กองข้อมูลธุรกิจ
ส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ

จับกระแส กาแฟไทย

บทวิเคราะห์อุตสาหกรรมกาแฟ ประจำเดือนมิถุนายน 2568

WORLD'S COFFEE MARKET VALUE

ตลาดกาแฟโลกกำลังร้อนแรง!
ปี 2024 มูลค่าสูงถึง 269.27
พันล้านดอลลาร์สหรัฐ
คาดว่าภายในปี 2030
มูลค่าจะพุ่งทะยานแตะ 369.46
พันล้านดอลลาร์สหรัฐ
เติบโตต่อเนื่องด้วยอัตรา CAGR 5.3%
ระหว่างปี 2025 ถึง 2030

ที่มา : www.grandviewresearch.com
ผู้วิเคราะห์

กาแฟเป็นพืชที่มีแหล่งกำเนิดในแอฟริกา และมีประวัติศาสตร์ยาวนานในการเพาะปลูกและบริโภค **ปัจจุบันกาแฟเป็นหนึ่งในสินค้าการเกษตรที่สำคัญที่สุดของโลก**และเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูงสุดในหลายประเทศทั่วทุกทวีป

แหล่งปลูกกาแฟกระจายอยู่ในเขตร้อนชื้น เช่น ในแถบประเทศเอธิโอเปีย โคลอมเบีย และบราซิล ซึ่ง**แต่ละภูมิภาคมีปัจจัยที่ส่งผลต่อรสชาติและกลิ่น** ของกาแฟที่แตกต่างกันออกไป **ไม่ว่าจะเป็นระดับความสูง อุณหภูมิ ดิน และวิธีการแปรรูป**

เมล็ดกาแฟ ได้มาจากผลเชอร์รี่จากต้นไม้ในตระกูล Coffea ที่ถูกนำมาแปรรูปจนกลายเป็นเครื่องดื่ม

การดื่มกาแฟ ช่วยเพิ่มความกระปรี้กระเปร่าให้ร่างกาย เสน่ห์กาแฟอยู่ที่ รสชาติของเมล็ดกาแฟในแต่ละสายพันธุ์

เมล็ดกาแฟที่เป็นที่นิยมมีด้วยกันอยู่ 4 สายพันธุ์หลักๆ

(อาราบิก้า) Arabica

- นิยมปลูกมากที่สุด
- รสชาตินุ่ม กลิ่นหอม
- ระดับคาเฟอีนไม่สูงมาก
- ต้นกำเนิดจากเอธิโอเปีย

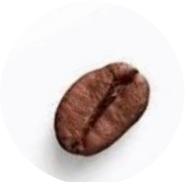
Robusta (โรบัสต้า)

- รสชาติเข้ม
- ระดับคาเฟอีนสูง
- ต้นกำเนิดจากแอฟริกา

(เอ็กเซลซ่า) Exelsa

- ไม่ค่อยเป็นที่นิยม
- รสชาติเข้ม ขมพร่า
- ระดับคาเฟอีนต่ำ
- นิยมปลูกในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

Liberica (ลิเบอริก้า)



- เมล็ดขนาดใหญ่
- รสชาติอมเปรี้ยว อมหวาน
- มีกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์
- ต้นกำเนิดจากแอฟริกาและตะวันตก

ที่มา : www. peaberrythai.com , ผู้วิเคราะห์

THAILAND's INSIGHT

มูลค่าตลาดกาแฟไทย **65,000** ล้านบาท ⬆ 8.33% (จากปีก่อนหน้า)

*ที่มา : นายกสมาคมกาแฟพิเศษกล่าว เปิดงาน Thailand Coffee Fest 2025

มูลค่าการนำเข้า – ส่งออก กาแฟไทย

มูลค่านำเข้า

ปี 2567 5,697.51 ล้านบาท

ปี 2568 8,387.30 ล้านบาท
(ม.ค. – พ.ค.)

มูลค่าส่งออก

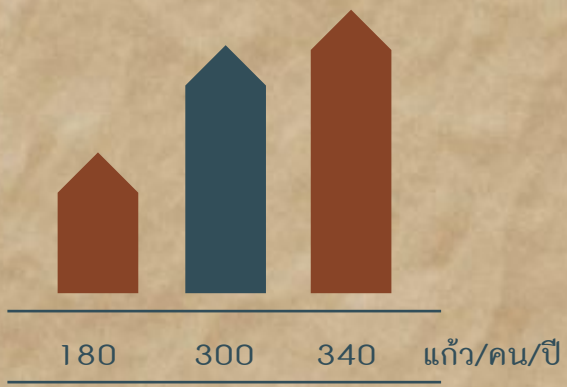
ปี 2567 2,101.99 ล้านบาท

ปี 2568 2,411.88 ล้านบาท
(ม.ค. – พ.ค.)

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
(ค้นตามพิกัดศุลกากร)

จากสถิติ พบว่าคนไทยดื่มกาแฟเพิ่มสูงขึ้น จาก 180 เป็น 300 แก้ว/คน/ปี
ปัจจุบัน (ปี 2568) ดื่มกาแฟเฉลี่ย มากกว่า 340 แก้ว/คน/ปี

(ที่มา : www.spacebar.th)



ซึ่งถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศแถบยุโรป
ที่ดื่มกาแฟมากถึง 600 แก้ว/คน/ปี
จึงทำให้ตลาดกาแฟในประเทศไทย
ยังสามารถเติบโตได้อีก

(ที่มา : Bangkok Bank SME)

Coffee production areas in Thailand

ปัจจุบันเมล็ดกาแฟ เป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพิ่มพื้นที่สีเขียว ลดปัญหา PM 2.5 และเปลี่ยนเป็นพื้นที่เกษตรกรรมแบบยั่งยืนได้

ไทยมีพื้นที่ปลูกกาแฟกว่า 220,053 ไร่ นิยมปลูก 2 สายพันธุ์หลักๆ

อาราบิก้า (Arabica) นิยมปลูกในพื้นที่**ภาคเหนือ** (เชียงใหม่ เชียงราย ตาก แม่ฮ่องสอน น่าน ลำปาง) พื้นที่ปลูกกว่า139,998 ไร่

โรบัสต้า (Robusta) นิยมปลูกในพื้นที่**ภาคใต้** (ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช) พื้นที่ปลูก 80,055 ไร่

