

อนาคตกาแฟไทย

โดย...รศ.ดร.อัคร์ พิศาลวานิช

ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษา การค้าระหว่างประเทศมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โพลศึกษา

ปัจจุบันประเทศผู้ผลิตกาแฟทั่วโลกมีการผลิตกาแฟเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 153.5 ล้านกระสอบ (ปี 2558) เป็น 168 ล้านกระสอบ (ปี 2561) โดยร้อยละ 60 ของผลผลิตเป็นกาแฟอาราบิก้า (Arabica) ที่เหลือเป็นกาแฟโรบัสต้า (Robusta) ซึ่งหนึ่งกระสอบมีน้ำหนัก 60 กิโลกรัม (กก.) ผลผลิตกาแฟโลกร้อยละ 50 ผลิตมาจากประเทศในอเมริกาใต้ นำโดยบราซิล และร้อยละ 30 ผลิตของเอเชีย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลผลิตของประเทศอาเซียน (ร้อยละ 90 ของผลผลิตเอเชีย) โดยเวียดนามและอินโดนีเซียเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของอาเซียนและเอเชีย

ปริมาณการผลิตกาแฟที่เพิ่มขึ้นนั้นสอดคล้องกับตัวเลขความต้องการบริโภคกาแฟที่เพิ่มขึ้นทุกปีเช่นกัน จาก 151 ล้านกระสอบ (ปี 2558) เป็น 161 ล้านกระสอบ (ปี 2561) ปี 2562 คาดว่าผลผลิตกาแฟโลกยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่องอยู่ที่ 171 ล้านกระสอบ ในขณะที่ความต้องการเพิ่มขึ้นเป็น 163 ล้านกระสอบ (The U.S. Department of Agriculture)

สำหรับราคากาแฟโลกในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาทิศทางลดลงมาก เช่น ปี 2558 กับ 2562 ราคาอาราบิก้าลดลงจาก 184 บาท/กก. แล้วยัง 90 บาท/กก. (ตลาดนิวยอร์ก) และราคาโรบัสต้าลดลงจาก 78 บาท/กก. (2.4 ดอลลาร์/กก.) แล้วยัง 55 บาท/กก. (1.7 ดอลลาร์/กก.) (World Bank) หนึ่งในสาเหตุหลักมาจากผลผลิตที่มีมากกว่าความต้องการ ระหว่าง

ปี 2558 2561 และ 2562 ผลผลิตมีมากกว่าความต้องการเพิ่มขึ้นจาก 2 แสนตัน เป็น 5 แสนตัน ซึ่งหลักๆ มาจากผลผลิตของบราซิล (เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 18%) และเวียดนาม (เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 5%)

สำหรับอาเซียนมี 6 ประเทศหลักที่ผลิตกาแฟเรียงตามลำดับการผลิต คือ เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย ลาว และฟิลิปปินส์ (ผลผลิตส่วนใหญ่เป็นกาแฟโรบัสต้า) ซึ่งผลผลิตเพิ่มจาก 1.9 ล้านตัน ในปี 2553 เป็น 2.5 ล้านตัน ในปี 2561 ร้อยละ 70 เป็นผลผลิตของเวียดนาม ตามด้วยอินโดนีเซีย 25% ในขณะที่ไทยมีผลผลิตเพียง 1% ของผลผลิตอาเซียนเท่านั้น

พื้นที่ปลูกของไทยลดลงจากเกือบ 4 แสนไร่ (ปี 2553) เหลือ 2 แสนกว่าไร่ (ปี 2561) ผลผลิตลดลงจาก 42,394 ตัน เหลือ 26,173 ตัน (ร้อยละ 90% เป็นกาแฟโรบัสต้า) ปี 2562 คาดว่าผลผลิตอยู่ที่ 2.5 หมื่นตัน (อราบิกา 5,000 ตัน และโรบัสต้า 2 หมื่นตัน) แต่ความต้องการมากกว่าปีละ 1.2 แสนตัน/ปี (อราบิกา 2 หมื่นตัน โรบัสต้า 1 แสนตัน) ใน 5 ปีข้างหน้ามีความต้องการเพิ่มเป็น 3 แสนตัน/ปี และผลผลิตต่อไร่ลดลงจาก 142 กก./ไร่ (ปี 2553) เหลือ 101 กก./ไร่ (ปี 2561) ผลผลิตเวียดนาม 384 กก./ไร่ ซึ่งสูงที่สุดในโลก (2.4 ตัน/เฮกตาร์) ต้นทุนการผลิตโรบัสต้าไทยอยู่ที่ 56 บาท/กก. (ขั้นตอนแปรรูป) เวียดนามอยู่ที่ 35 บาท/กก. และเกี่ยวข้องกับเกษตรกรไทย 38,162 ครัวเรือน (ปี 2559, กรมส่งเสริมการเกษตร)

"อนาคตของกาแฟไทย" จะไปในทิศทางใด ในมุมมองของผม ผมคิดว่าขึ้นกับปัจจัยดังต่อไปนี้ 1.การบริหารจัดการด้านผลผลิต ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ การจัดการผลผลิตภายในประเทศ ต้องยอมรับว่าผลผลิตกาแฟไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง การขยายพื้นที่ปลูกเพื่อเพิ่มผลผลิต จึงเป็นเรื่องยาก เพราะมีการปรับเปลี่ยนไปปลูกพืช

เศรษฐกิจอื่นแล้ว เช่น ยางพารา ปาล์ม และไม้ผล เว้นเสียแต่ว่าไทยจะโค่นพืชอื่นแล้วมาปลูกกาแฟ (อาจจะไม่ใช่เรื่องง่าย) แต่สิ่งที่ผมคิดว่าทำได้เลยคือ "การเพิ่มผลผลิตต่อไร่" ทำได้ทันที

อีกด้านคือการบริหารจัดการนำเข้ากาแฟ มีนัย 2 ด้าน คือการนำเข้าจะช่วยตอบสนองความต้องการในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ขณะเดียวกัน หากนำเข้ามาเยอะก็จะกระทบต่อผลผลิตของเกษตรกรไทย กรอบอาเซียนไทยเก็บภาษีนำเข้าเมล็ดกาแฟสด 5% กรอบ WTO เก็บภาษีโควตานำเข้า 30% (5.25 ตัน/ปี) และ 90% นอกโควตา แต่ที่น่าสนใจคือวันที่ 1 ม.ค. 2563 ภาษีนำเข้ากาแฟดิบ-คั่ว-สำเร็จรูปเป็นศูนย์ในกรอบ FTA ไทย ออสเตรเลีย ผมไม่แน่ใจว่าข้อนี้ไทยจะแก้ไขข้อผูกพันหรือทบทวนใหม่ได้หรือไม่ เพราะได้ตกลงกันไว้แล้ว

2. ศูนย์กลางกาแฟอาเซียน ให้ไทยเป็นฐานการส่งออกและอุตสาหกรรมกาแฟพรีเมียม ซึ่งไทยลงทุนปลูกร่วมกับ CLMV ภายในความร่วมมือ "CLMVT" เพื่อสร้างเป็นเครือข่ายห่วงโซ่อุตสาหกรรมกาแฟของอาเซียน แต่ต้องควบคุมคุณภาพให้ได้ และที่สำคัญต้องตั้ง "สถาบันรับรองมาตรฐานและคุณภาพกาแฟไทย" เพื่อการแปรรูปและส่งออก

นอกจากนี้ ไทยควรสร้างสูตรกาแฟที่พัฒนาจาก "กาแฟโบราณของไทย" เช่น กาแฟร้อน-เย็น ชาเย็น และนมเย็น เป็นต้น ขณะเดียวกันสร้างอัตลักษณ์กาแฟไทยให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาเลือกกาแฟของแต่ละจังหวัดที่มีชื่อเสียง เช่น กาแฟดอยช้าง เชียงราย และกาแฟหาคะลุ ชุมพร เป็นต้น รวมทั้งกาแฟพิเศษที่ผสมกับผลผลิตทางการเกษตรอื่นๆ เช่น กาแฟผสมกระชายดำ กาแฟเดล่องข้าวสังข์หยด จ.พัทลุง และกาแฟผสมทุเรียน เป็นต้น ขณะเดียวกันต้องให้ความสำคัญกับการสร้างมาตรฐานกาแฟไทย

ทั้ง GAP ในระดับเกษตร และ GMP ในระดับโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อให้เป็น "กาแฟระดับพรีเมียม" หรือสร้างสโลแกน "4 ดี" คือ ปลูกดี คั่วดี ชงดี และสูตรดี

นอกจากนี้ พลิกดันสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ "GI" ของกาแฟท้องถิ่น และที่สำคัญเมื่อสร้างแบรนด์หรืออัตลักษณ์กาแฟไทยแล้ว ทำโครงการ "Coffee Tour" เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่น