

การวิเคราะห์โซ่คุณค่าและสัดส่วนผลกำไรของผลิตภัณฑ์กาแฟอาราบิก้าพรีเมียมของไทย
ในตลาดประเทศญี่ปุ่น
The Value Chain Analysis and Margin Analysis of Thai Premium Arabica Coffee
in Japan Market

ณัฐพล รังสฤษฏ์วรการ^{1*} และสุเทพ นิมস্য²

Nattaphon Rangsaritvorakarn^{1*} and Suthep Nimsai²

¹ศูนย์ความเป็นเลิศการวิจัยด้านโลจิสติกส์และเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เชียงราย 57100

²สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพฯ 10400

¹Business Economics and Logistics Research Excellence Center (Be-Logist), School of Management
Mae Fah Luang University, Chiang Rai, Thailand 57100

²Food Business Management, College of Management, Mahidol University, Bangkok, Thailand 10400

*Corresponding author: Nattaphon.ran@mfu.ac.th

Received: February 08, 2021

Revised: August 29, 2021

Accepted: September 22, 2022

Abstract

This study aimed to analyze the value-added processes within the value chain of specialty arabica coffee produced in Chiang Rai province of Thailand for exporting to the Japan market and to study portions of profit gained by each stakeholder along the value chain. The sampling locations were Thailand and Japan. The population used in the study consisted of 20 specialty coffee farmers in Chiang Rai, 32 Thai coffee bean collectors and roasters in Chiang Rai, Chiang Mai and Bangkok, 2 Japanese brokers, 2 transportation providers in Bangkok, 1 agricultural government agency, 28 importers in Japan and 16 Japanese coffee shop owners who used Thai specialty coffee beans. The results of the study revealed that the key persons involved in the supply chain were classified into two groups; 1) Thai processors and 2) Japanese brokers who collected non-roasted specialty coffee in Thailand and exported to Japan. There was differentiation in margin for each group. Japanese broker earned margin from collecting activity than Thai processor at approximately 1.40 Baths/cup. However, margin earned by Japanese roasters was higher than Thai roasters at approximately 3.70 Baths/cup which resulted in a coffee shop's margin of approximately 1 Bath/cup.

Keywords: specialty coffee, arabica coffee, value chain, margin analysis, supply chain

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กระบวนการการเพิ่มมูลค่าภายในโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมกาแฟอาราบิกาเกรดพรีเมียมที่ผลิตในจังหวัดเชียงรายของประเทศไทย ในการส่งออกไปสู่ตลาดประเทศญี่ปุ่น และศึกษาสัดส่วนผลกำไรที่เกี่ยวข้อง (Stakeholder) แต่ละหน้าที่ได้รับ เพื่อนำไปต่อยอดสู่การศึกษาการแข่งขันในด้านการวิเคราะห์ตลาดต่อไป ทั้งนี้พื้นที่ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 แหล่งหลัก ได้แก่ ประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่น ประชากรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย เกษตรกรผู้ปลูกเมล็ดกาแฟพิเศษจำนวน 20 ราย ผู้รวบรวมและแปรรูป (คั่ว) ชาวยไทยจำนวน 32 ราย ซึ่งอยู่ที่จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และกรุงเทพฯ โบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่นจำนวน 2 ราย ตัวแทนส่งออกและขนส่งจำนวน 2 ราย ผู้เกี่ยวข้องภาครัฐ 1 ราย ตัวแทนนำเข้าประเทศญี่ปุ่นและเป็นผู้แปรรูปกาแฟจำนวน 28 ราย และเจ้าของร้านค้ากาแฟในประเทศญี่ปุ่นจำนวน 16 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้เกี่ยวข้องในโซ่คุณค่ามีการเพิ่มมูลค่าแตกต่างกัน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้แปรรูปและส่งออกชาวไทย และโบรกเกอร์ที่เข้ามารวบรวมสินค้าในประเทศไทยและส่งออกเองไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปในประเทศไทย ซึ่งส่งผลต่อ

ต้นทุนและความแตกต่างของผลกำไร โดยพบว่าผลกำไรของโบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่นที่ขนย้ายเมล็ดกาแฟพิเศษไทยไปแปรรูปที่ประเทศญี่ปุ่น มีผลกำไรด้านการรวบรวมน้อยกว่าผู้รวบรวมชาวไทยประมาณ 1.40 บาท แต่ผลกำไรในกิจกรรมการคั่วหรือแปรรูป สูงกว่าการคั่วในประเทศไทยประมาณ 3.70 บาทต่อแก้ว ซึ่งส่งผลให้สัดส่วนผลกำไรร้านค้ากาแฟจำหน่ายให้กับผู้บริโภคแตกต่างกัน 1 บาทต่อแก้ว

คำสำคัญ: กาแฟพิเศษ อาราบิกา โซ่คุณค่า กำไร โซ่อุปทาน

คำนำ

ปัจจุบันกาแฟถือเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดในอุตสาหกรรมกาแฟไทยอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งผู้ประกอบการได้มีการนำเอานวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟ เพื่อมุ่งเน้นการตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น กาแฟเพื่อสุขภาพและเสริมความงาม กาแฟพร้อมดื่มพรีเมียม หรือกาแฟผสมสำเร็จรูปที่มุ่งเน้นผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตเร่งรีบและต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น (Charoenchon and Thadphoothon, 2019)