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , ผู้วิเคราะห์

ปัจจุบันไทยผลิตเมล็ดกาแฟได้เพียง 40,000 – 50,000 ตัน/ปี แบ่งออกเป็นอาราบิก้า 50% และโรบัสต้า 50% หากนับเฉพาะกาแฟพิเศษอย่างเดียว กำลังผลิตอยู่ที่ราว 5,000 ตัน เท่านั้น จึงส่งผลต่อชื่อเสียงของเมล็ดกาแฟไทย เช่น เมล็ดกาแฟอาราบิก้าดอยช้าง , เมล็ดกาแฟอาราบิก้าแม่แจ่ม เมล็ดกาแฟอาราบิก้าปางขอน ฯลฯ เป็นสินค้ายอดนิยม

ที่มา : www.peaberrythai.com

คนไทย ยอมจ่ายค่ากาแฟ

กาแฟทั่วไป

60 – 80 บาท

Specialty Coffee

100 – 2,000 บาท

(ที่มา : www.spacebar.th)

2 สายพันธุ์ ที่นิยมปลูกในไทย

Robusta โรบัสต้า		Arabica อาราบิก้า
รูปทรงเมล็ดกลม ลักษณะจะรูปทรงมน ส่วนของแกนกลางจะเป็นเส้นตรง	รูปลักษณ์	รูปทรงเมล็ดจะเรียวยาว ส่วนของแกนกลางจะมีความโค้ง คล้ายกับตัว S
มีความเข้มของกาแฟ รสขม บอดี้หนัก ติดรสฝาดเล็กน้อย	รสชาติ	ละมุน นุ่ม มีกลิ่นที่หอมคล้ายช็อกโกแลต มีรสชาติหวานเล็กน้อย มีกลิ่นสัมผัสของผลไม้
2 - 4.5%	ปริมาณคาเฟอีน	ไม่เกิน 1.7%
ภาคใต้ เช่น ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช	พื้นที่ปลูก	ภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย ตาก แม่ฮ่องสอน น่าน ลำปาง
เมล็ดกาแฟเขาทะลุ เมล็ดกาแฟภูมิมา เมล็ดกาแฟถ้ำสิงห์	เมล็ดกาแฟที่มีชื่อเสียง	เมล็ดกาแฟดอยช้าง เมล็ดกาแฟแม่แจ่ม เมล็ดกาแฟปางขอน
อเมริกาโน่เย็น คาปูชิโน่เย็น	เมนูนิยม	เอสเพรสโซ่เย็น ลาเต้ร้อน มอคค่าร้อน

Consumer Behavior

พฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทย เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริโภคมีความรู้เรื่องกาแฟมากขึ้น

เปลี่ยนการบริโภค จาก
“กาแฟสำเร็จรูป สู่ กาแฟสด”

บริโภคเมล็ดกาแฟคั่วบด (กาแฟดริป) และ ‘กาแฟพิเศษ’ (Specialty coffee) มากขึ้น สะท้อนถึงรสนิยมที่ซับซ้อน ความต้องการคุณภาพ รสชาติ และประสบการณ์ที่แตกต่าง

ที่มา : www.spacebar.th , ผู้วิเคราะห์

พฤติกรรมการบริโภคกาแฟที่เปลี่ยนแปลงไป

กาแฟสำเร็จรูป → กาแฟโบราณ → กาแฟดริป → กาแฟพิเศษ (Specialty coffee)

แต่ละ Generation บริโภคกาแฟแบบไหน และเมนูอะไร

Baby Boomer

- ดื่มกาแฟเป็นกิจวัตรตอนเช้า ยึดติดรสชาติเดิมๆ ไม่เปลี่ยนแบรนด์ง่ายๆ มักซื้อที่ร้านประจำ ร้านรถเข็น ตลาดสด
- **เมนูที่ชอบ** : กาแฟโบราณ โอเลี้ยง กาแฟดำ กาแฟยกล้อ

Gen X

- ดื่มกาแฟเพื่อกระตุ้นพลังงานในการทำงาน- เน้นความสะดวก กาแฟซอง, แคปซูล- เริ่มเปิดใจสู่กาแฟสด ชอบความคุ้มค่า
- มักซื้อจาก ร้านสะดวกซื้อ, เชนร้านกาแฟ
- **เมนูที่ชอบ** : กาแฟร้าน อเมริกาโน่

Gen Y

- กาแฟเป็น “ไลฟ์สไตล์”- ชอบทดลองเมนูใหม่ ถ่ายรูป แชร์โซเชียล- นิยมคาเฟ่ที่มีดีไซน์ บรรยากาศดี ให้ความสำคัญกับแบรนด์และประสบการณ์
- ร้านกาแฟ Specialty, คาเฟ่, แอปเดลิเวอรี่
- เมนูที่ชอบ : ลาเต้, Cold Brew, เมนูซิกเนเจอร์ประจำร้าน

Gen Z

- ดื่มกาแฟเพราะตามเทรนด์ / แฟชั่น- นิยมเครื่องดื่มผสมกาแฟเปิดรับเทคโนโลยีสูง ดูรีวิวก่อนซื้อ สนใจความยั่งยืน / zero waste
- คาเฟ่ฮิปๆ, Delivery, และตามเทรนด์ TikTok
- **เมนูที่ชอบ** : กาแฟใส่นม, กาแฟแฟนซี , Dirty

ธุรกิจร้านกาแฟ แบ่งเป็น 2 ประเภท

Franchise / Chains

ธุรกิจที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ เป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่อยากจะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง แต่ไม่มีความรู้หรือมีประสบการณ์

ข้อดี

- มีฐานลูกค้ารองรับ
- มีสูตรในการทำเครื่องดื่มให้
- มีระบบหลังร้านให้

ข้อเสีย

- ไม่สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ตามใจชอบ
- รูปแบบสินค้า บริการ และการตกแต่งต้องเป็นไปตามมาตรฐาน
- มีข้อผูกมัดจากสัญญา
- ไม่สามารถเปลี่ยนวัตถุดิบเองได้
- ระยะเวลาคืนทุนอาจจะไม่เป็นไปตามเป้า

ที่มา : www.mavincoffeeroaster.com , ผู้วิเคราะห์

ยกตัวอย่างเชนร้านกาแฟ 2 แบรนด์

Café Amazon (คาเฟ่ อเมซอน)

