยบายการเปิดเสรีทางการค้า (AFTA/FTA) การนำเข้ากาแฟจากต่างประเทศ มีผลทำให้ราคากาแฟในไทยต่ำลง ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน และการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและคุณภาพของเมล็ดกาแฟ ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาดังนี้

1) จัดอบรมให้ความรู้ในการผลิตกาแฟโรบัสตาโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในแปลงกาแฟ

2) จัดเวทีเสวนาเพื่อนำองค์ความรู้จากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากาแฟโรบัสตามาเผยแพร่ให้เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรนำไปปรับใช้ตามความเหมาะสม

3) สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่ต้องลงทุนสูง

กลยุทธ์ที่ 6 กลยุทธ์พัฒนาสายพันธุ์กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ทนทานต่อโรคแมลงและความแห้งแล้ง เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง โดยใช้จุดอ่อนที่เกษตรกรขาดองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาคุณภาพผลผลิตกาแฟ ประกอบกับมีอุปสรรคที่การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและคุณภาพของเมล็ดกาแฟ ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาดังนี้

1) จัดให้มีการประกวดพันธุ์กาแฟโรบัสตา เพื่อจูงใจให้เกษตรกรมีการพัฒนาสายพันธุ์กาแฟให้มีลักษณะเด่นที่ดีขึ้น ตรงความต้องการของตลาดมากขึ้น

2) วิจัยและพัฒนา (กรมวิชาการเกษตร) ปรับปรุงสายพันธุ์กาแฟให้ทนทานต่อโรคแมลง และทนต่อความแห้งแล้ง ตลอดจนผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น และตรงต่อความต้องการของตลาด เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 7 กลยุทธ์ส่งเสริมการผลิตกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เกรดพรีเมียม พัฒนามาตรฐานกาแฟโรบัสตาของไทยให้มีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง เพื่อยกระดับราคาผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ด้วยการนำจุดอ่อนที่ขาดการรวมกลุ่มกันจำหน่ายผลผลิต เกษตรกรขาดองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาคุณภาพผลผลิตกาแฟ และเกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการดูแลเอาใจใส่ต้นกาแฟ และยังไม่มีการเก็บผลผลิตกาแฟแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง และยังมีอุปสรรคที่ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน และการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและคุณภาพของเมล็ดกาแฟ ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาได้แก่

1) จัดอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรในการผลิตกาแฟโรบัสตาระดับพรีเมียมตลอดโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการปลูก การดูแลต้นกาแฟ การเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบประณีต กระบวนการตากและสีเมล็ด กระบวนการคั่ว การบรรจุหีบห่อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนถึงการจัดการด้านการตลาด เพื่อผลิตกาแฟคุณภาพสูง ให้สามารถแข่งขันในตลาดเสรีได้

2) ผลักดันให้กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นสินค้า OTOP ระดับพรีเมียม

3) สนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายกับร้านกาแฟท้องถิ่น และโรงแรมในจังหวัด

จากการวิเคราะห์เพื่อจัดทำกลยุทธ์พื้นฐานโดยใช้ IE Matrix เพื่อทราบสถานการณ์แข่งขันของสินค้า และการจัดทำ TOWS Matrix เพื่อจัดทำกลยุทธ์ สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและด้านการตลาดกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเพิ่มคุณภาพผ่านความรู้และเทคโนโลยี สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างแบรนด์และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ และลดข้อจำกัดด้วยความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน ดังนี้

แนวทางการพัฒนาด้านการผลิต

1) ส่งเสริมการรวมกลุ่ม เพื่อผลิต รวมไปถึงการแปรรูปกาแฟโรบัสตา เพื่อลดต้นทุนการผลิต พัฒนาคุณภาพเมล็ดกาแฟ และสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคา รวมไปถึงการพัฒนาต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ด้านรสชาติเข้มข้นและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2) จัดอบรมแรงงานภาคเกษตรในพื้นที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเก็บเกี่ยวผลผลิต ตลอดจนวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง

3) สนับสนุนการจัดกิจกรรมการประกวดกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟ และสร้างโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทานได้มีโอกาสพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และถ่ายทอดความต้องการซึ่งกันและกัน

4) จัดเวทีหารือการพัฒนาการผลิตและการตลาดร่วมกันในทุกภาคส่วน เพื่อถอดบทเรียนการผลิตกาแฟคุณภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดองค์ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคุณภาพกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ตลอดโซ่อุปทาน

5) จัดอบรมเกษตรกรในการปลูกกาแฟโรบัสตามาตรฐาน GAP และพัฒนาต่อยอดเกษตรกรที่มีความพร้อมไปสู่การผลิตกาแฟอินทรีย์ เพื่อพัฒนากาแฟโรบัสตาไปสู่ระดับพรีเมียม เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค

6) จัดอบรมให้ความรู้ในการผลิตกาแฟโรบัสตาโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในแปลงกาแฟ

7) สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่ต้องลงทุนสูง

8) จัดเวทีเสวนาเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้จากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากาแฟโรบัสตาเพื่อให้เกษตรกรนำไปปรับใช้

9) จัดให้มีการประกวดพันธุ์กาแฟโรบัสตา เพื่อจูงใจให้เกษตรกรมีการพัฒนาสายพันธุ์กาแฟให้มีลักษณะเด่นที่ดีขึ้น ตรงความต้องการของตลาดมากขึ้น

10) วิจัยและพัฒนา ปรับปรุงสายพันธุ์กาแฟให้ทนทานต่อโรคแมลง และทนต่อความแห้งแล้ง มีผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น และตรงต่อความต้องการของตลาด เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง

แนวทางการพัฒนาด้านการตลาด

1) จัดอบรมกลุ่มเกษตรกรเพื่อพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Line Facebook Lazada และ Shopee

2) ผลักดันให้กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นสินค้า OTOP ระดับพรีเมียม

3) สนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายกับร้านกาแฟท้องถิ่น และโรงแรมในจังหวัด

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาแนวทางการพัฒนากาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาในด้านการผลิตและการตลาดของกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ปี 2566 จำนวน 84 ราย และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จำนวน 15 ราย โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อระดมความคิดเห็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยใช้ SWOT Analysis จากนั้นทำการประเมินค่าถ่วงน้ำหนักโดยใช้ IE Matrix เพื่อระบุกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ นำไปสู่การจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนากาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อสร้างแบรนด์กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จุดเด่นรสชาติเข้มข้น การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ มีแนวทางการพัฒนาได้แก่ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม เพื่อผลิต จำหน่าย รวมไปถึงการแปรรูปกาแฟโรบัสตา เพื่อลดต้นทุนการผลิต พัฒนาคุณภาพเมล็ดกาแฟ และสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคา รวมไปถึงการพัฒนาต่อยอดไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ด้านรสชาติเข้มข้นและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และอบรมกลุ่มเกษตรกรเพื่อพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์ เช่น กลุ่ม Line Facebook Lazada และ Shopee

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์พัฒนาแรงงานในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนการเก็บเกี่ยว มีแนวทางการพัฒนาคือ จัดอบรมแรงงานภาคเกษตรในพื้นที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเก็บเกี่ยวผลผลิต ตลอดจนวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้เกิดการถ่ายทอดความต้องการตลอดโซ่อุปทาน มีแนวทางการพัฒนาได้แก่ สนับสนุนการจัดกิจกรรมการประกวดกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดใกล้เคียงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟ ซึ่งนอกจากจะทำให้กาแฟของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นที่รู้จักแล้ว ยังทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทานได้มีโอกาสพบกัน ได้แลกเปลี่ยนความรู้และถ่ายทอดความต้องการซึ่งกันและกันด้วย นอกจากนี้การจัดเวทีหารือการพัฒนาการผลิตและการตลาดร่วมกัน เพื่อถอดบทเรียนการผลิตกาแฟคุณภาพ จะก่อให้เกิดองค์ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคุณภาพกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์ส่งเสริมกระบวนการผลิตกาแฟโรบัสตาที่มีมาตรฐาน GAP และอินทรีย์ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค มีแนวทางการพัฒนาคือ จัดอบรมเกษตรกรให้ปลูกกาแฟโรบัสตา