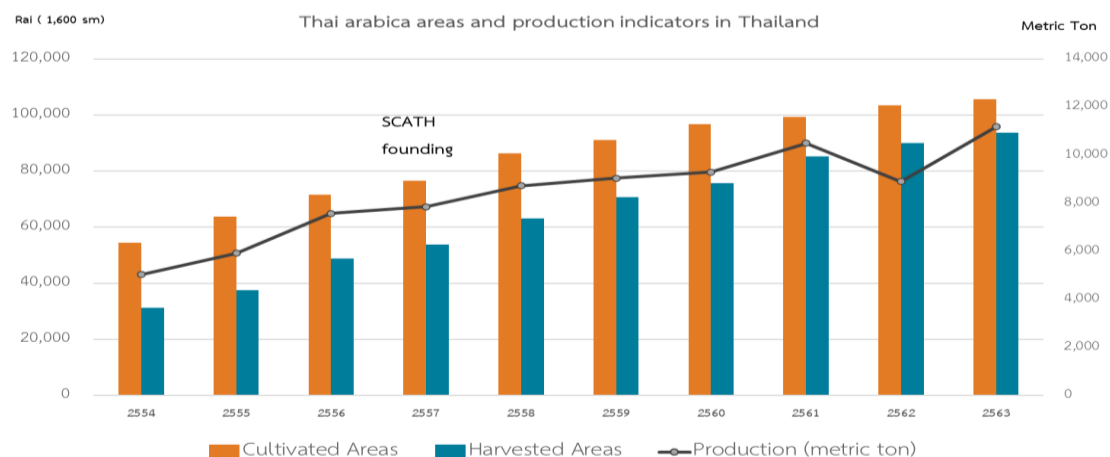


Figure 1 Thai arabica areas and production indicators in northern of Thailand

Source: Office of Agricultural Economics (2021)

จาก Figure 1 ชี้ให้เห็นว่าปริมาณพื้นที่เพาะปลูกกาแฟอาราบิก้าของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2557 เริ่มมีการจัดตั้งสมาคมคัสดรกรากาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee Association of Thailand-SCATH) และได้รับรองให้เครือข่ายผู้ปลูกกาแฟภาคเหนือ ปลูกและดูแลกาแฟพิเศษเพื่อเพิ่มมูลค่า

ให้กับเมล็ดกาแฟ โดยพบว่าในปี พ.ศ. 2557-2563 มีอัตราการขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกร้อยละ 38 และ มีอัตราการขยายตัวของผลผลิตร้อยละ 42 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเพาะปลูก และผลผลิตกาแฟอาราบิก้าเพิ่มสูงขึ้น

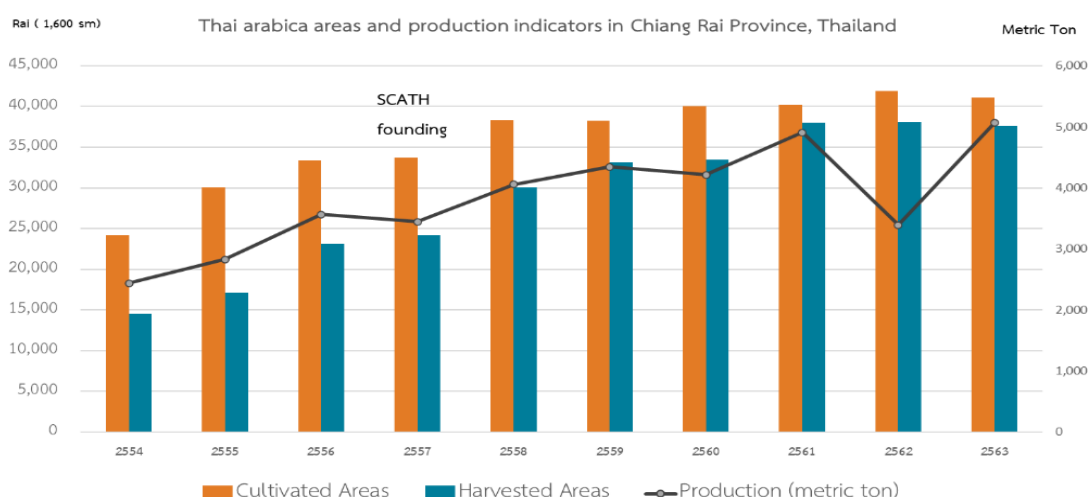


Figure 2 Thai arabica areas and production indicators in Chiang Rai Province, Thailand

Source: Office of Agricultural Economics (2021)

จังหวัดเชียงรายมีพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตเมล็ดกาแฟพันธุ์อาราบิกามากที่สุดในประเทศไทย โดยมีพื้นที่เพาะปลูกในปี พ.ศ. 2554 ประมาณ 24,207 ไร่ และมีปริมาณผลผลิตประมาณ 2,440 ตัน และเมื่อมีการจัดตั้งสมาคมคัสดรกาแฟคุณภาพพิเศษ ส่งผลให้พื้นที่เพาะปลูกในปี พ.ศ. 2557-2563 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 และมีอัตราการขยายตัวของผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 47 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39 ของพื้นที่เพาะปลูกของประเทศไทย และยังเป็นแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของอุตสาหกรรมเมล็ดกาแฟส่งออกของไทย (Figure 2)

ทั้งนี้จากการศึกษารายงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำโรซิม่า ประเทศญี่ปุ่น (Department of International Trade Promotion of Hiroshima, 2019) รายงานว่า ปริมาณตลาดกาแฟของประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2562 อยู่ที่ 8.5 แสนล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และก้าวเข้าสู่ยุคของ “คลื่นที่สี่” ซึ่งเป็นการบริโภคที่เน้นการชงด้วยตัวเองและคุณภาพกาแฟที่แปลกใหม่ รสชาติใหม่ ๆ โดยนิยมกาแฟเกรด AA (Premium bean) และ G1 คือ เมล็ดกาแฟเกรดพิเศษ (Specialty) ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองในแต่ละแหล่งปลูก ซึ่งในประเทศไทยนอกจากมีการปลูกกาแฟพิเศษ G1 แล้ว ยังมีการถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2562 มีการนำเข้าเมล็ดกาแฟจากไทยมูลค่าประมาณ 2.1 ล้านบาท หรือ 4,162 ตัน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ด้วยโอกาสที่เมล็ดกาแฟพิเศษไทยมีเรื่องราวที่น่าสนใจ และมีคุณภาพทัดเทียมต่างประเทศ ส่งผลให้มีการสนับสนุนการเพาะปลูกกาแฟพิเศษเพิ่มขึ้น แต่พบว่าเกษตรกรหลายรายมีรายได้ที่ลดน้อยลง จากการที่การปลูกกาแฟอาราบิก้าแบบพิเศษจำเป็นต้องใช้ต้นทุนในการผลิตที่สูง เนื่องจากปริมาณของการผลิตมีน้อย และขายให้กับ Roaster หรือพ่อค้าคนกลางได้น้อย (Weng, 2017) จึงมีความสนใจศึกษาใช้คุณค่าที่ใช้ในการวิเคราะห์ว่าในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ

มีกิจกรรมใดบ้างที่ก่อให้เกิดมูลค่า (Byrnes *et al.*, 2016) ซึ่งส่งผลต่อสัดส่วนผลกำไร หรือประโยชน์ทางการเงินที่ผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholder) จากการอ้างอิงของ Fitter and Kaplinsky (2001) ได้ใช้กระบวนการสะท้อนต้นทุนและผลกำไรที่แฝงอยู่ในกิจกรรมในโซ่คุณค่า โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์กิจกรรมและผู้เกี่ยวข้องที่ก่อให้เกิดมูลค่า จากนั้นจึงวิเคราะห์ความแตกต่างของผลกำไรที่เพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นตอนของการผลิตกาแฟ 1 แก้ว ซึ่งพบว่าผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการของการแปรรูป เช่น โรงคั่ว โรงผลิตกาแฟสำเร็จรูป เป็นกิจกรรมที่มีผลต่อราคาที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลกำไรคิดเป็นร้อยละ 29 และการผลิตและส่งขายต่างประเทศ ผู้ที่ส่งผลกระทบต่อราคาขายและกำไรมากที่สุด คือ โรงคั่วกาแฟที่อยู่ในประเทศปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 30 ของสัดส่วนผลกำไรทั้งหมด (Byrnes *et al.*, 2016) ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายหนึ่งที่สามารถยืนยันสมมติฐานของทางคณะผู้วิจัยได้ว่า ต้นทุนรวมและผลกำไรของเกษตรกรได้รับสัดส่วนทางการตลาดน้อยกว่าที่ควรเป็นหรือไม่ และใครเป็นผู้ได้รับกำไรสูงที่สุด นอกจากนี้การศึกษาดังกล่าวสามารถนำไปเปรียบเทียบกับราคาของเมล็ดกาแฟต่างประเทศที่ถูกนำเข้ามามีในประเทศญี่ปุ่น และต่อยอดการศึกษาไปสู่แนวโน้มการแข่งขันของธุรกิจกาแฟอาราบิก้าพิเศษไทยไปยังตลาดประเทศญี่ปุ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

คำถามงานวิจัยของการศึกษารั้งนี้ คือ กาแฟอาราบิก้าเกรดพิเศษของไทยเมื่อนำไปขายที่ญี่ปุ่นมีโซ่คุณค่าและมีผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการกี่คน และมีผลกำไรที่เกิดขึ้นตั้งแต่ผู้ผลิตไปจนถึงผู้ขายให้กับผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นเป็นจำนวนเท่าไร โดยมีกระบวนการเก็บข้อมูลโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) ผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิต รวบรวม และขาย ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างต้นน้ำ จำนวน 20 ราย

คือ เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟเกรดพรีเมียม หรือเกรด AA (Premium) และ G1 (Specialty) ในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างกลางน้ำ จำนวน 32 ราย ได้แก่ ผู้รวบรวมเมล็ดกาแฟและผู้คั่วกาแฟชาวไทย โบรคเกอร์ผู้รวบรวมเมล็ดกาแฟชาวญี่ปุ่น จำนวน 1 ราย และผู้คั่วกาแฟชาวญี่ปุ่นจำนวน 1 ราย ตัวแทนในการขนส่งสินค้ากาแฟจำนวน 2 ราย และกลุ่มตัวอย่างปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ประกอบการนำเข้ากาแฟพรีเมียมของไทยในประเทศญี่ปุ่น จำนวน 28 ราย และเจ้าของร้านกาแฟที่ใช้เมล็ดกาแฟอะราบิกาพรีเมียมไทยในประเทศญี่ปุ่น จำนวน 16 ราย แบ่งออกเป็น ร้านกาแฟพรีเมียม 14 แห่ง และร้านกาแฟทั่วไป 2 แห่ง (อ้างอิงจากราคาเฉลี่ยต่อแก้ว) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ Global value chain analysis ของ Gereffi and Fernandez-Stark (2016) เพื่อใช้ในการศึกษาผู้เกี่ยวข้อง และกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่า ซึ่งความเชื่อมโยงระหว่างต้นน้ำ-ปลายน้ำของโซ่อุปทานประกอบไปด้วย บทบาทและหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องสำคัญในโซ่อุปทาน การไหลของสินค้าในกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ กิจกรรมที่เพิ่มราคาให้กับเมล็ด

กาแฟ ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ต่อมา คือ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลกำไรภายในโซ่คุณค่า (Fitter and Kaplinsky, 2001) เพื่อใช้ในการศึกษาสัดส่วนการเพิ่มมูลค่า ต้นทุน และผลกำไร ในแต่ละกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโซ่คุณค่า

