

## เปิดลิสต์ “กาแฟ GI ไทย” ยอดขายสุดปังในปี 2568 สร้างมูลค่าการตลาดทะลุ 1.49 พันล้าน ตกย้ำทั่วโลกเชื่อมั่นในมาตรฐานและรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์กาแฟไทย

กรมทรัพย์สินทางปัญญา เผยสถิติ “กาแฟ GI ไทย” ที่ปัจจุบันขึ้นทะเบียนแล้ว 11 รายการ จาก 8 จังหวัด ยอดขายรวม 1,497 ล้านบาทในปี 2568 โดย 5 อันดับแรกที่กวาดยอดขายสูงสุดมูลค่ารวมกว่า 1,318 ล้านบาท โดยมี “กาแฟดอยสวนยาหลวงน่าน” ขึ้นแท่นยอดขายอันดับ 1 กว่า 526 ล้านบาท ซึ่งสถิติดังกล่าวไม่เพียงสะท้อนถึงมูลค่าและเอกลักษณ์ของกาแฟไทย แต่ยังแสดงให้เห็นถึงมาตรฐาน คุณภาพ ความเชื่อมั่น และการยอมรับของตลาดต่อกาแฟ GI ไทย ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ

นางอรมน ทรัพย์ทวีธรรม อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา เปิดเผยว่า ปัจจุบันประเทศไทย มีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในกลุ่มสินค้า “กาแฟ” รวมทั้งสิ้น 11 รายการ จาก 8 จังหวัด ได้แก่ กาแฟดอยตุง (เชียงราย) กาแฟดอยช้าง (เชียงราย) กาแฟเทพเสด็จ (เชียงใหม่) กาแฟดอยสวนยาหลวง น่าน กาแฟดอยมูเซอดาก กาแฟวังน้ำเขียว (นครราชสีมา) กาแฟดงมะไฟ (นครราชสีมา) กาแฟระนอง กาแฟ เขาทะลุ (ชุมพร) กาแฟถ้ำสิงห์ชุมพร และกาแฟเมืองกระบี่ โดยสินค้าแต่ละรายการต่างมีลักษณะพิเศษ ที่เชื่อมโยงกับแหล่งผลิตอย่างชัดเจน ทั้งสภาพภูมิประเทศ ความสูงจากระดับน้ำทะเล ปริมาณน้ำฝน อุณหภูมิ และองค์ประกอบของดิน ตลอดจนภูมิปัญญาและวิธีการเพาะปลูกของเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของเมล็ดกาแฟ เอกลักษณ์ด้านรสชาติ กลิ่น คุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไป ตามถิ่นกำเนิด ซึ่งมีมูลค่าเชิงเศรษฐกิจสูงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค โดยในปี 2568 กาแฟ GI ไทย ทั้ง 11 รายการ สามารถทำยอดขายรวมกว่า 1,497 ล้านบาท โดยกาแฟ GI ไทยที่ทำมูลค่าตลาดสูงสุด 5 อันดับแรก (ยอดขายรวม 1,318 ล้านบาท) ประกอบด้วยกาแฟ GI จาก 4 จังหวัด ดังนี้

อันดับที่ 1 “กาแฟดอยสวนยาหลวงน่าน” ครองตำแหน่งกาแฟ GI ไทยที่สร้างมูลค่าสูงสุด ด้วยยอดขายกว่า 526 ล้านบาท จากปริมาณการผลิตกว่า 2,257 ตัน โดยปัจจุบันมีราคาขายปลีกเฉลี่ยอยู่ที่ 500 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นกว่า 1.78 เท่า จากราคาเดิมก่อนเป็น GI ที่ 280 บาทต่อกิโลกรัม กาแฟ ดอยสวนยาหลวงน่านเป็นกาแฟพันธุ์อาราบิก้าจากแหล่งปลูกบนพื้นที่ดอยสวนยาหลวง อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน พื้นที่ต้นน้ำซึ่งสูงจากระดับน้ำทะเล 1,000 - 1,500 เมตร มีอากาศเย็นตลอดปี ดินอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งสะสมของแร่ธาตุ ส่งผลให้ต้นกาแฟเจริญเติบโตได้ดี ประกอบกับมีกระบวนการบ่มและคั่วในระยะเวลา ที่เหมาะสม ทำให้ได้เมล็ดกาแฟที่มีกลิ่นหอมคล้ายกลิ่นช็อกโกแลต กลิ่นถั่ว และกลิ่นผลไม้ ให้รสชาติเข้มข้น กลมกล่อม และมีความเป็นสมุนไพรสดชื่น เป็นเอกลักษณ์ของกาแฟดอยสวนยาหลวงน่านที่โดดเด่น ไม่เหมือนใคร เป็นที่จดจำและชื่นชอบของผู้บริโภค

อันดับที่ 2 “กาแพระนอง” สร้างยอดขายกว่า 262 ล้านบาท จากปริมาณการผลิตกว่า 947 ตัน โดยปัจจุบันมีราคาขายปลีกเฉลี่ยอยู่ที่ 600 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นกว่า 7.5 เท่า จากราคาเดิมก่อนเป็น GI ที่ 80 บาทต่อกิโลกรัม กาแพระนองเป็นกาแพพันธุ์โรบัสตาที่มีประวัติการนำเข้าพันธุ์จากปีนังเมื่อกว่าร้อยปีก่อน และได้รับการพัฒนาและจัดระบบการผลิตอย่างต่อเนื่องมากกว่า 30 ปี ส่งผลให้จังหวัดระนองเป็นแหล่งผลิตกาแพโรบัสตาที่ใหญ่ที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน และเป็นอันดับ 2 ของประเทศ ด้วยจุดเด่นของลักษณะดินที่อุดมสมบูรณ์และสภาพภูมิอากาศที่มีฝนตกชุกและความชื้นสูง จึงเอื้อต่อการเจริญเติบโตของต้นกาแพ ทำให้ได้เมล็ดกาแพที่มีรสชาติเข้มข้น นุ่มลึก มีกลิ่นหอมเฉพาะตัว โดยกาแพระนองได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ พร้อมคว่ำรางวัลระดับนานาชาติมากมาย สามารถยกระดับมูลค่าสินค้า สร้างรายได้และความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

