

## การเมืองเรื่องกาแฟ POLITICS OF COFFEE

วีรณัฐ พรหมจักร

Weeranuch Promjuk

ไทป์ก เลียงธนาธิราช

ThaipakLiangthanarak

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

Mahamakut Buddhist University, Sri Lanchang Campus, Loei Province

E-mail: Weeranuch.pr@mbu.ac.th



วันที่รับบทความ: 4 กันยายน 2567; วันที่แก้ไขบทความ: 28 กันยายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 30 กันยายน 2567

Received: September 4, 2024; Revised: September 28, 2024; Accepted: September 30, 2024

### บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อชี้ให้เห็นถึงประวัติความเป็นมาของกาแฟ ความเชื่อมโยงของวัฒนธรรมการดื่มกาแฟ ร้านขายกาแฟหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “คาเฟ่” ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยเป็นสถานที่รวมตัว พบปะแลกเปลี่ยนแนวความคิด รวมถึงถ่ายทอดอุดมการณ์ทางการเมือง การต่อสู้ทางอุดมการณ์ทางการเมืองผ่านเครื่องดื่มชั้นล่าง รวมทั้งเรื่องราวของห่วงโซ่ทางการค้าของกาแฟที่มีปัจจัยทางเศรษฐกิจการเมืองของกาแฟ ที่ส่งผลต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการก่อเกิดของวัฒนธรรมคาเฟ่ ที่มีความเกี่ยวข้องทางการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง โดยแสดงให้เห็นถึงบทบาทของร้านกาแฟที่ไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ขายเครื่องดื่ม แต่ยังเป็นสถานที่พบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ด้านการเมืองอีกด้วย นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นมูลค่าของการค้าของกาแฟในปัจจุบันซึ่งเกี่ยวเนื่องกับนโยบายขององค์กรกาแฟโลกที่สำคัญ อันจะเป็นข้อมูลหรือแนวทางในการพัฒนาพืชชนิดนี้

คำสำคัญ: กาแฟ, การเมือง, คาเฟ่

### Abstract

This article aims to highlight the history of coffee, its cultural connections, and the role of coffee shops, commonly known as "cafés," from the past to the present. It explores how cafés have become gathering places for exchanging ideas and disseminating political ideologies. The article also delves into the political struggles associated with coffee

consumption, particularly among the lower class, and examines the coffee trade chain, which has been shaped by economic and political factors. The influence of coffee on the global economy and its connection to political movements is shown through the development of café culture. Cafés are not only places where beverages are sold, but they have also played a significant role in political discussions and intellectual exchanges. Moreover, the article outlines the current value of the coffee trade, which is closely linked to the policies of major international coffee organizations. This information serves as a guide for the future development and popularity of coffee as a crop.

**Keywords:** Coffee; Politics; Café

## บทนำ

กาแฟโดยแหล่งกำเนิดแล้วเป็นพืชพื้นเมืองของอาบิซีเนีย (Abyssinia) และอาราเบีย (Arabia) ถูกค้นพบในศตวรรษที่ 6 ราวปี ค.ศ. 575 ในประเทศอาระเบีย (Arabia) และในขณะเดียวกันบางท่านก็กล่าวว่ากาแฟเป็นพืชพื้นเมืองที่พบในเมืองคัฟฟา (Kaffa) ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศเอธิโอเปีย (Ethiopia) กาแฟจึงได้ชื่อเรียกตามจังหวัดนี้ และยังสามารถแตกต่างกันออกไปอีกมาก แหล่งกำเนิดเดิมของกาแฟมาจากประเทศอาบิซีเนีย หรือแถบประเทศอาราเบีย หรือประเทศอาหรับ ตะวันออกกลาง สมัยนั้นไม่มีผู้ใดให้ความสนใจเท่าใดนักจนกระทั่งล่วงเลยมาถึงศตวรรษที่ 9 มีการเลี้ยงแพะชาวอาราเบียคนหนึ่งชื่อ คาลดี (Kaldi) นำแพะออกไปเลี้ยงตามปกติ แพะได้กินผลไม้สีแดงชนิดหนึ่งเข้าไปแล้วเกิดอาการคึกคะนองผิดปกติ จึงได้นำเรื่องไปเล่าให้ชาวมุสลิมท่านหนึ่งฟัง จึงได้นำผลของต้นไม้นั้นมาแกะเทาะเปลือกเอาเมล็ดไปคั่วแล้วต้มในน้ำร้อนดื่มเห็นว่ามีผลกระปรี้กระเปร่า จึงนำไปเล่าให้คนอื่นฟังต่อไป ชาวอาราเบียจึงได้เริ่มรู้จักต้นกาแฟมากขึ้น จึงทำให้กาแฟแพร่หลายเพิ่มขึ้นจากประเทศอาราเบีย เข้าสู่ประเทศอิตาลี เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน ฝรั่งเศส

ชาวอาระเบียเรียกพืชนี้ว่า “คะวาร์” (Kawah) หรือ “คะเวห์” (Kaweh) ซึ่งแปลว่าพลัง (strength) หรือความกระปรี้กระเปร่า (vigor) ชาวตุรกีเรียกว่า “คะเวห์” (Kaveh) ต่อมาการเรียกชื่อกาแฟจึงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งต่างๆของโลก เช่น คัฟฟี (Koffee) ในอังกฤษเรียกว่า “คอฟฟี่” (coffee) อันเป็นชื่อที่รู้จักและใช้ในปัจจุบันนี้ เมื่อมาถึงประเทศไทยคนไทยเรียกว่า โกปี๊ ข้าวแผ่ และกาแฟในที่สุด (<https://www.nlcoffee.net/content/5961> /ประวัติความเป็นมาของ “กาแฟ”: รูปแบบออนไลน์)