ผลการวิจัย

การวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์โซ่คุณค่า และการวิเคราะห์สัดส่วนกำไรที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรม โดยเบื้องต้นคือข้อมูลสำคัญของโซ่อุปทานอุตสาหกรรมกาแฟในประเทศไทย ซึ่งเก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อบรรบุตัวตนของผู้เกี่ยวข้องที่ส่งผลกระทบต่อผลกำไรและราคาขายของกาแฟอะราบิกา จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value chain) โดยการใช้การวิเคราะห์โซ่คุณค่าโลก (Global value chain) เพื่อแจกแจงกระบวนการและผู้เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าของกาแฟอะราบิกา จากนั้นจึงนำสัดส่วนของการเพิ่มมูลค่าเพื่อใช้วิเคราะห์หาผลกำไรในแต่ละผู้เกี่ยวข้องในโซ่คุณค่าโลก

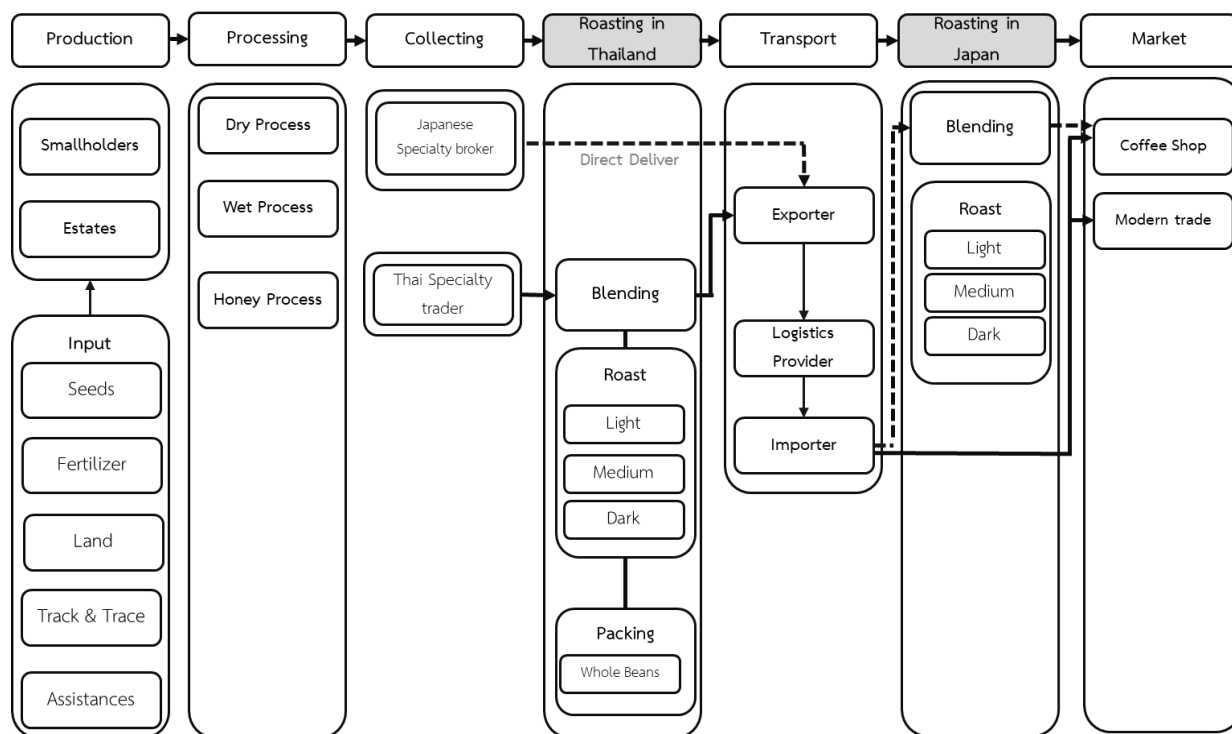


Figure 3 Thai specialty arabica coffee value chain in Japan Market

Adapted from: Gereffi and K. Fernandez-Stark (2011)

การวิเคราะห์เครื่องมือ Global value chain ได้อ้างอิงถึงการวิเคราะห์ของ Bamber *et al.* (2014) ที่ได้ศึกษาใช้คุณค่าโลกของเมล็ดกาแฟจากบรูไน รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้องในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น จากนั้นนำข้อมูลมาตรวจสอบอ้างอิงการศึกษาของ Dary *et al.* (2018) ซึ่งพบว่าใช้คุณค่าประกอบด้วย 5 กิจกรรม คือ การผลิต การแปรรูป การขาย การคั่ว และการตลาด แต่เนื่องด้วยการศึกษานี้มีการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ และมีการคั่วในประเทศปลายทางจึงมีกิจกรรมเพิ่มขึ้นเป็น 6 กิจกรรม (Figure 3) ประกอบไปด้วย การผลิต การล้าง การรวบรวม การคั่ว (ทั้งในและต่างประเทศ) การขนส่ง และการตลาด ดังนี้ 1) การผลิตมีการลงทุนในด้านของเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ดิน ระบบการติดตามความอุดมสมบูรณ์

ของหน้าดิน และค่าจ้างที่ปรึกษา โดยในขั้นตอนดังกล่าวมีโอกาสเฉลี่ยร้อยละ 80 ของการลงทุนที่เป็นเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพสูง ส่วนเมล็ดกาแฟอีกร้อยละ 20 ถูกนำไปขายในตลาดระดับอื่น 2) การแปรรูปกาแฟและการล้าง มีกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า คือ การคัดแยก การทำความสะอาด และการตาก ซึ่งประกอบไปด้วยกระบวนการการแปรรูปกาแฟสามประเภท ได้แก่ Dry process เป็นที่นิยมของโบคเกอร์ชาวญี่ปุ่น Wet และ Honey process เป็นที่ต้องการของผู้รับซื้อกาแฟที่เป็นชาวไทย 3) การรวบรวมและการค้า กระบวนการรวบรวมของทั้งผู้รวบรวมชาวไทยและชาวญี่ปุ่นใช้กระบวนการจองล่วงหน้า ถ้าหากจองล่วงหน้าก่อนการแปรรูปกาแฟ ต้นทุนในการซื้อเมล็ดกาแฟลดลงประมาณ 20% โดยทั้งสองผู้รับซื้อที่เป็นชาวไทยและชาวญี่ปุ่น มาติดต่อและพูดคุยกับเจ้าของ