เป็นเชนกาแฟอันดับ 1 ของไทย มีสาขา 4,922 สาขา มากกว่าทุกเชน เข้าถึงได้ในทุกที่ วางตัวเป็นกาแฟสำหรับทุกคน" (Mass Market) เน้นธรรมชาติ บรรยากาศสบาย เมนูมาตรฐานเมนูสุขภาพ และเมนูพิเศษตามฤดูกาล ราคา 40-75 บาท คุ้มค่าเทียบกับปริมาณ เริ่มจากตั้งร้านในปั๊ม ขยายสู่ในห้าง และ Stand Alone ทำแคมเปญร่วมกับบัตรเครดิต-น้ำมันสร้างแบรนด์ผ่านความยั่งยืน เช่น “Zero Waste” และมีของสะสม เช่น แก้ว กระเป๋า เป็นต้น

PunThai Coffee (กาแฟพันธุ์ไทย)

วางตัวเป็น "กาแฟของคนไทย" ใช้กลยุทธ์ราคาแบบ “Affordable Quality” (คุณภาพดี ราคาประหยัด) 45–70 บาท ราคาเข้าถึงได้ มีเมนูไทยประยุกต์ เช่น กาแฟโตนด มัทฉะโตนด, และชาไทยโตนด ที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ผสมผสานกับส่วนผสมอื่นๆ เพื่อสร้างรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์หอมหวานแบบไทยๆ และใช้ระบบสมาชิก PT Max Card เชื่อมต่อกับสิทธิ์แลกคะแนน ลดราคา, ทำแคมเปญร่วมกับน้ำมัน/ของสะสม รวมถึงการใช้พรีเซนเตอร์ ในการขยายฐานลูกค้า

Independent

ธุรกิจที่มีเจ้าของร้านบริหารเอง 1-3 สาขา ปัจจุบันมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึงร้อยละ 94.4 ของธุรกิจกาแฟทั่วประเทศ มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น สามารถแบ่งได้ 6 ประเภท ดังนี้

1.Mobile coffee Bike

2.coffee car / truck

3.บูธ / ซุ้ม / แผงลอย

4.Kiosk

5.Fit in

6.ร้านแบบ Stand Alone เป็นที่นิยมมากที่สุด

ข้อดี

- มีความหลากหลายของรูปแบบสินค้าบริการ และการตกแต่ง
- สามารถเจาะกลุ่มตลาดลูกค้าเฉพาะได้
- มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์

ข้อเสีย

- มีการแข่งขันสูงมาก
- อาจจะใช้ระยะเวลาคืนทุนนานกว่าร้านกาแฟประเภทเฟรนไชน์(franchise) หากไม่มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี

ที่มา : www.mavincoffeeroaster.com , ผู้วิเคราะห์

ยกตัวอย่างร้าน

Red Diamond Cafe

วางตัวเป็น “Specialty Coffee for Connoisseurs” คือกาแฟคุณภาพสูงระดับโลกที่เหมาะกับผู้ที่มีความรู้เรื่องกาแฟจริงจัง สร้างภาพลักษณ์ แบบ “Luxury – Innovative – Bold” เน้นคัดเลือกเมล็ดกาแฟเกรดพรีเมียมจากทั่วโลก และสร้างคุณค่าจาก “ประสบการณ์” ไม่ใช่เพียงแค่เครื่องดื่ม ในราคา 200 - 1,000 บาท ใช้กลยุทธ์ Word of Mouth มีสาขาน้อย แต่ในย่านใจกลางเมือง เพื่อให้ลูกค้าสร้าง Brand Experience

NANA Coffee Roaster

เป็นแบรนด์ Specialty Coffee ที่เข้าถึง ได้โฟกัสเรื่อง คุณภาพ ความสร้างสรรค์ ใช้เมล็ดไทยผสมกับเมล็ดนอก มีโรงคั่วของตัวเอง ขายเมล็ดกาแฟ และมีWorkshop สอนทำกาแฟ มีบาริสต้าดังในทีม ซึ่งสร้างแบรนด์ผ่านบาริสต้า “คุณภาพสูงแต่ไม่ต้องหรูหราจนเอื้อมไม่ถึง” ราคา 100 - 200 บาท เน้นดีไซน์ร้านที่มีเอกลักษณ์แต่ละสาขา เพื่อดึงดูดทั้งนักชิมกาแฟและสายถ่ายรูป

อุตสาหกรรมกาแฟ

นิยามตามการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล (TSIC)
อ้างอิงตามการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552
ของกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน

แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มผลิต

ประเภทธุรกิจ : 10761 การผลิตกาแฟ

คำอธิบายธุรกิจ : การสกัดคาเฟอีนออกจากกาแฟ และการคั่วกาแฟ การผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟ เช่น กาแฟบด กาแฟสำเร็จรูป กาแฟผสมสมุนไพร เช่น การแฟผสมเห็ดหลินจือ การผลิตสารสกัดจากกาแฟ หรือการใช้ชิโครี่อบและบดผสมกาแฟหรือใช้แทนกาแฟ หรือสิ่งปรุงแต่งอื่น ๆ

ประเภทธุรกิจ : 11043 การผลิตเครื่องดื่มกาแฟ ชาและชาชงสมุนไพรพร้อมดื่ม

คำอธิบายธุรกิจ : การผลิตเครื่องดื่มที่มีกาแฟ ชาและชาชงสมุนไพรเป็นส่วนประกอบหลัก ไม่ว่าจะบรรจุในกระป๋อง ขวดหรือภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทอื่น ๆ เช่น กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม เครื่องดื่มชาเขียวยูเอชทีหรือบรรจุขวด เครื่องดื่มชาชงสมุนไพรบรรจุขวด

กลุ่มขายส่ง/ขายปลีก

ประเภทธุรกิจ : 46318 การขายส่งกาแฟชาโกโก้

คำอธิบายธุรกิจ : การขายส่งกาแฟ ชาและชามาเต้ รวมถึงชาชงสมุนไพร ชนิดกึ่งสำเร็จรูปไม่พร้อมดื่ม การขายส่งโกโก้เพส โกโก้บัตเตอร์ ไขมันและน้ำมันของโกโก้ โกโก้ผงที่ไม่เติมน้ำตาลหรือสารทำให้หวานอื่น ๆ

ประเภทธุรกิจ : 46322 การขายส่งเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

คำอธิบายธุรกิจ : การขายส่งน้ำแร่ธรรมชาติ และน้ำดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท การขายส่งน้ำอัดลม รวมถึงโซดา การขายส่งเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ชาและชาชงสมุนไพรพร้อมดื่ม การขายส่งน้ำผักและผลไม้และน้ำธัญพืช การขายส่งเครื่องดื่มให้พลังงานหรือเครื่องดื่มเกลือแร่และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์อื่น ๆ