ในระยะแรกก่อนที่มีการใช้กาแฟเป็นเครื่องดื่มกระตุ้นกำลังและคลายความเหนื่อยล้า คนโบราณใช้กาแฟเป็นอาหารและเป็นยารักษาโรค โดยจะนำเมล็ดกาแฟที่แห้งแล้วนำมาบด และนำไปผสมกับน้ำมัน ปั่นเป็นลูก แล้วนำมารับประทาน นอกจากนี้ยังพบว่า มีการใช้เมล็ดกาแฟนำไปหมักเป็นไวน์อีกด้วย จากนั้นก็มีการนำเมล็ดกาแฟมาคั่ว และนำมาชงเป็นเครื่องดื่มแสนอร่อย และเริ่มแพร่หลายมากยิ่งขึ้น โดยในศตวรรษที่ 13 กาแฟคั่วกลายเป็นสินค้าที่สร้างผลกำไรอย่างมากมายให้กับดินแดนอาราเบีย จากนั้นเมล็ดกาแฟคั่วก็ถูก

นำไปยังประเทศตุรกีในปี ค.ศ.1554 จากตุรกีก็เผยแพร่ไปที่อิตาลีในปี ค.ศ. 1615 จากอิตาลีไปยังประเทศฝรั่งเศสในปี ค.ศ. 1644 และหลังจากนั้นไม่นาน วัฒนธรรมการดื่มกาแฟก็แพร่กระจายไปทั่วยุโรป

การแพร่กระจายของกาแฟถูกนำเข้ามาในอาระเบียและกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของชาวมุสลิมในช่วงศตวรรษที่ 15 ในรูปแบบของ “กาแฟดำ” (Qahwa) ที่มีกบรีโกลิในระหว่างสวดมนต์ ต่อมาในศตวรรษที่ 16 กาแฟแพร่กระจายไปยังประเทศอียิปต์ ซีเรีย ตุรกี และเปอร์เซีย และกลายเป็นเครื่องดื่มที่นิยมในอาระเบีย กาแฟได้เข้าสู่ยุโรปในช่วงศตวรรษที่ 17 โดยเริ่มจากอิตาลีและขยายตัวอย่างรวดเร็วในอังกฤษ ฝรั่งเศส และเนเธอร์แลนด์ การเกิดขึ้นของ “คาเฟ่” ในยุโรปทำให้กาแฟกลายเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมการพูดคุยและการพบปะสังสรรค์ (Wild, 2004 : 152)

ในยุโรป คาเฟ่เป็นศูนย์กลางของการรวมตัวของผู้คนที่มีแนวคิดทางการเมือง ตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 เป็นต้นมา คาเฟ่ในลอนดอน ปารีส และเวียนนา ได้กลายเป็นสถานที่พบปะของนักคิด นักการเมือง และนักปฎิวัติ การสนทนาภายในคาเฟ่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางการเมืองและสังคม เช่น การปฏิวัติฝรั่งเศสในปี 1789 คาเฟ่กลายเป็นสถานที่ที่ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนความคิดและสร้างแนวคิดทางการเมืองใหม่ ๆ ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Weinberg & Bealer, 2001: 97) จะเห็นได้ว่า “คาเฟ่” หรือ ร้านกาแฟไม่ได้เป็นแค่ร้านขายเครื่องดื่ม แต่ยังเป็นสถานที่พบปะพูดคุยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แม้ว่ารูปแบบจะเปลี่ยนไปให้ทันสมัยตามกาลเวลา แต่รูปแบบของการพบปะหรือที่เรียกติดปากว่า “สภากาแฟ” นั้นก็ยังคงเป็นเอกลักษณ์ของร้านกาแฟอยู่นั่นเอง

ปัจจุบันกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เพราะเป็นเครื่องดื่มที่มีสารให้ความกระปรี้กระเปล่าและสร้างความสดชื่นต่อร่างกาย เป็นสัญลักษณ์ของการเริ่มต้นใหม่ในยามเช้า หรือแม้กระทั่งยามบ่าย รวมถึงมีรสชาติที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกดื่มตามเหมาะสมของแต่ละบุคคล วัฒนธรรมการดื่มกาแฟเกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก โดยเกิดขึ้นจากยุคอาณานิคมที่ชาวยุโรปนำกาแฟมาเผยแพร่ในดินแดนต่าง ๆ และในยุคร่วมสมัยที่วัฒนธรรมร้านกาแฟ หรือคาเฟ่ได้แทรกซึมเข้ามาผ่านรูปแบบวิถีชีวิตความเป็นเมือง และเมื่อโลกเปิดการค้าเสรี กาแฟได้เดินทางไปสู่ทวีปยุโรปและอเมริกาในเวลาต่อมา จากเครื่องดื่มที่เป็นเพียงยารักษาโรคและเครื่องดื่มประจำศาสนาก็พัฒนาเป็นเครื่องดื่มที่ถูกนำมาใช้ในงานสังคมและพบปะสังสรรค์มากขึ้น จนพัฒนารูปแบบและวิธีการชงกาแฟที่หลากหลายแตกต่างกันในแต่ละเชื้อชาติ ที่พัฒนาผ่านยุคสมัยมาหลายศตวรรษตั้งแต่เป็นร้านกาแฟข้างทาง ที่มีกบรีโกลิรวมตัวของชาวบ้านในการเสวนาข่าวสาร หรือเรื่องสัพเพเหระ จนเรียกขานกันติดปากว่า “สภากาแฟ” จนพัฒนามาเป็นคาเฟ่สุดหรู ในยุคปัจจุบัน

เรื่องราวของ “กาแฟ” ของแต่ละประเทศ มีนัยยะที่สำคัญมากกว่าเป็นเครื่องดื่มธรรมดาๆ ทั่วไป ทั้งสัญลักษณ์ของการแบ่งชนชั้น จุดเชื่อมกันของคนในสังคม ตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจสำคัญของบางประเทศ ฯลฯ นอกจากนี้กาแฟยังถูกนำไปต่อยอดเป็นเมนูที่หลากหลาย ด้วยส่วนผสมและกรรมวิธีต่าง ๆ ที่ยกระดับให้ “กาแฟ” กลายเป็นเครื่องดื่มที่ยอดเยียมมากกว่าเดิม เสมือนงานศิลปะมีชีวิต ดังคำกล่าวของ Thomas Jefferson ที่ว่า “Coffee – the favorite drink of the civilized world.”