เมล็ดกาแฟ เพื่อบอกเล่าเรื่องราวที่ต้องการก่อนการรับซื้อ เพื่อนำข้อมูลไปประกอบกระบวนการคั่วต่อไป 4) ภาคการคั่วถูกแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ ผู้รับซื้อชาวไทยนำไปคั่วเองและสร้างตราสินค้าเป็นของไทย ส่วนโบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่นนำไปคั่วเองที่โรงคั่วประเทศญี่ปุ่น และมีการปรับจูนค่าปัจจัยที่ส่งผลต่อรสชาติกาแฟ เป็นต้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ข้อมูลค่ามีความแตกต่างกันระหว่างผู้ขายชาวไทยและโบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่น นอกจากนี้ราคาของกาแฟขึ้นอยู่กับระดับความไหม้ เช่น คั่วอ่อน คั่วกลาง และคั่วเข้ม ซึ่งเมล็ดกาแฟ ปริมาณส่วนใหญ่ราคาคั่วอ่อนและคั่วกลาง สูงกว่าคั่วเข้มประมาณร้อยละ 11 เป็นต้น 5) กระบวนการขนส่ง

แบ่งออกเป็น ผู้ส่งออกมีกิจกรรมดำเนินการด้านเอกสารค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ตามข้อตกลงของผู้ซื้อ-ผู้ขาย ผู้ขนส่งมีกิจกรรมการขนส่งและต้นทุนในการดำเนินงานขนส่ง และผู้นำเข้าดำเนินการค่าใช้จ่ายภาษีและระเบียบการค้า ซึ่งมากกว่าร้อยละ 60 เลือกใช้การขนส่งแบบ FOB และร้อยละ 40 เลือกใช้แบบ CIF ซึ่งส่งผลต่อราคาขายไม่ต่างกัน แต่จะแตกต่างกันตรงที่ผู้เกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอนจะมีต้นทุนผันแปรตามกฎระเบียบการค้า และ 6) ภาคการตลาดจะมีการเพิ่มขึ้นของมูลค่าจากเรื่องราวที่ต้องถ่ายทอด บรรจุภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายหน้าร้านต่าง ๆ

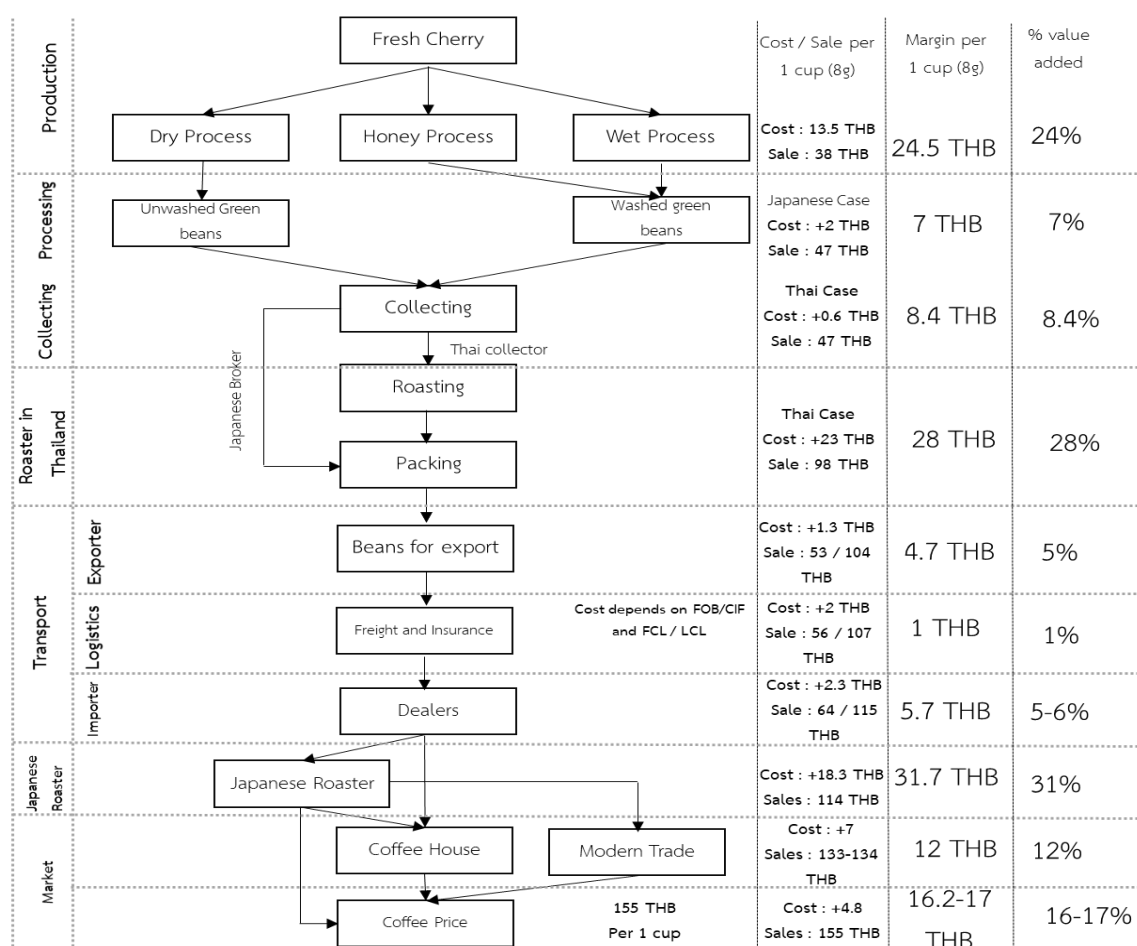


Figure 4 Thai specialty arabica coffee margins analysis

Adapted form: Fitter and Kaplinsky (2001)

จากการศึกษาของ Fitter and Kaplinsky (2001) และ Byrnes *et al.* (2016) มีการใช้เครื่องมือในการศึกษาสัดส่วนของการเพิ่มมูลค่าและสัดส่วนกำไร ซึ่งการวิจัยนี้ได้ประยุกต์กระบวนการดังกล่าว โดยการเพิ่มกิจกรรมที่ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Figure 4) ที่สะท้อนความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยต้นทุนที่เกิดขึ้นต่อปริมาณเมล็ดกาแฟ 8 กรัม หรือประมาณ 1 แก้วกาแฟ เอสเปรสโซ่ โดยอ้างอิงจากราคาเฉลี่ยของร้านกาแฟพรีเมียมและร้านกาแฟทั่วไปที่ใช้เมล็ดกาแฟของไทย คิดเป็นราคาประมาณ 155 บาทต่อแก้ว (8 กรัม) โดยประเมินจากต้นทุนการเพาะปลูก การเพิ่มมูลค่าในแต่ละกิจกรรมในโซ่คุณค่า ซึ่งพบว่ามีมีการแยกส่วนแบ่งของรายได้ออกเป็น 8 ส่วน ประกอบไปด้วย 1) ราคาเมล็ดกาแฟเมื่อถูกขายในตลาดประมาณ 38 บาท ต่อ 8 กรัม หรือประมาณ 4,750 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อหักต้นทุนของเกษตรกรเฉลี่ยประมาณ 13.50 บาทต่อเมล็ดกาแฟ 8 กรัม คิดเป็นร้อยละ 34.2 ของราคาขายเมล็ดกาแฟจำนวน 8 กรัม คิดเป็นสัดส่วนการเพิ่มมูลค่าร้อยละ 24 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด 2) สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของผู้รวบรวมแบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่ ผู้รวบรวมชาวญี่ปุ่นบางรายที่ไม่ต้องการจ้างคั่วหรือคั่วเองในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่จัดใส่บรรจุภัณฑ์รอการส่งออก ซึ่งการจัดเตรียมส่งออกเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 7 ของราคาขายกาแฟ 8 กรัม หรือประมาณ 7 บาท ซึ่งมากกว่าการที่ผู้รวบรวมชาวไทยรวบรวมเอง เนื่องจากต้นทุนในกระบวนการขนส่งสูงกว่าจากการที่ชาวญี่ปุ่นต้องจ้างรถขนส่งด้วยตัวเอง แต่ผู้รวบรวมชาวไทยมีรถประจำของตนเอง จึงมีต้นทุนต่ำกว่าส่งผลให้ผลกำไรสูงกว่าประมาณ 1.40 บาทต่อแก้ว หรือคิดเป็นร้อยละ 8 ซึ่งในกระบวนการดังกล่าว ผู้รวบรวมชาวไทยจะนำสินค้าไปคั่ว

ต่อเองในโรงคั่วตนเอง คิดเป็นร้อยละ 28 ของราคาขายกาแฟ 1 แก้ว (8 กรัม) โดยมีต้นทุนในการคั่วประมาณ 23 บาทต่อแก้ว และได้ผลกำไรเพิ่มเติมประมาณ 28 บาทต่อแก้ว 3) ผู้ส่งออกมีหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ที่ต้องการส่งออกในประเทศไทย เช่น โบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่น และผู้ส่งออกคนไทย มีสัดส่วนการเพิ่มมูลค่าร้อยละ 5 ของราคาขายกาแฟ 8 กรัม คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 4.70 บาท ซึ่งประกอบไปด้วยค่าดำเนินการเอกสารและค่าใช้จ่ายเพื่อการส่งออกเป็นต้น 4) กระบวนการด้านโลจิสติกส์ คิดเป็นร้อยละ 1 ของราคาขายเมล็ดกาแฟ 8 กรัม หรือประมาณ 1 บาทต่อกาแฟ 8 กรัม แปรผันตามระเบียบการค้าที่ใช้ อาทิ FOB, CIF 5) ผู้นำเข้ามีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มประมาณร้อยละ 6 ของราคาขายเมล็ดกาแฟ 8 กรัม ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการด้านเอกสาร และกระบวนการจัดเก็บภาษี (แปรผันตามระเบียบการค้า) 6) กระบวนการแปรรูปในประเทศญี่ปุ่นคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าเพิ่มร้อยละ 31 หรือ 31.70 บาทต่อราคาเมล็ดกาแฟ 8 กรัม ซึ่งมีสัดส่วนที่น้อยกว่าการคั่วในประเทศไทย เนื่องจากต้นทุนที่เกิดขึ้นมีมูลค่าประมาณ 83.30 บาท หรือร้อยละ 53 ของราคาขายกาแฟ 1 แก้ว 7) การค้าส่งเมล็ดกาแฟ/ภาคีกาแฟประเทศญี่ปุ่น จุดค้าขายสำคัญที่มีการรวบรวมเมล็ดกาแฟที่มีการขายเมล็ดกาแฟพรีเมียมของไทยและต่างประเทศ และขนส่งต่อไปขายที่ร้านกาแฟในเมืองสำคัญของประเทศญี่ปุ่น มีสัดส่วนการเพิ่มมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 12 และคิดเป็นผลกำไรประมาณ 11-12 บาทต่อแก้ว และ 8) ร้านกาแฟ ต้นทุนการค้าร้านมีราคาเท่ากับ 4.80 บาทต่อแก้ว ในอัตรายอดขาย 155 บาทต่อแก้ว คิดเป็นผลกำไรประมาณ 16.20 บาทต่อแก้ว หรือร้อยละ 16 ของสัดส่วนผลกำไรทั้งหมด