ประเภทธุรกิจ : 47222 ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

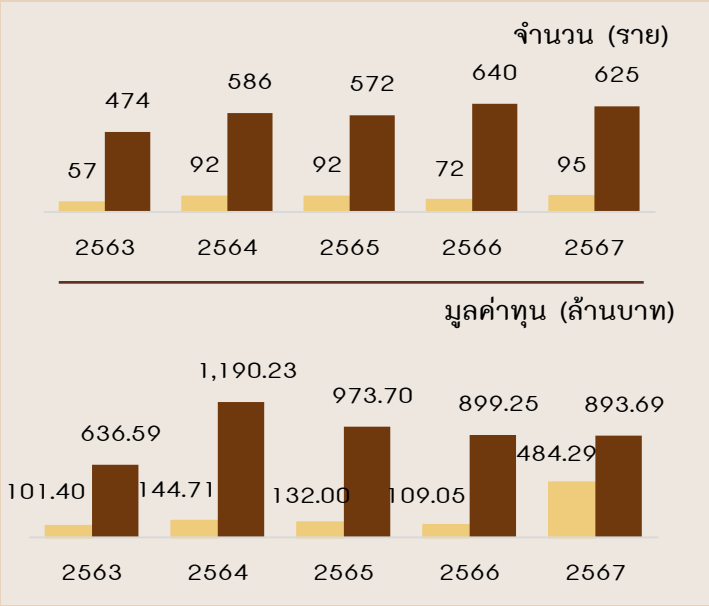
คำอธิบายธุรกิจ : ร้านขายปลีกน้ำแร่ธรรมชาติและน้ำดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ร้านขายปลีกน้ำอัดลม รวมถึงโซดา ร้านขายปลีกเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ชาและชาชงสมุนไพรพร้อมดื่ม ร้านขายปลีกน้ำผักและผลไม้และน้ำธัญพืช ร้านขายปลีกเครื่องดื่มให้พลังงานหรือเครื่องดื่มเกลือแร่และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์อื่น ๆ

ประเภทธุรกิจ : 56302 การบริการด้านเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลักในร้าน

คำอธิบายธุรกิจ : การบริการเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลักในร้านแบบพร้อมบริโภคไม่ว่าจะมีหรือไม่มีความบันเทิง มีที่นั่งหรือไม่มีที่นั่งก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นแบบให้บริการที่โต๊ะ บริการตนเอง นำออกไปดื่มข้างนอก เช่น คอฟฟี่ช็อป ร้านกาแฟร้านน้ำผลไม้

ข้อมูลการจัดตั้งธุรกิจ

•การจัดตั้งธุรกิจ ปี 2563 - 2567



การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 มีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ จำนวน 720 ราย (กลุ่มผลิต 95 ราย และกลุ่มขาย 625 ราย) เพิ่มขึ้นจากปี 2566 จำนวน 8 ราย คิดเป็น 1.12% มูลค่าทุนจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ 1,377.98 ล้านบาท (กลุ่มผลิต 484.29 ล้านบาท กลุ่มขาย 893.69 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นจากปี 2566 จำนวน 369.68 ล้านบาท คิดเป็น 36.67 %

•การเลิกประกอบกิจการ (2563 -2567)

การเลิกประกอบกิจการสะสมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2563 -2567) มีจำนวน 915 ราย มูลค่าทุนจดทะเบียนเลิกประกอบกิจการ 1,682.24 ล้านบาท โดยในปี 2567 มีการจดทะเบียนเลิกประกอบกิจการ 203 ราย (กลุ่มผลิต 21 ราย และกลุ่มขาย 182 ราย) เพิ่มขึ้นจากปี 2566 จำนวน 13 ราย คิดเป็น 6.84 %
มูลค่าทุนจดทะเบียนเลิกประกอบกิจการ 271.40 ล้านบาท (กลุ่มผลิต 23.53 ล้านบาท กลุ่มขาย 247.87 ล้านบาท) ลดลงจากปี 2566 จำนวน 79.31 ล้านบาท คิดเป็น 22.61 %

•การจัดตั้งธุรกิจ 2568 (ม.ค.-มิ.ย.)

การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ ในปี 2568 (ม.ค. – มิ.ย.) จำนวน 415 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 34 ราย คิดเป็น 8.92% และมูลค่าทุนจดทะเบียน 577.21 ล้านบาท ลดลงจากปี 2567 จำนวน 293.60 ล้านบาท คิดเป็น 33.72% (ม.ค. – มิ.ย. 2567 จดทะเบียนจดตั้งธุรกิจใหม่ 381 ราย มูลค่าทุนจดทะเบียน 870.81 ล้านบาท)

•ขนาดธุรกิจ

ธุรกิจขนาดเล็ก (S) 100%

•ประเภทนิติบุคคล

โดยทั้งหมดเป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) เมื่อแบ่งตามประเภทนิติบุคคล พบว่า มีการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลประเภท บริษัทจำกัด 352 ราย (กลุ่มผลิต 42 ราย กลุ่มขาย 310 ราย) และประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 63 ราย (กลุ่มผลิต 1 ราย กลุ่มขาย 62 ราย)

ข้อมูลนิติบุคคลดำเนินกิจการอยู่ ณ 30 มิถุนายน 2568

จำนวน

6,361 ราย

ผลิต 811 ราย

ขาย 5,550 ราย

มูลค่าทุน

39,329.14 ล้านบาท

ผลิต 10,561.65 ล้านบาท

ขาย 28,767.49 ล้านบาท

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 มีนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่จำนวน 6,361 ราย (กลุ่มผลิต จำนวน 811 ราย และกลุ่มขาย 5,550 ราย) มูลค่าทุนจดทะเบียน 39,329.14 ล้านบาท (กลุ่มผลิต จำนวน 10,561.65 ล้านบาท และกลุ่มขาย 28,767.49 ล้านบาท)

- **แยกตามประเภทนิติบุคคล**

บจ.

78.39%

จำนวน 4,986 ราย

มูลค่าทุน 36,014.71 ล้านบาท

ผลิต จำนวน 691 ราย / มูลค่าทุน 10,411.63 ลบ.

ขาย จำนวน 4,295 ราย / มูลค่าทุน 25,603.08 ลบ.

หจก./หสน.

21.55%

จำนวน 1,371 ราย

มูลค่าทุน 1,717.43 ล้านบาท

ผลิต จำนวน 120 ราย / มูลค่าทุน 150.02 ลบ.