## เนื้อหา

### 1. ที่มาของ “สภากาแฟ” หรือวัฒนธรรม “กาแฟ”

ร้านกาแฟแห่งแรกของโลกเปิดในกรุงคอนสแตนติโนเปิลในปี 1475 ซึ่งปัจจุบันรู้จักกันในชื่ออิสตันบูล การดื่มกาแฟที่บ้านได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรประจำวันและเพื่อแสดงการต้อนรับแขกภายนอก โดยผู้คนในสมัยนั้นไปเยี่ยมชมร้านกาแฟไม่เพียงแต่ดื่มกาแฟเท่านั้น แต่ยังเพื่อสนทนา ฟังเพลง ดูนักแสดง เล่นหมากรุก ชุบชิบ และติดตามข่าวสาร หากไม่มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เรามีในปัจจุบัน ร้านกาแฟก็อาจจะยังคงเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนและรวบรวมข้อมูลอย่างรวดเร็ว พวกเขามักถูกเรียกว่า “โรงเรียนแห่งปัญญา” และในแต่ละปีมีผู้แสวงบุญหลายพันคนที่มาเยือนเมกกะจากทั่วทุกมุมโลก ความรู้เกี่ยวกับ “ไวน์แห่งอาราเบีย” นี้ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วก็เริ่มแพร่กระจาย

จากนั้นประวัติความเป็นมาของกาแฟก็เริ่มเปลี่ยนไป เครื่องดื่มแปลกใหม่นี้สร้างความตื่นเต้นให้กับนักเดินทางชาวยุโรปที่เต็มไปด้วยความหลงใหล เมื่อถึงศตวรรษที่ 17 กาแฟจึงได้แพร่กระจายไปยังยุโรปและได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั่วทั้งทวีป ประวัติศาสตร์กาแฟของยุโรปเริ่มต้นขึ้นในอิตาลี ซึ่งนำเข้าจากจักรวรรดิออตโตมัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพ่อค้าชาวเมืองเวนิสมีส่วนทำให้กาแฟได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในภูมิภาคยุโรป และในปี 1645 ร้านกาแฟสไตล์ยุโรปแห่งแรกก็ได้เปิดขึ้นในเมืองเวนิสในปี 1645 การดื่มกาแฟกลายเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ที่ดี โดยเฉพาะสำหรับคนมีฐานะร่ำรวย กาแฟยังได้รับความนิยมอย่างมากในอังกฤษผ่านทางบริษัท Dutch East India Company และ British East India Company ร้านกาแฟแห่งแรกในอังกฤษเปิดในอ็อกซ์ฟอร์ดในปี 1651 และอีกหลายร้านตามมาอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในลอนดอน ร้านกาแฟเป็นร้านกาแฟสำหรับผู้ชายเท่านั้น ซึ่งพวกเขาสามารถพูดคุยเรื่องธุรกิจ ข่าวสาร และการเข้าสังคมได้ ว่ากันว่ากิจการและแนวคิดทางธุรกิจมากมายเริ่มต้นขึ้นในร้านกาแฟในลอนดอน (<https://www.nescafe.com/th/th-th/coffee-culture/coffee-knowledge/coffee-history> 22/04/67)

กาแฟได้เผยแพร่ในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ในปี ค.ศ. 1669 โดยสุไลมาน อากา เอกอัครราชทูตประจำราชสำนักของพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 แห่งฝรั่งเศส เขาติดอาวุธด้วยถุงกาแฟที่อธิบายว่าเป็น “เครื่องดื่มวิเศษ” เพียงสองปีต่อมาในปี 1671 ชาวอาร์เมเนียที่ใช้ช้อปาสคาลได้เปิดบูธดื่มกาแฟที่งานแสดงสินค้าแห่งชาติแซร์กแมง ผู้เยี่ยมชมเรียนรู้อย่างรวดเร็วที่จะมองหาชื่อ “เปติ นัวร์” ที่ยังคงดำรงอยู่ นี่เป็นจุดเริ่มต้นของร้านกาแฟสไตล์ปารีส ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจให้ร้านกาแฟเปิดทำการทั่วฝรั่งเศส ในอีก 30 ปีต่อมา กาแฟกลายเป็นอาหารหลักทางวัฒนธรรมในออสเตรีย เยอรมนี สเปน และที่อื่น ๆ ของยุโรปด้วย อย่างไรก็ตาม การปลูกกาแฟในยุโรปอาจจะไม่ค่อยเหมาะสมมากนัก เนื่องจากมีสภาพอากาศที่เย็นกว่าตามธรรมชาติ พ่อค้าชาวยุโรปจึงเริ่มปลูกกาแฟที่อื่นในเวลาต่อมา (<https://www.nescafe.com/th/th-th/coffee-culture/coffee-knowledge/coffee-history> 22/04/67)

ในปัจจุบัน การบริโภคกาแฟทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีข้อมูลจาก International Coffee Organization (ICO) ระบุว่าในปี 2023 การบริโภคกาแฟทั่วโลกอยู่ที่ประมาณ 177.3 ล้านถุง (60 กิโลกรัมต่อถุง) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2022 ที่มีการบริโภคอยู่ที่ 167.2 ล้านถุง โดยประเทศที่มีการบริโภคกาแฟ

สูงสุดยังคงเป็นสหรัฐอเมริกาและประเทศในยุโรป เช่น เยอรมนีและฝรั่งเศส โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริโภคกาแฟชนิดพิเศษ (Specialty Coffee) ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในหลายประเทศ (International Coffee Organization, 2023) นอกจากนี้ยังพบว่าในภูมิภาคเอเชีย การบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้นอย่างมากในประเทศจีนและอินเดีย โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณ 3 - 4% ต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงความนิยมในการบริโภคกาแฟที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วในตลาดเกิดใหม่ (Euromonitor International, 2023: 73)