Table 1 Margin differentiation of Thai specialty arabica coffee global value chain

Actors	Total cost per one cup (THB)		Margin per one cup (THB)		Margin Differentiation
	Roasted	JPN Case	TH	JPN	
Farm	13.50	13.50	24.50	24.50	0
Collector	0.60	2	8.40	7	1.4
Roaster	23	18.30	28	31.70	3.7
Exporter	1.30	1.30	4.70	4.70	0
Logistics	2	2	1	1	0
Importer	2.30	2.30	5.70	5.70	0
Retail	7	7	12	12	0
Customer	4.80	4.80	16.20	17.20	1
Total			100.5	103.8	

จาก Table 1 ผลสรุปด้านความแตกต่างของผลกำไร พบว่าผลกำไรของผู้รวบรวมในประเทศไทยมีอัตราสูงกว่าโบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่น เข้ามารวบรวม เนื่องจากใช้รถประจำของตนเอง และมีความชำนาญในการเดินทางมากกว่าโบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่นที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายรถขนส่งขึ้นไปยังสินค้าบนภูเขาสูง จึงส่งผลให้ผลกำไรของผู้รวบรวมชาวไทยเท่ากับ 8.40 บาทต่อแก้ว แตกต่างจากผลกำไรของผู้รวบรวมชาวญี่ปุ่นประมาณ 1.40 บาทต่อแก้ว อย่างไรก็ตามในด้านของผลกำไรในการคั่วกาแฟ พบว่าสัดส่วนผลกำไรในญี่ปุ่นสูงกว่ากระบวนการคั่วของไทย เนื่องจากปริมาณโรงคั่วในประเทศญี่ปุ่นที่มีมากกว่าประเทศไทย และมีบุคลากรที่มีความชำนาญมากกว่า ส่งผลให้ต้นทุนของโบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่นที่รวบรวมสารกาแฟในไทยแล้วนำกลับมาคั่วเองในประเทศญี่ปุ่นมีผลกำไรเท่ากับ 31.70 บาท ซึ่งแตกต่างจากการคั่วในไทยที่มีอัตราผลกำไรเท่ากับ 28 บาท ซึ่งมีอัตราผลกำไรแตกต่างกันประมาณ 3.70 บาทต่อแก้ว ทั้งนี้ความแตกต่างดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนของกระบวนการที่โบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่นเข้ามา

รับวัตถุดิบในประเทศไทย มีต้นทุนต่อแก้วน้อยกว่าการคั่วในประเทศไทยเท่ากับ 1 บาท ในกระบวนการสุดท้ายของการขายให้กับผู้บริโภค โดยคิดจากราคาเฉลี่ย 155 บาทต่อแก้ว

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากการผลการศึกษาพบว่าสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มของราคาขายเมล็ดกาแฟอาราบิก้าพรีเมียมของประเทศไทยในการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นมีความแตกต่างจากการศึกษาของ Fitter and Kaplinsky (2001) ที่ผลการศึกษาชี้ว่า กระบวนการคั่วในประเทศปลายทางมีสัดส่วนการเพิ่มมูลค่าสูงสุดร้อยละ 29 ต่อราคาขายกาแฟ 1 แก้ว และการศึกษาของ Byrnes *et al.* (2016) มีสัดส่วนร้อยละ 30 ของราคาขายกาแฟ 1 แก้ว สอดคล้องกับผลการศึกษาที่มีสัดส่วนการเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมการคั่วในประเทศปลายทาง โดยมีสัดส่วนการเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมการคั่วภายในประเทศก่อนการส่งออก

มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 31 ซึ่งผลการศึกษาทั้งหมด พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ Beshah *et al.* (2013) ที่ได้ ศึกษาสัดส่วนของการเพิ่มมูลค่าที่เชื่อมโยงกับผลกำไร ผลิตภัณฑ์จากแพของประเทศเอธิโอเปีย พบว่ากระบวนการ ที่มีการเพิ่มมูลค่าและได้สัดส่วนผลกำไรสูงสุด คือ กระบวนการแปรรูปขั้นที่สอง หรือการคั่วกาแฟใน ประเทศปลายทาง ที่มีสัดส่วนการเพิ่มมูลค่าร้อยละ 84 รวมถึงการศึกษาของ Khanal *et al.* (2019) ที่ศึกษา สัดส่วนของผลกำไรที่ได้รับในแต่ละผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งพบว่า กิจกรรมการแปรรูปได้รับผลกำไรสูงที่สุด อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่ามีข้อได้เปรียบในบางกิจกรรม เช่น การศึกษาที่อ้างอิงกิจกรรมการผลิตมีสัดส่วนการเพิ่ม มูลค่าเพิ่มต่ำ และมีสัดส่วนการได้ผลกำไรที่น้อย แตกต่าง จากผลการศึกษาที่พบในประเทศ ซึ่งว่าผู้ผลิตหรือเกษตรกร มีสัดส่วนการเพิ่มมูลค่าเท่ากับร้อยละ 20-21 ของราคา ขายทั้งหมด และแม้ว่าการศึกษานี้เป็นการศึกษา เมล็ดกาแฟพรีเมียม ผลการศึกษาพบว่ามีสัดส่วนการเพิ่ม มูลค่าร้อยละ 24 แตกต่างจากบริบทของกาแฟทั่วไปของ วิจัยอ้างอิงดังกล่าว จึงเป็นข้อสังเกตว่าเกษตรกรไทยที่ เพาะปลูกกาแฟพรีเมียมและกาแฟทั่วไปอาจมีการเพิ่ม มูลค่าแตกต่างกันประมาณร้อยละ 3-4 เท่านั้น และ หายที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนกับกาแฟคุณภาพ ใกล้เคียงกันในท้องตลาด เช่น กาแฟจากเอธิโอเปีย ที่เป็น แหล่งผลิตกาแฟพรีเมียมขนาดใหญ่ขายประมาณ แก้วละ 108-142 บาท ซึ่งมีราคาถูกกว่าจึงตั้งข้อสังเกตว่า ต้นทุนในการนำเข้าต่ำกว่าเมล็ดกาแฟไทย เนื่องจาก ปริมาณการผลิตและปริมาณการส่งออกมีจำนวนที่น้อย กว่าประเทศคู่แข่งที่สามารถผลิตกาแฟคุณภาพได้มากกว่า และส่งออกในปริมาณที่มากกว่า ย่อมส่งผลต่อต้นทุนที่ ต่ำกว่า ทำให้แม้ขายกาแฟในราคาที่ถูกแต่ต้นทุนที่สูง ส่งผลให้ได้สัดส่วนกำไรที่สู้คู่แข่งในท้องตลาดไม่ได้

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อแจกแจง ความสำคัญของโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมกาแฟส่งออกเมล็ด กาแฟพิเศษของไทยไปยังตลาดประเทศญี่ปุ่น เพื่อศึกษา กระบวนการที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในโซ่คุณค่าโลก และ

วิเคราะห์สัดส่วนการแบ่งผลกำไรจากการศึกษาสัดส่วน มูลค่าเพิ่ม และต้นทุนเฉลี่ยของแต่ละกิจกรรม ซึ่งผลวิจัย สรุปว่าในกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่ามีความคล้ายคลึงกัน ของการศึกษาวิจัย แต่มีความแตกต่างกันในแง่ของ บริบท เช่น กระบวนการผลิตที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น การขนส่งระหว่างประเทศ หรือกลยุทธ์ทางธุรกิจในการ เข้ามาแทรกแซงในโซ่คุณค่าของโบรคเกอร์ญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า การแทรกแซงในระบบโซ่คุณค่า มีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของผู้ประกอบการชาวไทย ในกรณีของสัดส่วนการเพิ่มมูลค่าและสัดส่วนผลกำไร ที่ควรจะได้รับมีความแตกต่างกันเล็กน้อย ทางภาครัฐ จึงควรมีระบบการตรวจสอบการแทรกแซงทางธุรกิจ อย่างเคร่งครัด การสนับสนุนการเพาะปลูกกาแฟพิเศษ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อรายได้เกษตรกรและการเพิ่มมูลค่า ของกาแฟไทยในอนาคต รวมถึงการสร้างเครือข่ายกาแฟ พิเศษให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ในการแข่งขันอุตสาหกรรมกาแฟพิเศษในตลาดโลก

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากทุน บประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และ ขอขอบคุณในการอนุเคราะห์ข้อมูลของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

เอกสารอ้างอิง

- Bamber, P., A. Guinn and G. Gereffi. 2014. **Burundi in the Coffee Global Value Chain: Skills for Private Sector Development.** Durham, NC: Duke University, Center on Globalization Governance and Competitiveness. 86 p.
- Beshah, B., K. Daniel and D. Tirufat. 2013. Quality and value chain analyses of Ethiopian coffee. **Journal of Agriculture and Social Research** 13: 35-41.
- Byrnes, W., N. Khodakarami and C. Perez. 2016. **The Value Chain: A Study of the Coffee Industry 32.01–32.04: Practical Guide to U.S. Transfer Pricing.** Berlin: Research Gate GmbH. 9 p.
- Charoenchon, J. and J. Thadphoothon. 2019. **Coffee consumption behavior of Thai and international students in Thailand: A Case Study.** [Online]. Available https://www.researchgate.net/publication/36085931_Coffee_Consumption_Behavior_of_Thai_and_International_Students_in_Thailand_A_Case_Study (16 December 2020). [in Thai]
- Daly, J., D. Hamrick, K. Fernandez-Stark and P. Bamber. 2018. **Jamaica in the arabica coffee global value chain.** [Online]. Available https://www.researchgate.net/publication/325047457_Jamaica_in_the_Arabica_Coffee_Global_Value_Chain (16 December 2020).
- Department of International Trade Promotion of Hiroshima. 2019. **Coffee market in Japan.** Yearly Report. Department of International Trade Promotion. 5 p. [Online]. Available https://www.ditp.go.th/contents_attach/550188/550188.pdf (23 August 2021). [in Thai]
- Fitter, R. and R. Kaplinsky. 2001. **Can an Agricultural 'Commodity' be De-commodified, and If so Who is to Gain?** Brighton: Institute of Development Studies, University of Sussex. 43 p.
- Gereffi, G. and K. Fernandez-Stark. 2011. **Global value chain analysis: a primer.** [Online]. Available https://www.researchgate.net/profile/Karina-Fernandez-Stark/publication/265892395_Global_Value_Chain_Analysis_A_Primer/links/54218b000cf274a67fea984b/Global-Value-Chain-Analysis-A-Primer.pdf. (23 August 2021).
- _____. 2016. **Global Value Chain Analysis: A Primer.** 2nd Edition. Development Trajectories in Global Value Chains. DOI:10.1017/9781108559423.012.
- Khanal, A., K. Suman, J. Dutta, C.S. Dhakal and R. Kattel. 2019. Value chain analysis of coffee: a story on journey of cherry from production site to consumer cup. **International Journal of Agriculture Forestry and Life Sciences** 3(2019): 225-232.

Office of Agricultural Economics. 2021.

Thai coffee production and market situation. [Online]. Available

<https://www.oae.go.th/view/1/%E0%B8%95%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%AA%E0%B8%94%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%9F/TH-TH>. (23 August 2021).

[in Thai]

Weng, C. 2017. **A Study on the Situation and Development of the Coffee Industry in Thailand.** Master Thesis. Siam University. 61 p.