ขาย จำนวน 1,251 ราย / มูลค่าทุน 1,567.41 ลบ.

บมจ.

0.06%

จำนวน 4 ราย

มูลค่าทุน 1,597.00 ล้านบาท

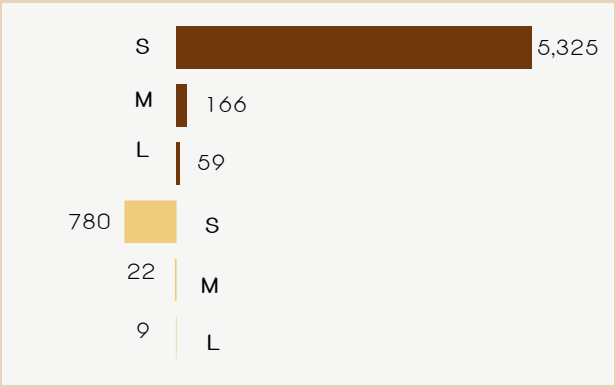
ผลิต จำนวน 0 ราย / มูลค่าทุน 0 ลบ.

ขาย จำนวน 4 ราย / มูลค่าทุน 1,597.00 ลบ.

เมื่อแยกตามประเภทนิติบุคคล พบว่า กว่า 78.39 % เป็นประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 4,986 ราย (กลุ่มผลิต จำนวน 691 ราย และกลุ่มขาย 4,295 ราย) มูลค่าทุนจดทะเบียน 36,014.71 ล้านบาท (กลุ่มผลิต จำนวน 10,411.63 ล้านบาท และกลุ่มขาย 25,603.08 ล้านบาท) เป็นประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล 21.55% มีจำนวน 1,371 ราย (กลุ่มผลิต จำนวน 120 ราย และกลุ่มขาย 1,251 ราย) มูลค่าทุนจดทะเบียน 1,717.43 ล้านบาท (กลุ่มผลิต จำนวน 150.07 ล้านบาท และกลุ่มขาย 1,567.41 ล้านบาท) และประเภทบริษัท(มหาชน)จำกัด 0.06% มีจำนวน 4 ราย (กลุ่มขาย 4 ราย) มูลค่าทุนจดทะเบียน 1,597.00 ล้านบาท (กลุ่มขาย 1,597.00 ล้านบาท)

- **แยกตามขนาดธุรกิจ**

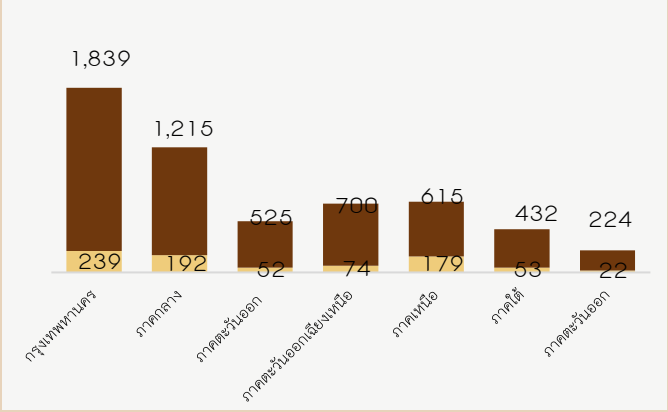
จำนวน (ราย)



เมื่อแยกตามขนาดธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) จำนวน 6,105 ราย (กลุ่มผลิต 780 ราย กลุ่มผู้ขาย 5,325 ราย) รองลงมาเป็นธุรกิจขนาดกลาง (M) จำนวน 188 ราย (กลุ่มผลิต 22 ราย กลุ่มขาย 166 ราย) และเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (L) จำนวน 68 ราย (กลุ่มผลิต 9 ราย กลุ่มขาย 59 ราย)

- **แยกตามที่ตั้งนิติบุคคล**

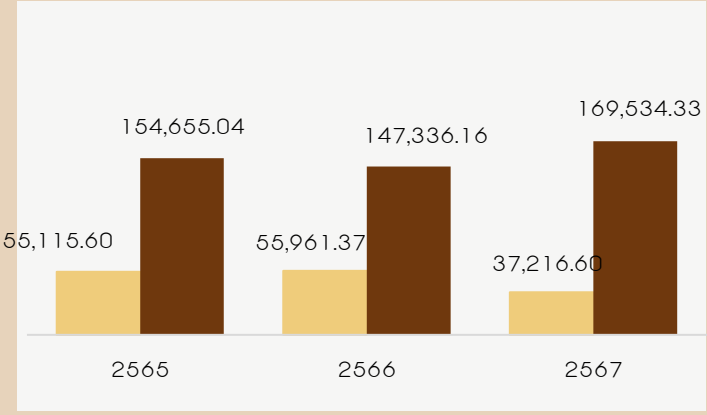
จำนวน (ราย)



ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 2,078 ราย (กลุ่มผลิต จำนวน 239 ราย และกลุ่มขาย 1,839 ราย) คิดเป็น 32.67 % รองลงมา คือ ภาคกลาง จำนวน 1,407 ราย (กลุ่มผลิต จำนวน 192 ราย และกลุ่มขาย 1,215 ราย) คิดเป็น 22.12% และภาคเหนือ จำนวน 794 ราย (กลุ่มผลิต จำนวน 179 ราย และกลุ่มขาย 615 ราย) คิดเป็น 12.48% ตามลำดับ

รายได้ 3 ปีย้อนหลัง (ปี 2565 – 2567)

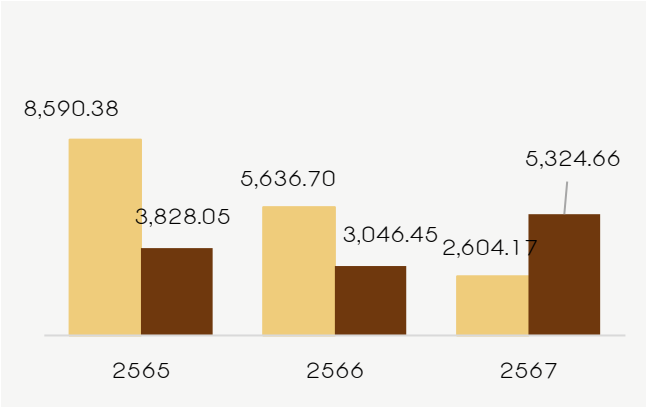
หน่วย (ล้านบาท)