## 2. กาแฟกับการเมือง

สภาพกาแฟได้กลายเป็นสถานที่รวมตัวอีกทั้งเป็นสถานที่จุดชนวนการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่างๆ อย่างการพิมพ์หนังสือปรีชนิเพียพิสุจน์ทฤษฎีการโคจรของดวงดาวของไอแซค นิวตัน ที่ได้กลายเป็นรากฐานของวิทยาศาสตร์ฟิสิกส์สมัยใหม่จากการสนทนาภายในร้านกาแฟเซ็นต์ตันสแตน การปฏิวัติการเงินการค้าเป็นระบบทุนนิยมจากหนังสือ ความมั่งคั่งของชาติ ที่เขียนโดย อัดัม สมิท จากการเรียบเรียงในร้านกาแฟ การปฏิวัติฝรั่งเศสที่เกิดขึ้นจากการปลุกระดมของ การ์มิล เดส์มูแลง หน้าร้านกาแฟเดอฟอย และยังเป็นจุดการเปลี่ยนแปลงการดื่มกาแฟอีกด้วย

เมื่อชาวยุโรปได้เกิดการปฏิวัติการเกษตรขึ้นในศตวรรษที่ 15 ชาวยุโรปเหล่านั้นได้นำอ้อยเข้ามาปลูกในแถบเมดิเตอร์เรเนียนในช่วงฤดูร้อนและพัฒนาวิธีการสกัดน้ำมันจากผลโอลีฟมาใช้คั้นน้ำอ้อยกับทำให้น้ำตาลตกผลึก ซึ่งการกระทำทั้งหมดยังใช้แรงงานคนและสัตว์ แต่เนื่องจากบริเวณยุโรปมีช่วงที่เป็นฤดูหนาวที่น้ำในแม่น้ำเป็นน้ำแข็ง ทำให้บ่อยครั้งพื้นที่ปลูกอ้อยเกิดความเสียหายและมีพื้นที่ปลูกอยู่น้อย เช่น ไชปรัส เลเวน ซิซิลี และอันดาลูเซีย เป็นต้น ส่งผลให้ชาวยุโรปอย่างสเปนกับโปรตุเกสได้นำอ้อยไปปลูกยังอาณานิคมในโลกใหม่ เช่น หมู่เกาะมาเดรา หมู่เกาะคะเนรี หมู่เกาะบาร์เบโดส และทวีปอเมริกา เป็นต้น

ประกอบกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมในช่วงต้นศตวรรษที่ 17 ทำให้มีการผลิตน้ำตาลออกมาเป็นจำนวนมากจนราคาน้ำตาลในตลาดโลกตกลงมาก ทำให้มีความพยายามที่จะนำน้ำตาลมาผลิตเป็นสินค้าอื่นอย่างแยมและลูกกวาด และนำน้ำตาลมาใช้ประกอบอาหารมากขึ้น ซึ่งได้รวมถึงการนำน้ำตาลมาผสมใส่ในกาแฟแทนการใส่น้ำผึ้ง

แม้ว่ากาแฟเป็นที่นิยมมากขึ้นไปทั่วทั้งยุโรปดังจะเห็นได้จากการเกิดขึ้นของร้านกาแฟจำนวนมาก แต่กาแฟยังคงเป็นสินค้านำเข้าที่ผูกขาดโดยพ่อค้ามุสลิม ซึ่งสูญเสียรายได้จากการค้าเครื่องเทศในศตวรรษที่ 17 โดยเฉพาะเยเมนที่เป็นแหล่งปลูกกาแฟหลักในจักรวรรดิออตโตมันตั้งแต่ปี ค.ศ. 1536 ความนิยมในกาแฟที่มากขึ้นทำให้ชาวยุโรปเริ่มหาหนทางที่จะลดการพึ่งพากาแฟนำเข้า โดยเฉพาะดัตช์ ซึ่งเป็นผู้นำเข้ากาแฟรายใหญ่จากตะวันออกกลาง ชาวอาหรับเองก็ต้องการคงการผูกขาดเอาไว้ จึงควักกาแฟทุกเมล็ดไม่ให้สามารถนำไปปลูกได้และไม่ให้ชาวต่างชาติเข้าถึงแหล่งการปลูกกาแฟ (<https://www.silpa-mag.com/2024/22/04/67>)

อย่างไรก็ตาม ชาวอาหรับก็ต้องเริ่มสูญเสียการผูกขาดไป เมื่อนักเดินเรือชาวดัตช์คนหนึ่งได้ลักลอบนำเอาต้นกาแฟหรือไม่ก็เมล็ดกาแฟที่ยังไม่คั่วออกจากเมืองเอเดนในปี ค.ศ. 1616 และนำไปปลูกที่เรือนกระจกในประเทศดัตช์ได้สำเร็จ ทำให้ดัตช์นำกาแฟไปปลูกในอาณานิคมของตนในปัตตาเวียและชวาในช่วงทศวรรษ 1720 กาแฟจากดัตช์ที่มีราคาถูกกว่ากาแฟของอาหรับ ขณะเดียวกันฝรั่งเศสก็ได้นำกาแฟที่ได้รับจากดัตช์ใน

ค.ศ. 1714 ไปปลูกยังหมู่เกาะอินเดียตะวันตกอย่างหมู่เกาะมาร์ตีนิก ซานโตโดมิงโก และกัวเดอลุป รวมทั้งดินแดนในละตินอเมริกาอย่างบราซิล เฮติ และคิวบา

นอกจากนี้บริษัทอินเดียตะวันออกของอังกฤษยังได้นำกาแฟไปปลูกยังอินเดียด้วย ส่งผลให้ราคากาแฟในตลาดโลกลดลงจนกาแฟของพวกมุสลิมไม่สามารถสู้ราคาได้และสูญเสียการผูกขาดกาแฟไป อีกทั้งกาแฟจากอาณานิคมเหล่านั้นก็ได้เข้ามาตีตลาดภายในดินแดนตะวันออกกลางด้วย นอกจากกาแฟที่ส่งมาตีตลาดภายในดินแดนตะวันออกกลางแล้ว น้ำตาลก็ได้มีการส่งเข้ามาตีตลาดด้วย โดยเฉพาะน้ำตาลที่ผลิตจากโรงผลิตน้ำตาลที่เมืองมาร์เซย์ (Marseilles) ที่ผลิตออกมามากมาย แม้ว่าดินแดนในตะวันออกกลางจะมีการผลิตน้ำตาลทรายและใช้น้ำตาลในการปรุงแต่งอาหารมาก่อนการค้นพบกาแฟ แต่การนำเข้าน้ำตาลได้ส่งผ่านวิธีการดื่มของชาวยุโรปที่ผสมน้ำตาลในกาแฟด้วย ทำให้ชาวเติร์กได้ใช้น้ำตาลผสมลงในกาแฟ เพื่อลดความขมของกาแฟจากอาณานิคมตะวันตก ซึ่งเปลี่ยนวิธีการดื่มกาแฟแบบดั้งเดิมจากที่ไม่เคยมีการใส่น้ำตาลไปและยังได้เพิ่มปริมาณการบริโภคกาแฟอาณานิคมเพิ่มขึ้นด้วย (<https://www.silpa-mag.com/2024/22/04/67>)