อันดับที่ 3 “กาแพเขาทะเล” จากจังหวัดชุมพร สร้างยอดขายกว่า 234 ล้านบาท จากปริมาณการผลิตกว่า 390 ตัน โดยปัจจุบันมีราคาขายปลีกเฉลี่ยอยู่ที่ 450 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้น 1.95 เท่า จากราคาเดิมก่อนเป็น GI ที่ 230 บาทต่อกิโลกรัม กาแพเขาทะเลเป็นกาแพพันธุ์โรบัสตา ปลูกในพื้นที่ตำบลเขาทะเล อำเภอสวี จังหวัดชุมพร ที่ระดับความสูงประมาณ 200 - 300 เมตรจากระดับน้ำทะเล ด้วยดินที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยแร่ธาตุริมเชิงเขาและอินทรีย์วัตถุจากธรรมชาติ โดยเฉพาะมูลค้างคาวซึ่งเป็นปุ๋ยธรรมชาติสำคัญ ประกอบกับการคัดเลือกพันธุ์ การดูแลรักษา และการเก็บเกี่ยวอย่างพิถีพิถัน รวมถึงกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้กาแพเขาทะเลมีรสชาติเข้มข้น หนักแน่น และมีกลิ่นหอมเฉพาะตัว โดยมีผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดทั้งในรูปแบบกาแพคั่ว กาแพสด และกาแพสำเร็จรูป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหลากหลายกลุ่ม

อันดับที่ 4 “กาแพดอยช้าง” จากจังหวัดเชียงราย สร้างยอดขายกว่า 160 ล้านบาท จากปริมาณการผลิต 75 ตัน โดยปัจจุบันมีราคาขายปลีกเฉลี่ยอยู่ที่ 1,600 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้น 1.43 เท่า จากราคาเดิมก่อนเป็น GI ที่ 1,120 บาทต่อกิโลกรัม กาแพดอยช้างเป็นกาแพพันธุ์อะราบิกา สายพันธุ์หลักคาทูรา คาติมอร์ และคาทุย ปลูกในพื้นที่หุบเขาดอยช้างที่ระดับความสูง 1,000 - 1,700 เมตรจากระดับน้ำทะเล ด้วยระบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และระบบควบคุมคุณภาพรอบด้าน จึงได้กาแพสารและกาแพคั่วบดที่มีคุณภาพสูง รสชาติกลมกล่อม มีความเปรี้ยวสดชื่นเบาๆ ผ่องความหวาน และมีกลิ่นหอมโดดเด่น ได้รับการยอมรับในมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ กาแพดอยช้างยังได้รับการขึ้นทะเบียน GI ในสหภาพยุโรปและญี่ปุ่นอีกด้วย

อันดับที่ 5 “กาแพถ้ำสิงห์ชุมพร” สร้างยอดขายกว่า 136 ล้านบาท จากปริมาณการผลิตกว่า 120 ตัน โดยปัจจุบันมีราคาขายปลีกเฉลี่ยอยู่ที่ 850 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้น 1.7 เท่า จากราคาเดิมก่อนเป็น GI ที่ 500 บาทต่อกิโลกรัม กาแพถ้ำสิงห์ชุมพรเป็นกาแพโรบัสตาปลูกบนที่ราบเชิงเขาหินปูนในจังหวัดชุมพร

ที่ระดับความสูง 85 - 120 เมตรจากระดับน้ำทะเล เกษตรกรจะนำผลกาแฟสดมาผ่านกระบวนการบ่มและคั่วเมล็ดด้วยกรรมวิธีเฉพาะตามมาตรฐานจนได้กาแฟสาร ก่อนนำไปแปรรูปเป็นกาแฟคั่วและกาแฟคั่วบด มีรสชาติเข้ม กลมกล่อม ไม่เปรี้ยว ไม่ฝาด และมีกลิ่นหอมของผลไม้คล้ายเชอร์รี่

อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา กล่าวเพิ่มเติมว่า จุดเด่นของกาแฟ GI ไทยอยู่ที่กลิ่นและรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งผลิตอย่างชัดเจน ทั้งสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ วิธีการปลูก ตลอดจนภูมิปัญญาในการผลิตของเกษตรกรที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน เมื่อผสมกับกระบวนการแปรรูปที่ได้มาตรฐาน จึงช่วยคงคุณภาพและเอกลักษณ์ของกาแฟ GI ไทยจากแหล่งผลิตต่างๆ และส่งต่อถึงผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน ปัจจัยดังกล่าวไม่เพียงยกระดับกาแฟไทยจากสินค้าเกษตรทั่วไปสู่สินค้าพรีเมียมที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ แต่ยังช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในหลายภูมิภาค นำไปสู่รายได้และการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและผู้ประกอบการในท้องถิ่นต่างๆ อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะเดินหน้านำยกระดับกาแฟ GI ไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ควบคู่กับการกระจายรายได้สู่ชุมชนในทุกภูมิภาคผ่านกระบวนการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การควบคุมคุณภาพสินค้า รวมถึงการขยายโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของกาแฟไทยในเวทีโลก และสร้างความมั่นคงทางรายได้ให้แก่เกษตรกร สนองต่อนโยบาย Quick Big Win ของกระทรวงพาณิชย์ต่อไป

-----