ภาพรวมของผลประกอบการอุตสาหกรรมกาแฟ ถือว่าอยู่ในระดับที่ทรงตัว โดยรายได้รวมปีงบการเงิน 2565 มีรายได้รวม 209,770.64 ล้านบาท (กลุ่มผลิต 55,115.60 ล้านบาท และกลุ่มขาย 154,655.04 ล้านบาท) ปีงบการเงิน 2566 มีรายได้รวม 203,297.53 ล้านบาท (กลุ่มผลิต 55,961.37 ล้านบาท และกลุ่มขาย 147,336.16 ล้านบาท) ลดลงจากปี 2565 จำนวน 6,473.11 ล้านบาท คิดเป็น 3.09% และปีงบการเงิน 2567 มีรายได้รวมอยู่ที่ 206,750.93 ล้านบาท (กลุ่มผลิต 37,216.60 ล้านบาท และกลุ่มขาย 169,534.33 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นจากปี 2566 จำนวน 3,453.40 ล้านบาท คิดเป็น 1.70%

กำไร/ขาดทุน สุทธิ 3 ปีย้อนหลัง (ปี 2565 – 2567)

หน่วย (ล้านบาท)



ในขณะที่ กำไร/ขาดทุน สุทธิ ของธุรกิจ ในปีงบการเงิน 2565 มีกำไรสุทธิ 12,418.43 ล้านบาท (กลุ่มผลิต 8,590.38 ล้านบาท และกลุ่มขาย 3,828.05 ล้านบาท) ในปีงบการเงิน 2566 มีกำไรสุทธิ 8,683.15 ล้านบาท (กลุ่มผลิต 5,636.70 ล้านบาท และกลุ่มขาย 3,046.45 ล้านบาท) มีกำไรลดลงจากปี 2565 จำนวน 3,735.28 ล้านบาท คิดเป็น 30.08% และในปีงบการเงิน 2567 มีกำไรสุทธิ 7,928.84 ล้านบาท (กลุ่มผลิต 2,604.17 ล้านบาท และกลุ่มขาย 5,324.66 ล้านบาท) มีกำไรลดลงจากปี 2566 จำนวน 754.31 ล้านบาท คิดเป็น 8.69%

ทั้งนี้ เห็นได้ว่าในอุตสาหกรรมกาแฟมีผู้ประกอบการจำนวนมาก มีการแข่งขันสูง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มขายส่ง/ขายปลีก มากกว่ากลุ่มผลิต ด้วยเหตุนี้ ผลกระทบจากราคากาแฟในตลาดโลกที่มีความผันผวนสูง และจำนวนร้านกาแฟในตลาดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมไปถึงสงครามราคาและโปรโมชั่นที่มีการแข่งขันสูง อาจส่งผลต่อรายได้ของอุตสาหกรรมที่ทรงตัว และสัดส่วนกำไรที่ลดลง ดังนั้น ธุรกิจควรปรับตัว หาจุดแข็ง ความแตกต่าง และทำการตลาดที่แตกต่าง

อย่างไรก็ตามการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล (TSIC) ไม่ได้มีการแบ่งรูปแบบธุรกิจร้านกาแฟอย่างชัดเจนในรูปแบบ Franchise/chain และ Independent ในบทวิเคราะห์ฉบับนี้ จึงได้รวบรวมข้อมูลบริษัทกลุ่มตัวอย่างที่ปรากฏในตลาดอุตสาหกรรมของไทยในปัจจุบัน ดังนี้

บริษัทกลุ่มตัวอย่าง

- Franchise / Chain -

1. บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท กาแฟพันธุ์ไทย จำกัด
3. บริษัท แบล็ค แคนยอน (ประเทศไทย) จำกัด
4. บริษัท โกลเด้นครีม จำกัด
5. บริษัท บางจาก รีเทล จำกัด
6. บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออริจินอล จำกัด
7. บริษัท คอฟฟี่ คอนเซ็ปต์ รีเทล จำกัด
8. บริษัท ทรู ไลฟ์สไตล์ รีเทล จำกัด
9. บริษัท หนึ่งต่อสอง จำกัด
10. บริษัท เค.วี.เอ็น.อิมปอร์ตเอกซ์ปอร์ต (1991) จำกัด

หมายเหตุ : เลือกกลุ่มตัวอย่างจากเชนร้านกาแฟชื่อดังในไทย

- Independent -

1. บริษัท ปลัดการคั่ว จำกัด
2. บริษัท โรสท์ รันเนอร์ คอฟฟี่ จำกัด
3. บริษัท คินเนสท์ กรุ๊ป จำกัด
4. บริษัท อินเตอร์คอฟ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
5. บริษัท คูราสุ จำกัด
6. บริษัท ฟิล คอฟฟี่ จำกัด
7. บริษัท 999คิดบวก จำกัด
8. บริษัท นานา แอนด์ เฟรนด์ คอฟฟี่ โรสเตอร์ จำกัด
9. บริษัท บอททอมเลส 2020 จำกัด
10. บริษัท บาริสต้า โปรเจกต์ จำกัด

หมายเหตุ : เลือกกลุ่มตัวอย่างจากร้าน Specialty Coffee ชื่อดัง และมีบาริสต้าได้รับรางวัล

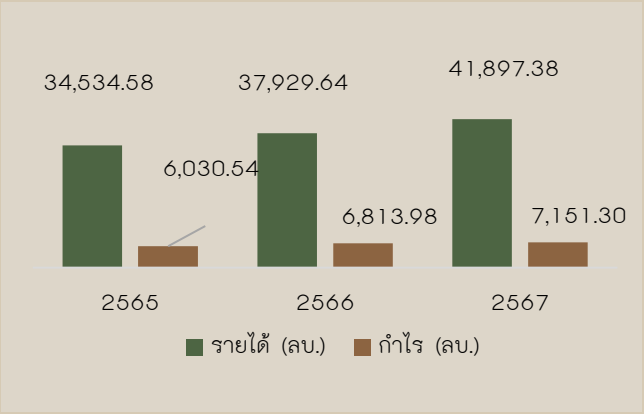
ธุรกิจร้านกาแฟแบบไหนดีกว่ากัน

Franchise / Chain

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 10 แบรนด์

ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า โดยส่วนใหญ่ 70 % เป็นธุรกิจขนาด L และ 90% มีที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร

ผลประกอบการ 3 ปี ย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2565 - 2567