วัฒนธรรมการใส่น้ำตาลลงในกาแฟนี้จึงได้กระจายความนิยมไปทั่วทั้งดินแดนในตะวันออกกลางภายในเวลาไม่นานนักในช่วงศตวรรษที่ 18 ถึงกระนั้นก็มีบางแห่งที่ไม่ได้มีการดื่มกาแฟใส่น้ำตาลอย่างอียิปต์และพวกเบคูอินในอาระเบีย ซึ่งปัจจุบันนี้ก็ยังนิยมดื่มกาแฟไม่ใส่น้ำตาล โดยเฉพาะเบคูอินที่ยังปรุงและดื่มกาแฟอาหรับ (Arabic Coffee) ที่ใส่ลูกกระวานสดเหมือนกาแฟในสมัยแรก ๆ

สาเหตุสำคัญที่ทั้งกาแฟและน้ำตาลสามารถเข้ามาตีตลาดภายในดินแดนตะวันออกกลาง นอกจากจะเป็นเรื่องของราคาของสินค้าที่ถูกกว่าแล้ว ยังมีสาเหตุอีกประการหนึ่งคือ การทำสนธิสัญญาสิทธิสภาพนอกอาณาเขตระหว่างออตโตมันกับชาติมหาอำนาจยุโรปต่าง ๆ โดยเฉพาะฝรั่งเศส ซึ่งทำให้พ่อค้าเอกชนในบังคับของต่างชาติสามารถเข้าไปทำการค้าขายได้โดยไม่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขการเสียภาษีนอกศาสนาและข้อจำกัดอื่นๆ ของออตโตมันเช่นเดียวกับคนในบังคับของออตโตมัน

### 3. ห่วงโซ่ทางการค้าของกาแฟ

ปัจจัยที่สำคัญของห่วงโซ่มูลค่าโลกของกาแฟ ขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจการเมืองของกาแฟ (the political economy of coffee) กล่าวคือ (1) มากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ของการผลิตกาแฟเกิดขึ้นในประเทศที่กำลังพัฒนา ในขณะที่การบริโภคเครื่องดื่มที่ทำมาจากกาแฟเกิดขึ้นในประเทศอุตสาหกรรม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ประเทศซีกโลกเหนือและประเทศซีกโลกใต้ (North-South Relation) (2) ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง กาแฟได้กลายเป็นสินค้าที่มีการซื้อขายกันมากที่สุดอันดับที่ 2 รองจากน้ำมันดิบ (3) ความพยายามในการควบคุมการซื้อขายกาแฟระหว่างประเทศเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงศตวรรษที่ 20 ทำให้กาแฟเป็นสินค้าชนิดแรกที่มีการควบคุม (4) ประเทศที่กำลังพัฒนาจำนวนมากมีรายได้ในสัดส่วนที่สูงจากการส่งออกกาแฟ (5) รัฐบาลของประเทศที่ผลิตกาแฟตั้งแต่อดีตได้ปฏิบัติต่อกาแฟในฐานะสินค้าที่มีความสำคัญทางยุทธศาสตร์ (strategic commodity)

รัฐบาลประเทศเหล่านั้นเคยควบคุมตลาดกาแฟภายในประเทศและคุณภาพของการผลิตหรือการออกกฏอย่างเข้มงวดตั้งแต่การเกิดขึ้นของตลาดการค้าเสรีในช่วงทศวรรษที่ 1980 และ 1990 (Stefano Ponte, 2004 : 2 - 3) ห่วงโซ่มูลค่าโลกของกาแฟสามารถแบ่งได้ออกเป็นสองช่วง โดยอิงบริบททางประวัติ

ศาสตรกลงคือ ขววงเวลาในระบอบของข้อตกลงกาแฟสากล (international coffee agreement regime) ระหว่างปี 1962 - 89 (Stefano Ponte, 2004: 57) และช่วงเวลาหลังระบอบข้อตกลงกาแฟสากล (Post ICA regime) ตั้งแต่ปี 1989 ถึงปัจจุบัน

ในช่วงเวลาภายใต้ระบอบ ICA ราคาเป้าหมาย (target price) ของกาแฟได้ถูกกำหนด และโควตาการส่งออกได้ถูกแบ่งปันไปยังแต่ละผลิตภัณฑ์ เมื่อราคาที่เป็นดัชนี (indicator price) ซึ่งถูกคำนวณโดยองค์การกาแฟสากล (International Coffee Organization หรือ ICO) ปรับตัวสูงขึ้นกว่าราคาที่ตั้งไว้ (set price) การจำกัดโควตาจะถูกผ่อนปรนลง ในทางกลับกัน ถ้าราคาปรับตัวต่ำกว่าราคาที่ตั้งไว้ การจำกัดโควตาจะมีความเข้มข้นมากขึ้น นอกจากนี้

ปี 1975 - 77 ราคา กาแฟเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากทำให้ต้องยกเลิกการจำกัดโควตาจนกว่าราคา กาแฟจะปรับตัวต่ำลง ระหว่างระยะเวลาของระบอบ ICA นั้น ห่วงโซ่กาแฟโลกไม่ได้ถูกขับเคลื่อนโดยตัวแสดงใดๆ และเป็นไปไม่ได้ที่รัฐที่ผลิตหรือบริโภค กาแฟจะสามารถควบคุมมันได้ การค้าขาย กาแฟระหว่างประเทศได้ถูกควบคุมโดยข้อตกลงทางสินค้าการสร้างเสถียรภาพภายในของ ICA ผนวกกับตลาดที่ถูกควบคุม (regulated market) ในประเทศที่ผลิต กาแฟ ได้สร้างสิ่งแวดล้อมเชิงสถาบันที่มีเสถียรภาพที่ซึ่งกฎต่าง ๆ ได้ถูกทำให้ชัดเจน และสร้างอัตราส่วนทางรายได้ที่เป็นธรรมระหว่างประเทศผู้บริโภคและประเทศผู้ผลิต รูปแบบการแลกเปลี่ยนที่เป็นเนื้อเดียวกันนี้ได้จำกัดความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่มันทำให้ประเทศต่าง ๆ มั่นใจว่าสินค้าจะถูกพุงราคาผ่านราคาอันสูงที่ ICA สร้างขึ้น (Stefano Ponte, 2004: 49)

ในยุคหลังระบอบ ICA ได้แสดงลักษณะของสิ่งที่ Gereffi เรียกว่า “ห่วงโซ่ที่มีแรงขับเคลื่อนโดยผู้ซื้อ (buyer - driven chain)” ซึ่ง Ponte เรียกว่า “ห่วงโซ่ที่มีแรงขับเคลื่อนโดยคั่วกาแฟ” (roaster-driven chain) ตัวเลือกทางยุทธศาสตร์ถูกสร้างขึ้นโดยผู้คั่วกาแฟในช่วง 10 - 15 ปีหลังนี้ซึ่งมันได้สร้างอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมไม่เพียงแคในภาคส่วนของผู้คั่วกาแฟ แต่ยังรวมถึงภาคส่วนอื่น ๆ ในกระแสน (upstream) อีกด้วย อีกทั้งการนำเอาหลักการจัดการสินค้าคงคลังโดยผู้จำหน่าย (supplier-managed inventory หรือ SMI) (ได้เพิ่มสิ่งจำเป็นใหม่ ๆ สำหรับการการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้การ out-sourcing supply management ถือเป็นตัวอย่างหนึ่งของการ externalization ของหน้าที่ที่ไม่ใช่ของศูนย์กลางกระแสน (upstream) สิ่งจำเป็นใหม่ๆ ที่ถูกกำหนดโดยผู้คั่วกาแฟบนปริมาณขั้นต่ำที่ต้องการจากต้นกำเนิดแต่ละแห่งให้รวมในส่วนใหญ่ เปรียบเสมือนการสร้างอุปสรรคทางการเข้าสู่อุตสาหกรรมให้กับประเทศที่เป็นผู้ผลิต ซึ่งอุปสรรคดังกล่าวครั้งหนึ่งเคยถูกสร้างขึ้นโดยรัฐบาลบนหลักการพื้นฐานของการเจรจาตกลงกันภายใต้กรอบของระบอบ ICA แต่ปัจจุบันบริษัทเอกชนได้เป็นผู้กำหนดสิ่งเหล่านี้บนพื้นฐานของความต้องการของตลาด (John M. Talbot, 2004: 51)

นับตั้งแต่โลกได้รู้จักกับกาแฟครั้งแรกในเอธิโอเปีย กาแฟก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงตัวของมันเองและมันก็ได้เปลี่ยนแปลงโลกไปอย่างมาก เมื่อเดินทางเข้าสู่โลกอิสลาม เมล็ดที่ใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา ก็ได้เปลี่ยนเป็นเครื่องดื่มสวดมนต์ทางสังคม ชาวมุสลิมเหล่านั้นก็ได้นำมันส่งต่อไปยังยุโรปผ่านระบบการค้าขายแบบผูกขาด แต่เมื่อกาแฟได้เป็นสิ่งปูทางไปสู่การค้าเสรีของชาวยุโรป ระบบการค้าผูกขาดของชาวตะวันออก

กลางก็ไม่สามารถต้านทานต่อระบบใหม่นี้และยังผลักดันให้ดินแดนตะวันออกกลางออกห่างจากการมีส่วนร่วมในการค้าขายกาแฟในระบบการค้าโลก

ปัจจุบันกาแฟได้กลายเป็นสินค้าที่สำคัญของหลายทวีปโดยในปี 2023 การค้ากาแฟทั่วโลกยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในแต่ละทวีป โดยทวีปต่าง ๆ มีสัดส่วนการผลิตและส่งออกที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนดังนี้

### 1. อเมริกาใต้

อเมริกาใต้เป็นทวีปที่มีการผลิตกาแฟมากที่สุดในโลก โดยประเทศที่เป็นผู้นำ ได้แก่ บราซิล ซึ่งส่งออกกาแฟคิดเป็นมูลค่าประมาณ 7.35 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2023 นอกจากนี้ โคลอมเบีย และ เปรู ก็เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในภูมิภาคนี้ โดยโคลอมเบียส่งออกกาแฟมูลค่าประมาณ 2.91 พันล้านดอลลาร์ (Craft Coffee Spot, World's Top Exports 2023: 69)

### 2. เอเชีย

เอเชียเป็นทวีปที่มีการเติบโตในตลาดกาแฟสูง โดยมี เวียดนาม เป็นประเทศผู้ผลิตกาแฟรายใหญ่อันดับต้นๆ ของโลก ส่งออกกาแฟคิดเป็นมูลค่า 3.37 พันล้านดอลลาร์ ในปี 2023 นอกจากนี้ อินโดนีเซีย และ อินเดีย ก็มีบทบาทสำคัญในตลาดกาแฟของเอเชียเช่นกัน แม้ว่าอินโดนีเซียจะมีการลดลงของปริมาณการผลิตเนื่องจากสภาพอากาศ

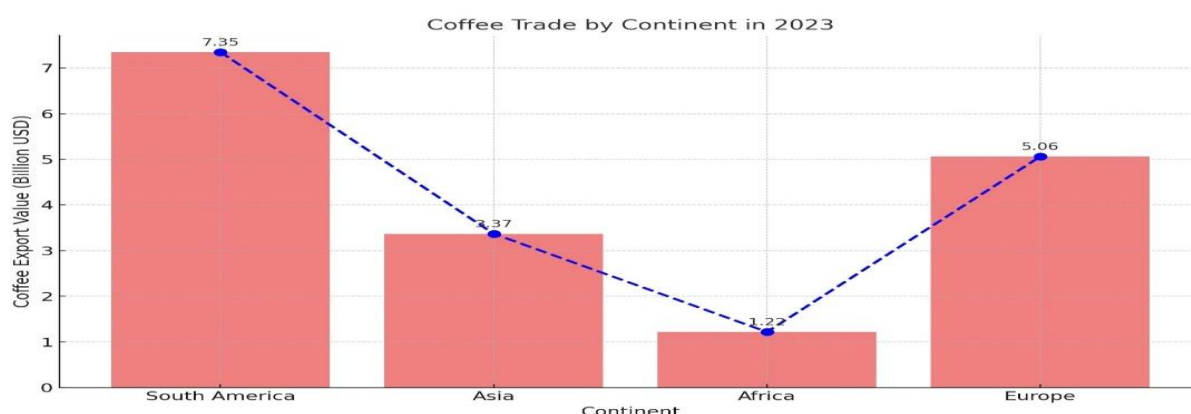
### 3. แอฟริกา

ทวีปแอฟริกามีประเทศผู้ผลิตกาแฟรายใหญ่อ่าง เอธิโอเปีย ซึ่งส่งออกกาแฟมูลค่าประมาณ 1.22 พันล้านดอลลาร์ และ ยูกันดา ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 831.6 ล้านดอลลาร์ ในปี 2023 ทั้งนี้ แอฟริกา มีการลดลงของการส่งออกเนื่องจากปัญหาสภาพอากาศและความไม่แน่นอนในอุตสาหกรรมกาแฟ

### 4. ยุโรป

ยุโรปเป็นผู้บริโภคกาแฟรายใหญ่ โดยประเทศที่นำเข้ากาแฟมากที่สุดในปี 2023 ได้แก่ เยอรมนี และ อิตาลี ซึ่งเยอรมนีนำเข้ากาแฟมูลค่าประมาณ 5.06 พันล้านดอลลาร์ และอิตาลีนำเข้าประมาณ 2.6 พันล้านดอลลาร์ (The Observatory of Economic Complexity, World's Top Exports 2023: 159)

โดยสรุป การค้ากาแฟในปี 2023 ยังคงมีการเติบโตในหลายภูมิภาค โดยเฉพาะอเมริกาใต้และเอเชีย ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีบทบาทสำคัญในตลาดการผลิตและส่งออกกาแฟระดับโลก โดยเปรียบเทียบสรุปเป็นแผนภูมิดังนี้



### ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงการค้ากาแฟทวีปอเมริกาใต้ เอเชีย แอฟริกา และยุโรปในปี 2023

นโยบายการค้ากาแฟโลกถูกควบคุมและกำหนดโดยหลายองค์กรมุ่งเน้นทั้งด้านการควบคุมปริมาณการผลิต การรักษาราคาตลาด และความยั่งยืนในอุตสาหกรรมกาแฟ โดยมีองค์กรหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1) องค์การกาแฟระหว่างประเทศ (International Coffee Organization - ICO) เป็นหน่วยงานหลักในการประสานงานและร่วมมือระหว่างประเทศผู้ผลิตและประเทศผู้บริโภคกาแฟ โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการผลิตกาแฟที่ยั่งยืน รวมถึงการจัดการผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อการผลิตกาแฟทั่วโลก ICO ยังดูแลข้อตกลงกาแฟระหว่างประเทศ (International Coffee Agreement - ICA) ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานในตลาดกาแฟ (ICO, 2024: 42)

2) Fairtrade International เป็นองค์กรที่ส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม โดยเน้นการสนับสนุนเกษตรกรรายย่อยเพื่อให้ได้ราคาที่เป็นธรรม มีการควบคุมมาตรฐานและการรับรองคุณภาพสำหรับกาแฟที่ผลิตในระบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคนงาน การค้าภายใต้ระบบ Fairtrade มีการควบคุมมาตรฐานอย่างเข้มงวดเพื่อปกป้องสิทธิของเกษตรกรและคนงานในอุตสาหกรรมกาแฟ (Fairtrade International, 2024)

3) The Coffee Guide เป็นเอกสารสำคัญที่ให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการผลิตกาแฟโลก รวมถึงการคาดการณ์และการจัดการความท้าทายที่เกิดจากความผันผวนของราคาและผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศ เอกสารนี้จัดทำขึ้นโดยความร่วมมือของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมกาแฟกว่า 70 คน เพื่อให้ข้อมูลที่แม่นยำและทันสมัยแก่ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม (International Trade Centre, 2024: 59)

โดยข้อมูลจากองค์กรข้างต้นจะช่วยสนับสนุนความเข้าใจการกำหนดนโยบายการค้ากาแฟในระดับโลกเช่นระเบียบข้อบังคับออร์แกนิกของสหภาพยุโรป 2018/848 - ตัวเลือกในการปรับตัวสำหรับ PO ที่ได้รับการรับรองการค้าที่เป็นธรรมและออร์แกนิก ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ทำให้กาแฟได้มาตรฐานที่จะนำไปสู่การบริโภคกาแฟที่มีคุณภาพต่อไป รวมถึงเป็นแนวทางให้เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟได้ปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกทั้งสภาพแวดล้อมและแนวโน้มรสนิยมการดื่มกาแฟในปัจจุบันซึ่งจะส่งผลต่อการผลิตให้ได้คุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดนั่นเอง

## สรุป

เห็นได้ว่าการกาแฟไม่ใช่แค่เครื่องดื่มที่ให้ความสดชื่นต่อร่างกายเท่านั้น แต่ยังมีการแข่งขันที่ความเป็นอัตลักษณ์ของชาติการดื่มกาแฟ แข่งชิงพื้นที่ของความเป็นชนชั้น และสถานภาพการเป็นผู้บริโภคกาแฟ ทุกวันนี้แม้กาแฟจะเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายเรียกได้ว่าทุกคน สามารถเข้าถึงเครื่องดื่มที่เรียกว่า “กาแฟ” ได้นั้น แต่ก็ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า ระดับของคาเฟ่ หรือระดับของเมล็ดกาแฟที่บริโภคนั้นก็มีการแบ่งแยกการเข้าถึงอยู่นั่นเอง

ปัจจุบันกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่นิยมดื่มกันมาก เนื่องจากมีคุณสมบัติหลายประการ ได้แก่ กลิ่นและรสชาติของกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่กลิ่นและรสชาติของกาแฟแม้จะถูกใจเพียงใดก็ยังไม่ทำให้มีผู้ดื่มได้มากเท่าที่เป็นอยู่ หากไม่มีปัจจัยอื่น ๆ สนับสนุน นอกจากนี้อาหารที่มีสารประกอบอินทรีย์ประเภทแอลคาลอยด์ที่เรียกว่า กาเฟอีน (Caffeine) ซึ่งมีผลต่อระบบประสาทและระบบกล้ามเนื้อของมนุษย์ ทำให้ผู้ดื่มกาแฟตื่นตัว

ไม่่วงซึม ทำให้นิยมดื่มกันมาก รวมทั้งกาแฟอื่นยังมีคุณสมบัติคล้ายยาเสพติดอย่างอ่อน ผู้ที่ดื่มกาแฟจึงมักต้องการดื่มเป็นประจำอย่างที่บ้านเรียกว่า “ติดกาแฟ” ก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มีผู้ดื่มกาแฟกันมาก ปรากฏการณ์อย่างหนึ่งที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากการดื่มกาแฟและน่าสนใจเป็นพิเศษ คือ เมื่อเกิดสถานที่ขายกาแฟ หรือร้านกาแฟที่ชงกาแฟบริการลูกค้าให้นั่งดื่มที่ร้านได้ ก็เกิดความนิยมอย่างรวดเร็วในทวีปยุโรป ร้านกาแฟแห่งแรกตั้งขึ้นที่เมืองเวนิส ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2167 ในอังกฤษตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2195 ต่อมาอีก 23 ปี คือ ปี พ.ศ. 2218 ก็เกิดร้านกาแฟอีกมากมาย เฉพาะในกรุงลอนดอนก็มีกว่า 3,000 ร้านแล้ว ความน่าสนใจมิใช่จำนวนร้านกาแฟที่เพิ่มขึ้นอย่างมากมาย แต่เป็นพฤติกรรมของผู้ดื่มกาแฟที่ชอบจับกลุ่มพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ถกเถียง วิพากษ์วิจารณ์เรื่องราวต่าง ๆ กันอย่างกว้างขวางและเป็นประจำ โดยเฉพาะเรื่องการบริหารการเมือง อย่างที่เรียกในสำนวนไทยว่าเป็น “สภากาแฟ” นั่นเอง

## เอกสารอ้างอิง

- คณะศ ก้งวานสุโร. (2552). กาแฟ: ประวัติและพัฒนากาแฟดื่ม. ศิลปวัฒนธรรม ฉบับเมษายน. นิตยสารสารคดี. (2555). 327 พฤษภาคม 2555.
- สแตนเดจ, ทอม. (2549). ประวัติศาสตร์โลกใน 6 แก้ว. แปลจาก A History of the World in 6 Glasses. Dalby, A. (2000). Dangerous tastes – The story of spices. California: University of California Press.
- Euromonitor International. (2008). “Coffee in the Middle East,” in Hot Drinks in Egypt (Online). Available: [http://www.euromonitor.com/Hot\\_Drinks\\_in\\_Egypt](http://www.euromonitor.com/Hot_Drinks_in_Egypt) (Access Date: 18 February 2008).
- Galloway, J. H. (2000). Trading in tastes – Sugar. In Kiple, K. F., & Ornelas, K. C. (Eds.), The Cambridge world history of food Vol. 1 (pp. 641 - 653). New York: Cambridge University Press.
- International Coffee Organization. (2008). Coffee, in Botanical Aspects (Online). Available: <http://www.ico.org/botanical.asp> (Access Date: 25 January 2008).
- International Coffee Organization. (2022). International Coffee Agreement (ICA) 2022. Retrieved from [https://www.ico.org/documents/cy2021-22/pr-329e-ica-2022.pdf&#8203;contentReference\[oaicite:0\]{index=0}](https://www.ico.org/documents/cy2021-22/pr-329e-ica-2022.pdf&#8203;contentReference[oaicite:0]{index=0}).
- International Trade Centre. (2021). The Coffee Guide (4th ed.). International Trade Centre. Retrieved from [https://intracen.org/resources/publications/the-coffee-guide-fourth-edition&#8203;contentReference\[oaicite:1\]{index=1}](https://intracen.org/resources/publications/the-coffee-guide-fourth-edition&#8203;contentReference[oaicite:1]{index=1}).
- Lewis, B. (1995). The Middle East – 2000 years of history from the rise of Christianity to the present day. London: Phoenix Press.
- Magnsson, M. (2015). The sustainable business case book. NY: Flat World Knowledge. Retrieved from

[http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/reader/3157?e=gittell\\_1.0-ch07\\_s02](http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/reader/3157?e=gittell_1.0-ch07_s02).

Pendergrast, M. (1999). *Uncommon grounds*. New York: Basic Books.

Ponte, S. (2004). *Standards and sustainability in the coffee sector; A global value chain approach*. The Sustainable Commodity Initiative, Canada: International Institute for Sustainable Development.

Talbot, J. M. (2004). "Where does your coffee dollar go? The division of income and surplus along the coffee commodity chain." *Studies in Comparative International Development*, 1(32), 56 - 91.

Topik, S., & Clarence-Smith, W. G. (2003). *The global coffee economy in Africa, Asia, and Latin America, 1500-1989*. Cambridge University Press.

Weinberg, B. A., & Bealer, B. K. (2001). *The world of caffeine: The science and culture of the world's most popular drug*. Routledge.

Wild, A. (2004). *Coffee: A dark history*. W. W. Norton & Company.

Wikipedia. (2007). "Coffee," in *Arabic coffee* (Online). Available: [http://en.wikipedia.org/wiki/Arabic\\_coffee](http://en.wikipedia.org/wiki/Arabic_coffee) (Access Date: 25 December 2007).