ตามมาตรฐาน GAP และพัฒนาต่อยอดเกษตรกรที่มีความพร้อมไปสู่การผลิตกาแฟอินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่า และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 5 กลยุทธ์ส่งเสริม และสนับสนุนการใช้ผลงานวิจัยมาปรับใช้ในการพัฒนาการผลิตกาแฟโรบัสตา เพื่อพัฒนาธุรกิจกาแฟตลอดห่วงโซ่อุปทาน มีแนวทางในการพัฒนาได้แก่ จัดอบรมให้ความรู้ในการผลิตกาแฟโรบัสตาโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ ใช้ในแปลงกาแฟ จัดเวทีเสวนาเพื่อนำองค์ความรู้จากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากาแฟโรบัสตามาเผยแพร่ให้เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรนำไปปรับใช้ตามความเหมาะสม และสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง

กลยุทธ์ที่ 6 กลยุทธ์พัฒนาสายพันธุ์กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ทนทานต่อโรคแมลง และความแห้งแล้ง เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง มีแนวทางในการพัฒนาได้แก่ จัดให้มีการประกวดพันธุ์กาแฟโรบัสตา เพื่อจูงใจให้เกษตรกรมีการพัฒนาสายพันธุ์กาแฟให้มีลักษณะเด่นที่ดีขึ้น ตรงความต้องการของตลาดมากขึ้น และวิจัยและพัฒนา ปรับปรุงสายพันธุ์กาแฟให้ทนทานต่อโรคแมลง และทนต่อความแห้งแล้ง ตลอดจนผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น และตรงต่อความต้องการของตลาด เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 7 กลยุทธ์ส่งเสริมการผลิตกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เกรดพรีเมียม พัฒนามาตรฐานกาแฟโรบัสตาของไทยให้มีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง เพื่อยกระดับราคาผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น มีแนวทางในการพัฒนาได้แก่ จัดอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรในการผลิตกาแฟโรบัสตาระดับพรีเมียมตลอดโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการปลูก การดูแลต้นกาแฟ การเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบประณีต กระบวนการตากและสีเมล็ด กระบวนการคั่ว การบรรจุหีบห่อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนถึงการจัดการด้านการตลาด เพื่อผลิตกาแฟคุณภาพสูง ให้สามารถแข่งขันในตลาดเสรีได้ ผลักดันให้กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นสินค้า OTOP ระดับพรีเมียม และสนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายกับร้านกาแฟท้องถิ่น และโรงแรมในจังหวัด

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ด้านการผลิต

1) กรมส่งเสริมการเกษตรควรส่งเสริมการรวมกลุ่ม เพื่อผลิต รวมไปถึงการแปรรูปกาแฟโรบัสตา เพื่อลดต้นทุนการผลิต พัฒนาคุณภาพเมล็ดกาแฟ และสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคา รวมไปถึงการพัฒนาต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ด้านรสชาติเข้มข้นและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2) กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตรควรจัดอบรมแรงงานภาคเกษตรในพื้นที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเก็บเกี่ยวผลผลิต ตลอดจนวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตแบบประณีตเพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง

3) กรมส่งเสริมการเกษตรร่วมกับจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรร่วมกันจัดกิจกรรมการประกวดกาแฟโรบัสตาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟ และสร้างโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทานได้มีโอกาสนพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และถ่ายทอดความต้องการซึ่งกันและกัน

4) กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรร่วมมือกันจัดเวทีหารือการพัฒนาการผลิตและการตลาดร่วมกัน เพื่อถอดบทเรียนการผลิตกาแฟคุณภาพ

ซึ่งจะก่อให้เกิดองค์ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคุณภาพกาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

5) กรมส่งเสริมการเกษตร ควรจัดอบรมเกษตรกรในการปลูกกาแฟโรบัสตามาตรฐาน GAP และพัฒนาต่อยอดเกษตรกรที่มีความพร้อมไปสู่การผลิตกาแฟอินทรีย์ เพื่อพัฒนากาแฟโรบัสตาไปสู่ระดับพรีเมียม เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค

6) กรมวิชาการเกษตรจัดอบรมให้ความรู้ในการผลิตกาแฟโรบัสตาโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในแปลงกาแฟ

7) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรควรให้การสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่ต้องลงทุนสูง

8) กรมวิชาการเกษตรและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรควรจัดเวทีเสวนาเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้จากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากาแฟโรบัสตา เพื่อให้เกษตรกรนำไปปรับใช้

9) กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตรควรจัดการประกวดพันธุ์กาแฟโรบัสตาเพื่อจูงใจให้เกษตรกรมีการพัฒนาสายพันธุ์กาแฟให้มีลักษณะเด่นที่ดีขึ้น ตรงความต้องการของตลาดมากขึ้น

10) กรมวิชาการเกษตรควรเร่งวิจัยและพัฒนา ปรับปรุงสายพันธุ์กาแฟให้ทนทานต่อโรคแมลง และทนต่อความแห้งแล้ง มีผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น และตรงต่อความต้องการของตลาด เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง

5.2.2 ด้านการตลาด

1) กรมส่งเสริมการเกษตรและสำนักงานพาณิชย์จังหวัดควรจัดอบรมกลุ่มเกษตรกรเพื่อพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Line Facebook Lazada และ Shopee

2) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรเร่งผลักดันให้กาแฟโรบัสตาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นสินค้า OTOP ระดับพรีเมียม

3) กรมส่งเสริมการเกษตร ควรร่วมมือกับจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการกาแฟโรบัสตา สร้างเครือข่ายกับร้านกาแฟท้องถิ่น และโรงแรมในจังหวัด

บรรณานุกรม

- กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา. (2565). *ความต้องการการใช้กาแฟของโลก*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/coffee.pdf> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 สิงหาคม 2566).
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2564). *สินค้ากาแฟและผลิตภัณฑ์กาแฟ*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://api.dtn.go.th/files> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 สิงหาคม 2566).
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2565). *สินค้ากาแฟและผลิตภัณฑ์กาแฟ*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.dtn.go.th/th/file/get/file/1.20220401005780d2164384524df71d5a859ab9c9090123.pdf>. (วันที่สืบค้นข้อมูล: 27 ตุลาคม 2566).
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2566). *ข่าวประชาสัมพันธ์*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.dtn.go.th/th/content> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 31 ตุลาคม 2566).
- กรมวิชาการเกษตร. (2562). *คู่มือการจัดการการผลิตกาแฟโรบัสตา*.
- กรมวิชาการเกษตร. (2560). *ยุทธศาสตร์กาแฟ ปี 2560-2564*. กรมวิชาการเกษตร. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- คณะอนุกรรมการพืชสวน. (2559). *ยุทธศาสตร์กาแฟ 2560 - 2564*. สถาบันวิจัยพืชสวน. กรมวิชาการเกษตร.
- จิตติคุณ นิยมสิริ และคณะ. (2561). *การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ของกาแฟ อาราบิก้าโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดแม่ฮ่องสอนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- ฐิติกาญจน์ ศรณะรัตน์. (2550). *ต้นทุนแลผลตอบแทนของการทำสวนกาแฟอาราบิก้าในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐธาดา ปิ่นทากาศ และพงษ์ศักดิ์ อังกลีทธิ. (2560). *รูปแบบและกระบวนการส่งเสริมการปลูกกาแฟอาราบิก้าในพื้นที่โครงการหลวงและโครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวง*. แก่นเกษตร 45 (พิเศษ1), หน้า 522-525.
- ณัฐมา สุขเสวียด. (2555). *การผลิตและการตลาดกาแฟของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปิยะชาติ คุณะเวคิน. (2563). *แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถของเกษตรกรผู้เพาะปลูกกาแฟเชิงอนุรักษ์เพื่อการพึ่งตนเองบนพื้นที่สูง จังหวัดน่าน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- ประเสริฐ คำออน และคณะ. (2548). *การศึกษาต้นทุนการผลิตกาแฟอาราบิก้าที่เหมาะสมในระบบการปลูกกาแฟ เชียงใหม่*. คณะเกษตรศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- พลสุ เดชะรินทร์. (2551). ชุดเครื่องมือการพัฒนางานองค์กร (Organization Improvement Toolkits) ตาม
แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ หมวด 2 การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์วิชั่นพริ้นท์แอนด์มัลติมีเดีย.
- พลศรีณีย์ ศันยทิพย์ และคณะ. (2561). การยอมรับและโอกาสทางการตลาดสินค้ากาแฟอาราบิก้าของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- ภคพล รื่นกลิ่น. (2560). การวิเคราะห์ SWOT ของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันขั้นต้นในจังหวัดตาก ในการ
ประชุมวิชาการระดับนานาชาติและระดับชาติ ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 5. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม.
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, เพชรบุรี
- ภัทรกันย์ พรหมเกตุ และคณะ. (2564). แนวทางการพัฒนากาแฟชุมชนบ้านควนซี้แรด ตำบลพะตง อำเภอ
หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. [ออนไลน์].http://www2.huso.tsu.ac.th/ncom/csd/csdful_pdf/c147.pdf (วันที่สืบค้นข้อมูล: 10พฤศจิกายน 2566).
- ภูริพัฒน์ แก้วศรี. (2561). การเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวารี
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- มัลลิกา บุณนาค (2548). สถิติเพื่อการวิจัยและตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มานพ ชุ่มอุ้ม. (2561). การสร้างและพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และส่วนประสมทางการตลาดในผลิตภัณฑ์
กาแฟอาราบิก้าของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดแม่ฮ่องสอน. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- วิรดา บินรัมย์. (2552). การวิเคราะห์การตอบสนองอุปทานการผลิตกาแฟในภาคใต้ของประเทศไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุดารินทร์ รอดมณี. (2565). การศึกษาแนวทางพัฒนากาแฟโรบัสต้า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์
จังหวัดชุมพร. กรุงเทพฯ : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2561). มาตรฐานสินค้าเกษตร เมล็ดกาแฟโรบัสต้า.
กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2563). การศึกษาปริมาณความต้องการใช้กาแฟโรบัสต้า จังหวัดสตูล. กระทรวง
เกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2566. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2567). สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2567. สำนักวิจัยเศรษฐกิจ
การเกษตร. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- เสกสรรค์ ดวงสิงห์ธรรม และคณะ. (2566). สภาพการผลิตกาแฟอาราบิก้าของเกษตรกรบ้านปางไฮ ตำบลเทพ
เสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- อภิญา หวังยี่เส้น. (2557). ต้นทุน ผลตอบแทนและประสิทธิภาพการผลิตกาแฟโรบัสต้าในจังหวัดชุมพร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- เอกชัย อภิศักดิ์กุล และทรงชนะ บุญขวัญ. (2553). *คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ. หน้า 280.
- Neuman, W.L. (1991) .Social research methods: Qualitative and quantitative approaches.Boston: Allyn and Bacon.
- INC quity. (2014). PEST Analysis *เครื่องมือวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในการธุรกิจ*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://incquity.com/articles/pest-analysis> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 18 สิงหาคม 2566).
- Kotler. (2540). ปัจจัยส่วนสมการทางการตลาด (7Ps). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (15th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler; and Keller. (2012). *Marketing Management*. 12th ed. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Kotler; and Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th ed. New Jersey : Prentice-Hall
- Serirat, S. et al. (2003). *Management Marketing modern age. Revised edition*. Bangkok: TumasanaPublishing.
- Yamane, Taro. 1973. *Statistics an introductory analysis*. New York Harper & Row.
- Zeithaml,V.A. and Bitner,M.J.(2000). *Services Marketing: Integrating Customer focus Across the Firm*. 2th ed. Boston, Massachusetts: McGraw Hill.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10
8 ถ.เสือป่า ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000
โทร 0 3233 7954 แฟกซ์ 0 3233 7951
<http://www.zone10.oae.go.th>