Net Profit Margin	17.46%	17.96%	17.07%

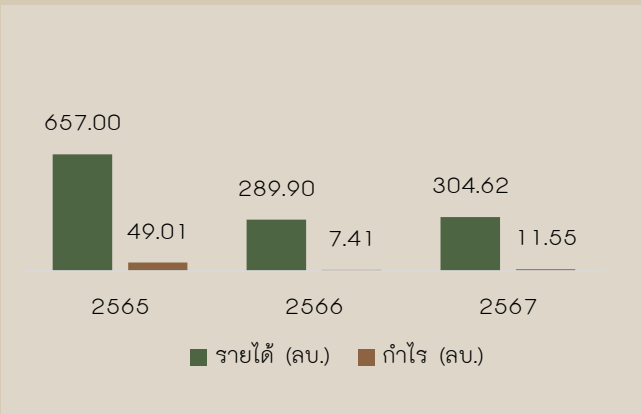
จากผลประกอบการย้อนหลัง 3 ปี จะเห็นได้ว่า ปี 2566 มีรายได้เพิ่มขึ้น 9.83% มีกำไรเพิ่มขึ้น 12.99% จากปีก่อนหน้า ปี 2567 มีรายได้เพิ่มขึ้น 10.44% มีกำไรเพิ่มขึ้น 4.95% จากปีก่อนหน้า และ Net Profit Margin ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 17.50% ซึ่งมีรายได้เติบโตเฉลี่ยปีละ 10% สามารถสร้างรายได้และกำไรแบบมั่นคงระยะยาว ได้หากบริหารดี ได้เปรียบเรื่องต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale) เช่น ซื้อวัตถุดิบถูกกว่า

Independent

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 10 แบรนด์

ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า โดยส่วนใหญ่ 90 % เป็นธุรกิจขนาด S และ 90% มีที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร

ผลประกอบการ 3 ปี ย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2565 - 2567



Net Profit Margin	7.46%	2.56%	3.79%

จากผลประกอบการย้อนหลัง 3 ปี จะเห็นได้ว่า ปี 2566 มีรายได้ลดลง 55.9% มีกำไรลดลง 84.87% จากปีก่อนหน้า ปี 2567 มีรายได้เพิ่มขึ้น 5.08% มีกำไรเพิ่มขึ้น 55.83% จากปีก่อนหน้า และ Net Profit Margin ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.60% มีความผันผวนสูง ซึ่งจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟมีผู้แข่งขันจำนวนมาก ประกอบกับราคาวัตถุดิบมีความผันผวน จึงทำให้ร้านต้องมีการปรับตัวตลอดเวลา และการรักษาฐานลูกค้าก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน ควรสร้างแบรนด์ให้ชัดผ่าน Story / Concept ร้าน ความเชี่ยวชาญด้านกาแฟ" ให้เป็นจุดขายเฉพาะ (Specialty)

กลุ่มตัวอย่างธุรกิจประเภท Franchise / Chains

อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin : NPM.) เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไรของบริษัท ซึ่งบ่งชี้ว่าบริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้ดี ทำให้มีกำไรเหลืออยู่มากเมื่อเทียบกับรายได้.

Cafe Amazon

ชื่อบริษัท	บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)
รายได้	23,166.66* ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	5,988.77* ล้านบาท
NPM.	25.85%
จำนวนสาขา	4,922 สาขา

เรตราคา 40 - 90 บาท

*รายได้และกำไร คำนวนมาจากรายงานประจำปี ของกลุ่มธุรกิจ Lifestyle ของบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)

1:2 Coffee

ชื่อบริษัท	บริษัท หนึ่งต่อสอง จำกัด
รายได้	289.55 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	48.71 ล้านบาท
NPM.	16.82%
จำนวนสาขา	54 สาขา

เรตราคา 55 – 100 บาท

PunThai Coffee

ชื่อบริษัท	บริษัท กาแฟพันธุ์ไทย จำกัด
รายได้	3,049.39 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	291.64 ล้านบาท
NPM.	9.56%
จำนวนสาขา	1,347 สาขา

เรตราคา 40 - 75 บาท

Starbucks

ชื่อบริษัท	บริษัท คอฟฟี่ คอนเซ็ปต์ รีเทล จำกัด
รายได้	10,513.31 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	977.86 ล้านบาท
NPM.	9.30%
จำนวนสาขา	525 สาขา

เรตราคา 95 – 220+ บาท

Chaodoi Coffee

ชื่อบริษัท	บริษัท เค.วี.เอ็น.อิมปอร์ต เอกซ์ปอร์ต (1991) จำกัด
รายได้	2,005.44 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	92.83 ล้านบาท
NPM.	4.63%
จำนวนสาขา	292 สาขา

เรตราคา 40 - 80 บาท

Black Canyon

ชื่อบริษัท	บริษัท แบล็ค แคนยอน (ประเทศไทย) จำกัด
รายได้	1,283.63 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	13.69 ล้านบาท
NPM.	1.07%
จำนวนสาขา	367 สาขา

เรตราคาเครื่องดื่ม 70 – 110 บาท

Inthanin Coffee

ชื่อบริษัท	บริษัท บางจาก รีเทล จำกัด
รายได้	1,100.76 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	11.75 ล้านบาท
NPM.	1.07%
จำนวนสาขา	1,060 สาขา

เรตราคา 40 - 80 บาท

D,ORO

ชื่อบริษัท	บริษัท โกลเด้นครีม จำกัด
รายได้	194.40 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	-30.93 ล้านบาท
NPM.	-15.91%
จำนวนสาขา	100 สาขา

เรตราคา 60 - 95 บาท

Doi Chang

ชื่อบริษัท	บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออริจินอล จำกัด
รายได้	29.40 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	-16.73 ล้านบาท
NPM.	-56.90%
จำนวนสาขา	46 สาขา

เรตราคา 60 – 100 บาท

True Coffee

ชื่อบริษัท	บริษัท ทรู ไลฟ์สไตล์ รีเทล จำกัด
รายได้	264.85 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	-226.29 ล้านบาท
NPM.	-85.44%
จำนวนสาขา	70 สาขา

เรตราคา 80 - 250 บาท

กลุ่มตัวอย่างธุรกิจประเภท Independent

อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin : NPM.) เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไรของบริษัท ซึ่งบ่งชี้ว่าบริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้ดี ทำให้มีกำไรเหลืออยู่มากเมื่อเทียบกับรายได้.

NANA Coffee Roaster*

ชื่อบริษัท	บริษัท นานา แอนด์ เฟรนด์ คอฟฟี่ โรสเตอร์ จำกัด
รายได้	44.21 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	4.11 ล้านบาท
NPM.	9.29%

เรตราคา 100 – 250 บาท

*ดำเนินธุรกิจภายใต้ concept “คุณภาพสูงแต่ไม่ต้องหรูหราจนเอื้อมไม่ถึง” โดยการสร้างแบรนด์ผ่านบาริสต้าดังในทีมปัจจุบันมีสาขาทั้งใน กทม. และต่างจังหวัด และเน้นดีไซน์ร้านที่เป็นเอกลักษณ์

factory coffee

ชื่อบริษัท	บริษัท บาริสต้า โปรเจกต์ จำกัด
รายได้	70.18 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	6.14 ล้านบาท
NPM.	8.75%

เรตราคา 100 – 250 บาท

Kurasu Bangkok

ชื่อบริษัท	บริษัท คูราสุ จำกัด
รายได้	3.53 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	0.22 ล้านบาท
NPM.	6.32%

เรตราคา 100 – 250 บาท

Ministry of Roasters (กระทรวงการคั่ว)

ชื่อบริษัท	บริษัท ปลัดการคั่ว จำกัด
รายได้	15.88 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	0.78 ล้านบาท
NPM.	4.94%

เรตราคา 100 – 250 บาท

Roots

ชื่อบริษัท	บริษัท คินเนสท์ กรุ๊ป จำกัด
รายได้	47.43 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	1.38 ล้านบาท
NPM.	2.90%

เรตราคา 100 – 250 บาท

Bottomless (บอททอมเลส)

ชื่อบริษัท	บริษัท บอททอมเลส 2020 จำกัด
รายได้	46.03 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	0.71 ล้านบาท
NPM.	1.53%

เรตราคา 100 – 250 บาท

Red Diamond Cafe

ชื่อบริษัท	บริษัท อินเตอร์คอฟ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
รายได้	26.00 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	0.12 ล้านบาท
NPM.	0.45%

เรตราคา 200 – 1,000 บาท

Roast Runner

ชื่อบริษัท	บริษัท โรสท์ รันเนอร์ คอฟฟี่ จำกัด
รายได้	15.24 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	-0.14 ล้านบาท
NPM.	-0.95%

เรตราคา 100 – 250 บาท

Rolling Roasters

ชื่อบริษัท	บริษัท 999คิดบวก จำกัด
รายได้	30.46 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	-0.45 ล้านบาท
NPM.	-1.49%

เรตราคา 100 – 300 บาท

Phil Coffee Co

ชื่อบริษัท	บริษัท ฟิล คอฟฟี่ จำกัด
รายได้	5.67 ล้านบาท
กำไร/ขาดทุน สุทธิ	-1.30 ล้านบาท
NPM.	-22.95%

เรตราคา 100 – 250 บาท

บทสรุป

อุตสาหกรรมกาแฟทั้งระดับโลกและประเทศไทยกำลังเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยในปี 2024 ตลาดกาแฟโลกมีมูลค่าสูงถึง 269.27 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะขยายตัวถึง 369.46 พันล้านดอลลาร์ภายในปี 2030 ด้วยอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 5.3% จากการที่กาแฟกลายมาเป็นเครื่องดื่มประจำวัน จึงทำให้การบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น ซึ่งในไทย พบว่า อัตราการบริโภคเพิ่มจาก 180 เป็นกว่า 340 แก้วต่อคนต่อปี สะท้อนถึงการเติบโตของตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ มูลค่าตลาดในประเทศจึงแตะระดับ 65,000 ล้านบาท

ไทยสามารถผลิตเมล็ดกาแฟได้ ทั้งสายพันธุ์อาราบิก้าและโรบัสต้า โดยมีพื้นที่ปลูกกว่า 220,000 ไร่ทั่วประเทศ ซึ่งผลิตได้ประมาณ 40,000–50,000 ตัน/ปี แต่เป็นกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) เพียง 5,000 ตันเท่านั้น ซึ่งการผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ ส่งผลให้ต้องนำเข้าเมล็ดกาแฟมากขึ้น โดยในปี 2568 (ม.ค. - พ.ค.) มีมูลค่าการนำเข้าสูงถึง 8,387 ล้านบาท และมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 2,411 ล้านบาท

พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน จากการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปสู่กาแฟสด และกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) โดยกลุ่มผู้บริโภคแต่ละเจนเนอเรชันมีความต้องการต่างกัน ตั้งแต่ Gen X ที่เน้นความสะดวกไปจนถึง Gen Y และ Z ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ ไลฟ์สไตล์ และความยั่งยืน ส่งผลให้รูปแบบร้านกาแฟมีความหลากหลายมากขึ้นในเชิงโครงสร้างธุรกิจ สมารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1. **Franchise/chain** เช่น Café Amazon, PunThai Coffee **ได้เปรียบด้านแบรนด์ เข้าถึงง่าย มีสาขามากและ Net Profit Margin สูงเฉลี่ย 17.5%**

2. Independent เช่น NANA Coffee Roaster, Red Diamond Cafe **เน้นคุณภาพ ประสบการณ์และความเฉพาะตัว แต่มีต้นทุนสูง และกำไรเฉลี่ยเพียง 4.6%**

โดยข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า **ข้อมูลจดทะเบียนธุรกิจ** ปี 2568 (ม.ค. - มิ.ย.) มีการจัดตั้งธุรกิจใหม่ 415 ราย เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 8.9% แต่ทุนจดทะเบียนลดลง 33.7% ส่วนใหญ่ (96%) เป็นธุรกิจขนาดเล็ก และตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ (33%) สะท้อนภาพการแข่งขันที่สูงและความสนใจในตลาดกาแฟอย่างต่อเนื่อง **และข้อมูลผลประกอบการย้อนหลัง** พบว่า รายได้รวมของธุรกิจกาแฟอยู่ในระดับทรงตัว แต่กำไรสุทธิเริ่มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ผลิต ขณะที่ธุรกิจประเภท Franchise/chain สามารถรักษา Net Profit Margin เฉลี่ยที่ 17.5% ส่วนธุรกิจประเภท Independent มีอัตรากำไรเฉลี่ยเพียง 4.6% สะท้อนถึงความท้าทายในการบริหารจัดการต้นทุนและสร้างความแตกต่างในตลาดที่อิ่มตัว

ธุรกิจกาแฟในไทยยังคงมีโอกาสเติบโต โดยเฉพาะในกลุ่มกาแฟคุณภาพและการสร้างแบรนด์ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ อย่างไรก็ตาม การแข่งขันที่รุนแรงและต้นทุนที่ผันผวน ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญอย่างรอบคอบและมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน