ကုန်သွယ်ရေးဖြစ်နိုင်ချေရှိမှုလေ့လာခြင်း အစီရင်ခံစာ

မြန်မာ

ကော်ဖီ

၂၀၂၂ ခုနှစ်၊ မတ်လ

ASEAN-JAPAN CENTRE
ASEAN Promotion Centre on Trade, Investment and Tourism
40th SINCE 1981

A Study Conducted by ASEAN-Japan Centre

ကုန်သွယ်ရေးဖြစ်နိုင်ချေရှိမှုလေ့လာခြင်း အစီရင်ခံစာ

မြန်မာ

ကော်ဖီ

၂၀၂၁ ခုနှစ်၊ မတ်လ

အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာက ထုတ်ဝေသည်။
(အာဆီယံဒေသတွင်း ကုန်သွယ်ရေး၊ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့် ခရီးသွားလုပ်ငန်းမြှင့်တင်ရေးစင်တာ)

စုံစမ်းမေးမြန်းလိုသည်များအတွက် အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာသို့ ဆက်သွယ်ပါ။
(အာဆီယံဒေသတွင်းကုန်သွယ်ရေး၊ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့်ခရီးသွားလုပ်ငန်းမြှင့်တင်ရေးစင်တာ)
First floor, Shin Onarimon Bldg., 6–17–19 Shimbashi, Minato–ku, Tokyo 105–0004, JAPAN

ဖုန်း/ဖက်စ်/+81–3–5402–8006/8007 (ကုန်သွယ်ရေးနှင့် ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုအဖွဲ့)
+81–3–5402–8002/8003 [အတွင်းရေးမှူးချုပ်ရုံး]
+81–3–5402–8004/8005 [သုတေသနနှင့် မူဝါဒစိစစ်ရေး (RPA) အဖွဲ့]
+81–3–5402–8116/8005 [စွမ်းရည်မြှင့်တင်ရေး (CB) အဖွဲ့]
+81–3–5402–8008/8009 [ခရီးသွားလုပ်ငန်းနှင့် အချင်းချင်းဖလှယ်ရေးအဖွဲ့]
အီးမေးလ်လိပ်စာ – info_ti@asean.or.jp,
ဝက်ဘ်ဆိုက်လိပ်စာ – https://www.asean.or.jp

ဤထုတ်ဝေချက်ပါအကြောင်းအရာများ၏ မူပိုင်ခွင့်သည် အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာ နှင့်သက်ဆိုင်ပါသည်။ လွတ်လပ်စွာ ကိုးကားနိုင်သကဲ့သို့ ပြန်လည်ပုံနှိပ်ခြင်းလည်း ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။ သို့သော် ကိုးကားထားသည့် အစီရင်ခံစာနှင့်အတူ အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာသို့ အသိအမှတ်ပြုချက် ပေးပို့ပေးပါရန် မေတ္တာရပ်ခံပါသည်။ ကိုးကား ချက်ပါဝင်သည့်ထုတ်ဝေထားသောအစီရင်ခံစာ (သို့မဟုတ်) ပြန်လည်ပုံနှိပ်ထားသော ထုတ်ဝေမှု မိတ္တူကို အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာ၏ အတွင်းရေးမှူးချုပ်ရုံးအဖွဲ့ toiawase_ga@asean.or.jp သို့ ပေးပို့နိုင်ပါသည်။

အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာသည် ဤလေ့လာမှုအစီရင်ခံစာအတွက် Asia SEED (အာရှဒေသတွင်း သိပ္ပံပညာရပ်၊ ပညာရေးနှင့် စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုး တိုးတက်မှုအတွက် ဆောင်ရွက်သည့် အမြတ်အစွန်းအတွက် မရည်ရွယ်သောအဖွဲ့အစည်း) အား တာဝန် ပေးအပ်ခဲ့ပါသည်။

(မူပိုင်ခွင့်)အာဆီယံဒေသတွင်းကုန်သွယ်ရေးရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုနှင့်ခရီးသွားလုပ်ငန်း မြှင့်တင်ရေးစင်တာ မူပိုင်ခွင့်အားလုံးရယူပြီး။ ၂၀၂၁ခုနှစ်၊ မတ်လ။

မာတိကာပြဇယား

အကျဉ်းချုပ်ဖော်ပြချက် 4

၁။ ခြုံငုံသုံးသပ်ချက်- ကော်ဖီနှင့် ကော်ဖီလုပ်ငန်းကဏ္ဍ 6

၁.၁ ကမ္ဘာပေါ်တွင် ကော်ဖီ၏ နိုင်ငံတကာအဆင့် 7

၁.၂ ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်ရေးထုတ်ကုန်တစ်ခုအဖြစ် မြန်မာကော်ဖီ၏ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းရှိမှု အခြေအနေ 8

၁.၃ ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ကော်ဖီ၏ ပြည်တွင်းအဆင့်အနေအထား 9

၂။ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီသောက်သုံးမှု၊ ကော်ဖီဆိုင်များနှင့် ထုတ်ကုန်များ 12

၂.၁ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီသောက်သုံးမှု ခေတ်ရေစီးကြောင်းများ 14

၂.၂ ကော်ဖီထုတ်ကုန်များအပေါ် ကြိုက်နှစ်သက်မှု၊ ကော်ဖီစေ့များနှင့် နည်းစနစ်များ 18

၂.၃ ကော်ဖီအတွက် အထွေထွေဖြန့်ဖြူးရေးလမ်းကြောင်းများ 21

၂.၄ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အဓိကကော်ဖီဆိုင်များနှင့် ဆိုင်ကြီးများ 22

၂.၄.၁ Doutor ကော်ဖီ 22

၂.၄.၂ TULLY'S COFFEE 23

၂.၄.၃ Hoshino Coffee 23

၂.၄.၄ Ueshima Coffee House 24

၂.၄.၅ Cafe Renoir 24

၂.၅ အဓိကကော်ဖီထုတ်ကုန်အမျိုးအစားများ 25

၂.၅.၁ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အသင့်သောက်ကော်ဖီများ 25

၂.၅.၂ Ueshima Coffee ၏ UCC COFFEE 26

၂.၅.၃ Suntory's BOSS အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူးများနှင့် ကော်ဖီပုလင်းများ 26

၂.၅.၄ Coca-Cola' ၏ Georgia အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူးနှင့်ကော်ဖီပုလင်းများ 27

၂.၆ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အသင့်ဖျော်ကော်ဖီ-နှပ်ဖျော်နှင့် ကော်ဖီချောင်းအမျိုးအစားများ 27

၂.၆.၁ Kataoka & Co., ၏ Mon Café နှပ်ကော်ဖီ 27

၂.၆.၂ Key Coffee ၏ Drip On ကော်ဖီ 28

၂.၆.၃ Ajinomoto AGF ၏ Blendy နှပ်ကော်ဖီ 28

၂.၆.၄ အသင့်ဖျော်ကော်ဖီချောင်း 29

၂.၇ ဂျပန်စတိုးဆိုင်များရှိ ကော်ဖီ 29

၂.၇.၁ Seven-Eleven Japan Co., Ltd. ၏ 7-Eleven ကော်ဖီအမျိုးအစားများ 30

၂.၇.၂ Lawson, Inc. ၏ Machi-Café 30

၂.၇.၃ Family Mart Co., Ltd ၏ FAMIMA CAFÉ မှ ကော်ဖီအမျိုးအစားများ 30

၃။ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ၊ မြန်မာနိုင်ငံမှ ကော်ဖီ 31

၃.၁ ကော်ဖီအမျိုးအစားခွဲခြားခြင်း ပိရမစ်ပုံ 31

၃.၂ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်း၏ ရှုမြင်ချက်များ 32

၃.၃ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ 35

၃.၃.၁ AUNG Coffee (မြန်မာကော်ဖီဓာတ်ခွဲခန်းကဖေးနှင့် ကော်ဖီစေ့လှော်ဆိုင်) 36

၃.၃.၂ MUJI ဆိုင်ခွဲများ 37

၃.၃.၃ Home Myanmar Coffee 38

၃.၃.၄ Kato Coffee မြန်မာ Q အဆင့် 39

၄။ ပို့ကုန်ကန့်သတ်ချက်များနှင့် တင်ပို့နိုင်မှုအလားအလာ 40

၄.၁ ပို့ကုန်ကန့်သတ်ချက်များ 40

၄.၂ ပို့ကုန်တင်ပို့နိုင်မှုအလားအလာ 40

၄.၂.၁ ကမ္ဘာ့ကူးစက်ကပ်ရောဂါကာလအတွင်း နေအိမ်၌ ကော်ဖီသောက်သုံးမှု မြင့်တက်လာခြင်း 41

၄.၂.၂ စိတ်ကြိုက် ကော်ဖီမှာယူမှု 42

၅။ နိဂုံးနှင့် အကြံပြုချက်များ 44

ကျမ်းကိုးစာရင်း 50

နောက်ဆက်တွဲ (၁)၊ ကော်ဖီစေ့၏ အဓိကမျိုးစိတ်များ 51

နောက်ဆက်တွဲ (၂)၊ ကော်ဖီစေ့ ထုတ်လုပ်သည့် နည်းလမ်းများ 52

နောက်ဆက်တွဲ (၃)၊ အရည်အသွေးထောက်ခံချက်ရ မြန်မာနိုင်ငံမှ အာရေးဗီးကားကော်ဖီ (Kato Coffee) 54

နောက်ဆက်တွဲ(၄)၊ ကော်ဖီနှင့် ကျန်းမာရေး အပြန်အလှန်ဆက်နွယ်နေမှု 55

နောက်ဆက်တွဲ (၅)၊ ကော်ဖီတင်ပို့ခြင်းဆိုင်ရာ လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများနှင့် လိုအပ်ချက်များ 56

ဇယားများ စာရင်း

ဇယား ၁။ စုစုပေါင်း ကော်ဖီပို့ကုန်-သီးသန့် တန်ဖိုး (HS code- 090111) 8

ဇယား ၂။ ပို့ကုန်တန်ဖိုးအားဖြင့် မြန်မာကော်ဖီ၏ အဆင့်သတ်မှတ်ချက် (HS Code- 090111) 9

ဇယား ၃။ သွင်းကုန်တန်ဖိုးအားဖြင့် ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကော်ဖီတင်သွင်းသော နိုင်ငံများ အဆင့်သတ်မှတ်ချက် 10

ဇယား ၄။ ကော်ဖီစေ့ တင်သွင်းမှုပမာဏနှင့် တစ်ခုချင်းဈေးနှုန်းအလိုက် ထိပ်ဆုံး ၁၀ နိုင်ငံ 12

ဇယား ၅။ အမျိုးအစားအလိုက် တင်သွင်းသော ကော်ဖီစေ့ပမာဏ 13

ဇယား ၆။ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အဖျော်ယမကာ သောက်သုံးမှုပမာဏ နှိုင်းယှဉ်ချက် 14

ဇယား ၇။ ကျား၊မ နှင့် အသက်အရွယ်အလိုက် တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုများ (၂၀၁၈) 16

ဇယား ၈။ တည်နေရာအလိုက် တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုပမာဏ (ခွက်) 17

ဇယား ၉။ အမျိုးအစားအလိုက် တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှု 17

ဇယား ၁၀။ စတိုးဆိုင်များရှိ ကော်ဖီဈေးနှုန်းစာရင်း 29

ဇယား ၁၁။ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ၏ စံခုနှစ်ချက် 33

ဇယား ၁၂။ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီ စာရင်းသွင်းဝယ်ယူမှုကို ပံ့ပိုးပေးသော ဆိုင်များစာရင်း 41

ဇယား ၁၃။ တင်သွင်းသူများအတွက် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ/မလှော်ရသေးသည့် ကော်ဖီစေ့ လက်ကားရောင်းသူစာရင်း .. 44

ဇယား ၁၄။ သွင်းကုန်ရှင်းလင်းမှုအတွက် လိုအပ်သော စာရွက်စာတမ်းများ 59

ရုပ်ပုံများ စာရင်း

ပုံ ၁။ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ပြည်တွင်းကော်ဖီသောက်သုံးမှု 15

ပုံ ၂။ လူတစ်ဦး တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှု 16

ပုံ ၃။ ဝယ်လိုအားများသော ကော်ဖီထုတ်ကုန်အမျိုးအစားများ 18

ပုံ ၄။ ဝယ်လိုအားများသော ကော်ဖီစေ့အမျိုးအစားများ 19

ပုံ ၅။ ဝယ်လိုအားများသော ကော်ဖီဖျော်ခြင်းနည်းလမ်းများ 20

ပုံ ၆။ ကော်ဖီဖြန့်ဖြူးရေး လုပ်ငန်းစဉ်အဆင့်များပြ ပုံကားချပ် 21

ပုံ ၇။ ကော်ဖီအမျိုးအစားခွဲခြားခြင်း ပိရမစ်ပုံ 31

ပုံ ၈။ ကော်ဖီသောက်သုံးမှုနှင့် သေဆုံးနိုင်ခြေစုစုပေါင်း 55

ပုံ ၉။ ကော်ဖီသောက်သုံးမှုနှင့် ရောဂါကြောင့် သေဆုံးနိုင်ခြေ 55

ပုံ ၁၀။ သွင်းကုန်လုပ်ထုံးလုပ်နည်းဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းစဉ်အဆင့်များပြ ပုံကားချပ် 60

အကျဉ်းချုပ်ဖော်ပြချက်

ဤလေ့လာမှုတွင် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ မြန်မာကော်ဖီ၏ ကုန်သွယ်ရေးဖြစ်နိုင်ချေရှိမှု အခြေအနေကို သုံးသပ်တင်ပြထားပါသည်။ ဤကုန်သွယ်ရေးဖြစ်နိုင်ချေရှိမှုဆိုင်ရာ လေ့လာမှု၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ မြန်မာကော်ဖီကို ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ကုန်သွယ်မှု ပြုလုပ်နိုင်သည့် ကုန်စည်တစ်ခုအဖြစ် ထိုးဖောက်ရောင်းချနိုင်စေရန်အတွက် မြန်မာနိုင်ငံအစိုးရအား ဈေးကွက်သဘောတရားများနှင့် အကြံပြုချက်များ ပံ့ပိုးပေးနိုင်ရန်ဖြစ်ပါသည်။ ဤလေ့လာမှုအရ မြန်မာနိုင်ငံတွင် အထူးတန်းဝင် ကော်ဖီအမျိုးအစားကို စိုက်ပျိုးထွက် ရှိကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။ အဆိုပါ ကော်ဖီသည် ဂျပန်နိုင်ငံဈေးကွက်သို့ ရုတ်ချည်းပြောင်းလဲဝင်ရောက်နိုင်သည့် အခြေအနေမျိုး မဟုတ်သော်လည်း တစ်ဖြည်းဖြည်းချင်း ထိုးဖောက်နိုင်ပြီး ရေရှည် ဆက်လက်တိုးတက်နိုင်ခြေ ရှိသည့် ကုန်သွယ်မှုအလားအလာရှိသော ကုန်စည်တစ်ခုဖြစ်သည့်အတွက် ယခုလေ့လာသုံးသပ်ချက်တွင် အကြံပြုချက်များဖြင့် ပြုစုတင်ပြထားပါသည်။

မြန်မာအထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအတွက် အလားအလာရှိသည့်ဈေးကွက်မှာ တစ်ပတ်လျှင် အသင့်ဖျော်နှင့် ပုံမှန်ကော်ဖီကို ၁၀ ခွက်နှင့်အထက် သောက်သုံးလေ့ရှိသော အသက်၂၅ နှစ်နှင့် ၅၉နှစ်အကြားရှိသည့် ဂျပန်လူမျိုးများ ဖြစ်ကြပါသည်။ COVID-19 ၏ သက်ရောက်မှုအရ နေအိမ်တွင် နေထိုင်ခြင်း၊ အိမ်မှနေ၍ အလုပ်လုပ်ခြင်း စသည့် အစီအမံများကြောင့် ဂျပန်နိုင်ငံတွင် အိမ်ဖျော် အရည်အသွေးမြင့်ကော်ဖီသောက်သုံးမှုများ မြင့်တက်လာပါသည်။ (ဘရာဇီး သို့မဟုတ် ကိုလမ်ဘီယာတို့ကဲ့သို့ ကော်ဖီ ပုံမှန်ရမရှိသည့် နိုင်ငံများမှ) ရရှိသော အော်ဂဲနစ်ကော်ဖီနှင့် ကော်ဖီစေ့များအား ဂျပန်လူမျိုးများအနေဖြင့် အနာဂတ်တွင် နှစ်သက်လာနိုင်ပါသည်။ ဂျပန်လူမျိုး ကော်ဖီသောက်သုံးသူများသည် အရည်အသွေးမြင့် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ ကို ဝယ်ယူခြင်းဖြင့် ၎င်းတို့၏ ကော်ဖီသောက်သုံးမှု အတွေ့အကြုံ ကြွယ်ဝစေရန်အတွက် လွန်စွာစိတ်ဝင်စားနေကြကြောင်း တွေ့ရပါသည်။

မြန်မာနိုင်ငံအနေဖြင့် ၎င်း၏တစ်မူထူးခြားသော အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီထုတ်ကုန်ကို ထိန်းသိမ်းထားသင့်ပြီး အဆိုပါထုတ်ကုန်ကို ဂျပန်နိုင်ငံသို့ တင်ပို့ရောင်းချနိုင်ရန် တိုးမြှင့်ဆောင်ရွက်သင့်ပါသည်။ ဂျပန်နိုင်ငံ၏ ကော်ဖီကုန်သွယ်ရေးဈေးကွက်ကို လွှမ်းမိုးထားသည်မှာ ဘရာဇီး၊ ကိုလမ်ဘီယာနှင့် ဗီယမ်နမ်နိုင်ငံတို့ဖြစ်ကြပြီး ၎င်းနိုင်ငံများသည် အသင့်ဖျော်ကော်ဖီနှင့် အသင့်သောက်ကော်ဖီဘူးများအတွက် ဘက်စုံသုံးနိုင်သော အာရေးဗီးကားကော်ဖီကို ထုတ်လုပ်ပါသည်။ သို့သော် ဝယ်လိုအားအခြေအနေအပြောင်းအလဲနှင့် အရည်အသွေးမြင့် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီထုတ်ကုန်များ ရောင်းချမှုများလာခြင်းတို့သည် မြန်မာကော်ဖီအတွက် ၎င်းတို့၏ထုတ်ကုန်များကို ပြန်လည်ပုံဖော်နိုင်ရန် အခွင့်အရေးတစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ “စိတ်ကြိုက် ကော်ဖီမှာယူမှုများ” သို့မဟုတ် ကော်ဖီအခြေပြုထုတ်ကုန်ဒီဇိုင်း (ကော်ဖီအရသာ ချောကလက်) စသည်တို့ ခေတ်စားလာခြင်းသည် ထပ်မံတွေ့ရှိရသည့် သာဓကများဖြစ်ပါသည်။

ဂျပန်အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီဈေးကွက်တွင် လက်ငင်းအခွင့်အလမ်းများနှင့် ရေရှည်အခွင့်အလမ်းများကို ရှာဖွေနိုင်ရန် မြန်မာကော်ဖီထုတ်ကုန်များကို တက်တက်ကြွကြွ စင်တင်ပြသရန်နှင့် Spe-

cialty Coffee Association Japan (ဂျပန် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်း) က နှစ်စဉ်လက်ခံကျင်းပသော အထူးတန်းဝင် ကော်ဖီကုန်စည်ပြပွဲနှင့် အရောင်းပြခန်းကဲ့သို့ ပွဲအခမ်းအနားများ တက်ရောက်ရန်မှာ အရေးကြီးပါသည်။ ဒုတိယအချက်အနေဖြင့် အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာ (AJC) သည် နှစ်ဖက်လုပ်ငန်းစဉ်များ နားလည်မှုနှင့် စီးပွားရေးမဟာဗျူဟာ လိုအပ်ချက်များ တိုးမြှင့်ရန်အတွက် မြန်မာနိုင်ငံ၊ ကော်ဖီကဏ္ဍမှ အသေးစား၊ အလတ်စား SME လုပ်ငန်းရှင်များနှင့် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီလုပ်ငန်းများအကြား ကွာဟချက်ကို ပေါင်းကူးပေးနိုင်သော အခန်းကဏ္ဍတစ်ရပ်အဖြစ် ပါဝင်ပါသည်။ အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာ နှင့် မြန်မာနိုင်ငံမှ အစိုးရဝန်ကြီးဌာနများ အတူပူးပေါင်း၍ အွန်လိုင်းဆွေးနွေးပွဲများ အစဉ်လိုက်ကျင်းပခြင်း၊ အခွင့်အလမ်းများ ချိတ်ဆက်ခြင်းနှင့် အတွေ့အကြုံများ ပေါင်းစပ်ခြင်းဖြင့် ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။

ထို့အပြင် ဆွေးနွေးပွဲများ၊ အွန်လိုင်းတွေ့ဆုံမှုများဖြင့် ရရှိလာသော ကွန်ရက်များ တည်ဆောက်ခြင်းနှင့် အခွင့်အလမ်းများ ချိတ်ဆက်ခြင်းအားဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံသည် မြန်မာကော်ဖီနမူနာများကို အရောင်းဆိုင်ခန်းများနှင့် ကာလတိုရောင်းချသော ဆိုင်ခန်းများတွင်လည်း မဲခေါင်ဒေသထွက်ကုန်များနှင့် အတူ ပြသရောင်းချနိုင်ပါသည်။ ဤကုန်သွယ်ရေးဖြစ်နိုင်ချေရှိမှုလေ့လာမှုတွင် မြန်မာအထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို မိတ်ဆက်ပေးခြင်းသည် ဂျပန်ကော်ဖီဈေးကွက်တွင် ဖြည်းဖြည်းချင်း သေချာစွာ ထိုးဖောက်ဝင်ရောက်နိုင်ရန် မရှိမဖြစ်လိုအပ်သော လုပ်ဆောင်ချက်အဆင့်ဖြစ်ကြောင်းနှင့် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်မှုအလွန်မြင့်ပြီး အမျိုးမျိုးသော စီးပွားရေးအခွင့်အလမ်းများကို ဖော်ဆောင်ပေးနိုင်ကြောင်း သုံးသပ်ထားပါသည်။ အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာအနေဖြင့် မြန်မာအထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို ဂျပန်နိုင်ငံအနှံ့ မိတ်ဆက်ဖြန့်ဖြူးနိုင်ရန်အတွက် ဆက်လက်၍ နီးကပ်စွာ အတူတကွပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရန် ဖိတ်ခေါ်ပါသည်။

၁။ ခြုံငုံသုံးသပ်ချက်- ကော်ဖီနှင့် ကော်ဖီလုပ်ငန်းကဏ္ဍ

ကော်ဖီသည် ကမ္ဘာတစ်ဝှမ်း သောက်သုံးနေသော လူကြိုက်များသည့် သောက်သုံးစရာများအနက် တစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ ယနေ့ခေတ် ဂျပန်နိုင်ငံသည် ၎င်းတို့၏ လက်ဖက်ရည်ယဉ်ကျေးမှု နှစ်ရှည်လများ တည်ရှိနေပြီးဖြစ်သော်လည်း ကော်ဖီသောက်သုံးသူအများဆုံးအဆင့်တွင် အဆင့်လေးနေရာ၌ ရှိပါသည်။ ပျမ်းမျှအားဖြင့် နှစ်စဉ်လူတစ်ဦးလျှင် ၂ ကီလိုဂရမ် သောက်သုံး၍ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်တွင် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီဈေးကွက်သည် စုစုပေါင်းတန်ဖိုး အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၂၉.၉ သန်း ရှိပါသည်။ ခန့်မှန်းတွက်ချက်မှုအရ အဆိုပါကော်ဖီကဏ္ဍသည် ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်နှင့် ၂၀၂၅ ခုနှစ်အကြားတွင် တစ်နှစ်ထက်တစ်နှစ် ၃.၅ % တိုးတက်လာမည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။ (Rana 2020)

ဂျပန်ဘာသာဖြင့် "ကော်ဖီ" ဝေါဟာရဖြစ်သော kouhii (コーヒー) သည် ဒတ်ချ်စကားလုံး koffie မှ ဆင်းသက်လာခြင်းဖြစ်ပါသည်။ ဒတ်ချ်နှင့် ပေါ်တူဂီသင်္ဘောများသည် ဂျပန်ကမ်းခြေသို့ ၁၆ ရာစုနှင့် ၁၇ ရာစုများတွင် ရောက်ရှိခဲ့ပြီး ဂျပန်နိုင်ငံ၌ ကော်ဖီကို စတင်မိတ်ဆက်ပေးခဲ့ပါသည်။ All Japan Association (AJA) ၏ ဖော်ပြချက်အရ ကော်ဖီအများစုကို ၁၈၇၇ ခုနှစ်တွင် ပထမဦးဆုံး ရောင်းချခဲ့ပါသည်။ ၁၁ နှစ်ကြာပြီးနောက် ၁၈၈၈ ခုနှစ်တွင် ဂျပန်နိုင်ငံ၏ ပထမဆုံးသော ကော်ဖီဆိုင် Ka-hiichakan ကို Tsurukichi Nishimura က "သာမန်ပြည်သူများ၊ ကျောင်းသားများနှင့် လူငယ်များ စုဝေးဝိုင်းဖွဲ့ရာနေရာအဖြစ် ကော်ဖီဆိုင် ဖွင့်လှစ်ခြင်းအားဖြင့် လူငယ်ပိုင်းများအတွက် တစ်စုံတစ်ရာ ပြုလုပ်ပေးနိုင်ရန်" ဟူသော ပင်မရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် စတင်တည်ထောင်ခဲ့ပါသည်။ ပထမဆုံးသော ကော်ဖီဆိုင် တည်ထောင်သည်မှစ၍ ကော်ဖီယဉ်ကျေးမှု တဖြည်းဖြည်း ပျံ့နှံ့လာပြီး ၁၉၃၇ ခုနှစ်တွင် ကော်ဖီအိတ်ပေါင်း ၁၄၀,၀၀၀ အထိ သွင်းကုန်ပမာဏ တိုးတက်လာခဲ့သော်လည်း ဒုတိယ ကမ္ဘာစစ်အတွင်း၌ အဆုံးသတ်ခဲ့ရပါသည်။

၁၉၆၁ ခုနှစ်တွင် ကော်ဖီတင်သွင်းမှုဆိုင်ရာကန့်သတ်ချက်များ ရုပ်သိမ်းခဲ့ပြီး ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကော်ဖီအိတ်ပေါင်း ၂၅၀,၀၀၀ တင်သွင်းနိုင်ခဲ့ပါသည်။ ထိုအချိန်ကာလအတွင်း ကော်ဖီသည် သာမန်ပြည်သူလူထုအတွက် လွယ်လင့်တကူ ရရှိနိုင်သော လက်ဖက်ရည်နှင့်မတူဘဲ ချမ်းသာကြွယ်ဝသူများသာ သောက်သုံးနိုင်ခဲ့ပါသည်။ ကော်ဖီကို ပိုမိုလွယ်ကူစွာ ဝယ်ယူနိုင်ပြီးကော်ဖီဆိုင်များ တိုးတက်များပြားလာမှုနှင့်အတူ ဂျပန်နိုင်ငံအနှံ့ ကော်ဖီသောက်သုံးသူဦးရေမှာလည်း တိုးတက်လာခဲ့သည်။ ထို့အပြင်အသင့်သောက် (RTD) ကော်ဖီဘူးများကို ၁၉၆၉ ခုနှစ်တွင်စတင်မိတ်ဆက်ပေးခဲ့ခြင်းနှင့်အတူအရောင်းစက်များ တိုးချဲ့လာခြင်းအားဖြင့် လူငယ်များအကြား ကော်ဖီကို မိတ်ဆက်ပေးနိုင်ခဲ့ပါသည်။ (အခန်း ၂ တွင် ဆက်လက်ဖတ်ရှုပါ) ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှု တဟုန်ထိုးတိုးတက်လာခြင်းနှင့် ထုတ်ကုန်တိုးတက်မှုအတွက် ဆက်လက်ဆောင်ရွက်ခြင်းတို့ကြောင့် ဂျပန်နိုင်ငံသည် ကမ္ဘာ့အဆင့်တွင် အကြီးမားဆုံးသော ကော်ဖီတင်သွင်း သောက်သုံးသည့်နိုင်ငံများထဲမှ တစ်နိုင်ငံဖြစ်လာခဲ့သည်။

အခြားတစ်ဖက်တွင်လည်း မြန်မာနိုင်ငံတွင် ရိုဘတ်စတာ (Robusta) ကော်ဖီစေ့ စိုက်ပျိုးမှုကို ၁၉ ရာစု နှောင်းပိုင်းတွင် စတင်ခဲ့ပြီး ထိုအချိန်မတိုင်မီက အာရေးဗီကား ကော်ဖီကို ၁၉၃၀ ခုနှစ်များ၌ စိုက်ပျိုးခဲ့ပါသည်။ ရိုဘတ်စတာ ကော်ဖီမျိုးစေ့ ထုတ်လုပ်မှုသည် မြန်မာ့ကော်ဖီထုတ်လုပ်မှုစုစုပေါင်း၏ ၃၀ % ရှိပြီး အာရေးဗီကား ကော်ဖီမျိုးစေ့ စိုက်ပျိုးထုတ်လုပ်မှုသည် မြန်မာ့ကော်ဖီထုတ်လုပ်မှုစုစုပေါင်း၏ ၇၀ % ရှိသဖြင့် စိုက်ပျိုးထုတ်လုပ်မှုသိသိသာသာတိုးတက်ခဲ့သည်ကို တွေ့ရပါသည်။

မြန်မာနိုင်ငံသည် ကော်ဖီစေ့စိုက်ပျိုးရန်အတွက် စိုက်ပျိုးမြေပေါများသော နိုင်ငံဖြစ်ပြီး နိုင်ငံတော်အစိုးရက ကော်ဖီထုတ်လုပ်မှု၊ အထူးသဖြင့် အရည်အသွေးကောင်းသော ကော်ဖီ–အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ ထုတ်လုပ်မှုကို ဆက်လက်တွန်းအားပေး လုပ်ဆောင်လျက်ရှိပါသည်။ အခန်း ၃ တွင် ၎င်း၏အဓိပ္ပါယ်နှင့် သွင်ပြင်လက္ခဏာများကို အသေးစိတ်ဖော်ပြထားပါသည်။ ကုန်သွယ်ရေး ထုတ်ကုန်တစ်ခုအဖြစ် နိုင်ငံတကာနှင့် ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ကော်ဖီ၏ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်မှုကို လေ့လာမှု၏နောက်ပိုင်းအခန်းများတွင် ဆန်းစစ်ထားပါသည်။

၁.၁ ကမ္ဘာပေါ်တွင် ကော်ဖီ၏ နိုင်ငံတကာအဆင့်

ကော်ဖီကို ထုတ်ကုန်တစ်ခုအဖြစ် အသက်အရွယ်မရွေး၊ ကျားမ မရွေး သောက်သုံးလေ့ရှိသော သောက်သုံးစရာတစ်ခုအနေဖြင့် ကမ္ဘာအနှံ့ ကုန်သွယ်မှုပြု ရောင်းဝယ်ကြပါသည်။ အောက်ဖော်ပြပါ တွက်ချက်မှုအရကမ္ဘာ့နေရာအနှံ့အပြား၌ ကော်ဖီတည်ရှိမှုသည် ခိုင်မာအားကောင်းမှုမရှိသေးသည်ကို တွေ့ရပါသည်။

$$A = \frac{37{,}187{,}083{,}204(\text{ကော်ဖီကုန်သွယ်တန်ဖိုးစုစုပေါင်း})}{39{,}098{,}173{,}226{,}468(\text{ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်ရေးစုစုပေါင်းတန်ဖိုး})} = 0.000951$$

အောက်ပါဇယား (၁) တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း **မြန်မာသည် ကမ္ဘာ့ကော်ဖီပို့ကုန် ဈေးကွက်၏ အဆင့် ၅၆ တွင်**ရပ်တည်နေပြီး ကမ္ဘာ့ကော်ဖီတင်ပို့မှု ဈေးကွက်ရှယ်ယာ၏ ၀.၀၁ % ရှိပါသည်။ ဘရာဇီးနိုင်ငံသည်ကမ္ဘာ့ကော်ဖီတင်ပို့မှုတွင် ပထမအဆင့်တင်ပို့သူအဖြစ် ထိပ်ဆုံးမှ ရပ်တည်နေပြီး ၎င်းနောက်တွင် ဗီယက်နမ်၊ ကိုလမ်ဘီယာ၊ ဟွန်ဒူးရပ်စ်နှင့် အင်ဒိုနီးရှားနိုင်ငံတို့ ရပ်တည်လျက်ရှိပါသည်။ ပို့ကုန်တန်ဖိုးအားဖြင့် ကော်ဖီကုန်သွယ်ရေးဈေးကွက်၏ ထိပ်ဆုံး ၁၀ နေရာတွင် အာဆီယံအဖွဲ့ဝင်နိုင်ငံနှစ်ခုသာ အာဆီယံကိုယ်စားပြု ပါဝင်ကြောင်း တွေ့ရပါသည်။

---

1 090112 (ကော်ဖီ– ကဖိန်းဓာတ်နည်းသော၊ မလှော်ထားသော)၊ 090121 (ကော်ဖီ– လှော်ထားသော၊ ကဖိန်းဓာတ်မနည်းသော)၊ 090122 (ကော်ဖီ– လှော်ထားသော၊ ကဖိန်းဓာတ်နည်းသော)၊ 090130 (ကော်ဖီ– အခွံများ)၊ 090140 (ကော်ဖီ– ကော်ဖီပမာဏတစ်ခုခုပါဝင်သော အစားထိုးပစ္စည်းများ၊ မည်သည့်အချိုးအစားမဆို) ကဲ့သို့ အမျိုးအစားများ ရှိသောကြောင့် ကမ္ဘာ့ကော်ဖီကုန်သွယ်တန်ဖိုးအတွက် ဒေတာများကို ကောက်နုတ်ဖော်ပြရန်မှာ အလွန်များပါသည်။ ထို့ကြောင့် 090111 (ကော်ဖီ– မလှော်ထားသော သို့မဟုတ် ကဖိန်းဓာတ်နည်းသော) အတွက်သာ ဤတွက်ချက်မှုတွင် အသေးစိတ်ဖော်ပြထားပါသည်။

2 ခြွင်းချက်တစ်စုံတစ်ရာမရှိပါက ရရှိထားသော ကုန်သွယ်ရေးစာရင်းအင်းများအားလုံးကို သတ်မှတ်ဖော်ပြရာတွင် တူညီမှုရှိစေရန်အတွက် 2018 ခုနှစ်၏ ဒေတာများကို ဤအစီရင်ခံစာပါ လေ့လာမှုတွင် အသုံးပြုထားပါသည်။ စိစစ်အတည်ပြုရန်အတွက် ဒေတာများကို UNCOMTRADE အပြင် ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်ရေးပေါင်းစည်းမှုနည်းပညာ (World Integrated Trade Solution (WITS)) တို့မှလည်း ရရှိပါသည်။ WITS သည် နိုင်ငံတကာကုန်သွယ်ရေးစင်တာ၊ ကုလသမဂ္ဂစာရင်းအင်းဌာနခွဲနှင့် ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်ရေးအဖွဲ့တို့၏ အကြံဉာဏ်များကို ရယူပြီး ကမ္ဘာ့ဘဏ်နှင့် UNCTAD တို့မှ တည်ထောင်ထားသော အရောင်းစီတစ်ခုဖြစ်ပါသည်။

ဇယား ၁။ ကော်ဖီတင်ပို့မှု စုစုပေါင်း (ပို့ကုန်တန်ဖိုးသီးသန့်) (HS code– 090111)

	နိုင်ငံ	ပို့ကုန်တန်ဖိုး (USD)	ရှယ်ယာ %
1	ဘရာဇီး	4,359,508,151	24.72
2	ဗီယက်နမ်	2,811,711,263	15.94
3	ကိုလမ်ဘီယာ	2,267,510,835	12.86
4	ဟွန်ဒူးရပ်စ်	1,111,140,262	6.3
5	အင်ဒိုနီးရှား	808,734,988	4.59
6	ပီရူး	682,064,272	3.87
7	ဂွါတီမာလာ	679,970,960	3.86
8	ဂျာမနီ	589,021,470	3.34
9	ဘယ်လ်ဂျီယမ်	575,794,470	3.26
10	အိန္ဒိယ	511,291,289	2.9
…	…	…	…
56	မြန်မာ	2,313,670	0.01
စုစုပေါင်း		17,638,558,706	100

ရင်းမြစ်– UN Comtrade မှ ၂၀၁၈ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ခဲ့သည့် စာရင်းဇယား

၁.၂ ကမ္ဘာ့ကုန်သွယ်ရေးထုတ်ကုန်တစ်ခုအဖြစ် မြန်မာကော်ဖီ၏ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းရှိမှု အခြေအနေ

မြန်မာကော်ဖီသည် ပြည်တွင်းကုန်သွယ်ရေးတန်ဖိုးစုစုပေါင်းနှင့် နှိုင်းယှဉ်ပါက ကုန်သွယ်ရေးတန်ဖိုး(၀.၀၀၀၀၆၄) ရှိပြီး အလွန်နည်းပါးသောကိန်းဂဏန်းမျှသာ ရှိပါသည်။ အောက်ဖော်ပြပါ တွက်ချက်မှုများအရ ယေဘုယျအားဖြင့် မြန်မာကော်ဖီသည် ကုန်သွယ်မှုပြုရန်အလားအလာ အားကောင်းသည့် ထုတ်ကုန်တစ်ခုအဖြစ် သုံးသပ်ရန်မှာ ခက်ခဲလှပါသည်။

$$B = \frac{2{,}313{,}670 \text{ (မြန်မာကော်ဖီကုန်သွယ်တန်ဖိုးစုစုပေါင်း)}}{37{,}309{,}486{,}827 \text{ (မြန်မာနိုင်ငံရှိ စုစုပေါင်းကုန်သွယ်တန်ဖိုး)}} = 0.000062$$

အောက်ဖော်ပြပါအတိုင်း တွက်ချက်ထားသော နှိုင်းယှဉ်အားသာမှုဖော်ပြချက် (RCA) အပေါ်အခြေခံ၍ **မြန်မာကော်ဖီသည် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်မှု အားနည်းပြီး** ကုန်သွယ်ရေးထုတ်ကုန်တစ်ခုအဖြစ် **နိုင်မာသည့် အလားအလာမရှိနိုင်ကြောင်း သုံးသပ်ရပါသည်။**

$$\frac{0.000062\,(B)}{0.000951\,(A)} = 0.652$$

3 Footnote 1 အတိုင်း တူညီမှုရှိစေရန် ဤတွက်ချက်မှု၏ စုစုပေါင်းကုန်သွယ်တန်ဖိုးများတွင် HS090111 (ကော်ဖီ– မလှော်ထားသော သို့မဟုတ် ကဖိန်းဓာတ်နည်းသော) သာ ပါဝင်ပါသည်။

သို့သော် အမှန်စင်စစ်အားဖြင့် **ဂျပန်နိုင်ငံသည် မြန်မာကော်ဖီ တင်သွင်းမှုအများဆုံး နိုင်ငံများအနက် အဆင့် (၄) နေရာတွင်ရှိပြီး** (ဇယား ၂ ကို ကြည့်ပါ) မြန်မာကော်ဖီထုတ်ကုန်၏ ၁၀% နီးပါးသည် ဂျပန်နိုင်ငံသို့ တင်ပို့နေပြီး တန်ဖိုး အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၂၁၈,၉၅၁ ရှိသည်ကို တွေ့ရပါသည်။ အဓိက တင်သွင်းသည့်နိုင်ငံမှာ အမေရိကန် ပြည်ထောင်စုဖြစ်ပြီး (၃၁.၇၇%) ၊ ၎င်းနောက်တွင် ထိုင်းနိုင်ငံ (၁၅.၉၁%)၊ မလေးရှားနိုင်ငံ (၉.၆၁%) နှင့် ဂျပန်နိုင်ငံ (၉.၄၆%) စသည်တို့ ဖြစ်ကြပါသည်။ ဇယား ၂ ပါအချက်အလက်များကို သုံးသပ်ခြင်းအားဖြင့် ဂျပန်နိုင်ငံသည် မြန်မာကော်ဖီအတွက် အလားအလာ ရှိသော ဈေးကွက်တစ်ခုအဖြစ် ယူဆနိုင်ပါသည်။

ဇယား ၂။ ပို့ကုန်တန်ဖိုးအပေါ် မူတည်၍ မြန်မာကော်ဖီ၏ အဆင့်သတ်မှတ်ချက် (HS Code- 090111)

	နိုင်ငံ	ပို့ကုန်တန်ဖိုး (USD)	ရှယ်ယာ %
1	အမေရိကန်ပြည်ထောင်စု	735,028	31.77%
2	ထိုင်း	368,105	15.91%
3	မလေးရှား	222,358	9.61%
4	ဂျပန်	**218,951**	**9.46%**
5	ယူနိုက်တက်ကင်းဒမ်း	159,535	6.90%
6	ကနေဒါ	130,942	5.66%
7	တောင်ကိုရီးယား	125,665	5.43%
8	ဂျာမနီ	88,081	3.81%
9	တရုတ်	81,919	3.54%
10	ဘယ်လ်ဂျီယမ်	52,817	2.28%
…	…	…	…
စုစုပေါင်း		2,313,670	100%

ရင်းမြစ်- UN Comtrade မှ ၂၀၁၈ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ခဲ့သည့် စာရင်းဇယား

၁.၃ ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ကော်ဖီ၏ ပြည်တွင်းအဆင့်အနေအထား

အောက်ဖော်ပြပါတွက်ချက်မှုအရ **ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ကော်ဖီသည် သွင်းကုန်တစ်ခုအဖြစ် ပမာဏ အနည်းငယ်သာရှိ**သည်ကို တွေ့ရပါသည် -

$$A = \frac{\$1,145,242,955 \text{ (ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီကုန်သွယ်မှုတန်ဖိုးစုစုပေါင်း)}}{\$748,217,608,150 \text{ (ဂျပန်နိုင်ငံရှိ သွင်းကုန်တန်ဖိုးစုစုပေါင်း)}} = 0.00153$$

ဂျပန်နိုင်ငံရှိ မြန်မာကော်ဖီ၏ အဆင့်အနေအထားကို ကြည့်ခြင်းအားဖြင့် ဂျပန်နိုင်ငံသည် မြန်မာ ကော်ဖီအများဆုံးတင်သွင်းမှု အဆင့် (၄) တွင် ရပ်တည်နေသည့် နိုင်ငံဖြစ်သော်လည်း(ဇယား ၂ ကို ကြည့်ပါ) ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီဈေးကွက် ယှဉ်ပြိုင်မှုမှာ ပြင်းထန်သည့်အနေအထားကို တွေ့ရပြီး ဂျပန် သည် ကော်ဖီထုတ်ကုန်နှင့်ပတ်သက်၍ ကုန်သွယ်ဖက်နိုင်ငံအများအပြားနှင့် ထိတွေ့ဆက်ဆံလျက်ရှိ

ပါသည်။ အောက်ပါတွက်ချက်မှုတွင် ဂျပန်နိုင်ငံ၏ မြန်မာနိုင်ငံမှ တင်သွင်းသည့် သွင်းကုန်အားလုံး တန်ဖိုးအားလုံးအနက်မှ မြန်မာကော်ဖီတင်သွင်းမှုတန်ဖိုး၏အနေအထားကို ဖော်ပြထားပါသည်။

$$B = \frac{\$261,687 \text{ (ဂျပန်နိုင်ငံသို့ တင်သွင်းသော မြန်မာကော်ဖီသွင်းကုန်တန်ဖိုးစုစုပေါင်း)}}{\$1,279,980,936 \text{ (ဂျပန်၏ မြန်မာမှ တင်သွင်းသော သွင်းကုန်တန်ဖိုးစုစုပေါင်း)}} = 0.00020$$

အထက်နှင့် အောက်ဖော်ပြပါ တွက်ချက်မှုများအပေါ် အခြေခံ၍ **မြန်မာကော်ဖီသည် ဂျပန်နိုင်ငံတွင် တင်သွင်းကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုအဖြစ် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်မှု အားနည်းသည်ကို တွေ့ရပါသည်။**

$$\frac{0.00020\ (B)}{0.00153\ (A)} = 0.13071$$

ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကော်ဖီတင်သွင်းသောနိုင်ငံများ၏ ရင်းမြစ်အတိုင်း စီထားသော အဆင့်သတ်မှတ်ချက်အရ ဇယား ၃ တွင် မြန်မာကော်ဖီ၏အဆင့်ကို နောက်ထပ်ဖော်ပြထားပါသည်။

ဇယား ၃။ သွင်းကုန်တန်ဖိုးအပေါ်မူတည်၍ ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကော်ဖီတင်သွင်းနေသည့် နိုင်ငံများ အဆင့်သတ်မှတ်ချက်

	နိုင်ငံ	သွင်းကုန်တန်ဖိုး (USD)	ရှယ်ယာ %
1	ဘရာဇီး	321,027,638	28.03
2	ကိုလမ်ဘီယာ	206,791,938	18.05
3	ဗီယက်နမ်	185,968,722	16.24
4	အင်ဒိုနီးရှား	87,741,128	7.67
5	ဂွါတီမာလာ	86,182,461	7.53
6	အီသီယိုးပီးယား	81,443,357	7.11
7	တန်ဇန်းနီးယားပြည်ထောင်စု သမ္မတနိုင်ငံ	48,605,004	4.24
8	ဟွန်ဒူးရပ်စ်	19,909,885	1.74
9	လာအို ပြည်သူ့ဒီမိုကရက်တစ်သမ္မတနိုင်ငံ (PDR)	18,429,794	1.6
10	ပီရူး	15,172,401	1.32
…	…	…	…
34	**မြန်မာ**	**261,687**	**0.00023**
စုစုပေါင်း		1,145,242,955	100

ရင်းမြစ်– UN Comtrade မှ ၂၀၁၈ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ခဲ့သည့် စာရင်းဇယား

အပိုင်း ၁.၁၊ ၁.၂ နှင့် ၁.၃ တွင် ဖော်ပြထားသည့် အထောက်အထားများအပေါ် မူတည်၍ သုံးသပ်နိုင်သည်မှာ –

4 Footnote 1 နှင့်အညီ ဤတွက်ချက်မှုတွင် HS090111 (ကော်ဖီ– မလှော်ထားသော သို့မဟုတ် ကဖိန်းဓာတ်နည်းသော) သာ ပါဝင်ပါသည်။ မြန်မာနိုင်ငံသည် ဂျပန်နိုင်ငံသို့ HS090111 ကိုသာ တင်သွင်းပါသည်။

5 ဇယား ၂ နှင့် ၃ တွင် အထက်ပါအတိုင်း တူညီသော အချက်အလက်ရင်းမြစ်ကို သုံးထားသော်လည်း ပုံတွင်ပြထားသည်မှာ အနည်းငယ်ကွာဟမှုရှိပါသည်။

(က) ကော်ဖီအား မြန်မာ့ကုန်သွယ်ရေးထုတ်ကုန်တစ်ခုအနေဖြင့် နှိုင်းယှဉ်ကြည့်ပါက ကမ္ဘာ့အဆင့်တွင် အလွန်အလွန် အားနည်းပါသည်။ (ကမ္ဘာလုံးဆိုင်ရာ အဆင့်သတ်မှတ်ချက်အရ အဆင့် ၅၆ ၌ ရှိပြီး ကမ္ဘာ့ဈေးကွက်ရှယ်ယာ အားဖြင့် ၀.၀၁% ရှိပါသည် / RCA=0.652)

(ခ) မြန်မာကော်ဖီသည် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ပြည်ပမှတင်သွင်းသော ကော်ဖီဈေးကွက်တွင် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်မှု အားနည်းပါသည်။ (ဂျပန်နိုင်ငံ၏ ကော်ဖီတင်သွင်းမှုဈေးကွက်၌ အဆင့် ၃၄ တွင်ရပ်တည်နေပြီး ဈေးကွက်ရှယ်ယာအားဖြင့် ၀.၀၀၀၂၃ % ရှိပါသည်။ / RCA=0.131)

(ဂ) ဂျပန်နိုင်ငံသည် မြန်မာကော်ဖီကို အဓိကတင်သွင်းနေသည့် နိုင်ငံတစ်ခုဖြစ်ပြီး အဆင့် ၄ တွင် ရပ်တည်နေပါသည်။ ဂျပန်နိုင်ငံမှ ပုံမှန်ကော်ဖီတင်သွင်းနေသောနိုင်ငံများဖြစ်ကြသည့် ဘရာဇီးနှင့် ကိုလံဘီယာနိုင်ငံတို့နှင့် မြန်မာနိုင်ငံအနေဖြင့် မယှဉ်ပြိုင်နိုင်သော်လည်း အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအမျိုးအစားနှင့်ပတ်သက်၍ အခြားသောနယ်ပယ်များတွင် ဆက်လက်၍ ဈေးကွက်ရှာဖွေသင့်ပါသည်။

RCA ၏ စိစစ်တွေ့ရှိချက်သက်သက်အပေါ် အခြေခံ၍ မြန်မာ့ကော်ဖီ၏ ကုန်သွယ်ရေး ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းရှိမှုအနေအထားနှင့်ပတ်သက်၍ ဖော်ထုတ်ရရှိထားသည့် အချက်များမှာ အောက်ပါအတိုင်းဖြစ်ပါသည် -

ကမ္ဘာတွင် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်မှု	ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်မှု
အားကောင်း	အားကောင်း
အားကောင်း	အားနည်း
အားနည်း	အားကောင်း
အားနည်း	အားနည်း

ဂျပန်နိုင်ငံ၏ ကော်ဖီဈေးကွက်တွင် ဘရာဇီး၊ ကိုလံဘီယာနှင့် ဗီယက်နမ်တို့ကဲ့သို့ အင်အားကြီးမားသည့် ကော်ဖီတင်ပို့သူများက အပြည့်အဝ နေရာယူထားပါသည်။ ထို့အပြင် **အာဆီယံနိုင်ငံသုံးခုဖြစ်သည့် ဗီယက်နမ်၊ အင်ဒိုနီးရှားနှင့် လာအို PDR တို့သည် ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကော်ဖီတင်ပို့သော ကမ္ဘာ့ထိပ်တန်း ၁၀ နိုင်ငံတွင်** ကိုယ်စားပြုပါဝင်နေပါသည်။ အထူးသဖြင့် အင်ဒိုနီးရှားနှင့် လာအို PDR တို့သည် မြန်မာကော်ဖီနှင့် သဘောသဘာဝတူညီသည့် ၎င်းတို့၏ "အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ" (ပို့ကုန်တင်ပို့နိုင်မှုအလားအလာနှင့်ပတ်သက်၍ အခန်း ၄ ကို ကြည့်ပါ) ကို တင်ပို့ကြပါသည်။

ထို့အပြင် မြန်မာကော်ဖီ၏ ကုန်သွယ်ရေးဖြစ်နိုင်ချေရှိမှုဆိုင်ရာ သုံးသပ်လေ့လာမှုတွင် အခြားသော စိစစ်တွေ့ရှိချက်များ ထပ်မံဖြည့်စွက်ရန်အတွက် ပြည်တွင်းရှိ အခြေခံအကြောင်းတရားများစွာကို ပြန်လည်သုံးသပ်ရန် လိုအပ်ပါသည်။ လာမည့်အခန်းတွင် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီသောက်သုံးမှုဆိုင်ရာ သဘောထားအမြင်များ၊ အသင့်ရရှိနိုင်သော ကော်ဖီထုတ်ကုန်များအပြင် ကော်ဖီလုပ်ငန်း၏ အရေးပါသော အဖွဲ့အစည်းများအကြောင်းကို ဖော်ပြထားပါသည်။ အခန်း ၃ တွင် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ မြန်မာကော်ဖီ၏ အနေအထားကို ဖော်ပြထားပါပြီး ၎င်းမှတစ်ဆင့် မြန်မာကော်ဖီအား ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကုန်သွယ်မှုပြုဈေးကွက်ဝင်ရောက်နိုင်ရေးအတွက် အကြံပြုချက်များ ဖော်ထုတ်နိုင်မည်ဖြစ်ပါသည်။

၂။ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီသောက်သုံးမှု၊ ကော်ဖီဆိုင်များနှင့် ထုတ်ကုန်များ

ဤအခန်းတွင် ဂျပန်နိုင်ငံဈေးကွက်သို့ မြန်မာကော်ဖီ တင်ပို့နိုင်ချေရှိမှုနှင့်ပတ်သက်၍ ဂျပန်နိုင်ငံ၏ ကော်ဖီသောက်သုံးမှု ခေတ်ရေစီးကြောင်းနှင့် သောက်သုံးမှု အမူအကျင့် အနေအထားများကို စာရင်းဇယားများဖြင့် ဖော်ပြထားမည်ဖြစ်ပါသည်။

အများအားဖြင့် ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ကော်ဖီသည် နိုင်ငံရပ်ခြားမှ ရောက်ရှိလာခြင်း ဖြစ်ပါသည်။ အခန်း ၁ တွင် ရှင်းလင်းထားသည့်အတိုင်း အာဆီယံအဖွဲ့ဝင် သုံးနိုင်ငံ ဖြစ်ကြသည့် —ဗီယက်နမ်၊ အင်ဒိုနီးရှားနှင့် လာအို PDR—တို့သည် ကုန်သွယ်မှု တန်ဖိုးအားဖြင့် ကော်ဖီစေ့တင်သွင်းသူများတွင် ကမ္ဘာ့ထိပ်တန်း ၁၀ နေရာ၌ ပါဝင်ကြပါသည်။ အောက်ဖော်ပြပါဇယား ၄ တွင် ကော်ဖီတင်သွင်းသည့် နိုင်ငံများ၏ အဆင့်လိုက်စာရင်းကို တင်သွင်းမှုပမာဏနှင့် တစ်ခုချင်းဈေးနှုန်းများနှင့် ဖော်ပြထားပါသည်။ အောက်ဖော်ပြပါဇယား ၄ အရ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကော်ဖီတင်ပို့သော ထိပ်တန်းနိုင်ငံ ၃ ခုမှာ ဘရာဇီး (၁၅၅,၄၇၇ တန်) ၊ ၎င်းနောက်တွင် ဗီယက်နမ် (၈၇,၁၁၀ တန်) နှင့် ကိုလံဘီယာ (၆၂,၅၃၅ တန်) တို့ဖြစ်ကြပါသည်။ အာဖရိကနိုင်ငံများအကြား ကော်ဖီထုတ်လုပ်မှုဖြင့် လူသိများသော အီသီယိုးပီးယားနိုင်ငံသည် ၂၀၁၀ ပြည့်နှစ်က ဂျပန်နိုင်ငံသို့ တင်ပို့ခဲ့သည့် ကော်ဖီပို့ကုန်ပမာဏထက် ၃ ဆပို၍ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် တန်ချိန် ၃၄,၅၄၈ တန်ဖြင့် ပို့ကုန်ပမာဏများပြားစွာ တင်ပို့နိုင်ခဲ့သည်ကို တွေ့ရပါသည်။ Kilimanjaro ကော်ဖီဖြင့် ကျော်ကြားသည့် တန်ဇန်းနီးယားနိုင်ငံသည်လည်း ဂျပန်နိုင်ငံသို့ တန်ချိန် ၁၅,၅၅၂ တန် တင်ပို့ခဲ့ပါသည်။

ဇယား ၄။ ကော်ဖီစေ့တင်ပို့နေသည့် ထိပ်တန်း ၁၀ နိုင်ငံ (ပမာဏနှင့် တစ်ခုချင်းဈေးနှုန်းအရ)

ယူနစ်- တန်၊ JPY / kg

	နိုင်ငံ	2010		2016		2017		2018		2019	
		ပမာဏ	တစ်ခုချင်း ဈေးနှုန်း	ပမာဏ	တစ်ခုချင်း ဈေးနှုန်း	ပမာဏ	တစ်ခုချင်း ဈေးနှုန်း	ပမာဏ	တစ်ခုချင်း ဈေးနှုန်း	ပမာဏ	တစ်ခုချင်း ဈေးနှုန်း
1	ဘရာဇီး	123,073	266	137,860	343	117,912	363	111,955	319	155,477	278
2	ဗီယက်နမ်	54,737	143	99,201	197	88,344	253	98,513	210	87,110	178
3	ကိုလံဘီယာ	79,060	390	67,197	374	72,442	421	64,201	364	62535	335
4	အီသီယိုးပီးယား	10,245	325	18,600	360	27,614	381	26,739	341	34,548	311
5	ဂွါတီမာလာ	34,180	351	37,060	439	30,047	461	24,117	396	29,264	355
6	အင်ဒိုနီးရှား	59,068	182	34,819	271	31,683	325	30,364	320	25,347	315
7	တန်ဇန်းနီးယား	10,486	350	12,436	347	8,326	405	15,475	347	15,552	302
8	ဟွန်ဒူးရပ်စ်	6,333	304	2,989	367	4,643	388	6,624	334	8,495	308
9	ပီရူး	3,323	342	1,772	399	2,709	406	4,813	350	5,194	311
10	လာအို PDR	1,723	288	5,873	302	5,247	406	5,656	360	2,206	279
	စုစုပေါင်း	410,530	283	435,140	329	406,330	367	401,144	318	436,546	287

ရင်းမြစ်- ဂျပန်နိုင်ငံ၊ ဘဏ္ဍာရေးဝန်ကြီးဌာန

အထက်ပါဇယားရှိ နိုင်ငံအားလုံး၏ တစ်ခုချင်းဈေးနှုန်းသည် အတက်အကျရှိသည်ဟု ယူဆရသော်လည်း တင်ပို့သောပမာဏကို ထည့်မတွက်ဘဲ ၂၀၁၇ ခုနှစ်မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်အထိ ဈေးနှုန်းများ ဆက်တိုက်ကျဆင်းလာခဲ့သည်ကို တွေ့ရပါသည်။

ဗီယက်နမ်နိုင်ငံသည် ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကော်ဖီတင်ပို့သော အာဆီယံအဖွဲ့ဝင် ထိပ်တန်းနိုင်ငံတစ်ခုဖြစ်ပြီး ၎င်းနောက်တွင် အင်ဒိုနီးရှားနှင့် လာအိုနိုင်ငံများမှ ကော်ဖီများကို အများဆုံး တင်ပို့နေပါသည်။ အထူးသဖြင့် ယင်းနိုင်ငံသုံးခုမှ တင်သွင်းသော ကော်ဖီ၏ တစ်ခုချင်းဈေးနှုန်းတွင် ထူးခြားသည့် အပြောင်းအလဲများ ဖြင့် ကာလရှည်ကြာစွာ ရှိခဲ့ပါသည်။ ဗီယက်နမ်နိုင်ငံကို ကြည့်မည်ဆိုလျှင် တစ်ခုချင်းဈေးနှုန်းသည် ၂၀၁၆ ခုနှစ်တွင် ၁၉၇ ယန်းမှ ၂၀၁၇ ခုနှစ်တွင်၂၅၃ ယန်းအထိ မြင့်တက်လာခဲ့ပြီး ၂၀၁၈ ခုနှစ်တွင် ၂၁၀ ယန်း အထိ၊ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ၁၇၈ ယန်း အထိ ပြန်လည်ကျဆင်းလာခဲ့သည်ကို တွေရပါသည်။ ဒုတိယအများဆုံးတင်ပို့သည့် အာဆီယံနိုင်ငံဖြစ်သော အင်ဒိုနီးရှားအနေဖြင့်လည်း ဈေးနှုန်းသည် ၂၀၁၆ ခုနှစ်တွင် ၂၇၁ ယန်းမှ ၂၀၁၇ ခုနှစ်တွင် ၃၂၅ ယန်းအထိ အပြိုင်အဆိုင် မြင့်တက်လာခဲ့ပါသည်။ လာအိုနိုင်ငံအနေဖြင့် လက်ရှိတွင် ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကော်ဖီတင်သွင်းမှုပမာဏအရ ဒသမမြောက် တင်သွင်းမှုအများဆုံး နိုင်ငံဖြစ်ပြီး တစ်ခုချင်းဈေးနှုန်းသည်လည်း ကာလအတန်ကြာ အတက်အကျ ရှိခဲ့သည်ကို တွေ့ရပါသည်။

မြန်မာနိုင်ငံသည် အဆိုပါအဆင့်သတ်မှတ်ချက်များတွင် မပါဝင်ဘဲ ကုန်သွယ်မှု တန်ဖိုးအားဖြင့် အဆင့် ၃၄ တွင် ရှိပါသည်။ (ဇယား ၃ ကို ကြည့်ပါ)။ သို့သော် ၎င်းစာရင်းဇယားများသည် နိုင်ငံခြားမှ တင်သွင်းသောကော်ဖီ၏ စုစုပေါင်းတန်ဖိုးနှင့် ပမာဏ (ဇယား ၄) ကိုသာ ပြထားပြီး ကော်ဖီ၏ အရည်အသွေး အဆင့်အတန်း (အနံ့အရသာနှင့်/သို့မဟုတ် ရနံ့နက်ရှိုင်းမှု) နှင့် တင်သွင်းလာသည့် ကော်ဖီစေ့များဖြင့် ထုတ်လုပ်ထားသော ကော်ဖီထုတ်ကုန်အမျိုးအစားများအကြောင်း ရှင်းလင်းထားခြင်း မရှိပါ။

ဇယား ၅။ အမျိုးအစားအလိုက် တင်သွင်းသော ကော်ဖီစေ့ပမာဏ

	ကော်ဖီ စေ့ အစိမ်း	ကဖိန်းဓာတ် နည်းသော ကော်ဖီစေ့ အစိမ်း	လှော်ထားပြီး ကော်ဖီ စေ့များ	လှော်ထားသော ကဖိန်းဓာတ် နည်း ကော်ဖီစေ့	အသင့်ဖျော် ကော်ဖီ	နှပ်ထားသော ကော်ဖီ (သကြား ပါဝင်သော)	အခြား (ပြုပြင် စီမံထား သော)
2015	433,235	2,206	6,664	7,930	12,549	338	8,315
2016	432,592	2,548	7,221	8,593	11,267	373	8,866
2017	403,954	2,375	7,322	8,713	12,148	314	12,666
2018	399,042	2,102	6,798	8,090	10,709	368	16,245
2019	434,379	2,167	6,766	8,052	10,448	–	11,464
2020	389,583	2,029	7,066	8,409	10,700	–	12,290

ရင်းမြစ်– All Japan Coffee Association မှ ၂၀၂၁ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် စာရင်းဇယား

ဂျပန်နိုင်ငံသည် ကော်ဖီစေ့အစိမ်းများကို ပမာဏအများဆုံးတင်သွင်းနေပြီး ၎င်းနောက်တွင် အသင့်

ဖျော်ကော်ဖီနှင့် လှော်ထားသော၊ ကဖိန်းဓာတ်နည်းသော ကော်ဖီစေ့များကို တင်သွင်းနေပါသည် (ဇယား ၅ ကို ကြည့်ပါ)။ အမျိုးအစားအသီးသီး၏ ပမာဏသည် ဇယား ၄ တွင် ဖော်ပြထားသော ကော်ဖီ၏ တစ်ခုချင်းဈေးနှုန်းနှင့်နည်းတူ အတက်အကျရှိသည်ကို တွေ့ရပါသည်။

အဆိုပါဇယားအရ ဂျပန်နိုင်ငံမှ ကော်ဖီသွင်းကုန်လုပ်ငန်းရှင်များ၏ ဝယ်လိုအား၏ အမှန်တကယ် တန်ပြန်သက်ရောက်မှုရှိကြောင်းကို ထင်ဟပ်ဖော်ပြနေပါသည်။ သို့သော် ဂျပန်နိုင်ငံ၏ လက်ရှိ ကော်ဖီသောက်သုံးမှု ခေတ်ရေစီးကြောင်းကို မြန်မာကော်ဖီ၏ ကုန်သွယ်ရေးဖြစ်နိုင်ချေရှိမှုအတွက် ဝယ်လိုအားကိုဖြစ်စေသည့် အခြေခံအကြောင်းအရာအဖြစ် သတ်မှတ်နိုင်ကာ လေ့လာရမည်ဖြစ် ပါသည်။

၂.၁ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီသောက်သုံးမှု ခေတ်ရေစီးကြောင်းများ

အမှန်အားဖြင့်ဆိုသော် ဂျပန်၌ လက်ဖက်ရည်သောက်သုံးမှုပမာဏ အလွန် မြင့်မားလျက်ရှိ သော်လည်း ပုံမှန်ကော်ဖီကို မကြာခဏ အများဆုံး သောက်သည်ကို တွေ့ရပါသည်။ ၂၀၁၈ ခုနှစ် တွင် ဂျပန်နိုင်ငံ၌ ကော်ဖီတန်ချိန်ပေါင်း ၄၇၀,၂၁၃ တန် သောက်သုံးခဲ့ကြပြီး လက်ဖက်စိမ်း သောက် သုံးမှု စုစုပေါင်းထက် ငါးဆနီးပါး ပိုများသည်ကိုတွေ့ရပါသည်။ (ဇယား ၆ ကို ကြည့်ပါ)။

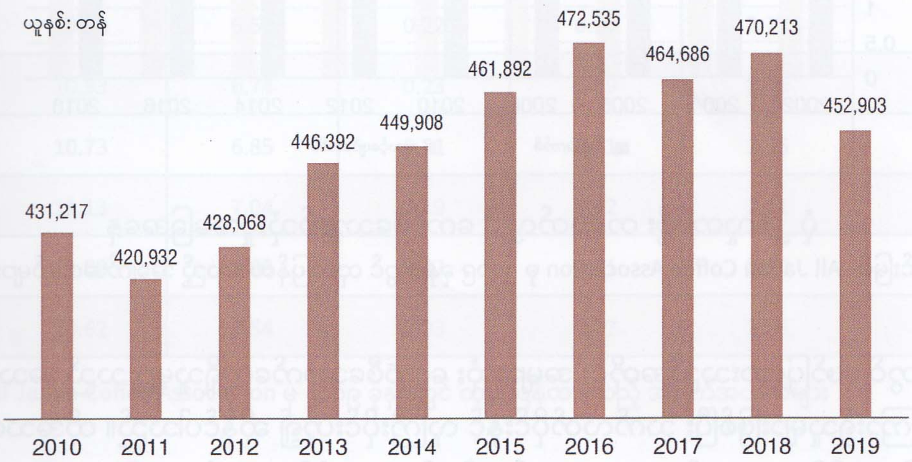
ဇယား ၆။ ဂျပန်နိုင်ငံ၏ အဖျော်ယမကာ သောက်သုံးမှုပမာဏ နှိုင်းယှဉ်ချက်

	ပုံမှန်ကော်ဖီ	အသင့်ဖျော်ကော်ဖီ	လက်ဖက်ရည်ကြမ်း	လက်ဖက်ရည်	ကာဗွန်ပါသော အချိုရည်များ	အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူး
2000	139	100	112	127	94	96
2005	156	105	127	110	91	96
2010	152	109	97	140	115	94
2011	146	109	93	141	119	93
2012	–	–	97	118	116	95
2013	–	–	95	111	122	94
2014	–	–	92	110	123	94
2015	–	–	86	111	125	94
2016	–	–	87	105	127	94
2017	–	–	89	110	128	90
2018	–	–	94	115	134	80
2018 ခုနှစ်တွင် သောက်သုံးမှု	470,213 တန်		85,928 တန်	16,258 တန်	3,999,000 ကီလို	1,729,000 ကီလို

ရင်းမြစ်၊ All Japan Coffee Association ၇ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များ

ဒုတိယအချက်အနေဖြင့် COVID-19 ကူးစက်ရောဂါပြန့်ပွားနေချိန်ဖြစ်၍ စားသုံးသူများသည် နေအိမ်၌သာနေထိုင်ရန် ကန့်သတ်ခြင်းများကြောင့် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုများ ပိုမိုများပြားလာခြင်း

ဖြစ်ကြောင်း သုံးသပ်ရပါသည်။ ပုံ – ၁ တွင်ပြထားသော အချက်အလက်များအရ ၂၀၁၆ ခုနှစ်တွင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှု အမြင့်ဆုံးဖြစ်ခဲ့ပြီးနောက် ၂၀၁၇ ခုနှစ်မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်အတွင်း နေအိမ်တွင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုမှာ အနည်းငယ်ကျဆင်းလာခဲ့ကြောင်းတွေ့ ရပြီး လက်ရှိကာလ၌ အင်တာနက် အသုံးပြု၍နေအိမ်မှ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ခြင်း (Remote work) နှင့် နေအိမ်၌သာနေထိုင်ရန် အစီအမံ များကြောင့် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုဆတိုး မြင့်တက်လာနိုင်ကြောင်း မျှော်မှန်းရပါသည်။

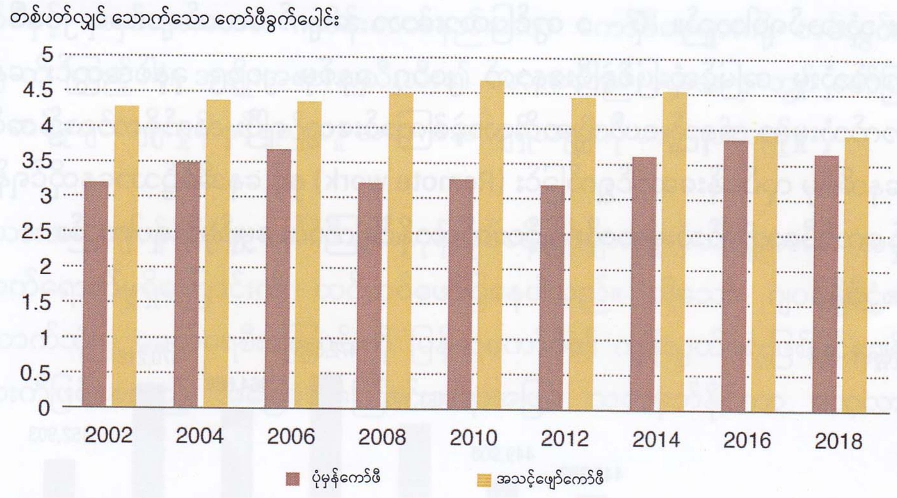


ပုံ ၁။ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ပြည်တွင်းကော်ဖီသောက်သုံးမှု

ရင်းမြစ်၊ All Japan Coffee Association မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များ

ထို့အပြင် ဂျပန်ဈေးကွက်၌ ကော်ဖီအပေါ် နှစ်သက်လိုလားမှုသည် မြန်မြန်ဆန်ဆန်နှင့် ဈေးနှုန်း သက်သာစွာဖြင့် သောက်သုံးနိုင်သော ကော်ဖီအမျိုးအစားထက် စိတ်အပန်းဖြေရန်အတွက် အရသာ ပြည့်ဝမှုဘက်သို့ ဦးတည်ပြောင်းလဲလာပါသည်။ ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ပုံမှန်ကော်ဖီသောက်သုံးမှု မြင့်တက် လာခြင်းသည် အဆိုပါ အပြောင်းအလဲ၏နောက်ကွယ်ရှိ အကြောင်းတရား ဖြစ်နိုင်ပါသည်။ အောက် ဖော်ပြပါ ပုံ ၂ အရ လူတစ်ဦးအနေဖြင့် တစ်ပတ်လျှင် သောက်သုံးလေ့ရှိသော ကော်ဖီသောက်သုံးမှု အနေအထားကို ဖော်ပြထားပါသည်။ ပျမ်းမျှအားဖြင့် လူတစ်ဦးသည် တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီ ၄ ခွက် ခန့် သောက်သုံးသည်ကို တွေ့ရပါသည်။ ထို့အပြင် ပုံမှန်ကော်ဖီနှင့် အသင့်ဖျော်ကော်ဖီတို့အကြား လူ ကြိုက်များ ရေပန်းစားလာမှုအနေအထားသည် သတိပြုစရာဖြစ်လာပြီး တဖြည်းဖြည်း လျော့ကျလာ ကာ ၂၀၁၆ ခုနှစ်တွင် တူညီသောအဆင့်ကို ရောက်လုနီးပါးဖြစ်လာခဲ့ပါသည်။ ပုံမှန်ကော်ဖီအနေဖြင့် ဝယ်လိုအားများ တိုးတက်လာသည်ကို တွေ့ရပါသည်။

All Japan Coffee Association သည် ကော်ဖီဝယ်လိုအားနှင့် ရောင်းလိုအားနှင့် ပတ်သက်၍ ပြည့်စုံ သော စစ်တမ်းကောက်ယူမှုတစ်ခု (n=3,318) ကို ဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။ အဆိုပါစစ်တမ်းဖော်ပြ ချက်အရ ဂျပန်လူမျိုးများ၏ တစ်ပတ်လျှင် ပျမ်းမျှကော်ဖီသောက်သုံးမှုသည် ၁၀.၆၂ ခွက်ဖြစ်ကြောင်း သိရပါသည်။



ပုံ ၂။ လူတစ်ဦး တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုအခြေအနေ

ရင်းမြစ်- All Japan Coffee Association မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များ

ဇယား ၇ တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း အများဆုံး ကော်ဖီသောက်လေ့ရှိသူများသည် အသက် ၄၀ မှ ၅၉ နှစ်အကြားရှိသူများဖြစ်ပြီး သက်လတ်ပိုင်းနှင့် လူကြီးပိုင်းဟူ၍ ဆိုနိုင်ပါသည်။ ထိုအသက်အရွယ် အပိုင်းအခြားတွင်ရှိသော အမျိုးသားများ တစ်ပတ်ပျမ်းမျှ ကော်ဖီသောက်သုံးနှုန်းမှာ ၁၃.၉၄ ခွက်ဖြစ်ပြီး အမျိုးသမီးများမှာ ၁၃.၆၇ ခွက်သောက်သုံးကြသဖြင့် ၁၄ ခွက်နီးပါးရှိပါသည်။ အသက် ၄၀ မှ ၅၉ နှစ် အကြားရှိသူများသည် တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီ နှစ်ခွက် အနည်းဆုံး သောက်သုံးလေ့ရှိကြသည်မှာ သိသာထင်ရှားနေပါသည်။ ထို့အပြင် ၂၀၁၈ ခုနှစ်အတွင်း အသက်၂၅ မှ ၃၉နှစ်အကြားအုပ်စုများမှ အမျိုးသားများ၏ တစ်ပတ်ပျမ်းမျှကော်ဖီသောက်သုံးမှုသည် ၁၁.၀၃ ခွက်ဖြစ်ပြီး အမျိုးသမီးများမှာ ၈.၅၀ ခွက်သောက်သုံးကြပါသည်။ ဤအချက်ကို ကြည့်ခြင်းအားဖြင့် အသက် ၂၅ မှ ၃၉ နှစ်အကြား ရှိသူများသည် တစ်ပတ်လျှင် ခုနစ်ရက် ကော်ဖီ တစ်ခွက် အနည်းဆုံးသောက်ကြပါသည်။ အဆိုပါ အသက်အရွယ်အုပ်စုနှစ်ခုသည် ဦးတည်ဈေးကွက်အတွက် အဓိကကျသော ပိုင်းခြားသတ်မှတ်ချက်ဖြစ်ကြောင်း မှတ်သားထားရန် အရေးကြီးပါသည်။

ဇယား ၇။ ကျား/မနှင့် အသက်အပိုင်းအခြားအလိုက် တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုများ (၂၀၁၈)

အသက်အရွယ်	အမျိုးသား	အမျိုးသမီးများ
13–18	1.60	1.53
18–24	7.26	4.61
25–39	11.03	8.50
40–59	13.94	13.67
60 ကျော်	11.00	10.86

All Japan Coffee Association မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များ

ဂျပန်နိုင်ငံမှ စားသုံးသူအများစုသည် ကော်ဖီကို နေအိမ်၌သာ အများစုသောက်သုံးကြပါသည်။ တည်နေရာအလိုက် ကော်ဖီသောက်သုံးမှု ပမာဏ(ဇယား ၈ ကို ကြည့်ပါ) နှင့်ပတ်သက်၍ ဂျပန်လူမျိုးများ ကော်ဖီအများဆုံးသောက်သည့်နေရာမှာ နေအိမ်တွင်ဖြစ်ပြီး ၎င်းနောက် အလုပ်ခွင်နှင့် ကော်ဖီဆိုင်များတွင် သောက်သုံးကြသည်ကို တွေ့ရပါသည်။

ဇယား ၈။ တည်နေရာအလိုက် တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုပမာဏ (ခွက်)

	စုစုပေါင်း	အိမ်	ကော်ဖီဆိုင်	စားသောက်ဆိုင်	အလုပ်ခွင်	အခြား
2002	10.03	6.27	0.34	0.14	2.50	0.76
2004	10.43	6.42	0.38	0.12	2.69	0.76
2006	10.59	6.38	0.33	0.11	2.78	0.93
2008	10.60	6.52	0.22	0.10	2.77	0.91
2010	10.93	6.74	0.23	0.09	2.86	0.94
2012	10.73	6.85	0.21	0.11	2.56	0.93
2014	11.13	7.04	0.19	0.12	2.71	1.01
2016	11.09	6.89	0.37	0.21	2.60	0.95
2018	10.62	6.54	0.33	0.17	2.56	0.92

ရင်းမြစ်– All Japan Coffee Association မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များ

ကော်ဖီထုတ်ကုန်အမျိုးအစားနှင့်ပတ်သက်၍ အသင့်ဖျော်ကော်ဖီနှင့် ပုံမှန်ကော်ဖီတို့သည် ဂျပန်နိုင်ငံတွင် အများဆုံးသောက်လေ့ရှိသော ကော်ဖီအမျိုးအစားများဖြစ်ပြီး နေအိမ်၌ သောက်သုံးသည့် အလေ့အထ များပြားကြောင်းကို ဇယား ၈ တွင် ရှင်းပြထားပါသည်။ အသင့်ဖျော်ကော်ဖီကို (တစ်ပတ်လျှင် ၃.၉၂ ခွက်) အများဆုံးသောက်သုံးကြပြီး ထိုနည်းတူစွာ ပုံမှန်ကော်ဖီကိုလည်း (တစ်ပတ်လျှင် ၃.၆၉ ခွက်) သောက်သုံးကြပါသည်။ ထို့နောက် “ကော်ဖီအရည်”—ပုလင်းနှင့် အသင့်သောက်ကော်ဖီဘူး— များကို (တစ်ပတ်လျှင် ၁.၄၇ ခွက်) သောက်သုံးကြပါသည်။ ၎င်းကို ဇယား ၉ တွင် ဖော်ပြထားသည်။

ဇယား ၉။ ကော်ဖီအမျိုးအစားအလိုက် တစ်ပတ်လျှင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုအခြေအနေ

	စုစုပေါင်း	အသင့်ဖျော်	ပုံမှန်	အရည်	ဘူး
2008	10.60	4.51	3.21	0.82	2.05
2010	10.93	4.69	3.27	1.09	1.87
2012	10.73	4.46	3.20	1.14	1.93
2014	11.13	4.54	3.63	1.11	1.84
2016	11.09	3.95	3.89	1.51	1.75
2018	10.62	3.92	3.69	1.54	1.47

All Japan Coffee Association မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များ

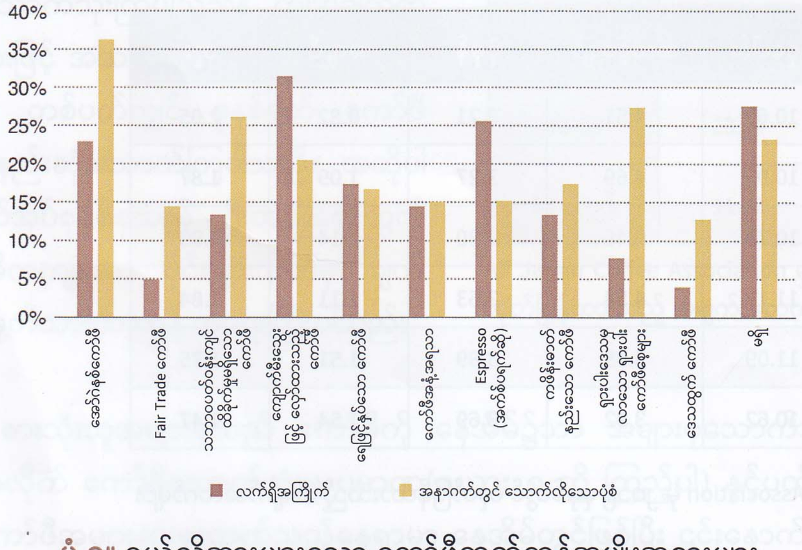
အရသာကောင်းမွန်သောကော်ဖီကို သောက်သုံးရန် ပစ္စည်းကိရိယာ အနည်းငယ် လိုအပ်သည့်အတွက်

နေအိမ်တွင် အချိန်များစွာနေထိုင်လေ့ရှိသည့် ဂျပန်လူမျိုး စားသုံးသူများအတွက် လွယ်ကူအဆင်ပြေခြင်းသည် အဓိကအချက်တစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ သို့ဖြစ်ရာ အသင့်ဖျော်နှင့် ပုံမှန်ကော်ဖီထုတ်ကုန်များသည် ဂျပန်လူမျိုး စားသုံးသူများ၏ လိုလားချက်ပြည့်ဝရန် ဖြည့်စွမ်းပေးရန်အတွက် ပေါ်ပေါက်လာခြင်းဟု ဆိုနိုင်ပါသည်။

All Japan Coffee Association (ဂျပန်ကော်ဖီ အသင်း) ၏ အဆိုပါ အချက်အလက်များအပေါ် အခြေခံ၍ အသက် ၂၅ နှစ်မှ ၅၉ နှစ် အပိုင်းအခြားရှိ ဂျပန်လူမျိုးစားသုံးသူများသည် ကော်ဖီတင်သွင်းသူများ၏ ဦးတည်ဈေးကွက်အတွက် အဓိက အစိတ်အပိုင်းများ ဖြစ်သည်ဟု သုံးသပ်ရပါသည်။ နေအိမ်တွင် သောက်သုံးနိုင်သော အသင့်ဖျော်နှင့် ပုံမှန်ကော်ဖီထုတ်ကုန်များသည် ၎င်းတို့အား ဆွဲဆောင်မှုအမြင့်ဆုံး ထုတ်ကုန်များ ဖြစ်ကြပါသည်။

၂.၂ ကော်ဖီထုတ်ကုန်များအပေါ် ကြိုက်နှစ်သက်မှု၊ ကော်ဖီစေ့များနှင့် နည်းစနစ်များ

စစ်တမ်းကောက်ယူမှု (n=3,318) အရ လူကြိုက်အများဆုံးသော ကော်ဖီအမျိုးအစားသည် ကျောက်မီးသွေးဖြင့် လှော်ထားသည့် ကော်ဖီဖြစ်ပြီး ၎င်းနောက်တွင် Espresso (အက်စ်ပရက်ဆို) ကော်ဖီကို လူကြိုက်များသည်ကို တွေ့ရပါသည်။ (အဖြေမရှိသော အမျိုးအစားကို ဖယ်ထုတ်ထားပါသည်)။ အခြားတစ်ဖက်မှ သုံးသပ်ကြည့်ပါက အနာဂတ်တွင် ၎င်းတို့သောက်သုံးလိုသော ကော်ဖီအမျိုးအစားသည် အော်ဂဲနစ်ကော်ဖီဖြစ်ကြောင်း တွေ့ရပါသည်။ ထို့အပြင် ရှားပါးကော်ဖီ သို့မဟုတ် စားသုံးသူများအနေဖြင့် မကျွမ်းဝင်သည့် နေရာဒေသများမှ လာသည့် ကော်ဖီစေ့များဖြစ်သည်ဟု သုံးသပ်နိုင်ပါသည်(ပုံ ၃ ကို ကြည့်ပါ)။ ဘရာဇီး၊ ကိုလမ်ဘီယာနှင့် ဗီယက်နမ်နိုင်ငံတို့မှလာသော ကော်ဖီကုန်သွယ်မှုတန်ဖိုးနှင့် ကုန်သွယ်မှုပမာဏနှစ်ခုစလုံးနှင့် ယှဉ်ကြည့်မည်ဆိုလျှင် မြန်မာကော်ဖီသည် ထိုသို့သောအမျိုးအစားအောက်တွင် ရှိနိုင်သည်ဟု သုံးသပ်ရသည် (ဇယား ၃)။



ပုံ ၃။ ဝယ်လိုအားများသော ကော်ဖီထုတ်ကုန်အမျိုးအစားများ

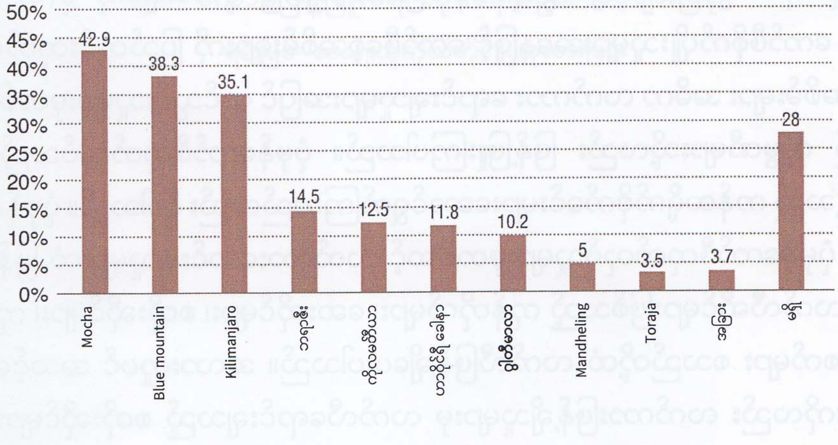
ရင်းမြစ်၊ All Japan Coffee Association မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များ

လက်ရှိလူကြိုက်များသော ကော်ဖီအမျိုးအစားများနှင့်ပတ်သက်၍ ကျောက်မီးသွေးဖြင့် လှော်ထား

သည့် ကော်ဖီကို ပထမတန်း ကြိုက်နှစ်သက်ကြသည်ကို တွေ့ရပြီး ၎င်းနောက်တွင် Espresso (အက်စ်ပရက်ဆို) သည် အသက် ၂၅-၄၉ နှစ်အရွယ်ကြားရှိ အမျိုးသားများအတွက် ဒုတိယရွေးချယ်မှု ဖြစ်ပါသည်။ ဆန့်ကျင်ဘက်အားဖြင့် အနံ့အရသာထည့်ထားသော ကော်ဖီသည် အသက် ၂၅-၃၉ နှစ်အရွယ်ကြားရှိ အမျိုးသမီးများအကြား ရေပန်းအစားဆုံး ဖြစ်သော်လည်း ကျောက်မီးသွေးဖြင့် လှော်ထားသည့် ကော်ဖီသည် အသက်၄၀-၅၉ နှစ်အရွယ် အမျိုးသမီးများအတွက် ပထမတန်း ကြိုက်နှစ်သက်မှုဖြစ်သည်ကို တွေ့ရပါသည်။

အနာဂတ်ကာလအတွက် ရွေးချယ်မှုအနေဖြင့် **အသက် ၄၀-၅၉ နှစ်အရွယ်ကြားရှိ အမျိုးသားများအနေဖြင့် အော်ဂဲနစ်ကော်ဖီနှင့် ရှားပါးကော်ဖီစေ့များသည် အထူးသဖြင့် ရေပန်းစားလာသည်ကို တွေ့ရပါသည်။** တစ်ဆက်တည်းပင် အဆိုပါ **အော်ဂဲနစ်ကော်ဖီသည် အသက် ၂၅-၄၉ နှစ်အရွယ် အမျိုးသမီးများအကြား ရေပန်းအစားဆုံးဖြစ်လာခဲ့ပါသည်။ ၎င်းနောက် သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်အခြေအနေအား ထည့်သွင်းစဉ်းစားပြီး ထုတ်လုပ်ထားသည့် ကော်ဖီထုတ်ကုန်များကို နှစ်သက်ကြကြောင်း တွေ့ရပါသည်။ ၎င်းနောက်တွင်လိုက်သည်။ ရှားပါးကော်ဖီစေ့များသည် အဆိုပါအသက်အပိုင်းခြားရှိ အမျိုးသမီးများ၏ တတိယတန်းစား ကြိုက်နှစ်သက်မှုဖြစ်ကြောင်း သိရပါသည်။**

ဒုတိယစစ်တမ်းကောက်ယူချက်အားဖြင့် ဂျပန်လူမျိုးစားသုံးသူများသည် ပြည်ပမှ တင်သွင်းသော ကော်ဖီအပေါ် အလွန်ယုံကြည်ကိုးစားကြသည်ကို သိသိသာသာ တွေ့ရသည်။ ပုံ (၄) တွင် ပြထားသည့်အတိုင်း ဂျပန်နိုင်ငံတွင် လိုလားချက်အများဆုံး ကော်ဖီစေ့အမျိုးအစားသည် **mocha (ယီမင်နိုင်ငံ)ဖြစ်ပြီး ထို့နောက်တွင် Blue Mountain (ဂျမေကာနိုင်ငံ)နှင့် Kilimanjaro (တန်ဇန်းနီးယားနိုင်ငံ) စသည့် အမျိုးအစားများဖြစ်ကြောင်းကိုလည်း စစ်တမ်းကောက်ယူမှုဇယားတွင် ဖော်ပြထားပါသည်။** ထိုအချက်သည် အသက် ၄၀ ကျော် အမျိုးသားများနှင့် အမျိုးသမီးများအကြား မပြောင်းလဲသော ကြိုက်နှစ်သက်မှုလိုလားချက်တစ်ရပ် ဖြစ်ပါသည်။ မည်သို့ပင်ဆိုစေကာမူ ၎င်းကော်ဖီစေ့အမျိုးအစားများအား ကြိုက်နှစ်သက်လိုလားမှုနှင့်ပတ်သက်၍ စစ်တမ်းကောက်ယူမှုများတွင် ကြိုတင်ရွေးချယ်ထားကြောင်း ဖြစ်သည်ကို မှတ်သားထားရပါမည်။

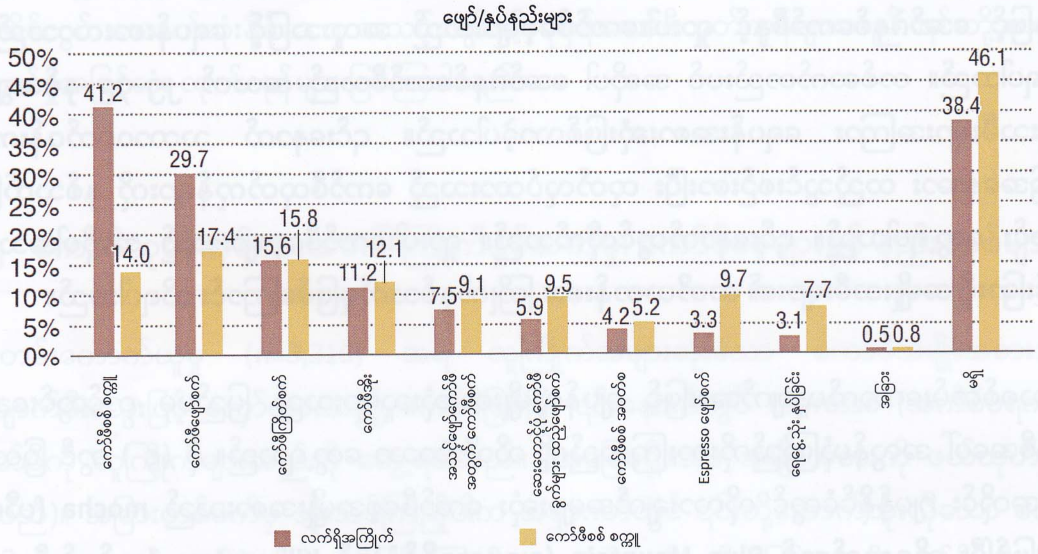


ပုံ ၄။ ဝယ်လိုအားများသော ကော်ဖီစေ့အမျိုးအစားများ

ရင်းမြစ်- ရင်းမြစ်၊ All Japan Coffee Association မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များ

စစ်တမ်း၏နောက်ဆုံးအချက်တစ်ခုအဖြစ် လူအများစုက ၎င်းတို့စိတ်ကြိုက် ကော်ဖီဖျော်/နှပ်နည်း

မျိုးမရှိကြောင်း ဖြေဆိုထားသော်လည်း နှပ်ဖျော်ကော်ဖီကို **စက္ကူဖြင့်စစ်ခြင်းသည် အများအားဖြင့်** **ပြုလုပ်လေ့ရှိကြ**သောနည်းလမ်းဖြစ်ပြီး ကော်ဖီဖျော်စက်နှင့် ကော်ဖီကြိတ်စက်အသုံးပြုခြင်းတို့သည် အခြားသောနည်းလမ်းများဖြစ်သည်ကို **စစ်တမ်းနမူနာများအရ** သိရပါသည်။ ကော်ဖီစစ်စက္ကူသည် ကော်ဖီကို ပေါ့ပေါ့ပါးပါးသောက်သုံးသူများအတွက်ပင်လျှင် အသုံးပြုရလွယ်ကူပြီး မီးကူးလွယ်၍ ကော်ဖီနှပ်ရန် အဆင်ပြေလှပါသည်။ **ကော်ဖီအရသာခံစားမှုအတွေ့အကြုံ တိုးပွားလိုခြင်းကြောင့် အနာဂတ်တွင် ကော်ဖီဖျော်ရန် ကော်ဖီဖျော်စက်နှင့်အလားတူ ကော်ဖီကြိတ်စက် ဝယ်ယူလိုမှုကိုလည်း စစ်တမ်းကောက်ယူမှုတွင် ယခုပြသထားသည် (ပုံ ၅ ကို ကြည့်ပါ)။**



ပုံ ၅။ ဝယ်လိုအားများသော ကော်ဖီဖျော်ခြင်းနည်းလမ်းများ

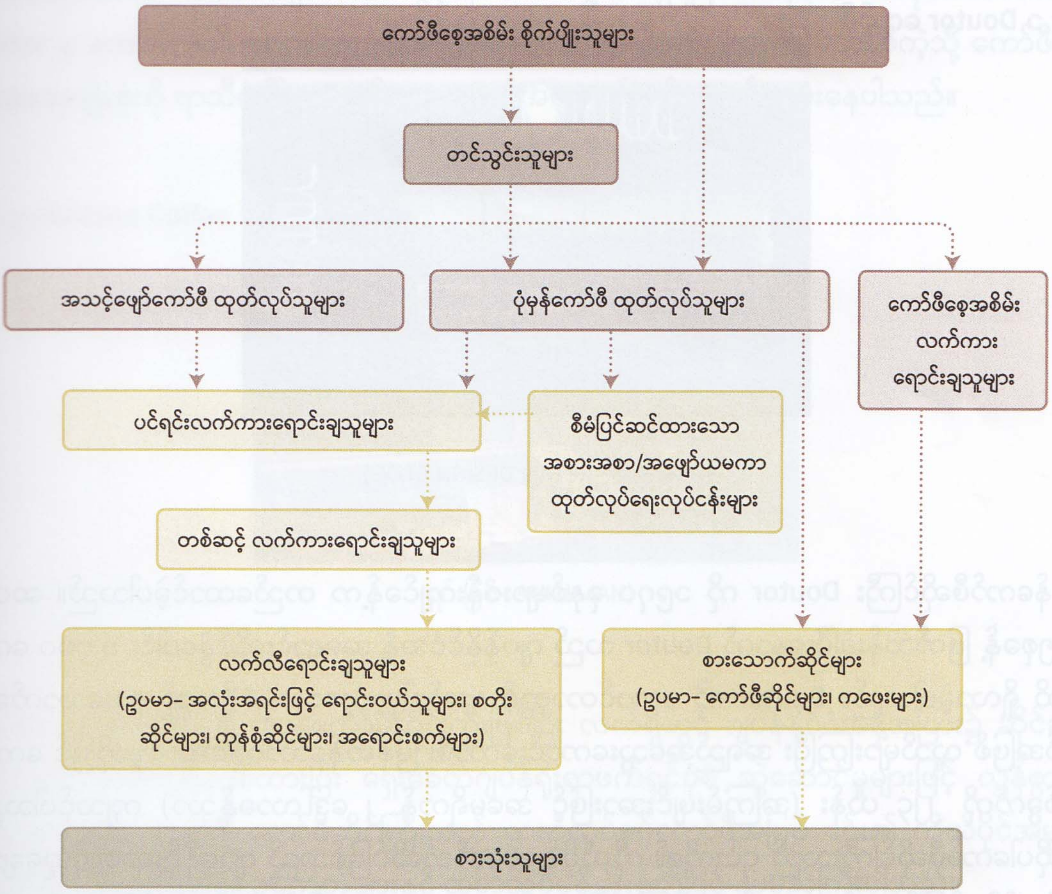
ရင်းမြစ်၊ All Japan Coffee Association မှ ၂၀၁၉ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ပြန်ထားသည့် အချက်အလက်များ

၂.၃ ကော်ဖီအတွက် အထွေထွေဖြန့်ဖြူးရေးလမ်းကြောင်းများ

ကော်ဖီဖြန့်ဖြူးရေးအတွက် အထွေထွေလုပ်ငန်းစဉ်အဆင့်များပြ ပုံကားချပ်ကို ပုံ(၆) တွင် ဖော်ပြထားပါသည်။ ကော်ဖီစိုက်ပျိုးသူများအနေဖြင့် ကော်ဖီစေ့အစိမ်းများကို ပြည်တွင်းထုတ်လုပ်သူများနှင့် ကော်ဖီစေ့အစိမ်းများ အဓိက လက်ကား ရောင်းချသူများအပြင် တင်သွင်းသူများမှတစ်ဆင့် ကော်ဖီစေ့လှော်သည့် ကုမ္ပဏီများသို့လည်း ဖြန့်ဖြူးကြပါသည်။ ပုံမှန်ကော်ဖီထုတ်လုပ်သည့် အကြီးစားလုပ်ငန်းအချို့သည် ကန်ထရိုက်စိုက်ခင်းများဆောင်ရွက်ကြသည်လည်း ရှိပါသည်။ ပုံမှန်ကော်ဖီကို ဖြန့်ဖြူးရာတွင် ပုံမှန်ကော်ဖီထုတ်လုပ်သူများမှတစ်ဆင့် လက်ကားရောင်းချသူများထံ ဖြန့်ဖြူးပြီး ၎င်းတို့မှတစ်ဆင့်လက်လီဆိုင်များဖြစ်သည့် ကုန်တိုက်များ၊ ဆေးဆိုင်များ၊ စတိုးဆိုင်များ၊ ကုန်စုံဆိုင်များနှင့် အရောင်းစက်များ စသည်တို့ထံ လက်လီဖြန့်ချိပေးပါသည်။ အလားတူပင် အသင့်ဖျော် ကော်ဖီထုတ်ကုန်များကိုလည်း လက်ကားဖြန့်ချိသူများမှ လက်လီရောင်းချသည့် စတိုးဆိုင်များထံ ဖြန့်ဖြူးပေးပါသည်။

ကော်ဖီဆိုင်များနှင့် ဆိုင်ကြီးများအတွက်ကော်ဖီဖြန့်ဖြူးသည့် လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် ပတ်သက်၍ မိမိ

ကိုယ်တိုင် သီးသန့် ဖွင့်လှစ်ဆောင်ရွက်သည့် ကော်ဖီဆိုင်များအတွက် ကော်ဖီစေ့အစိမ်းများ အဓိက လက်ကားရောင်းချသူများမှနေ၍ ဖြန့်ဖြူးပေးခြင်းဖြစ်ပါသည်။ သို့သော် ကော်ဖီဆိုင်ခွဲများရှိသည့် ကော်ဖီဆိုင်ကြီးများသည် ၎င်းတို့၏ အဆက်အသွယ်ရှိမှုအပေါ် မူတည်၍ ကော်ဖီတင်သွင်းသည့် လုပ်ငန်းများ သို့မဟုတ် ကော်ဖီထုတ်လုပ်သူများထံမှ ကော်ဖီစေ့များ ရရှိပါသည်။ ထို့အပြင် ကိုယ်ပိုင် ကော်ဖီဆိုင်ကို ဖွင့်လှစ်၍ မိမိကိုယ်တိုင် ကော်ဖီလှော်သူအချို့သည် ၎င်းတို့ကိုယ်တိုင် လှော်ထားသော ကော်ဖီစေ့များကို စားသုံးသူများထံသို့ တိုက်ရိုက်တင်သွင်းရောင်းချသည်ကို တွေ့ရပါသည်။



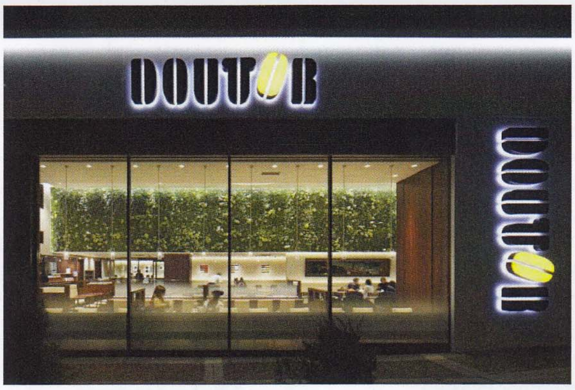
ပုံ ၆။ ကော်ဖီဖြန့်ဖြူးရေး လုပ်ငန်းစဉ်အဆင့်များပြပုံ

ရင်းမြစ်- စာရေးသူကိုယ်တိုင် ပြုစုထားခြင်း

၂.၄ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အဓိကကော်ဖီဆိုင်များနှင့် ဆိုင်ကြီးများ

ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ရွေးချယ်နိုင်သော ကော်ဖီဆိုင်ကြီးများ အများအပြားရှိပြီး ၎င်းတို့သည် အရည်အသွေး မျိုးစုံဖြင့် တင်သွင်းထားသော ကော်ဖီအမျိုးအစားများကို အသုံးပြုကြပါသည်။ အချက်အလက် အသေးစိတ် မရရှိနိုင်ပါသဖြင့် ယခုအခန်းနှင့်ပတ်သက်သည့် အကြောင်းအရာများကို Priyanka ရေးသားသော "*A Look at the Lucrative Japanese Coffee Market*" မှ ရရှိနိုင်ပါသည်။ Rana (2020)

၂.၄.၁ Doutor ကော်ဖီ



(ရင်းမြစ်- RETAIL DESIGN BLOG)

ဂျပန်ကော်ဖီဆိုင်ကြီး Doutor ကို ၁၉၇၀ ခုနှစ်များဝန်းကျင်ခန့်က တည်ထောင်ခဲ့ပါသည်။ ဆယ်စုနှစ်၅စုခန့် ဖြတ်သန်းခဲ့ပြီးနောက် Doutor သည် ဂျပန်နိုင်ငံအနှံ့ အရောင်းဆိုင်ခွဲပေါင်း ၁,၀၀၀ ကျော် အထိ ရှိလာခဲ့ပါသည်။ Doutor ကို ကောင်တာတွင် အော်ဒါမှာယူသောပုံစံရှိသည့် စားသောက်ဆိုင် ငယ်အဖြစ် လူသိများကြပြီး အရည်အသွေးကောင်းကော်ဖီ၊ မြန်ဆန်သောဝန်ဆောင်မှုတို့ဖြင့် ကော်ဖီ တစ်ခွက်ကို ၂၂၄ ယန်း (အကြမ်းဖျင်းအားဖြင့် အမေရိကန် ၂ ဒေါ်လာခန့်သာ) ကျသင့်ပါသည်။ အဆိုပါကော်ဖီဆိုင်ကြီးသည် ၎င်းတို့၏ ကိုယ်ပိုင် အမှတ်တံဆိပ်ဖြစ်သည့် ဂျာမန်ရိုးရာဝက်အူချောင်း ညှပ်ပေါင်မုန့်ဖြင့်လည်း နာမည်ကျော်ကြားပြီး စားသုံးသူများက အဆိုပါမုန့်ကို ကော်ဖီနှင့် တွဲဖက်မှာ ယူစားသုံးနိုင်ပါသည်။

၂.၄.၂ TULLY'S COFFEE

6 https://tokyoesque.com/japanese-coffee-market/

7 https://retaildesignblog.net/2014/07/28/doutor-coffee-shop-by-ichiro-nishiwaki-design-office-tokyo-japan/

Doutor ကော်ဖီဆိုင်နှင့်မတူကွဲပြားသည့် Tully’s Coffee သည် Seattle မြို့၊ ဝါရှင်တန်ပြည်နယ် အခြေစိုက် Barista’s Coffee Company Inc. ဟုခေါ်သော အမေရိကန်ကုမ္ပဏီပိုင် Franchise လုပ်ငန်း ဆောင်ရွက်ခွင့်ရ ကော်ဖီဆိုင် လုပ်ငန်းတစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ Tully’s Coffee ကို ၁၉၉၇ ခုနှစ်တွင် စတင် တည်ထောင်ခဲ့ပြီး တိုကျိုမြို့ရှိ ခေတ်မီရပ်ကွက်တစ်ခုဖြစ်သည့် Ginza တွင် ပထမဆုံးသော ပြည်တွင်း ဆိုင်ခွဲကို ဖွင့်လှစ်ခဲ့ပါသည်။ သို့သော် ၂၀၀၆ ခုနှစ်မှစ၍ Tully’s Coffee Japan ကို အဖျော်ယမကာ အဓိကထုတ်လုပ်သည့် ဂျပန်ကုမ္ပဏီ Ito-en မှ လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ခွင့်လိုင်စင်ဆိုင်ရာသဘောတူ စာချုပ်အရ သီးခြားလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။ ယခုလက်ရှိ၌ ဂျပန်နိုင်ငံအနှံ့အပြားတွင် Tully’s ကော်ဖီဆိုင်ပေါင်း ၆၀၀ကျော်အထိ ဖွင့်လှစ်ဆောင်ရွက်နေပြီဖြစ်ပါသည်။ အဆိုပါကော်ဖီသည် Doutor မှ ကော်ဖီကဲ့သို့ ဈေးနှုန်းသက်သာခြင်းမရှိသော်လည်း Starbucks ကော်ဖီကဲ့သို့ ကော်ဖီမျိုးစုံ၊ အအေးမျိုးစုံကို ရာသီပေါ် သောက်စရာများနှင့်အတူ အမြဲဝန်ဆောင်မှုပေးနေပါသည်။

၂.၄.၃ Hoshino Coffee

(ရင်းမြစ်- ANKJAJAN)

Hoshino Coffee သည် ဂျပန်ကော်ဖီဆိုင်ကြီးဖြစ်ပြီး လက်ရှိတွင် ဂျပန်နိုင်ငံအနှံ့အပြား၌ ဆိုင်ခန်းပေါင်း ၂၀၀ ကျော်ဖွင့်လှစ်ထားပြီး ရှေးခေတ်ဂျပန်ရိုးရာဖက်ရှင်ပုံစံ ဆွဲဆောင်မှုများဖြင့် လွန်စွာလူသိများပါသည်။ အဆိုပါ ကော်ဖီဆိုင်ကြီးသည် လက်လုပ်နှပ်ကော်ဖီအပြင် ၎င်း၏ ကိုယ်ပိုင်အမှတ်တံဆိပ်ဖြစ်သော Souffle ပန်ကိတ်များနှင့် အစာသွပ်မုန့်မျိုးစုံတို့ဖြင့် နာမည်ကြီးပါသည်။

၂.၄.၄ Ueshima Coffee House

(ရင်းမြစ်- FRANCHISE JAPAN)

8 https://anakjajan.com/2019/05/22/hoshino-coffee-senayan-city-jakarta/

9 https://franchisejapan.biz/interview/356/

အထင်ကရဂျပန်ကော်ဖီဆိုင်ကြီးတစ်ဆိုင်ဖြစ်သည့် Ueshima Coffee House ကို ဂျပန်ကော်ဖီလုပ်ငန်း၏ စွန့်ဦးတီထွင်သူဖြစ်သော UCC Coffee က တည်ထောင်ခဲ့ခြင်းဖြစ်ပြီး ဂျပန်နိုင်ငံတစ်ဝှမ်းတွင် ဆိုင်ခန်းပေါင်း ၁၀၀ ကျော်ဖြင့် လည်ပတ်ဆောင်ရွက်နေပါသည်။ အဆိုပါကော်ဖီဆိုင်မှအကြံပြုထားသည့် ထိပ်တန်းကော်ဖီအမျိုးအစားမှာ သကြားညိုဖြင့်လုပ်ထားသော နို့ကော်ဖီဖြစ်ပြီး ၄၂၀ ယန်းသာ ကျသင့်ပါသည်။ အဆိုပါ နို့ကော်ဖီကို နမ်းဖြင့်ပြုလုပ်ထားသည့် ဂျပန်ကော်ဖီမုန့်နှင့် တွဲဖက်စား၍ သောက်သုံးလေ့ရှိကြပါသည်။ သစ်သားဖြင့်ပြုလုပ်ထားသော ဆိုင်ခန်း၏ အတွင်းပိုင်းအပြင်အဆင်သည် နွေးထွေးသည့်ခံစားမှုကို ပေးစွမ်းနိုင်သည့်အတွက် စားသုံးသူများအနေဖြင့် ကော်ဖီအမျိုးအစားအစုံအလင်ကို လာရောက်သုံးဆောင်နိုင်ပါသည်။

၂.၄.၅ Cafe Renoir

(ရင်းမြစ်- Old-Tokyo)

Café Renoir သည် တိုကျိုနှင့် ကာနာဂါဝါ စီရင်စုဒေသများ၌ အဓိကအားဖြင့် စုစည်းတည်ရှိပြီး ကော်ဖီဆိုင်ခွဲပေါင်း ၈၀ ဖြင့် ဖွင့်လှစ်ဆောင်ရွက်နေသည့် ကော်ဖီဆိုင်ကြီးတစ်ဆိုင်ဖြစ်ပြီး Taisho Era (၁၉၁၂-၁၉၂၆) ခေတ်၏ အငွေ့အသက်ကို ခံစားရနိုင်ပါသည်။ ရှေးယခင်ခေတ်၏ အငွေ့အသက်များကြောင့် စားသုံးသူများအနေဖြင့် အဝတ်စကို အသုံးပြု၍နှပ်ထားသည့် နှပ်ကော်ဖီကို ထိုင်ရန်နေရာကြိုတင်မှာရန်မလိုသော စားပွဲဝိုင်းဝန်ဆောင်မှုနှင့်အတူ သက်တောင့်သက်သာ ခံစားသောက်သုံးနိုင်ပါသည်။

၂.၅ အဓိကကော်ဖီထုတ်ကုန်အမျိုးအစားများ

၂.၅.၁ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အသင့်သောက်ကော်ဖီများ

ဂျပန်နိုင်ငံ၊ ပြည်တွင်းထုတ် အသင့်သောက်သုံးနိုင်သည့် ကော်ဖီဘူး အမှတ်တံဆိပ်များသည် ၁၉၆၀ ပြည့်နှစ်ကာလဝန်းကျင်ခန့်တွင် စတင်ပေါ်ပေါက်လာခဲ့ပြီး စတိုးဆိုင်များနှင့် အရောင်းစက်များတွင် ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် တိုးမြှင့်ရောင်းချလာခဲ့ကြပါသည်။ ပထမဦးဆုံး ဂျပန်နိုင်ငံထုတ် အသင့်သောက်ကော်ဖီဘူး Ready-to-drink (RTD) သောက်စရာများကို ၁၉၆၉ ခုနှစ်တွင် စတင်ရောင်းချခဲ့ပါသည်။

10 https://old-tokyo.info/ginza-renoir-a-taste-of-1960s-tokyo/

ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ဤအသင့်သောက် ကော်ဖီဘူး Ready-to-drink (RTD) များကို တစ်နေ့တာအတွက် နိုးကြားစေနိုင်သည့် အဆင်ပြေသောနည်းလမ်းအဖြစ် ယူဆကြကာ ၎င်းသည် ကမ္ဘာ့နေရာအနှံ့အပြား သို့ အလျင်အမြန်စတင်ပျံ့နှံ့လာခဲ့ပြီး အထူးသဖြင့် အာရှတစ်ခွင်တွင် သောက်သုံးသူဦးရေများပြားလာခဲ့ပါသည်။ အရောင်းစက်များသည် ဂျပန်နိုင်ငံ၏ မြို့ကြီးများနှင့် နယ်ဒေသများ နေရာတိုင်းတွင် တွေ့နိုင်သော နေ့စဉ်ဘဝ၏ အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုသဖွယ်ဖြစ်လာပါသည်။ ရလဒ်အနေဖြင့် အဆိုပါ သိသာထင်ရှားသည့် ကောင်းကျိုးကြောင့် အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူးများသည် လူတိုင်းအတွက် သောက်သုံးရအဆင်ပြေစေပြီး ၎င်းတို့ကို ဂျပန်နိုင်ငံ၏ အမျိုးအစားစုံလင်သော သောက်သုံးစရာများအဖြစ် နေရာတိုင်းတွင် ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် တွေ့လာရပါသည်။ ထိုကဲ့သို့ အဘက်ဘက်မှ တိုးတက်လာမှုသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအသစ်များ ဖော်ဆောင်ခြင်းအတွက် ထူးခြားသော ဈေးနှုန်းအလှည့်အပြောင်းနှင့် ဒေါ်လာဘီလီယံပေါင်းများစွာတန်သော လုပ်ငန်းဖြစ်လာစေရန် ဈေးကွက်ကြီးထွားကျယ်ပြန့်လာခြင်းတို့ကြောင့်ဖြစ်ပါသည်။

၂.၅.၂ Ueshima Coffee ၏ UCC COFFEE

ရင်းမြစ်– ကမ္ဘာ့ဂင်းနစ်စံချိန်မှတ်တမ်းများ

11 https://www.guinnessworldrecords.com/news/2018/7/the-story-of-ready-to-drink-canned-coffee-as-founding-company-sets-new-record-531776

Ueshima Coffee ကုမ္ပဏီလီမိတက်ကို ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူး စွန့်ဦးတီထွင်သူများ အနက်မှ တစ်ဦးအဖြစ် သတ်မှတ်ယူဆနိုင်ပါသည်။ နောက်ပိုင်းတွင် UCC Ueshima Coffee ကုမ္ပဏီလီမိတက်သည် အခြားဂျပန်ကော်ဖီ အမှတ်တံဆိပ်များနှင့်အတူ ၎င်းတို့၏ထုတ်ကုန်အမျိုးမျိုး တိုးမြှင့်ရန် ပိုမိုထိရောက်သော နည်းလမ်းများကို စဉ်းစားလာကြပါသည်။ ရလဒ်အနေဖြင့် Ueshima Coffee ကုမ္ပဏီလီမိတက်သည် ၁၉၆၅ ခုနှစ်တွင် ကမ္ဘာ့ဂင်းနစ်စံချိန်မှတ်တမ်းအရ 'အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူး သက်တမ်းအရှည်ကြာဆုံး ရောင်းချသည့် အမှတ်တံဆိပ်' အတွက် ဆုတံဆိပ်ကို အောင်မြင်စွာ ရယူနိုင်ခဲ့ပါသည်။

၂.၅.၃ Suntory's BOSS အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူးများနှင့် ကော်ဖီပုလင်းများ

ရင်းမြစ်- Suntory

ရင်းမြစ်- Suntory

Suntory အဖျော်ယမကာနှင့် စားသောက်ကုန်လုပ်ငန်းလီမိတက်၏ BOSS Coffee သည် ၁၉၉၂ ခုနှစ်အတွင်းက စတင်မိတ်ဆက်ချိန်မှစ၍ ဈေးကွက်ကြိုက် အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူးအဖြစ် ပေါ်ပေါက်လာခဲ့ပါသည်။ BOSS Coffee သည် စားသုံးသူအမျိုးသားများအကြား အထူးနှစ်သက်ရေပန်းစား သောက်သုံးကြပါသည်။အဖျော်ယမကာအမျိုးအစားအားလုံးအနက် ဂျပန်နိုင်ငံ၏တတိယမြောက် အကြီးဆုံးအဖျော်ယမကာ အမှတ်တံဆိပ်အဖြစ် အဆင့်သတ်မှတ်ခြင်းခံရပြီး ၂၀၁၈ ခုနှစ်တွင် အရေအတွက် ဘူးပေါင်းသန်း ၁၀၀ ရောင်းချနိုင်ခဲ့ပါသည်။ အချိုမပါသော ဘလက်ကော်ဖီရှာဖွေသူအတွက်ဖြစ်စေ၊ နို့၊ သကြားတို့ပါသော အခါးဓာတ်နည်းသည့်အရသာ ရှာဖွေသူအတွက်ဖြစ်စေ၊ ကော်ဖီသောက်သူတိုင်းအတွက် BOSS Coffee ကို အရသာ၊ ပုံစံမျိုးစုံတို့ဖြင့် ရရှိနိုင်အောင် စီမံထားပါသည်။ ထို့အပြင် ရေပန်းစားသော BOSS Coffee အသင့်သောက်ကော်ဖီဘူးသာမက Suntory အဖျော်ယမကာနှင့် စားသောက်ကုန်လုပ်ငန်း လီမိတက်မှ 'craft (ပြုလုပ်ပြင်ဆင်ထားသော)' ပုံစံ ကော်ဖီဝယ်လိုအားအသစ် ဖော်ဆောင်ခြင်းဖြင့် အရောင်းစက်များ၊ စူပါမားကက်များနှင့် စတိုးဆိုင်များတွင် အလွယ်တကူရရှိနိုင်သော Craft BOSS အသင့်သောက်ကော်ဖီပုလင်းများကို ၂၀၁၇ ခုနှစ်တွင် ဖြန့်ချိခဲ့ပါသည်။

12 http://us.suntory.com/news-studio/live-japan-japans-unique-canned-coffee-international-testers-choose-suntorys-finest.html

13 https://www.suntory.com/softdrink/news/pr/article/SBF0510E.html

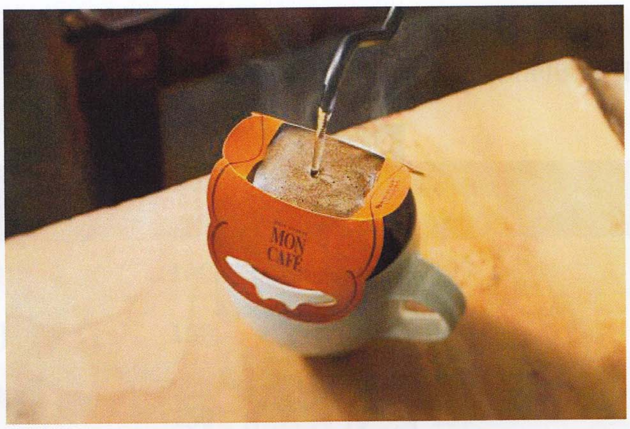
၂.၅.၄ Coca-Cola’ ၏ Georgia အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူးနှင့်ကော်ဖီပုလင်းများ

ရင်းမြစ်– Georgia

UCC Coffee၊ Suntory BOSS Coffee တို့အပြင် Georgia Coffee သည်လည်း ဂျပန်နိုင်ငံတွင် လူသိအများဆုံး အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူးအမှတ်တံဆိပ်များအနက် တစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ Georgia Coffee ကို ၁၉၇၅ ခုနှစ် ကတည်းကပင် Coca-Cola ကုမ္ပဏီ (ဂျပန်) က ရောင်းချခဲ့ပါသည်။ ထိုအချိန်ကတည်းကပင် Georgia Coffee သည် ကမ္ဘာ့ဈေးကွက်သို့ ချဲ့ထွင်ဝင်ရောက်လာခဲ့ပြီး ယှဉ်ပြိုင်နိုင်မှုအလွန်မြင့်မား သော အသင့်သောက်(RTD) ကော်ဖီဈေးကွက်တွင် Coca-Cola ကုမ္ပဏီ (ဂျပန်)၏ တိုးတက်မှုအမြန်ဆုံးအမှတ်တံဆိပ်များအနက်မှ တစ်ခုအဖြစ် သတ်မှတ်ခံခဲ့ရပါသည်။

၂.၆ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အသင့်ဖျော်ကော်ဖီ–နှပ်ဖျော်နှင့် ကော်ဖီချောင်းအမျိုးအစားများ

၂.၆.၁ Kataoka & Co., ၏ Mon Café နှပ်ကော်ဖီ



Kataoka & Co.၏ နှပ်ကော်ဖီ

အသင့်ဖျော်နှပ်ကော်ဖီသည်လည်း ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီဆိုင်များ၊ ပါဆယ်စနစ်များ သို့မဟုတ် အသင့်သောက် (RTD) ရွေးချယ်စရာများအတွက် နာမည်ကြီးသော အခြားရွေးချယ်စရာတစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ Kataoka & Co., သည် ၎င်း၏ နှပ်ကော်ဖီ ထုတ်ကုန်ဖြစ်သော MONCAFE နှပ်ကော်ဖီအတွက် မှု

14 https://www.georgia.jp/gundam/receipt/

15 https://www.moncafe-hikitate.com/

ပိုင်ခွင့်ရရှိထားပြီး တစ်ထုပ်ချင်း ထုပ်ပိုးထား၍ ခွက်ထဲထည့်ရလွယ်ကူစေပါသည်။ အဆိုပါကော်ဖီသည် ဈေးကွက်ထဲသို့ ၁၉၈၄ ခုနှစ်တွင် ရောက်ရှိလာခဲ့ပါသည်။ အရည်အသွေးမြင့်ကော်ဖီကို အချိန်တိုင်း၊ နေရာတိုင်းတွင် အဆင်သင့်သောက်လိုသူများ၏ လိုလားချက်နှင့်အညီ အဆိုပါထုတ်ကုန်ကို ထုတ်လုပ်ခဲ့ခြင်းဖြစ်ပါသည်။ ၁၉၆၀ ခုနှစ်မှစ၍ Kataoka & Co., သည် ကမ္ဘာပေါ်ရှိ အရည်အသွေးမြင့်အစားအစာနှင့် အဖျော်ယမကာများကို ဂျပန်ဈေးကွက်သို့ ယူဆောင်ပေးခဲ့ပါသည်။ နှပ်ကော်ဖီအတွက် ထိပ်တန်း ကော်ဖီအမှတ်တံဆိပ်များထဲမှ တစ်ခုအနေဖြင့် ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ၎င်း အမှတ်တံဆိပ်ကို အားပေးသူများတိုးပွားလာခဲ့ပါသည်။

၂.၆.၂ Key Coffee ၏ Drip On ကော်ဖီ

ရင်းမြစ်– Key Coffee

Key Coffee ၏ နှပ်ကော်ဖီသည် ဖျော်ရလွယ်ခြင်း၊ တစ်ထုပ်ချင်းထုပ်ပိုးထားခြင်း၊ ကိုလမ်ဘီယာနှင့် ဘရာဇီးတို့မှ ကော်ဖီစေ့များကို အသုံးပြု၍ ဖန်တီးထားသော အထူးရောစပ်နှပ်ကော်ဖီမှရသည့် လန်းဆန်းစေသောရနံ့တို့ကြောင့် အလွန်လူသိများပါသည်။

၂.၆.၃ Ajinomoto AGF ၏ Blendy နှပ်ကော်ဖီ

ရင်းမြစ်– AJINOMOTO AGF, INC

Ajinomoto AGF က ရောင်းချသော Blendy ကော်ဖီသည် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အခြားသော ကော်ဖီအမှတ်တံဆိပ်တစ်ခုဖြစ်ပြီး တစ်ထုပ်ချင်းထုပ်ပိုးမှုဖြင့် ဖျော်ရလွယ်သော နှပ်ကော်ဖီကြောင့် လူသိများ

16 https://www.keycoffee.co.jp/e

17 https://www.agf.co.jp/lineup/blendy/15382.html

ပါသည်။ Key Coffee အမှတ်တံဆိပ်နှင့်တူညီသည်မှာ ၎င်း၏ကော်ဖီစေ့အမှုန့်များကိုလည်း ကိုလမ်ဘီယာနှင့် ဘရာဇီးတို့မှ ရရှိခြင်းဖြစ်ပါသည်။

၂.၆.၄ အသင့်ဖျော်ကော်ဖီချောင်း

ရင်းမြစ်- MY-BEST အသင့်ဖျော်ကော်ဖီ အကြံပြုချက်ဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်ဝန်ဆောင်မှု

၂.၇ ဂျပန်စတိုးဆိုင်များရှိ ကော်ဖီ

မကြာသေးမီအချိန်များတွင် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ စတိုးဆိုင်ကဲ့သို့ ကော်ဖီဆိုင်များသည် ၎င်းတို့၏အရည်အသွေး၊ ဈေးနှုန်းနှင့် နေရာကျယ်ဝန်းခြင်းတို့ကြောင့် လူကြိုက်များမှု ပိုမိုမြင့်တက်လာခဲ့ပါသည်။ အရောက်အပေါက်လွယ်သော နေရာများစွာရှိသည့်အပြင် ၎င်း၏ မြင့်မားသော အရည်အသွေးနှင့် ဈေးသက်သာမှုတို့ကြောင့် ဂျပန်နိုင်ငံတစ်ဝှမ်းရှိ စားသုံးသူများအတွက် အဆင်ပြေစေပါသည်။

ဇယား ၁၀။ စတိုးဆိုင်များရှိ ကော်ဖီဈေးနှုန်းများစာရင်း ယူနစ်- JPY

	7-ELEVEN	Lawson	Family Mart
ကော်ဖီ (အသေး)	100	100	100
ကော်ဖီ (အလတ်)	150	150	150
လတ်တေး (café latte) (အလတ်)	150	150	150
လတ်တေး café latte) (အကြီး)	200	180	မရှိ
Decaf ကော်ဖီ	မရှိ	မရှိ	မရှိ

ကော်ဖီဆိုဒ်အသေး၊ အလတ်မှ လတ်တေး (café latte) ဆိုဒ်အသေး၊ အလတ်အထိ ကော်ဖီဈေးနှုန်း

18 https://my-best.com/905

အားလုံးကို အတူတူသတ်မှတ်ထားပါသည်။ လတ်တေး (café latte) ဆိုဒ်အကြီးသည် ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ချက်မတူသည့် တစ်ခုတည်းသောပစ္စည်းဖြစ်ပြီး အထက်ဖော်ပြပါ စတိုးဆိုင်များတွင် Decaf ကော်ဖီ မရရှိနိုင်ပါ။

၂.၇.၁ Seven-Eleven Japan Co., Ltd. ၏ 7-Eleven ကော်ဖီအမျိုးအစားများ

ရင်းမြစ်- SEVEN-ELEVEN JAPAN CO.,LTD.

၂.၇.၂ Lawson, Inc. ၏ Machi-Café

ရင်းမြစ်- LAWSON, INC.

၂.၇.၃ Family Mart Co., Ltd ၏ FAMIMA CAFÉ မှ ကော်ဖီအမျိုးအစားများ

ရင်းမြစ်- Family Mart Co., Ltd

ဤအခန်းတွင် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုပုံစံများနှင့် ကော်ဖီခေတ်ရေစီးကြောင်းများနှင့် ပတ်သက်သည့် အကြောင်းအရာ အကျဉ်းချုပ်ကို အလေးပေးတင်ပြထားပြီး ဂျပန်ကော်ဖီဆိုင်များ၊ ကော်ဖီထုတ်ကုန် အမျိုးအစားများနှင့် အသင့်ရရှိနိုင်သော ကော်ဖီထုတ်ကုန်များ၏ အဓိကျသော သာဓကများကို ဖော်ပြထားပါသည်။ လာမည့်အခန်းတွင် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ မြန်မာကော်ဖီ၏အဆင့်ကို မိတ်ဆက်တင်ပြထားပါသည်။

19 https://www.sej.co.jp/products/sevencafe.html?yclid=YSS.EAIaIQobChMIuYDZg9P37gIVDVdgCh2LHQpwEAAYASAAEgKRG_D_BwE

20 https://www.lawson.co.jp/recommend/original/coffee/index.html

21 https://www.family.co.jp/campaign/spot/famimacafe2019.html

၃။ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ၊ မြန်မာနိုင်ငံမှ ကော်ဖီ

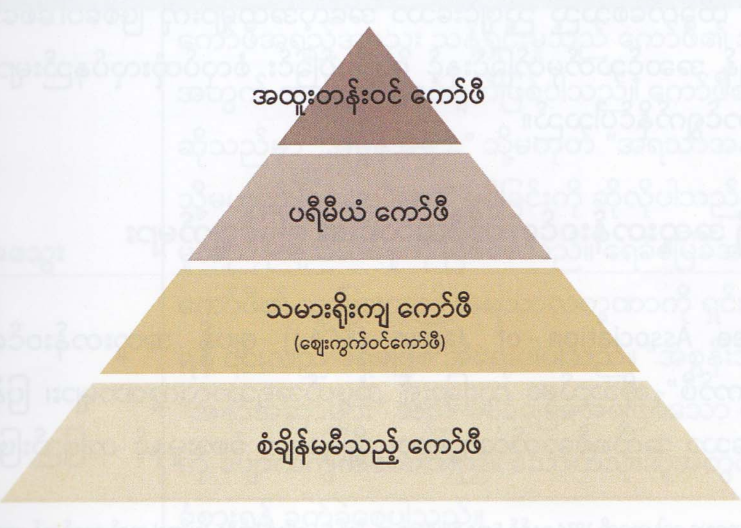
မြန်မာကော်ဖီကို အဓိကအားဖြင့် အမြင့် ၁,၀၀၀ မီတာမှ ၂,၀၀၀ မီတာမြင့်သည့် နေရာဒေသများ၌ စိုက်ပျိုးထုတ်လုပ်ပြီး မြန်မာကော်ဖီသည် နောက်ကြောင်းခြေရာခံနိုင်သည့်အဆင့် ကောင်းမွန်၍ အရည်အသွေး မြင့်မားသောကြောင့်—**အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ** ဟု သတ်မှတ်ပါသည်။

မြန်မာကော်ဖီကို အာရေးဗီးကားကော်ဖီ (၇၀%) နှင့် ရိုဘတ်စတာကော်ဖီ (၃၀%) ဟူ၍ အဓိက အစိတ်အပိုင်းကြီးနှစ်ခုအဖြစ် ခွဲခြားနိုင်ပါသည်။ SL34 နှင့် S795 အမျိုးအစားများကို အများဆုံးတွေ့ရပြီး ဆေးကြောသန့်စင်သည့် နည်းလမ်းဖြင့် ထုတ်လုပ်ကြပါသည်။ (ထုတ်လုပ်သည့် နည်းလမ်းအမျိုးမျိုးကို နောက်ဆက်တွဲ ၁ တွင် တွေ့နိုင်သည်)။(Nishijima et al. 2017)

၃.၁ ကော်ဖီအမျိုးအစားခွဲခြားခြင်း ပိရမစ်ပုံ

ကော်ဖီစေ့များကို စံချိန်မမီသည့် ကော်ဖီ၊ သမားရိုးကျ ကော်ဖီ၊ ပရီမီယံကော်ဖီနှင့် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီဟူ၍ အပိုင်းလေးပိုင်းအဖြစ် အမျိုးအစားခွဲခြားနိုင်ပါသည်။ (ပုံ ၇ တွင် ကြည့်ပါ)။

စံချိန်မမီသည့် ကော်ဖီကို ယေဘုယျအားဖြင့် အသင့်ဖျော်ကော်ဖီမှုန့် သို့မဟုတ် အသင့်သောက်ကော်ဖီဘူးကဲ့သို့ စီမံဖျော်စပ်ထားသည့် ကော်ဖီထုတ်လုပ်ရန် အသုံးပြုကြပါသည်။ **သမားရိုးကျကော်ဖီ** သို့မဟုတ် ဈေးကွက်ဝင် ကော်ဖီသည် အမြောက်အများထုတ်လုပ်သည့် ကော်ဖီအမျိုးအစားဖြစ်ပြီး အတော်များများတွေ့ရှိနိုင်ပြီး ကုန်တိုက်များတွင်လည်း ရရှိနိုင်ပါသည်။ ယင်းသမားရိုးကျကော်ဖီ၏ ဈေးနှုန်းကို နယူးယောက်မြို့ရှိ နိုင်ငံတကာဈေးကွက်၏ ပေါက်ဈေးဖြင့် သတ်မှတ်ပါသည်။ **ပရီမီယံကော်ဖီ** သည် '**တန်ဖိုးမြှင့်ထုတ်လုပ်ထားသည့်**' သမားရိုးကျ ကော်ဖီဖြစ်ပြီး စိုက်ပျိုးရာဒေသနှင့် အရည်အသွေးအဆင့်တို့ဖြင့် သတ်မှတ်ပါသည်။ ပရီမီယံကော်ဖီနှင့် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအကြား ပိုင်းခြားထားသည့် ကန့်သတ်ချက်သည် ပို၍ ခက်ခဲကျဉ်းမြောင်းလာပါသည်။(Nishijima et al. 2017)



ပုံ ၇။ ကော်ဖီအမျိုးအစားခွဲခြားခြင်း ပိရမစ်ပုံ

ရင်းမြစ်– Nishijima et al. (2017, 35)

Specialty Coffee Association of America (SCAA) အမေရိကား အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်း၏ အဆိုအရ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို စိုက်ပျိုးသည့်အပင်မှစ၍ သောက်သုံးရန်ခွက်ထဲရောက်သည်အထိ အဆင့်ဆင့်စမ်းသပ်စစ်ဆေးမှုအားလုံးနှင့် အောင်မြင်ကိုက်ညီသော ကော်ဖီဟု သတ်မှတ်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် ၎င်းတွင် နောက်ကြောင်းခြေရာခံနိုင်သည့် အဆင့်အမြင့်ဆုံး ရှိပြီး ကော်ဖီအဆင့်အားလုံးတို့တွင် ဖြန့်ချိမှုအနည်းဆုံးလည်း ဖြစ်ပါသည်။ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီသည် ရရှိနိုင်သော ကော်ဖီတို့ထဲတွင် အမြင့်ဆုံးအဆင့်ကို ဖော်ပြသော ဝေါဟာရတစ်ခု ဖြစ်ပါသည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ကော်ဖီထောက်ပံ့ဖြည့်ဆည်းမှု ကွင်းဆက်တစ်ခုလုံးနှင့် ဆက်နွှယ်နေပြီး စိုက်ပျိုးရာ မူရင်းဌာနတစ်ခုတည်း သို့မဟုတ် နယ်မြေတစ်ခုတည်းမှ ကော်ဖီကို အသုံးပြုသည်။ လက်တွေ့သတ်မှတ်ချက်များတွင်မူ မလျော့ရသေးသော အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီသည် သတ်မှတ်အရွယ်အစားပြည့်မီရမည်ဖြစ်ပြီး အခြောက်ခံပြီးသားဖြစ်ရမည်။ မူလအနာအဆာများမှ ကင်းလွတ်ရမည်။ ပြစ်ချက်နှင့် အစွန်းအထင်းများမရှိဘဲ ကွဲပြားသော အရည်အချင်းများနှင့်အတူ ခွက်ထဲတွင် ပြီးပြည့်စုံစွာ တင်ပြနိုင်ရမည်။ ကော်ဖီသည် အဆင့်သတ်မှတ်ချက်အားလုံးနှင့် ဖျော်စပ်စစ်ဆေးမှုများအားလုံးကို အောင်မြင်ရမည် ဖြစ်ပါသည်။

အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအား စံသတ်မှတ်ခြင်းနှင့်ပတ်သက်၍ နိုင်ငံများနှင့် အဖွဲ့အစည်းများအကြား ကွဲလွဲမှုမြင့်မားနေခြင်းကြောင့် အထူးတန်းဝင် ကော်ဖီအတွက် တိတိကျကျ စံပြုထားသော၊ ထိန်းညှိထားသော ဖွင့်ဆိုချက်များ မရှိသော်လည်း—ယေဘုယျ လက်ခံကြသည့် ပုံစံများရှိပါသည်— အထူးတန်းဝင် ကော်ဖီကို အနိမ့်ဆုံးလိုအပ်ချက်သုံးခုဖြင့် သတ်မှတ်ထားပါသည်- ရင့်မှည့်ပြီးသား ကော်ဖီစေ့များကို လက်ဖြင့်သာ ရွေးချယ်ခူးဆွတ်သင့်ပြီး ရမှတ် ၈၀ နှင့် အထက် ရရှိရမည်ဖြစ်ကာ ၃၅၀ ဂရမ်လျှင် အနာအဆာအနေဖြင့် အများဆုံး ၅ ခုသာ ပါရမည်။ ခူးဆွတ်သည့်အဆင့်၊ ထုတ်လုပ်သည့်အဆင့်၊ အခြောက်ခံသည့်အဆင့် သို့မဟုတ် တင်ပို့သည့်အဆင့်တိုင်းတွင် ကော်ဖီစေ့တစ်စေ့ချင်းစီကို စစ်ဆေးရန်မှာ မလွယ်ကူသော်လည်း ကော်ဖီစေ့ကို ကြိုတင်ပြင်ဆင်ခြင်းတွင် အဓိပ္ပာယ်ရှိသော အကဲဖြတ်မှုဖြစ်စေရန် SCAA က ထုတ်ပြန်ထားသော စံသတ်မှတ်ချက်များကို လိုက်နာရန်မှာ ဖြစ်နိုင်ပါသည်။ ထိုသို့အကဲဖြတ်နိုင်ရန် ဖျော်စပ်ပြီးကော်ဖီ၏ အရည်အသွေးကို ဆန်းစစ်ရန်နှင့် ကော်ဖီ၏ အရည်အသွေးကို ထိခိုက်စေသည့် ညံ့ဖျင်းသော အလေ့အထများကို ဖြစ်ပေါ်စေသော အနာအဆာများကို ရှာတွေ့ရန် အဆင့်သတ်မှတ်ခြင်းနှင့် ဖျော်စပ်ခြင်း စံလုပ်ထုံးလုပ်နည်းများကို လိုက်နာစေခြင်းအားဖြင့် ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။

၃.၂ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်း၏ ရှုမြင်ချက်များ

Specialty Coffee Association of Japan (SCAJ) ဂျပန် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်းက "အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ" ဆိုသည်မှာ ထူးခြား၍ အံ့ဖွယ်အရသာလက္ခဏာများ၊ ပြန်လည်လန်းဆန်းစေသည့် မြူးကြွသော အက်စစ်ဓာတ်လက္ခဏာ၊ ချိုမြသော ခံစားမှုနှင့် တဖြည်းဖြည်းပျောက်ကွယ်

22 အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီဟူသော ဝေါဟာရကို 1974 ခုနှစ်၌ Erna Knutsen က Tea & Coffee Trade Journal ထုတ် စာစဉ်တွင် ပထမဆုံး အသုံးပြုခဲ့ပါသည်။ ကော်ဖီအရည်အသွေးတိုးမြှင့်ရေးအဖွဲ့ (Coffee Quality Institute) ကလည်း ဤစံနှုန်းများကို ဆက်လက်တိုးမြှင့်ပြီး အသုံးချခြင်းတို့ကြောင့် ကုန်ကြမ်းအဆင့်တွင်ပင် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို သတ်မှတ်နိုင်ခဲ့သော်လည်း ကော်ဖီစေ့တွင် ပါဝင်သော အစွမ်းသတ္တိကို ထိန်းသိမ်းထားနိုင်ရန် ဤစံနှုန်းများကို မွမ်းမံခြင်းနှင့် ကုန်ကြမ်းအသစ်များထည့်ခြင်းတို့အတွက် ဆောင်ရွက်ရန်များ ကျန်ရှိနေပါသေးသည်။

သွားသည့် မလျော့မပြယ်သော ကော်ဖီအရသာများရှိသည့် ကော်ဖီဟု အဓိပ္ပါယ်ဖွင့်ဆိုထားပါသည်။ ထို့ကြောင့် ပိုမိုကောင်းမွန်သော အရသာခံစားမှုကို ရရှိစေရန်အလို့ငှာ ကော်ဖီစေ့ (အစေ့)မှ သောက်သုံးရန် ခွက်ထဲသို့ ရောက်ရှိသည်အထိ အဆင့်အားလုံးတွင် တသမတ်တည်းဆောင်ရွက်သည့် နည်းစနစ်၊ လုပ်ငန်းစဉ်နှင့် အရည်အသွေးထိန်းချုပ်မှုတို့ရှိရန်မှာ အရေးပါလှပါသည်။ ထုတ်လုပ်သည့် နိုင်ငံတွင် စိုက်ပျိုးရေးစီမံခန့်ခွဲခြင်း၊ ခူးဆွတ်ခြင်း၊ ထုတ်လုပ်မှု ဆောင်ရွက်ခြင်း၊ အရွယ်အစားခွဲခြားခြင်းနှင့် အရည်အသွေးထိန်းချုပ်မှု စသည်တို့ကို ကောင်းမွန်စွာ ဆောင်ရွက်ရမည်ဖြစ်သောကြောင့် ကော်ဖီစေ့အစိမ်းများသည် ပြစ်ချက်အနည်းငယ်မျှသာ ရှိရမည်ဖြစ်ပါသည်။

ထို့အပြင် သင့်လျော်သော သယ်ယူပို့ဆောင်မှုနှင့် သိုလှောင်မှုတို့ကို ဆောင်ရွက်သော်လည်း ယိုယွင်းပျက်စီးမှုမရှိသည့် အနေအထားရောက်အောင် ကော်ဖီစေ့များကို လှော်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။။ လှော်ထားသည့် ကော်ဖီစေ့များတွင် အနာအဆာပါရှိသော ကော်ဖီစေ့များ မပါဝင်ရပါ။ ၎င်းအပြင် "ဖျော်စပ်ပြီးသား ကော်ဖီ" သည် ထုတ်လုပ်ရာဒေသ၏ ထူးကဲသည့်အရသာလက္ခဏာကို ဖော်ပြနိုင်စေရန် သင့်လျော်သော ထုတ်နှုတ်ဖယ်ရှားမှုကို လုပ်ဆောင်ရမည်။ အရေးကြီးဆုံးအနေဖြင့် ရေရှည်မပျက်မယွင်းရှိခြင်းနှင့် နောက်ကြောင်း ခြေရာခံနိုင်ခြင်းတို့သည် ကော်ဖီလုပ်ငန်းတစ်ခုလုံး၏ စဉ်ဆက်မပြတ် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုကို ဖြစ်စေသောကြောင့် အဆိုပါသဘောတရားများသည် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအတွက် မရှိမဖြစ် အရေးပါလှသည်ဟု SCAJ က ယုံကြည်ထားပါသည်။ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ၏ အရည်အသွေးကို ဆုံးဖြတ်ရန်အတွက် စံများကို အသုံးပြုရန် လိုအပ်သည်ဟုလည်း SCAJ က ထပ်မံ၍ မှတ်ချက်ပြုထားပါသည်။ အဆိုပါ သတ်မှတ်စံနှုန်းသည် သာမာန်ကော်ဖီများတွင် အသုံးပြုသော သတ်မှတ်စံနှုန်းနှင့် ကွာခြားပါသည်။ ၎င်းသတ်မှတ်စံနှုန်းတို့သည် အနာအဆာအနည်းငယ်မျှကို ဆန်းစစ်ရုံအတွက်သာ ရည်ရွယ်ပါသည်။ အဆင့်သတ်မှတ် ခွဲခြားပုံ အနှစ်ချုပ်ကို ဇယား (၁၁) တွင် အနှစ်ချုပ်၍ ဖော်ပြထားပါသည်။

ဇယား ၁၁။ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ၏ စံသတ်မှတ်ချက် (၇) ခု

အဆင့်သတ်မှတ် ခွဲခြားခြင်း	ရှင်းလင်းချက်
ကော်ဖီအရည်အသွေး သန့်ရှင်းမှု	ကော်ဖီအရည်အသွေး သန့်ရှင်းမှုသည် ကော်ဖီ၏ အရည်အသွေးအတွက် အခြေခံလိုအပ်ချက်ဖြစ်ပါသည်။ ကော်ဖီ၏ သန့်ရှင်းမှုဆိုသည်မှာ "အမှုန်အမွှား" သို့မဟုတ် "အရသာအနာအဆာများ သို့မဟုတ် ပြစ်ချက်များ" မရှိခြင်းကို ဆိုလိုပါသည်။ သန့်ရှင်းမှုသည် ကြည်လင်မှုကို ဖြစ်စေသည်။ ရေခံမြေခံအရဖြစ်သော ကော်ဖီ၏ ထူးခြားသည့် အရသာလက္ခဏာကို ရှင်းလင်းစွာ ပြသရန် ၎င်းသည် မရှိမဖြစ် အရေးပါပါသည်။ "အစွန်းအထင်း" နှင့် "အနာအဆာများ" သည် ရေခံမြေခံအရဖြစ်သော မူရင်းအရသာကို ပျောက်ကွယ်စေပါသည်။ သောက်သုံးသူအတွက် အရသာခံစားရန် ခက်ခဲစေပါသည်။

အဆင့်သတ်မှတ် ခွဲခြားခြင်း	ရှင်းလင်းချက်
ချိုမြမှု	ဤချိုမြသော အရသာခံစားမှုသည် ခူးဆွတ်ချိန်တွင် ကော်ဖီသီးများ၏ ရင့်မှည့်မှုအဆင့်နှင့် အရင့်၊ အမှည့် ညီညွတ်မှုတို့နှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်နွယ်နေသည်။ ချိုမြမှုကို သကြားအဆင့်ပေါ်တွင် တိုင်းတာသည်မဟုတ်ဘဲ ချိုမြသောအရသာကို ဖြစ်ပေါ်စေသည့် ပါဝင်ပစ္စည်းနှင့် လိုအပ်ချက်များ၏ ပေါင်းစပ်မှုအပေါ်တွင် အကဲဖြတ်ပါသည်။ သကြားအဆင့် မြင့်လျှင်ပင် အခါးစူးခြင်း၊ အက်စစ်ဓာတ်မမှန်ခြင်း၊ အစွန်းအထင်းကြီးခြင်းနှင့် ဖန်တွခြင်းတို့ကဲ့သို့ ချိုမြမှုကို ထိခိုက်စေသည့် အချက်များရှိပါက ချိုမြမှုကို ရရှိရန် ခက်ခဲပါသည်။
အက်စစ်ဓာတ်လက္ခဏာများကို အကဲဖြတ်ခြင်း	ဤအချက်သည် ‘မြူးကြွမှု’ အဆင့်၊ တစ်နည်းအားဖြင့် ပြန်လည်လန်းဆန်းမှု သို့မဟုတ် အက်စစ်ဓာတ်တွင် နူးညံ့မှုကို ဆိုလိုသည်။ အကဲဖြတ်မှုကို အက်စစ်ဓာတ်အရည်အသွေး ပေါ်တွင် ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြစ်ပြီး အက်စစ်ဓာတ်ပြင်းအားပေါ်တွင် အကဲဖြတ်ဆောင်ရွက်ခြင်းမဟုတ်ပါ။ ကောင်းမွန်သော အက်စစ်ဓာတ်သည် ကော်ဖီ၌ အသက်ဝင်မှုနှင့် သိမ်မွေ့မှုကို ဖြစ်စေသည်။ တစ်နည်းအားဖြင့် အချဉ်ဓာတ်စူးခြင်း၊ လန်းဆန်းမှုနှင့် ပြင်းရှမှုမရှိသည့် အက်စစ်ဓာတ်နှင့် ယိုယွင်းနေသည့်/ မနှစ်မြို့ဖွယ် အက်ဆစ်ဓာတ်တို့သည် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီတွင် ပါဝင်ခြင်းမရှိသင့်ပါ။
ခံတွင်းအတွင်း ခံစားရသည့် နူးညံ့မှု	ခံတွင်းအတွင်း ခံစားရသည့် နူးညံ့မှုအရသာများကို ဆိုလိုခြင်းဖြစ်ပါသည်။ ကော်ဖီ၏ နူးညံ့မှုတွင် စေးပျစ်မှု၊ သိပ်သည်းဆ၊ ပျစ်နှစ်မှု၊ လေးပင်မှု၊ လျှာပေါ်တွင် နူးညံ့မှုနှင့် ဖန်တွသော ခံစားမှုတို့ကဲ့သို့ အာရုံနှင့် အထိအတွေ့ အသိအမြင်များ ပါဝင်သည်။ နူးညံ့မှုသည် အရေးကြီးသည်။ အရေအတွက်ပမာဏပေါ်တွင်သာ အာရုံစိုက်ပါက ဆိုးသော ကြမ်းရှသည့် အထိအတွေ့အရသာကို ပြည့်ဝခြင်းဟု မှားယွင်းစွာ အကဲဖြတ်မိနိုင်ပါသည်။ နူးညံ့မှုအရည်အသွေးကို အကဲဖြတ်ရမည်။

အဆင့်သတ်မှတ် ခွဲခြားခြင်း	ရှင်းလင်းချက်
အရသာလက္ခဏာများ	ဤအချက်သည် အခြားအဆင့်ကော်ဖီများနှင့် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို အဓိက ခွဲခြားပေးထားသည့် အရေးအကြီးဆုံးစံနှုန်း ဖြစ်ပါသည်။ စိုက်ပျိုးခြင်း၊ ခူးဆွတ်ခြင်း၊ စုဆောင်းခြင်း၊ အရွယ်အစားခွဲခြားခြင်း၊ ထုတ်လုပ်မှု ဆောင်ရွက်ခြင်း၊ သိုလှောင်ခြင်း၊ လှော်ခြင်းမှသည် ထုတ်နုတ်ဖယ်ရှားခြင်းအဆင့်အားလုံးတို့တွင် သတ်မှတ်ချက်များပြည့်မီလျှင် ဒေသအလိုက် ကော်ဖီ၏ သွင်ပြင်လက္ခဏာ တစ်နည်းအားဖြင့် "ရေခံမြေခံအရဖြစ်သော ကော်ဖီ၏ အရသာ"သည် မလွဲမသွေ ရရှိမည် ဖြစ်သည်။ ကော်ဖီသည် ယေဘုယျလက္ခဏာများသာ ရှိသည်ဖြစ်စေ စိုက်ပျိုးရာဒေသ၏ ထူးခြားသောလက္ခဏာများရှိသည်ဖြစ်စေ အရသာနှင့် အနံ့ပေါင်းစပ်မှုဖြင့် ၎င်းကို ရှင်းလင်းစွာ ဆန်းစစ်နိုင်ပါသည်။
သောက်ပြီးနောက် ရသည့်အရသာ	ကော်ဖီသောက်ပြီးနောက် ဆက်ရှိနေသည် အရသာသည် ကော်ဖီကို ပိုမိုအားကောင်းစေနိုင်သကဲ့သို့ အားပျော့စေရန်လည်း စွမ်းဆောင်နိုင်ပြီး ကျေနပ်ပျော်ရွှင်မှုအားလုံးကိုလည်း ဖျက်စီးပစ်နိုင်ပါသည်။ ကော်ဖီသောက်ပြီးနောက် နွေးထွေး၍ နူးညံ့သော အရသာကို ခံစားရကာ ချိုမြမှုနှင့်အတူ တဖြည်းဖြည်းပျောက်ကွယ်သွားသည်(သို့မဟုတ်) အနှောက်အယှက်ဖြစ်စေနိုင်သည့် မနှစ်မြို့ဖွယ် အရသာကို ပေးသည် စသည်ဖြင့် ၎င်း၏ အရသာကို ဆုံးဖြတ်နိုင်ပါသည်။
အချိုးကျညီမျှခြင်း	ဤသည်ဖြင့် ကော်ဖီသည် အရသာ သဟဇာတ ဖြစ်မဖြစ် ဆုံးဖြတ်ရန် ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ တစ်ခုခု ထူးခြားနေပါက သို့မဟုတ် ပျောက်ကွယ်နေပါက ကော်ဖီသည် အချိုးမကျ မညီဟု သတ်မှတ်သည်။

ရင်းမြစ်– Specialty Coffee Association (အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်း)

၃.၃ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ

အရည်အသွေးမြင့်မားသည့် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို ပိုင်ဆိုင်ထားသည့် မြန်မာနိုင်ငံကို အရှေ့တိုင်း၏ ပနားမား (Oriental Panama)" ဟု တင်စားခေါ်ဝေါ်ကြပါသည်။ (Kato Coffee 2021)
ဂျပန်နိုင်ငံ၌ မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီများကို ဖြန့်ဖြူးရောင်းချနေသော ကော်ဖီဆိုင်များနှင့် ကဖေးများစွာ ရှိပါသည်။ လာမည့်အခန်းတွင် ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ရရှိနိုင်သော မြန်မာကော်ဖီအမျိုးအစားများအနက် နမူနာ(၄) မျိုး၏ အကျဉ်းချုပ်စာရင်းကို တင်ပြသွားပါမည်။

23 http://scaj.org/about/specialty-coffee

24 ဤသည်မှာ စာရေးသူ၏ တရားဝင်ပြန်ဆိုထားသော ဘာသာပြန် မဟုတ်ပါ။ ကိုးကားရန်အတွက်သာ ဖြစ်ပါသည်။

၃.၃.၁ AUNG Coffee (မြန်မာကော်ဖီခေတ်ခွဲခန်းကဖေးနှင့် ကော်ဖီစေ့လှော်ဆိုင်)

Aung Coffee (မြန်မာကော်ဖီ ခေတ်ခွဲခန်းကဖေးနှင့် ကော်ဖီစေ့လှော်ဆိုင်) သည် မြန်မာနိုင်ငံမှ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို အဓိကရောင်းချခြင်းဖြစ်ပါသည်။ အဆိုပါ ကော်ဖီဆိုင်ကို ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ စက်တင်ဘာလတွင် ဂျပန်လူမျိုး မစ္စတာ အိုကူတိုမီ တာကေးတို (OKUTOMI Taketo) က တည်ထောင်ခဲ့ပြီး မြန်မာနိုင်ငံမှ လှော်ထားသည့် ကော်ဖီစေ့များကို အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် နှင့် ဆိုင်မှတစ်ဆင့် ရောင်းချလျက်ရှိပြီး တိုကျိုမြို့၊ ရှင်ဂျူကုရပ်ကွက်ရှိ Ushigomeyanagicho ၌ တည်ရှိပါသည်။ မြန်မာနိုင်ငံ၊ ရှမ်းပြည်နယ်မှ ရွှာင်ဒေသနှင့် မန္တလေးတိုင်း၊ မိုးကုတ်မြို့နယ်မှ မှ ထွက်ရှိသော ကော်ဖီထုတ်ကုန်များကို အဓိကအားဖြင့် ရောင်းချနေခြင်း ဖြစ်ပါသည်။ ရွှာင်နှင့် မိုးကုတ်ဒေသများမှ ထွက်ရှိသည့် ကော်ဖီစေ့များအပြင် မကြာသေးမီနှစ်များအတွင်းမှ စားသုံးသူများ၏စိတ်ဝင်စားမှု မြင့်တက်လာသော ဟိုပုန်းနှင့် ပင်လောင်းဒေသတို့မှ ကော်ဖီစေ့များကိုလည်း ရရှိနိုင်ပါသည်။

COVID-19 ကူးစက်ရောဂါ ပြန့်ပွားနေခြင်းကြောင့် ကော်ဖီထုတ်ကုန်များကို ပုံမှန် ပို့ပိုးပေးနိုင်စွမ်း မရှိသော်လည်း မြန်မာနိုင်ငံမှ လက်ရွေးစင် အထူးတန်းဝင် ကော်ဖီစေ့ အမျိုးအစားများ များပြားစွာ ရရှိနိုင်ပါသည်။

လက်တွေ့လေ့လာမှုများအရ ဝယ်ယူစားသုံးသူအသစ်များပိုမိုရရှိနိုင်ရန် ဈေးကွက်ချဲ့ထွင်ခြင်းထက် အရည်အသွေးမြင့် မြန်မာကော်ဖီစေ့အရသာကို ပုံမှန် ရွေးချယ်သောက်သုံးကြသူများကို အဓိက စားသုံးသူများအဖြစ် ဦးတည်ထားကြောင်း သိသာပေါ်လွင်စေပါသည်။

ပုံ- Aung Coffee Café

25 https://aungcoffee.com/store/

၃.၃.၂ MUJI ဆိုင်ခွဲများ

ဂျပန်နိုင်ငံမှ Ryohin Keikaku ကုမ္ပဏီလီမိတက်သည် ဂျပန်ပြည်တွင်းသာမက ပင်လယ်ရပ်ခြားနိုင်ငံများ၌ပါ ကျော်ကြားသည့် MUJI ဆိုင်ခွဲများကို လည်ပတ်ဆောင်ရွက်နေပါသည်။ Ryohin Keikaku ကုမ္ပဏီလီမိတက်သည် ကော်ဖီစိုက်တောင်သူများထံမှ အာရေးဗီးကား ကော်ဖီစေ့များကို ပမာဏအနည်းငယ်သောအစုလိုက်အနေအထားဖြင့် ကော်ဖီစေ့များပံ့ပိုးပေးနေသည့် မြန်မာနိုင်ငံ၊ ရှမ်းပြည်နယ်ရှိ Green Gold Cooperative နှင့် မိတ်ဖက်ပြုဆောင်ရွက်နေပါသည်။

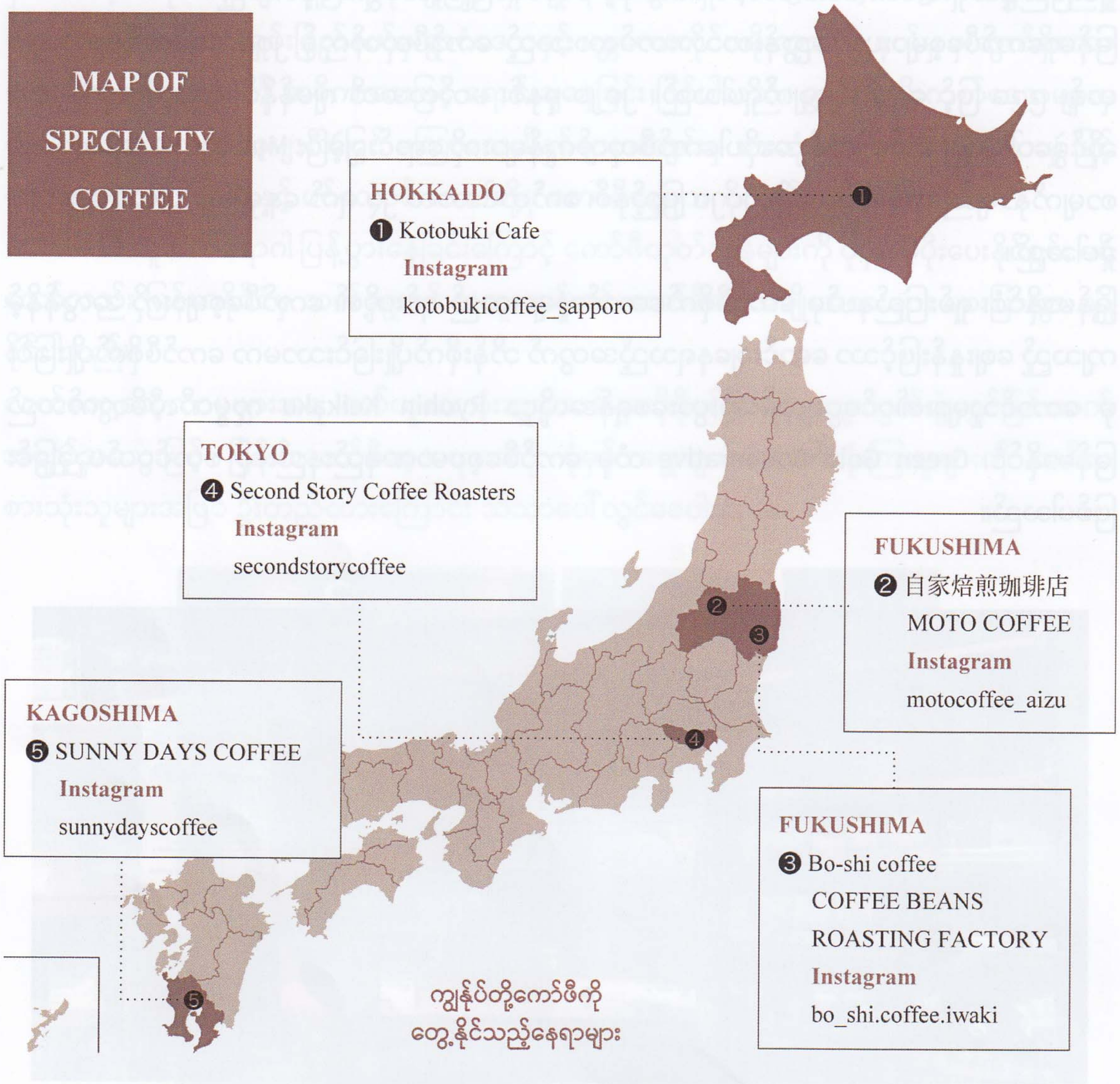
မြန်မာကော်ဖီစေ့များဟု အညွှန်းစာသားတပ်ထားသည့် ကော်ဖီထုတ်ကုန် ၂၀၀ ဂရမ်တစ်ထုတ်လျှင် ယန်း ၉၉၀ ဖြင့် ရောင်းချလျက်ရှိပါသည်။ ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊ မတ်လအထိ ဂျပန်နိုင်ငံတစ်ဝှမ်းလုံးရှိ Muji ဆိုင်ခွဲပေါင်း ၃၉ ဆိုင်တို့တွင် အဆိုပါကော်ဖီထုတ်ကုန်များကို ရောင်းချခဲ့ပြီး Muji ဆိုင်၏ အင်တာနက်စာမျက်နှာများမှတစ်ဆင့်လည်း ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ စက်တင်ဘာလ ၂၃ ရက် နေ့မှ အစပြုကာ ရောင်းချခဲ့ပါသည်။

မြန်မာနိုင်ငံ၊ ရှမ်းပြည်နယ်မှ ကော်ဖီစိုက်တောင်သူများသည် ၎င်းတို့၏ ကော်ဖီစေ့များကို အလွန်နိမ့်ကျသည့် ဈေးနှုန်းဖြင့်သာ ရောင်းချနေရသည့်အတွက် ဘိန်းစိုက်ပျိုးခြင်းသာမက ကော်ဖီစိုက်ပျိုးခြင်းမှ တောင်သူများ၏ဝင်ငွေရလမ်းတိုးပွားစေရန်အလို့ငှာ Ryohin Keikaku ကုမ္ပဏီလီမိတက်သည် မြန်မာနိုင်ငံ၊ Green Gold Cooperative ထံမှ ကော်ဖီစေ့ပမာဏနည်းနည်းကို စတင်ဝယ်ယူခဲ့ခြင်းဖြစ်ပါသည်။

ပုံ– MUJI Ginza နိုင်ငံတကာ အဆင့်မြင့်စတိုးတွင် ရောင်းချနေသည့် မြန်မာ့ကော်ဖီစေ့များ

၃.၃.၃ Home Myanmar Coffee

Home Myanmar Coffee သည် မြန်မာနိုင်ငံ၊ ရှမ်းပြည်နယ်မှ ထွက်ရှိသည့်ကော်ဖီအမျိုးအစားကို အခြေခံထားသည့် ကဖေးဆိုင်တစ်ခုဖြစ်ပြီး ရှမ်းပြည်နယ်၊ ရွာင်ဒေသမှ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို ဖျော်စပ်ရောင်းချသော ကဖေးဆိုင်ငါးခုကို ဂျပန်နိုင်ငံတွင် ဖွင့်လှစ်ထားပါသည်။ (အောက်ပါပုံကို ကြည့်ပါ)။



ရင်းမြစ်- Harvest အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ

Home Myanmar Coffee ၏ ထူးခြားသည့်အင်္ဂါရပ်သုံးခုရှိပြီး ၎င်းတို့မှာ (၁) မြန်မာနိုင်ငံမှ ထွက်ရှိသည့် အရည်အသွေးမြင့် ကော်ဖီဖြစ်ခြင်း၊ (၂) တောင်သူများ၏ အခြေအနေမှန်ကို သိမြင်ရခြင်းနှင့် (၃) ကော်ဖီအခြေပြု ခရီးသွားကဏ္ဍနှင့်ပညာရေးကဏ္ဍ (ကူးစက်ရောဂါကြောင့် ယာယီဆိုင်းငံ့ထားသည်) တို့မှတစ်ဆင့် မြန်မာနိုင်ငံနှင့် ဆက်နွယ်မှုရှိစေခြင်းတို့ ဖြစ်ကြပါသည်။

အချိန်ကန့်သတ်ချက်များနှင့် ကမ္ဘာ့ကူးစက်ကပ်ရောဂါတို့ကြောင့် ၎င်းတို့၏ ထုတ်ကုန်များကို ဖော်ထုတ်ရန် မဖြစ်နိုင်ခဲ့သော်လည်း အနာဂတ်ကာလ၌ ဂျပန်နိုင်ငံတစ်ဝှမ်းရှိ ဂျပန်ကဖေးဆိုင်များ

26 https://home-mm.com/harvest-coffee-myanmar/

တွင် မြှင့်တင်ကြော်ငြာနိုင်ရန် ၎င်းတို့၏ ထုတ်ကုန်များနှင့်ပတ်သက်၍ ဆက်လက် စူးစမ်းလေ့လာသွားရန် အလားအလာများရှိပါသည်။

၃.၃.၄ Kato Coffee မြန်မာ Q အဆင့်

အာအိချီစီရင်စုဒေသ၊ နာဂိုယာမြို့အခြေစိုက် Kato Coffee ဆိုင်သည် ကဖေးဆိုင်နှင့် ကော်ဖီစေ့လှော်သည့်ဆိုင်တစ်ခုဖြစ်ပြီး ကမ္ဘာတစ်ဝှမ်းမှ အထူးတန်းဝင် ကော်ဖီအမျိုးအစားများကို အသုံးပြုရောင်းချနေခြင်းဖြစ်ပါသည်။ Kato Coffee သည် Specialty Coffee Association of Japan (ဂျပန်အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်း) အဖွဲ့ဝင်ဖြစ်သည့်အပြင် All Japan Coffee Association (ဂျပန်ကော်ဖီ အသင်း) (Fair Trade Commission) ၏ အဖွဲ့ဝင်လည်း ဖြစ်ပါသည်။

ပုံ- Kato Coffee

Kato Coffee သည် Coffee Quality Institute မှ အရည်အသွေးမြင့်မားကြောင်း အတည်ပြုထားသည့် မြန်မာနိုင်ငံမှ "Q-Certified Arabica ကော်ဖီစေ့များ" ကို ဖြန့်ဖြူးရောင်းချနေပါသည်။ Kato Coffee မှ ရောင်းချသည့် ကော်ဖီထုတ်ကုန်များသည် ၁၀၀ ဂရမ်လျှင် ယန်း ၅၇၂ မှ ၂ ကီလိုဂရမ်လျှင် ယန်း ၈,၀၁၃ အထိ အစားအစားရှိကြောင်း သိရပါသည်။ လတ်တလော၌ အဆိုပါထုတ်ကုန်များပြတ်လပ်နေမှုကြောင့် ၎င်းတို့အတွက် သုံးသပ်ချက်များ မရှိခြင်းဖြစ်ပါသည်။
Home Myanmar Coffee နှင့် အလားတူစွာ ဂျပန်နိုင်ငံတစ်ဝှမ်းရှိ ကဖေးဆိုင်များ၌ ၎င်းတို့၏ ကော်ဖီထုတ်ကုန်များ၏ အနေအထားနှင့် ကော်ဖီအရောင်းမြှင့်တင်ခြင်းများနှင့်ပတ်သက်၍ ထပ်မံစူးစမ်းလေ့လာခြင်းသည် ကနဦးခြေလှမ်းဟု ဆိုနိုင်ပါသည်။

---

27 http://www.ajcft.org/ [in Japanese]

28 https://www.katocoffee.net/ [in Japanese]

29 ကော်ဖီစေ့အစိမ်း အဆင့်သတ်မှတ်ခြင်း၊ အာရုံခံစွမ်းရည်၊ အော်ဂဲနစ်အက်ဆစ် တွဲစပ်မှု စစ်ဆေးခြင်း၊ အနံ့ခံအာရုံ စစ်ဆေးခြင်း၊ ကြိတ်ပွဲ့တိုင်းနည်း အစရှိသည့် စစ်ဆေးမှု ၂၂ ခုကို အောင်မြင်ပါက အမှတ်တံဆိပ်တစ်ခုအဖြစ် အရည်အသွေးထောက်ခံချက် ရရှိနိုင်သည်။ ပိုမိုသိရှိရန် https://www.coffeeinstitute.org/our-work/a_common_language/what-is-a-q-grader/ ကို ကြည့်ပါ

၄။ ပို့ကုန်ကန့်သတ်ချက်များနှင့် တင်ပို့နိုင်မှုအလားအလာ

၄.၁ ပို့ကုန်ကန့်သတ်ချက်များ

အခန်း ၁ တွင် ဖော်ပြခဲ့သည့်အတိုင်း ဂျပန်နိုင်ငံသို့ တင်သွင်းနေသည့် ကော်ဖီထုတ်ကုန်များသည် ဘရာဇီး၊ ကိုလမ်ဘီယာနှင့် အာဆီယံအဖွဲ့ဝင် သုံးနိုင်ငံဖြစ်သည့် (ဗီယက်နမ်နိုင်ငံ၊ အင်ဒိုနီးရှားနိုင်ငံ နှင့် လာအို) စသည့် နိုင်ငံများမှ အဓိကတင်သွင်းခြင်းဖြစ်ပါသည်။ အဆိုပါနိုင်ငံများသည် ဂျပန်နိုင်ငံ ကော်ဖီဈေးကွက်တွင် အလွန်ကြီးမားသော ယှဉ်ပြိုင်ဖက်များ ဖြစ်ကြပြီး ၎င်းတို့၏ ကော်ဖီထုတ်ကုန်များကို ဂျပန်နိုင်ငံသို့ တန်ချိန်ပမာဏမြောက်များစွာနှင့် တန်ဖိုးများပြားစွာဖြင့် တင်ပို့နေကြခြင်း ဖြစ်ပါသည်။ ထိုသို့တင်ပို့မှုများအနက် အချို့မှာ ၎င်းတို့ထဲမှ အချို့သောသည် ကော်ဖီ အဆင့်သတ်မှတ်ခွဲခြားခြင်း ပိရမစ်တွင် ဖော်ပြထားသည့် စံချိန်မမီသည့် ကော်ဖီများ ဖြစ်ကြပါသည် (ပုံ ၇ တွင်ကြည့်ပါ)။

ထို့အပြင် ကော်ဖီရောင်းကုန်အမျိုးအစားများစွာ ထုတ်လုပ်ခြင်းနှင့်ပတ်သက်၍ (ပမာဏများစွာ ထုတ်လုပ်ခြင်းအတွက်သင့်လျော်သော အသင့်ဖျော် ကော်ဖီချောင်းများ၊ နပ်ကော်ဖီများနှင့် အသင့်သောက် ကော်ဖီဘူးများ) ကို အခန်း ၂ တွင် ဖော်ပြခဲ့ပြီးဖြစ်ပါသည်။

လက်ရှိဈေးကွက်ယန္တရားသည် မြန်မာနိုင်ငံမှ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအတွက် သေချာပေါက် သင့်လျော်မည် မဟုတ်သော်လည်း အခြားအဆင့် ကော်ဖီများနှင့်မတူဘဲ ထူးခြားကွဲထွက်နေသော အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ၏ သဘောသဘာဝ—တစ်နည်းအားဖြင့် အရည်အသွေးမြင့်မားခြင်းနှင့် နောက်ကြောင်းခြေရာခံနိုင်ခြင်းတို့နှင့်ပတ်သက်သည့် အကြောင်းအရာများကို အခန်း ၃ တွင် တင်ပြခဲ့ပြီးဖြစ်ပါသည်။

၄.၂ ပို့ကုန်တင်ပို့နိုင်မှုအလားအလာ

ပို့ကုန်တင်ပို့နိုင်မှုသည် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီဈေးကွက်၏ ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုအပေါ် ခန့်မှန်းထားသည့် နယ်ပယ်အနေအထားပေါ်တွင် မူတည်နေပါသည်။ ဈေးကွက်မဟာဗျူဟာကို သုံးသပ်သော အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုဖြစ်သည့် Euromonitor International ၏ ခန့်မှန်းချက်အရ အာရှဒေသသည် ၂၀၁၆ ခုနှစ်မှ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်အထိ လတ်တလော တန်ဖိုးတိုးတက်မှုခန့်မှန်းချက်တွင် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၃.၇ ဘီလီယံကျော်ဖြင့် ကမ္ဘာ့အကြီးမားဆုံး အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီသောက်သုံးသူများရှိရာ နေရာအဖြစ်ကိုယ်စားပြုနေကြောင်း သိရပါသည်။

အာရှဒေသသည် ပင်ကိုယ်ရိုးရာအားဖြင့် လက်ဖက်ရည်သောက်သုံးမှုအလေ့အထ ကြီးစိုးနေသော်လည်း တရုတ်၊ဂျပန်နှင့် ကိုရီးယားနိုင်ငံများ၏ မြို့ကြီး များတွင် စားသုံးသူများ၏ ဝယ်လိုအားများပြားလာသည့်အတွက် အထူးတန်းဝင် ကော်ဖီဆိုင်များ ပိုမိုတိုးတက်လာသည်ကိုတွေ့ရပါသည်။

Adroit Market Research မှ သုံးသပ်ချက်အစီရင်ခံစာအရ ကမ္ဘာ့ Specialty Coffee ဈေးကွက်သည် သိသိသာသာမြင့်တက်လာမည်ဖြစ်ပြီး ၂၀၂၅ ခုနှစ်အရောက်၌ တန်ချိန် ၁ သန်း ၊ တန်ဖိုးအားဖြင့် အမေရိကန်ဒေါ်လာ ၈၃ ဘီလီယံအထိ ဈေးကွက်တန်ဖိုးမြင့်တက်ရရှိလာနိုင်ကြောင်း ခန့်မှန်းထားပါသည်။

၄.၂.၁ ကမ္ဘာ့ကူးစက်ကပ်ရောဂါကာလအတွင်း နေအိမ်၌ ကော်ဖီသောက်သုံးမှု မြင့်တက်လာခြင်း

ဂျပန်နိုင်ငံအတွင်း COVID-19 ကူးစက်ရောဂါပြန့်ပွားနေ၍ အရေးပေါ်အခြေအနေများ ဆက်တိုက်ထုတ်ပြန်ထားချိန်အတွင်း လူအချင်းချင်းထိတွေ့ဆက်ဆံမှုမှ ရှောင်ရှားခြင်းနှင့် နေအိမ်၌ ချက်ပြုတ်စားသောက်ခြင်းများ ဆောင်ရွက်ရန် အစိုးရမှ တိုက်တွန်းထားပါသည်။ ပြည်သူအများစု နေအိမ်၌ နေထိုင်ခြင်းနှင့် နေအိမ်မှ အလုပ် လုပ်ကိုင်လာကြခြင်းတို့ကြောင့် ကော်ဖီသောက်သုံးမှုများ မြင့်တက်လာကြောင်း သုံးသပ်လေ့လာမှုများအရ သိရပါသည်။ ထိုကဲ့သို့ နေထိုင်မှုပုံစံများ ပြောင်းလဲလာခြင်းအပြင် ကဖေးဆိုင်နှင့် စားသောက်ဆိုင်များ ပိတ်ထားရခြင်း စသည်တို့သည် နေအိမ်၌ အသင့်ဖျော်ကော်ဖီသောက်သုံးမှုကို သိသိသာသာတိုးတက်လာစေရန် တွန်းအားပေးခဲ့ပါသည်။(Nikkei Newspaper 2020)

ဇယား ၁၂။ ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီ စာရင်းသွင်းဝယ်ယူမှုကို ပံ့ပိုးပေးသော ဆိုင်များစာရင်း

CAFÉ/ COMPANY	ရှင်းလင်းချက်	အခြေခံဈေးနှုန်း [လစဉ်]	ဝက်ဘ်ဆိုဒ်
PostCoffee Co.	Bespoke Coffee သဘောတရား။ ပထမဆုံးအနေဖြင့် စားသုံးသူများသည် ပုဂ္ဂိုလ်ရေးဆိုင်ရာ မေးခွန်းတို့ 10 ခု (ဥပမာအားဖြင့် "ပန်ကိတ်တွင် မည်သည့် topping များထည့်ချင်ပါသနည်း။" နှင့် "မည်သည့်အချိန်တွင် သီချင်းနားထောင်လေ့ရှိပါသနည်း။")ကို ဖြေဆိုရမည်ဖြစ်သည်။ မေးခွန်းဖြေပြီးလျှင် Post Coffee က ၎င်း၏ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ အမျိုး 30 ကျော်မှ သုံးခုနှင့် သင့်ကိုတွဲဖက်ပေးမည်။ စားသုံးသူများက ပို့ဆောင်မှုအကြိမ်ရေကို သတ်မှတ်ပြီးနောက် ရွေးထားသော ကော်ဖီစေ့ကို ကြိုက်နှစ်သက်ပါက 135 ဂရမ်ဖြစ်စေ၊ 225 ဂရမ်ဖြစ်စေ အထုပ်များ	1,480 JPY မှစ၍ ရသည်	https://postcoffee.co/
White Coffee Company	ကြည့်ရှုခြင်းမရှိဘဲ အရသာခံခြင်း အယူအဆ။ White Coffee ကုမ္ပဏီ၏ ကြိုက်နှစ်သက်မှုရှာဖွေစစ်ဆေးခြင်း အစုံပါဘူးတွင် နမူနာကော်ဖီသုံးမျိုး ပါဝင်သည်။ White Coffee ကုမ္ပဏီ၏ ကြိုက်နှစ်သက်မှုရှာဖွေစစ်ဆေးခြင်း အစုံပါဘူးသည် စားသုံးသူများအနေဖြင့် ၎င်းတို့၏လျှာအရသာနှင့် ကိုက်ညီသောကော်ဖီကို တွေ့ရှိနိုင်စေရန် ပုံဖော်ထားသော အရသာခံနိုင်သည့် နှစ်ကန့်တွဲ အိမ်ဖျော်ကော်ဖီဖြစ်သည်။ ဘူး၏တစ်ကန့်စီတွင် နှပ်ဖျော်အထုပ်သုံးခုပါဝင်သည်။ အက်ပ်နှင့်အတူ လိုက်လုပ်ပြီး တစ်ထုပ်စီက ပေးသော ခံစားမှုနှင့် ကော်ဖီကို မည်သို့တွေ့ကြုံခံစားရန်အတွက် သင်ယူရန်လိုအပ်ပါသည်။ "ရှာဖွေစစ်ဆေးခြင်း" ပြီးသည်နှင့် စားသုံးသူများက လစဉ် အရသာခံနိုင်သော ¥2,700 တန် 200 ဂရမ် တစ်စုံကို မှာယူနိုင်ပါသည်။	ကြိုက်နှစ်သက်မှုရှာဖွေစစ်ဆေးခြင်း အစုံပါဘူးသည် ¥2,200 တန်ဖိုးရှိသည်။ အက်ပ်ကို iOS နှင့် Android တွင် အခမဲ့ရနိုင်သည်။ လစဉ်မှာယူမှုသည် လစဉ် အရသာခံနိုင်သော 200 ဂရမ် တစ်စုံအတွက် 2,700 JPY မှစ၍ ကျသင့်သည်။	https://white-coffee.jp/

30 ၂၀၂၀ ခုနှစ် ဧပြီလတွင် ဂျပန်နိုင်ငံ၌ ပထမဆုံး အရေးပေါ်အခြေအနေ ထုတ်ပြန်ခဲ့သည်။ ထိုအချိန်တွင် Starbucks Coffee-ဂျပန်သည် ဂျပန်နိုင်ငံတစ်ဝန်း ဆိုင်ခန်းပေါင်း ၁၁၀၀ ရှိ ၎င်းတို့၏လုပ်ငန်းများကို ရပ်ဆိုင်းခဲ့ရသည်။

CAFÉ/ COMPANY	ရှင်းလင်းချက်	အခြေခံဈေးနှုန်း [လစဉ်]	ဝက်ဘ်ဆိုဒ်
Slurp Coffee	မှာယူမှု သဘောတရား။ စားသုံးသူက မေးခွန်း 4 ခုဖြေရမည်ဖြစ်သည်။ မေးခွန်းဖြေပြီးနောက် ကွန်ပျူတာက စားသုံးသူကြိုက်နိုင်မည့် ကော်ဖီကို အကြံပြုပေးသည်။ Sluro က တစ်လလျှင် တစ်ကြိမ်ဖြစ်စေ၊ တစ်လလျှင် နှစ်ကြိမ်ဖြစ်စေ ကော်ဖီပို့ပေးမည်ဖြစ်သည်။	¥1,950 မှစ၍ 200 ဂရမ် ¥3,600 မှစ၍ 400 ဂရမ်	https://www.slurp.coffee/j@/ja/
Kurasu (Japanese Coffee Subscription)	မှာယူမှုနှင့် လက်လီသဘောတရား– KURASU သည် ဂျပန်နိုင်ငံတွင် များစွာသော ကော်ဖီစေ့လှော်သူများနှင့် အလုပ်လုပ်ကိုင်လျက်ရှိပါသည်။ KURASU က ကော်ဖီနှစ်မျိုးရွေးပြီး တစ်လလျှင် တစ်ကြိမ် စားသုံးသူထံသို့ ပို့ပေးသည်။ စားသုံးသူက ရွေးထားသော ကော်ဖီမျိုးစုံကို ခံစားသောက်သုံးနိုင်သည်။ စားသုံးသူက KURASU အွန်လိုင်းစတိုးမှ တစ်ဆင့်လည်း ကော်ဖီဝယ်နိုင်ပါသည်။	လစဉ်မှာယူမှုသည် 200 ဂရမ် သို့မဟုတ် 400 ဂရမ် အစီအစဉ်များတွင် ရနိုင်ပါသည်။ လစဉ် 15 ရက်နေ့တွင် လာမည့်လပို့ဆောင်မှုအတွက် အလိုအလျောက် ငွေနုတ်ယူသွားမည်ဖြစ်သည်။ ပြည်တွင်းပို့ဆောင်မှုအတွက် ¥2,500 မှစပြီး နိုင်ငံတကာပို့ဆောင်မှုအတွက် ¥3,500 မှစပါသည်။	https://kurasu.kyoto/

ရင်းမြစ်– စာရေးသူကိုယ်တိုင် ပြုစုထားခြင်း

၄.၂.၂ စိတ်ကြိုက် ကော်ဖီမှာယူမှု

Williamson (2020) Japan Times သတင်းစာတွင် ရေးသားထားသည့် အချက်များအရ ၄.၂.၁ တွင် ဖော်ပြခဲ့သည့် အချက်အလက်များနှင့် အလားတူပင် နေအိမ်၌သာ အချိန်ပိုမိုကုန်ဆုံးရခြင်းနှင့် နေအိမ်မှ အလုပ်လုပ်ရခြင်းများနှင့်အတူ ကော်ဖီရောင်းချမှုနည်းလမ်းတွင်လည်း အပြောင်းအလဲရှိကြောင်း သိရပါသည်။ "စိတ်ကြိုက် ကော်ဖီမှာယူမှု" သည် ခေတ်စားလာပြီး ထိုသို့ ရေပန်းစားလာမှုကြောင့် ဂျပန်နိုင်ငံလူမျိုး စားသုံးသူအများအပြားသည် နေအိမ်၌ပင် ၎င်းတို့ကိုယ်တိုင်ကော်ဖီဖျော်၍ သောက်သုံးလာကြကြောင်း တွေ့ရပါသည်။ ထိုသို့လတ်တလော ရောင်းချမှုပုံသဏ္ဍာန် ပြောင်းလဲလာခြင်းသည် စားသုံးသူအချို့အနေဖြင့် ကော်ဖီစေ့များကို Subscription ပြုလုပ်၍ ဝယ်ယူပြီး ၎င်းတို့ကိုယ်တိုင် နေအိမ်၌ ဖျော်ကာ သောက်သုံးလာသည့်အတွက် ကော်ဖီဆိုင်အချို့အတွက် အခွင့်အလမ်းအသစ်များ ဖန်တီးပေးခြင်းဖြစ်ပါသည်။

Coffee Subscriptions အတွက် ပံ့ပိုးပေးနေသည့် ကော်ဖီဆိုင်များ စရင်းကို ဇယား ၁၂ တွင် အနှစ်ချုပ်ဖော်ပြထားပါသည်။

ဂျပန်နိုင်ငံရှိ ကော်ဖီလုပ်ငန်းတွင် နာမည်ကျော် လူကြိုက်များသော ကော်ဖီဆိုင်ခွဲလုပ်ငန်းကြီးများ ရှိသကဲ့သို့ ပုဂ္ဂလိက ကော်ဖီစေ့လှော်သူများမှ ဆောင်ရွက်နေသည့် အထူးတန်ဝင်ကော်ဖီကို အသုံးပြု

သည့် ကဖေးဆိုင်များလည်း တိုးပွားလာပါသည်။ ထို့ကြောင့် မြန်မာနိုင်ငံရှိ ကော်ဖီစိုက်တောင်သူများအတွက် အလားအလာအနေဖြင့် အထူးတန်းဝင် ကော်ဖီကဲ့သို့ အရည်အသွေးမြင့်ကော်ဖီတစ်နည်းအားဖြင့် သူမတူ ကွဲပြားသည့် ကော်ဖီ သောက်သုံးမှုတွင် ဝယ်လိုအား တိုးတက်ကြီးထွားနေသော ဈေးကွက်၌ ဝင်ရောက်နေရာယူရန် ဖြစ်ပါသည်။

၅။ နိဂုံးနှင့် အကြံပြုချက်များ

နိဂုံးချုပ်အနေဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံမှ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို ဂျပန်နိုင်ငံ၏ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ ဈေးကွက်သို့ တင်ပို့ခြင်းသည် ကြီးမားသော အလားအလာကောင်းဖြစ်သည်ဟု ဆိုနိုင်ပါသည်။ မြန်မာနိုင်ငံ၏ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအတွက် အနာဂတ်ဦးတည်ချက်များနှင့်ပတ်သက်၍ အကြံပြုချက်များကို အောက်ပါအတိုင်း အသေးစိတ်ဖော်ပြထားပါသည် -

(က) အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ ကုန်စည်ပြပွဲနှင့် အရောင်းပြခန်း

မြန်မာ့ကော်ဖီ ဂျပန်ဈေးကွက်သို့ ပိုမိုထိုးဖောက်ဝင်ရောက်လာနိုင်စေရန် ၂၀၂၁ ခုနှစ်၊ နိုဝင်ဘာတွင် ကျင်းပရန်လျာထားသည့် "2021 Specialty Coffee Fair & Exhibition" တွင် ပါဝင် ပြသခြင်းဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံမှ ကော်ဖီအသင်းအဖွဲ့များသည် ဂျပန်နိုင်ငံ၏ လက်ရှိ ကော်ဖီဈေးကွက် အလားအလာများကို လေ့လာသိရှိနိုင်ရုံမက ဂျပန်မှ ကော်ဖီတင်သွင်းသူများ၊ ကော်ဖီစေ့လှော်၍ဆိုင်ဖွင့်လုပ် ဆောင်ရွက်နေသူများ၊ ကော်ဖီအဖျော်ဆရာများနှင့် အမြင်ချင်းဖလှယ်၍ အနာဂတ် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုများကို မြှင့်တင်နိုင်မည်ဖြစ်ပါသည်။ (ဇယား ၁၃ကို ကြည့်ပါ)။ အဆိုပါ ပြပွဲသည် မြန်မာနိုင်ငံတွင် စိုက်ပျိုးသော ကော်ဖီများကို တင်ပို့ခြင်းအတွက် အလားအလာရှိ ဂျပန်နိုင်ငံမှ မိတ်ဖက်များနှင့် အကျိုးရှိသည့် ဆက်ဆံရေးများတည်ဆောက်နိုင်ခြင်း၊ အခွင့်အလမ်းကောင်းများ ပွင့်လန်းလာစေခြင်းစသည့် ကောင်းကျိုးများ ဖော်ဆောင်ပေးနိုင်မည်ဖြစ်ပါသည်။

ဇယား ၁၃။ တင်သွင်းသူများအတွက် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ/မလှော်ရသေးသည့် ကော်ဖီစေ့ လက်ကားရောင်းသူစာရင်း

ကုမ္ပဏီအမည်	ဝက်ဘ်ဆိုဒ်
S.IHIMITSU & CO., LTD	https://www.ishimitsu.co.jp/ https://www.qualitycoffee.com/
US FOODS	https://usfoods.co.jp/
CERRAD COFFEE & COMPANY Ltd.	https://www.cerrad.co.jp/
OCEAN & CO., LTD.	https://www.ocean-jp.com/
COFFEE NETWORK BY KANEMATSU CORPORATION	https://www.coffee-network.jp/
CafeDespolpado by Microcosmos CO., LTD	https://www.cafedespolpado.com/
WATARU & CO., LTD ၏ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ	https://www.specialty-coffee.jp/ http://wataru.co.jp/

ရင်းမြစ်– Specialty Coffee Association of Japan (ဂျပန် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်း)

31 ပြပွဲအတွက်မှတ်ပုံတင်ခြင်းအတွက် https://scajconference.jp/en/ ကို ကြည့်ပါ

(ခ) ကော်ဖီလုပ်ငန်းကဏ္ဍမှ ဂျပန်နိုင်ငံသား ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်များနှင့် စီးပွားရေးနှီးနှောဖလှယ်ပွဲများ/အွန်လိုင်းနှီးနှောဖလှယ်ပွဲများဆောင်ရွက်ခြင်း

အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ ကုန်စည်ပြပွဲနှင့် အရောင်းပြခန်းမှ အတွေးအမြင်သစ်များနှင့် အခွင့်အလမ်းများ ရရှိဖော်ဆောင်နိုင်ရန် ဖြစ်နိုင်ချေရှိသည့် **အွန်လိုင်း ဆွေးနွေးပွဲများကို အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာနှင့် မြန်မာနိုင်ငံမှ အစိုးရဝန်ကြီးဌာနများ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရပါမည်။ ပထမအဆင့်အနေဖြင့် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်း (Specialty Coffee Association) မှ ဟောပြောသူများ၊ အထူးသဖြင့် အာဆီယံနိုင်ငံများ သို့မဟုတ် မြန်မာနိုင်ငံတို့မှ တင်သွင်းနေသူများ သို့မဟုတ် ဖြန့်ဖြူးရောင်းချနေသူများ ကို ဖိတ်ကြား၍ ဆွေးနွေးပြောကြားမှုများ ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။** ထိုသို့ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံ၊ ကော်ဖီလုပ်ငန်းကဏ္ဍမှ အသေးစားနှင့်အလတ်စားလုပ်ငန်းရှင်များအတွက် ဂျပန်နိုင်ငံ၏ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီဈေးကွက်သို့ တင်ပို့ရာတွင် တွေ့ကြုံတွေ့ရနိုင်သည့်အခွင့်အလမ်းနှင့် စိန်ခေါ်မှုများကို ယေဘုယျအားဖြင့် နားလည်သဘောပေါက်စေရန် အထောက်အကူဖြစ်ပါစေလိမ့်မည်။
ထို့အပြင် အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာနှင့် မြန်မာနိုင်ငံမှ အစိုးရဝန်ကြီးဌာနများသည် ဂျပန်နိုင်ငံမှ ကော်ဖီစီးပွားရေးလုပ်ငန်းများအနေဖြင့် မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီနှင့် ပတ်သက်၍ လက်ရှိထက်ပိုမိုနားလည်သဘောပေါက်စေရန် အွန်လိုင်း နှီးနှောဖလှယ်ပွဲများ ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။ မြန်မာနိုင်ငံကော်ဖီအသင်းနှင့် မြန်မာနိုင်ငံကော်ဖီစိုက်တောင်သူများမှ မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီတင်သွင်းခြင်း၏ ရေတိုနှင့် ရေရှည်အကျိုးကျေးဇူးများကို ဆွေးနွေးပြောကြားနိုင်မည့် အလားလာရှိသောကိုယ်စားလှယ်များကို ဖိတ်ကြား၍ ဆွေးနွေးပွဲများ ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။
ထပ်မံ၍ အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာနှင့် မြန်မာနိုင်ငံမှ အစိုးရဝန်ကြီးဌာနများသည် **အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ ခူးဆွတ်ခြင်းလုပ်ငန်းစဉ်နှင့်ပတ်သက်၍ မွမ်းမံဆောင်ရွက်ရမည့် နယ်ပယ်များကို ခွဲခြားသုံးသပ်၍ နည်းပညာဖလှယ်ရေး ဆွေးနွေးပွဲများနှင့် လူ့စွမ်းအားဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုအစီအစဉ်များကို ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။**
မြန်မာနိုင်ငံမှ ကော်ဖီတင်သွင်းနေသည့် ဂျပန်နိုင်ငံမှကုမ္ပဏီအချို့နှင့် အင်တာဗျူးဆောင်ရွက်ချက်များအရ မြန်မာနိုင်ငံအနေဖြင့် ကော်ဖီစိုက်ပျိုးခြင်း အဆင့်အားလုံးအတွက် ပြည့်စုံသောဖွံ့စည်းပုံ၊ ကိရိယာနှင့် အခြေခံအဆောက်အအုံများ ရှိသင့်သည်ဟု အကြံပြုထားပါသည်။
ယခုအပိုင်းသည် နောက်အချက် (ဂ) အတွက် စိတ်ချယုံကြည်ရသည့် အရောင်းအဝယ်များအတွက် လွယ်ကူချောမွေ့စေရန် ဦးတည်ပါလိမ့်မည်။

(ဂ) ကွန်ရက်ချိတ်ဆက်ခြင်းနှင့် မြန်မာ့အထူးတန်းဝင် ကော်ဖီ ဖျော်စပ်ခြင်းဆိုင်ရာ အခမ်းအနားများ

အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီအသင်း (Specialty Coffee Association) မှ ဆောင်ရွက်သည့် အခမ်းအနားတွင် ပါဝင်ခြင်းနှင့် မြန်မာကော်ဖီနှင့်ပတ်သက်သည့် အွန်လိုင်းနှီးနှောပွဲများဆောင်ရွက်ခြင်းများဆောင်ရွက်ခြင်းတို့ပြီးနောက် အခြားသော ဆောင်ရွက်ရမည့် နည်းလမ်းတစ်ခုမှာ **မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ ဖျော်စပ်ခြင်း ကဏ္ဍများတွင် အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီတင်သွင်းသူများနှင့် ကော်ဖီစေ့လှော်၍ရောင်းချသူများ ပါဝင်တက်ရောက်နိုင်မှုကို အဓိက ဦးတည်ဆောင်ရွက်မည့် ကွန်ရက်ချိတ်ဆက်ခြင်းအခမ်းအနားများကို ကျင်းပဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။**

အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီထုတ်ကုန်များနှင့်ပတ်သက်သော တုံ့ပြန်ချက်များကို လက်ခံပြီး မြန်မာနိုင်ငံရှိ ကော်ဖီတောင်သူများထံ အဆိုပါတုံ့ပြန်ချက်များ လွှဲပြောင်းပေးခြင်းသည် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီ သောက်သုံးသူများ၏ တောင်းဆိုချက်၊ လိုအပ်ချက်များနှင့် အကိုက်ညီဆုံးဖြစ်အောင် ဆောင်ရွက်နိုင်မည့် အရေးကြီးသည့် ခြေလှမ်းတစ်ရပ်ဖြစ်ပါသည်။ ထိုသို့ဆောင်ရွက်မှုများကို **အွန်လိုင်းမှတစ်ဆင့် တိုက်ရိုက်အမေးအဖြေကဏ္ဍများကို ကျင်းပခြင်းဖြင့် ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။ ထိုသို့ဆောင်ရွက်ခြင်းသည် ဆောင်ရွက်ချက် ပမာဏနည်းနည်းဖြင့် စီးပွားရေး ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှု အလားအလာကောင်းများဆီသို့ ဦးတည်သွားနိုင်ပါသည်။**

(ဃ) မြန်မာကော်ဖီကို အသုံးပြုထားသည့် ဂျပန်ကုမ္ပဏီများနှင့်ဆက်သွယ်ကာ ထုတ်ကုန်အသစ်ဖော်ဆောင်ခြင်းနှင့် တီထွင်ဆန်းသစ်ခြင်း

ထုတ်ကုန်အသစ်ဖော်ဆောင်ခြင်းနှင့် တီထွင်ဆန်းသစ်မှုခြင်းတို့သည် ကုန်သွယ်မှုမြှင့်တင်ခြင်းနှင့် အကျိုးအမြတ်ကို ရေရှည်ထိန်းသိမ်းခြင်းတို့အတွက် အရေးပါလှသည်။
မကြာသေးမီက ကော်ဖီအရသာ ချောကလက်၊ ကော်ဖီဂျယ်လီ အစရှိသည့် ကော်ဖီပေါင်းစပ်ထားသည့် ထုတ်ကုန်များ ထုတ်လုပ်လာကြပါသည်။ **ကော်ဖီပေါင်းစပ်ထုတ်ကုန်များ တီထွင်ဆန်းသစ်ရန်နှင့် ဒီဇိုင်းဖန်တီးရန် ဂျပန်နိုင်ငံမှ သကြားလုံးနှင့် မုန့်ထုတ်လုပ်သည့်ကုမ္ပဏီများနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်းသည် ဂျပန်နိုင်ငံဈေးကွက်သို့ ထိုးဖောက်နိုင်ရေး ခြေလှမ်းများစွာအနက် တစ်ခုဖြစ်နိုင်ပါသည်။**
အောက်ဖော်ပြပါရုပ်ပုံများသည် အီသီယိုးပီးယားနိုင်ငံမှ ကော်ဖီနှင့် အီကွေဒေါနိုင်ငံမှ ကိုကိုး (ဝဲဘက်)၊ ကိုစတာရီကာနိုင်ငံမှ ကော်ဖီနှင့် ဗင်နီဇွဲလားနိုင်ငံမှ ကိုကိုး (ယာဘက်) တို့ဖြင့် ဖန်တီးထားသော ပေါင်းစပ်ထုတ်ကုန်တစ်မျိုးဖြစ်သည့် “ကော်ဖီချောကလက်” ထုတ်ကုန်ဖြစ်ပါသည်။

ရုပ်ပုံ (ဝဲဘက်)- တိုကျိုမြို့ရှိ Seijo Ishii ကုန်တိုက်တွင် ရောင်းချနေသည့်ကော်ဖီချောကလက် ပေါင်းစပ်ထုတ်ကုန်
ရုပ်ပုံ (ယာဘက်) - တိုကျိုမြို့ရှိ ပြည်တွင်းကုန်တိုက်တစ်ခုတွင် ရောင်းချနေသည့် ဆေးဖက်ဝင်ကော်ဖီ (ကဖိန်းဓာတ်ပါဝင်မှု နည်းသော)

ဂျပန်နည်းပညာနှင့် တွဲဖက်ထားသည့် “မြန်မာနိုင်ငံတွင် စိုက်ပျိုးသောကော်ဖီ” ၏ ထူးခြားဆန်းပြားသော အရသာနှင့် ဒေသတွင်းဈေးကွက်ကို ကောင်းစွာနားလည်သဘောပေါက်ခြင်းသည် အလားအလာရှိသော ဂျပန်စားသုံးသူများမှ လက်ခံနိုင်မည့် ထုတ်ကုန်အသစ်များကို ဖန်တီးနိုင်ခြေရှိ

မည် (သို့မဟုတ်) ပြန်လည်ဒီဇိုင်းဖော်နိုင်ခြေရှိမည် ဖြစ်ပါသည်။

(င) တိုကျိုမြို့အခြေစိုက် မဲခေါင်ဒေသနိုင်ငံများ၏ အစိုးရ အဖွဲ့အစည်းများအနေဖြင့် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ အရသာမြည်းစမ်းရန် ရည်ရွယ်၍ ဖွင့်လှစ်ထားသည့် "ANTENNA SHOP" ကဲ့သို့သော ဆိုင်ငယ်များတွင် ကော်ဖီအရသာ မြည်းစမ်းခြင်းနှင့် ရောင်းချခြင်းတို့ကို ဆောင်ရွက်နိုင်ခြင်း

မြန်မာနိုင်ငံအနေဖြင့် ဂျပန်နိုင်ငံဈေးကွက်သို့ ရောက်ရှိနေပြီးဖြစ်သည့် မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို ရောင်းအားပိုမိုတိုးတက်လာစေရန် မဲခေါင်ဒေသနိုင်ငံများ၏ ထုတ်ကုန်များကို မြည်းစမ်းရန် ရည်ရွယ်ဖွင့်လှစ်ထားသည့် **"antenna shop" များမှတစ်ဆင့်** စင်တင်မိတ်ဆက်ခြင်းကို အစပြုဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။ တိုကျိုမြို့ရှိ Antenna Shop များသည် ကြော်ငြာပေးစေလိုသည့် နေရာဒေသတစ်ခု၏ ထုတ်ကုန်ဆိုင်ရာသတင်းအချက်အလက်များကို ဖြန့်ဝေလက်ဆင့်ကမ်းပေးသည့် အများပြည်သူနှင့် သက်ဆိုင်သည့်နေရာများအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြစ်ပါသည်။
စားသုံးသူများ၏ စိတ်ဝင်စားမှုဆွဲဆောင်နိုင်စေရန်အတွက် မြန်မာအပါအဝင် မဲခေါင်ဒေသနိုင်ငံများဖြစ်ကြသည့် ကမ္ဘောဒီးယား၊ လာအို PDR နှင့် ထိုင်းနိုင်ငံတို့အနေဖြင့် တိုကျိုမြို့ရှိ ၎င်းတို့၏ နိုင်ငံတော်အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများ (ဥပမာ-တိုကျိုမြို့ရှိ မြန်မာနိုင်ငံသံရုံး) သည် Antenna Shop များကို ပူးပေါင်းအကောင်အထည်ဖော်ကာ မဲခေါင်ဒေသထွက်ကုန်များကို ပြသမိတ်ဆက်ပေးနိုင်ရန် အထူးအကြံပြုလိုပါသည်။

(စ) ဆိုင်အတွင်း၌ ကော်ဖီနမူနာပြသထားခြင်းနှင့် စိတ်ကြိုက် ကော်ဖီမှာယူခြင်း ဝန်ဆောင်မှု စသည်တို့မှတစ်ဆင့် ဈေးကွက်စမ်းသပ်ခြင်း

ပုံ- Kaldi Coffee Farm ၌ ပြသထားသည့် ကမ္ဘာတစ်ဝှမ်းမှ လက်ရွေးစင် ကော်ဖီစေ့အမျိုးအစားမျိုးစုံ (၃၀)
ရင်းမြစ်- LIVE JAPAN

32 ဂျပန်အခေါ် "antenna shop" (စမ်းသပ်စားသုံးကြည့်နိုင်သော လက်လီဆိုင်) သည် အစပိုင်းတွင် ကော်ပိုရေးရှင်းများက စားသုံးသူဝယ်လိုအားကို အကဲဖြတ်ရန် အဓိကရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် ၎င်းတို့၏ထုတ်ကုန်များကို ခင်းကျင်းရောင်းချရန်အတွက် ဖွင့်လှစ်ထားသော ပစ္စည်းအရောင်းဆိုင်များ သို့မဟုတ် စတိုးဆိုင်များကို ရည်ညွှန်းခြင်းဖြစ်ပါသည်။ သို့သော် ယခုတွင် ဒေသထွက် ကုန်ပစ္စည်းများ တိုးမြှင့်ရောင်းချသည့်ဆိုင်များနှင့်ပါ ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်တွဲဖက်ဖွင့်လှစ်ထားပါသည်။ ဤဆိုင်များသည် ပုံမှန်အားဖြင့် မြို့ကြီးများရှိ ဈေးဝယ်ကုန်တိုက် များတွင် မရနိုင်သော ဒေသတွင်းပစ္စည်းများ ခင်းကျင်းရောင်းချပြီး အချို့တွင် စားသောက်ခန်းများ ပါဝင်သည်။ ယနေ့ခေတ်တွင် ဂျပန်နိုင်ငံရှိ စီရင်စုနယ်များနှင့် စည်ပင်သာယာရေးအဖွဲ့များသည် ၎င်းတို့အပေါ်ထားရှိသော အများအမြင် ပိုကောင်းစေရန်နှင့် ဒေသထွက်ထုတ်ကုန်များ ရောင်းချမှု တိုးမြှင့်ရန် ကြိုးပမ်းနေသောကြောင့် တိုကျို၊ အိုဆာကာနှင့် အခြားမြို့ကြီးများတွင် စမ်းသပ်စားသုံးကြည့်နိုင်သော လက်လီဆိုင် "Antenna Shop" အများအပြားကို ပွဲပိုးစီစဉ်ပေးထားပါသည်။

33⍰ https://livejapan.com/en/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-tokyo_suburbs/article-a0002617/

KALDI Coffee Farm ကဲ့သို့ ဂျပန်ပြည်တွင်းရှိ ကုန်တိုက်များနှင့် ကဖေး သို့မဟုတ် ကော်ဖီဆိုင်များတွင် သတ်မှတ်ထားကာလတစ်ခုအတွင်း (COVID-19 ထိန်းချုပ်ရေးအစီအမံအဖြစ် တစ်ခုချင်းထုတ်ပိုးထားသော) ဆိုင်တွင်း၌ ကော်ဖီနမူနာပြသခြင်းသည် ရိုးရှင်းသော်ငြားလည်း ငုပ်လျှိုးနေသည့် မီးခဲပြာဖုံး စားသုံးသူများထံ အလွယ်တကူရောက်ရှိနိုင်ပြီး ၎င်းတို့ကို ဆက်လက် ထိန်းထားနိုင်သည့် ထိရောက်သော နည်းလမ်းတစ်ခုဖြစ်ပါသည်။ KALDI Coffee Farm သည် ကမ္ဘာတစ်ဝှမ်းမှ လှော်ပြီးသား ကော်ဖီစေ့များနှင့် စားသောက်ကုန်များကို အထူးပြုရောင်းချသည့် ဆိုင်ခွဲများဖြင့် လုပ်ငန်းဆောင်ရွက်နေခြင်းဖြစ်ပါသည်။ အဆိုပါဆိုင်ခွဲများ၏ ဆိုင်အဝင်နေရာတွင် ပရီမီယံအဆင့် လှော်ပြီးသား ကော်ဖီစေ့နမူနာများကို ခွက်ငယ်များဖြင့် အခမဲ့မြည်းစမ်းနိုင်ရန် ပြသထားခြင်းဖြင့် စားသုံးသူအသစ်များကို ဆွဲဆောင်လျက်ရှိပါသည်။

ဆိုင်အတွင်း၌ ကော်ဖီနမူနာပြသခြင်းသည် မြန်မာနိုင်ငံအနေဖြင့် စာသုံးသူအသစ်များအား **"မြန်မာနိုင်ငံတွင် စိုက်ပျိုးသော ကော်ဖီ"** ကို မိတ်ဆက်ပေးနိုင်သည့်အပြင် အလားအလာရှိသော စားသုံးသူများထံမှ ရင်တွင်းစကားသံနှင့် တုံ့ပြန်ချက်တို့ကို ရရှိစေနိုင်ပါသည်။ ထို့အပြင် ကိုယ်ပိုင်ကော်ဖီဆိုင်များ ဖွင့်လှစ်ဆောင်ရွက်နေသည့် ကော်ဖီစေ့လှော်ဆိုင်ပိုင်ရှင်များ၊ စိတ်ကြိုက်ကော်ဖီမှာယူခြင်း ဝန်ဆောင်မှုပံ့ပိုးပေးနေသည့် ကဖေးဆိုင်များတွင် ၎င်းတို့၏ ကော်ဖီစေ့တင်သွင်းခြင်းများ (သို့မဟုတ်) ဈေးကွက်စမ်းသပ်မှုဆောင်ရွက်ခြင်းတို့နှင့် ပတ်သက်၍ ပူးပေါင်း၍ ဖြစ်နိုင်ချေရှိသည့် အကြံဉာဏ်များ ရှာဖွေဖော်ဆောင်နိုင်ပါသည်။

(ဆ) အာဆီယံနိုင်ငံများ၏ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီမြေပုံများနှင့် ဗီဒီယိုကလစ်များ ဖန်တီးခြင်း

အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာနှင့် မြန်မာနိုင်ငံမှ အစိုးရဝန်ကြီးဌာနများအနေဖြင့် အကြောင်းအရာနှစ်ခုကို ပူးပေါင်းဖော်ဆောင်နိုင်ပါသည်။ ပထမဦးစွာ ဂျပန်နိုင်ငံအတွင်း မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို အသုံးပြုဖွင့်လှစ်ဆောင်ရွက်နေသည့် ကော်ဖီဆိုင်များ၏ တည်နေရာကို ဖော်ပြထားခြင်းဖြစ်ပြီး ထိုသို့ဆောင်ရွက်ခြင်းသည် ကော်ဖီကို မက်မက်မောမော သောက်သုံးကြသော်လည်း မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကို သိရှိမှုအားနည်းနေသေးသည့် လူမှုမီဒီယာရှိ ငုပ်လျှိုးနေသောမီးခဲပြာဖုံး စားသုံးသူများ တိုးပွားလာစေရန် အထောက်အပံ့ဖြစ်စေပါသည်။ ဒုတိယအချက်အနေဖြင့် ကော်ဖီရရှိနိုင်သည့် ရင်းမြစ်၊ စိုက်ပျိုးရာပင်ရင်းဒေသနှင့် ကော်ဖီစိုက်တောင်သူများ၏ မျက်နှာများကို ထည့်သွင်းဖော်ပြထားသည့် အာဆီယံနိုင်ငံများ၏ ကော်ဖီမြေပုံတွင် မြန်မာ့အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီခြံများကို ထည့်သွင်းပုံဖော်ခြင်းဖြစ်ပါသည်။ အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီကိုယ်တိုင်ပင်လျှင် မည်သည့်နေရာဒေသမှ အမြောက်အများထုတ်လုပ်သည်၊ ပင်ရင်းဒေသနှင့် ကော်ဖီစိုက်တောင်သူအမျိုးမျိုး စသည့်ကွဲပြားချက်များရှိသဖြင့် ကော်ဖီ၏ ဇာတ်ကြောင်းဖွင့်ဆိုရှင်းလင်းမှုသဘောသဘာဝကို ပေါ်လွင်မှုရှိစေရန် အလွန်အရေးကြီးပါသည်။

အထူးတန်းဝင်ကော်ဖီမြေပုံများအား အချောသပ်ဆောင်ရွက်ပြီးပါက **လူမှုမီဒီယာအသုံးပြု၍ဖြစ်စေ လူမှုမီဒီယာတွင် ကျော်ကြားသူများကို အသုံးပြု၍ဖြစ်စေ လူမှုမီဒီယာတွင် ပိုမိုကျယ်ပြန့်သော ရောင်းအားမြှင့်တင်မှုအတွက် ဗီဒီယိုကလစ်အသစ်တစ်ခု ဖန်တီးရမည်ဖြစ်ပါသည်။**

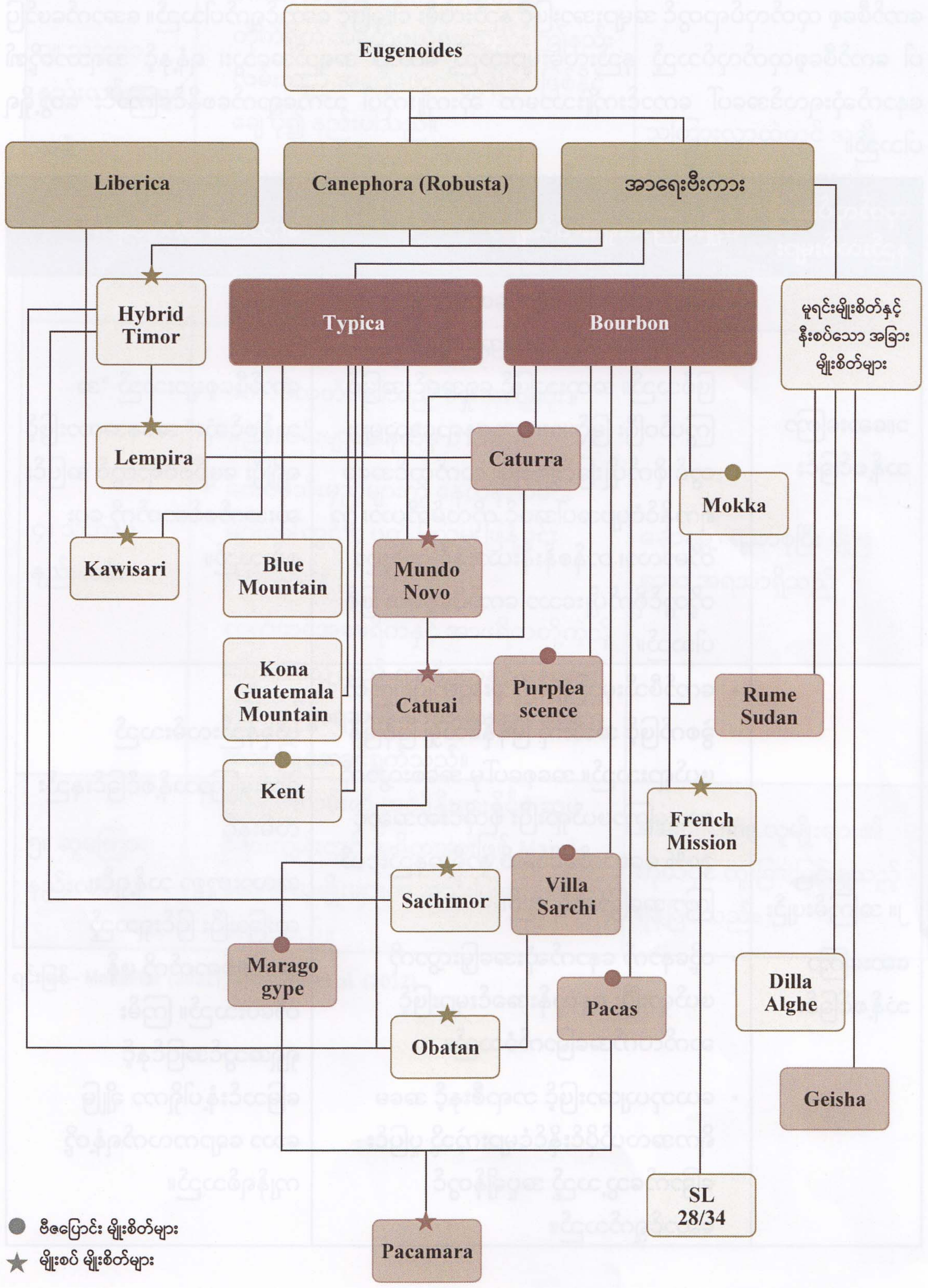
အဆိုပါ အဆင့် သုံးဆင့်ကို ဖော်ဆောင်ရာတွင် အဆင့်တစ်ခုနှင့်တစ်ခု ချိန်ဆက်မှုရှိစေရန်နှင့် ရေရှည်တည်တံ့သည့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုမျိုး ဖြစ်ရန်လိုအပ်ပြီး ထိုသို့ဆောင်ရွက်ခြင်းမှတစ်ဆင့် မြန်မာ့

ကော်ဖီထုတ်ကုန်များ၏ ရောင်းအားကို ဆက်လက်မြှင့်တင်နိုင်မည်ဖြစ်ကာ ဂျပန်နိုင်ငံတစ်ဝှမ်းလုံးသို့ ပျံ့နှံ့စေမည်ဖြစ်ပါသည်။

ကျမ်းကိုးစာရင်း

- Adroit Market Research. 2019. *"Specialty Coffee Market to Hit $ 83.5 Billion by 2025."* https://www.globenewswire.com/news-release/2019/08/23/1905887/0/en/Specialty-Coffee-Market-to-Hit-83-5-Billion-by-2025-Insights-On-Key-Trends-Value-Chain-Analysis-Impact-Indicators-Growth-Drivers-Recent-Initiatives-and-Business-Opportunities-Adroi.html.
- All Japan Coffee Association. 2019. Basic Research about Coffee Demand and Supply in 2018.
- All Japan Coffee Association. 2021. *"Trend of coffee imports by volume in Japan."* http://coffee.ajca.or.jp/wp-content/uploads/2021/03/data01_2021_04.pdf.
- Kato Coffee. 2021. *"Myanmar Coffee."* Kato Coffee.
- MokaFlor. 2021. *"Raw Coffee Processing Methods."* https://www.mokaflor-italian-coffee.com/magazine-en/raw-coffee-processing-methods/.
- Nikkei Newspaper. 2020. *"Instant coffee growing in consumption for home-stayers."* https://www.nikkei.com/article/DGXMZO63916220W0A910C2QM8000/?unlock=1.
- Nishijima, Megumi, Hisako Suzuki, Akiko Saito, Shigehiro Takimoto, Masami Abe, Tsuyoshi Kuno, and Kayo Murakami. 2017. Coffee Dictionary Tokyo: Seitosha.
- Rana, Priyanka. 2020. *"A Look at the Lucrative Japanese Coffee Market."* https://tokyoesque.com/japanese-coffee-market/.
- UN Comtrade Database. 2018. *"Type of product and frequency."* https://comtrade.un.org/data/.
- Williamson, Claire. 2020. *"Can't visit your favorite coffee shop? Try these customized coffee subscriptions instead."* https://www.japantimes.co.jp/life/2020/05/30/food/coffee-subscriptions/

နောက်ဆက်တွဲ (၁)၊ ကော်ဖီစေ့၏ အဓိကမျိုးစိတ်များ



ရင်းမြစ်– Nishijima et al. (2017)

နောက်ဆက်တွဲ (၂)၊ ကော်ဖီစေ့ ထုတ်လုပ်သည့် နည်းလမ်းများ

ကော်ဖီစေ့ ထုတ်လုပ်ရာတွင် အများအားဖြင့် နည်းလမ်း ငါးခုဖြင့် ဆောင်ရွက်ပါသည်။ အောက်ဖော်ပြပါ ကော်ဖီစေ့ထုတ်လုပ်သည့် နည်းလမ်းများသည် ကော်ဖီ အရည်အသွေး၊ ရနံ့နှင့် အရသာတို့၏ နောက်ဆုံးရလဒ်အပေါ် ကောင်းကျိုးသာမက ဆိုးကျိုးကိုပါ သက်ရောက်စေနိုင်ကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။

ထုတ်လုပ်သည့် နည်းလမ်းများ	ကျိုးကြောင်းရှင်းလင်းချက်	ကော်ဖီ၏ အင်္ဂါရပ်များ
၁။ဆေးကြော သန့်စင်ခြင်း	• အများဆုံး ဆောင်ရွက်လေ့ရှိသည့် နည်းလမ်းများအနက် တစ်ခုအပါအဝင် ဖြစ်သည်။ အထူးသဖြင့် ရေအရင်းအမြစ်ကြွယ်ဝပြီး မြင့်မားသောနေရာဒေသများတွင် စိုက်ပျိုးခြင်းဖြစ်ပြီး လက်တင်အမေရိကနိုင်ငံများအပါအဝင် ကိုလမ်ဘီယာ၊ ဂွာတီမာလာ၊ တန်ဇန်းနီးယားနှင့် ကင်ညာတို့တွင်စိုက်ပျိုးသော ကော်ဖီစေ့များ ဖြစ်ပါသည်။	ကော်ဖီစေ့များသည် "အသန့်စင်ဆုံး" အနေအထားဖြင့် ရရှိပြီး ဖျော်စပ်ရာတွင် အပြင်းဆုံးအက်စစ်ဓာတ်ကို ပေးစွမ်းသည်။
၂။ အကြမ်းဖျင်း ဆေးကြော သန့်စင်ခြင်း	• ကော်ဖီသီးမှည့်များကို ခူးဆွတ်ပြီး ကြိတ်ခွဲစက်ဖြင့် အသီးကို မြန်နိုင်သမျှ မြန်မြန်ဖယ်ရှားသည်။ အစေ့ပေါ်မှ အစေးလွှာကို ဆေးကြောဖယ်ရှားပြီး စိုထိုင်းဆအဆင့် ၃၀% မရောက်ခင်အထိ နာရီအနည်းငယ်ကြာ အခြောက်ခံသည်။ • ထို့နောက် နောက်ဆုံးအမြှေးလွှာကို ဖယ်ရှားပြီး နေလှန်းအခင်းများဖြင့် ဆက်လက်အခြောက်ခံသည်။ • ယေဘုယျအားဖြင့် ဘရာဇီးနှင့် အမေရိကအလယ်ပိုင်းနိုင်ငံများကဲ့သို့ ပူပြင်းခြောက်သွေ့သည့် အပူချိန်တွင် ဆောင်ရွက်သည်။	ယခုနည်းလမ်းသည် ဆေးကြောသန့်စင်ခြင်းနည်းလမ်းနှင့် အလားတူစွာ သန့်ရှင်း၊ ထူးခြားပြီး ပြင်းရှသည့် အက်စစ်ဓာတ်ကို ဖန်တီးပေးသည်။ ကြမ်းရှရှအသွင်အပြင်နှင့် မြေသင်းနံ့ပါရှိကာ ချိုမြသော ချောကလက်ရနံ့တို့ ကျန်ရစ်သည်။

ထုတ်လုပ်သည့် နည်းလမ်းများ	ကျိုးကြောင်းရှင်းလင်းချက်	ကော်ဖီ၏ အင်္ဂါရပ်များ
၃။ သဘာဝ နည်းလမ်းအရ အခွံ ဖယ်ရှားသည်/ ပျားရည်ရောင်	• ကော်ဖီသီးမှည့်များကို ခူးဆွတ်၍ တိုက်ရိုက် အခွံကိုဖယ်ရှားသည်။ ဤနည်းလမ်းသည် အချဉ်ဖောက်လွန်ခြင်းဖြစ်နိုင်ချေ ပို၍ နည်းပါသည်။ • ယေဘုယျအားဖြင့် အမေရိကအလယ်ပိုင်းရှိ ဘရာဇီးနှင့် ကိုစတာရီကာတို့ကဲ့သို့ ပူပြင်း ခြောက်သွေ့သည့် အပူချိန်များတွင် ဆောင်ရွက်ကြသည်။	သကြားလွှာထဲတွင် အချိုဓာတ်အချို့ ကျန်ခဲ့သည်။
၄။ သဘာဝ နည်းလမ်း	• အီသီယိုးပီးယားတွင် ဖော်ထုတ်ခဲ့သော ကော်ဖီထုတ်လုပ်သည့် ရှေးအကျဆုံး နည်းလမ်းများအနက်မှ တစ်ခုဖြစ်သည်။ • ကော်ဖီသီးမှည့်များကို နေလှန်းအခင်းများပေါ်တွင် ၄ ပတ် ကြာမျှ ဖြန့်ခင်းထားသည်။ • လက်တင်အမေရိကနှင့် အာဖရိကတို့ကဲ့သို့ ခြောက်သွေ့သည် ရာသီဥတုနှင့် နေရောင်ကြာရှည်စွာရသည့် ဒေသများတွင် အဓိက အသုံးပြုဆောင်ရွက်သည်။	ချောမွေ့၊ ရသာစုံပြီး ချိုမြသော အရသာရှိသည်
၅။ ဆူမတြား နည်းလမ်း	• ဤနည်းလမ်းကို အင်ဒိုနီးရှားနိုင်ငံ ဆူမတြားကျွန်းတွင် အဓိကအားဖြင့် Mand-heling လူမျိုးများက အသုံးပြုဆောင်ရွက်လေ့ရှိသည်။	Mandheling လူမျိုးများ၏ ကိုယ်ပိုင် ထူးခြားပြင်းရှသည့် ရနံ့ဖြစ်သည်။

ရင်းမြစ်– MokaFlor (2021); Nishijima et al. (2017)

နောက်ဆက်တွဲ (၃)၊ အရည်အသွေးထောက်ခံချက်ရ မြန်မာနိုင်ငံမှ အာရေးဗီးကားကော်ဖီ (Kato Coffee)

အရည်အသွေးထောက်ခံချက်ရ အာရေးဗီးကား

COFFEE QUALITY INSTITUTE®

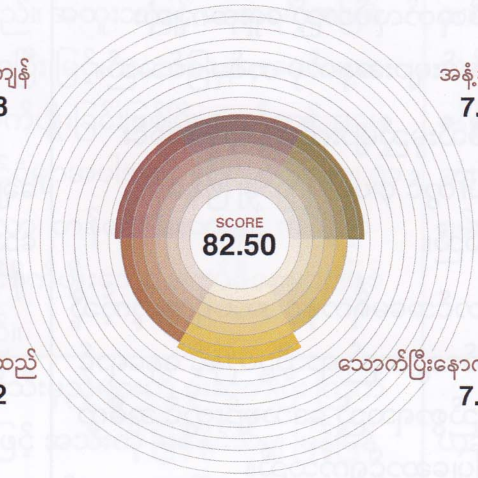
MYANMAR

Q ARABICA GRADER®
COFFEE QUALITY INSTITUTE®

SCORE
82.50

အနံ့အရသာ ရေဒါ

Q ARABICA



တူညီမှု	10.00
ချိုမြမှု	10.00
ကော်ဖီ၏ သန့်ရှင်းမှု	10.00
ခြုံငုံ	7.50

Categories

Company	Mandalay Coffee Group
Producer	Ywangan small farmers
Farm Name	Mandalay Coffee Group
Mill	Mandalay Coffee Group
Altitude	1100
Processing method	Washed /Wet
Variety	Catuai
Harvest Year	2020
Lot Number	YN/MYJDF/1920 -Sugihara
ICO Number	
Number of Bags	300
Bag Weight	40kg

In Country Partner

Evaluation Executed by
Blossom Valley International

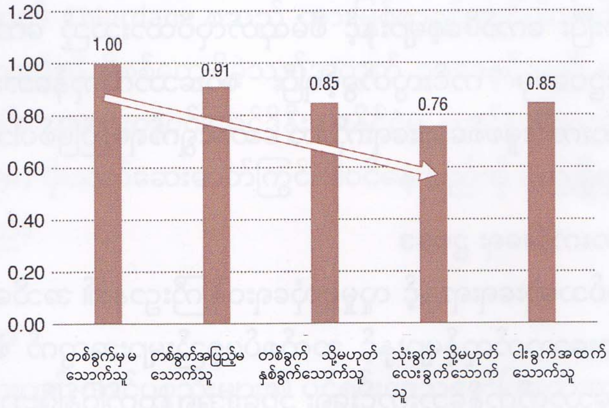
Certification Information

Expiration Date : May 14th. 2021
Sample Number : 626072
Availability of Sample : No

ရင်းမြစ်– Kato Coffee

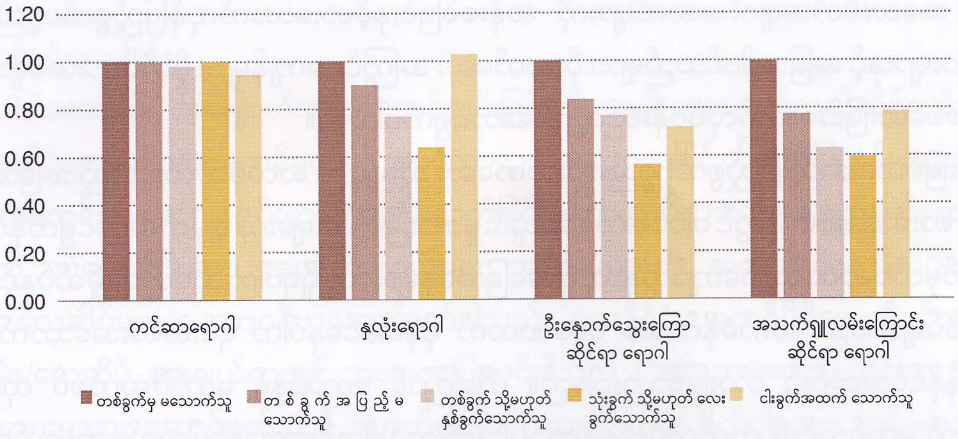
နောက်ဆက်တွဲ(၄)၊ ကော်ဖီနှင့် ကျန်းမာရေး အပြန်အလှန်ဆက်နွယ်နေမှု

ဂျပန်နိုင်ငံ၊ အမျိုးသားကင်ဆာရောဂါဗဟိုဌာန (National Cancer Centre) က ဆောင်ရွက်သည့် သုတေသနအရ တစ်နေ့လျှင် ကော်ဖီနှစ်ခွက်နှင့် အထက် သောက်သုံးသူများသည် ကော်ဖီမသောက်သုံးသူများထက်ပို၍ သေဆုံးနိုင်ခြေနည်းပါးသည်ဟု သိရပါသည်။ ကော်ဖီတွင် ပါဝင်သော ပေါ်လီဖီးနော (Polyphenols) သည် သွေးလွှတ်ကြောနံရံမာခြင်းမှ ကာကွယ်ပေးသည့် ခာတ်ရှိပြီး နှလုံးကြွက်သားပုပ်ခြင်းကဲ့သို့ နှလုံးရောဂါများ၊ လေသင်တုန်းဖြတ်ခြင်းကဲ့သို့ ဦးနှောက်သွေးကြောဆိုင်ရာရောဂါများနှင့်အသက်ရှူလမ်းကြောင်းဆိုင်ရာရောဂါများကြောင့်သေဆုံးရသည့်အန္တရာယ်ကိုလျှော့ချပေးပါသည်။ ထို့အပြင် ကော်ဖီတွင် ပါဝင်သော ပေါ်လီဖီးနော (Polyphenols) သည် သွေးလွှတ်ကြောနံရံမာကြောသည့်ရောဂါ၊ နှလုံးကြွက်သားပုပ်ခြင်းကဲ့သို့ နှလုံးရောဂါများ၊ လေသင်တုန်းဖြတ်ခြင်းကဲ့သို့ ဦးနှောက်သွေးကြောဆိုင်ရာ ရောဂါများနှင့် အသက်ရှူလမ်းကြောင်းဆိုင်ရာ ရောဂါများမှ ထိရောက်စွာကာကွယ်ပေးနိုင်သည့် ခာတ်ရှိပြီး ကော်ဖီသောက်သုံးသူများသည် အသည်းကင်ဆာဖြစ်ပွားမှုအန္တရာယ်မှ လျော့နည်းကြောင်းကို ဖော်ပြထားပါသည်။



ပုံ ၈။ ကော်ဖီသောက်သုံးမှုနှင့် သေဆုံးနိုင်ခြေစုစုပေါင်း

ရင်းမြစ်– ဂျပန်နိုင်ငံ အမျိုးသားကင်ဆာရောဂါဗဟိုဌာန (National Cancer Centre)



ပုံ ၉။ ကော်ဖီသောက်သုံးမှုနှင့် ရောဂါကြောင့် သေဆုံးနိုင်ခြေ

ရင်းမြစ်– ဂျပန်နိုင်ငံ အမျိုးသားကင်ဆာရောဂါဗဟိုဌာန (National Cancer Centre)

နောက်ဆက်တွဲ (၅)၊ ကော်ဖီတင်ပို့ခြင်းဆိုင်ရာ လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများနှင့် လိုအပ်ချက်များ

■ တင်ပို့ခြင်းနှင့်သက်ဆိုင်သည့် ဥပဒေများနှင့် စည်းမျဉ်းများ

ဂျပန်ပြင်ပကုန်သွယ်ရေးအဖွဲ့အစည်း (JETRO) ၏ အဆိုအရ ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ကော်ဖီတင်သွင်းခြင်းသည် အပင်ကာကွယ်ရေးဥပဒေ၊ စားသောက်ကုန် ဘေးကင်းရေး ဥပဒေနှင့် အခွန်အကောက်ဥပဒေတို့နှင့် အခြေခံအားဖြင့် သက်ဆိုင်နေပါသည်။

အပင်ကာကွယ်ရေးဥပဒေ

အခြောက်ခံထားသည့် ကော်ဖီစေ့အစိမ်းများကို သဘာဝအတိုင်းသာ ထားရှိရမည်ဖြစ်ပြီး ပိုးမွှား သို့မဟုတ် အန္တရာယ်ဖြစ်စေနိုင်သည့် အပင်များကြောင့် ညစ်ညမ်းမှုမဖြစ်စေရန် အပင်ကာကွယ်ရေးဥပဒေအရ စစ်ဆေးခြင်းအပါအဝင် ပိုးမွှားစစ်ဆေးခြင်း(ကွာရန်တင်း) လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများအရ ဆောင်ရွက်ရပါမည်။ ပိုးမွှားစစ်ဆေးခြင်းလုပ်ထုံးလုပ်နည်းများကို ဒေသဆိုင်ရာ စစ်ဆေးရေးဌာနများ၏ အမိန့်အရ လေဆိပ်များနှင့် ဆိပ်ကမ်းများတွင် ဆောင်ရွက်ပါသည်။ လှော်ထားပြီး ကော်ဖီစေ့များနှင့် စီမံထုတ်လုပ်ထားသည့် ကော်ဖီထုတ်ကုန်များသည် အပင်ကာကွယ်ရေးဥပဒေမှ ကင်းလွတ်ခွင့်ရပြီး စားသောက်ကုန်ဘေးကင်းရေး ဥပဒေအရ စားသောက်ကုန်ဘေးကင်းမှုစစ်ဆေးရေးကိုသာ ဆောင်ရွက်ရမည်ဖြစ်ပါသည်။

စားသောက်ကုန်ဘေးကင်းရေး ဥပဒေ

ကျန်းမာရေး၊ အလုပ်သမားရေးရာနှင့် လူမှုဖူလုံရေးဝန်ကြီးဌာန၏ အသိပေးကြေငြာချက်အမှတ် ၃၇၀ နှင့်အညီ “စားသောက်ကုန်များနှင့် ဆက်စပ်ပစ္စည်းများအတွက် စံသတ်မှတ်ချက်များနှင့် စံနှုန်းများ” ကို စားသောက်ကုန်ဘေးကင်းရေး ဥပဒေအရ ထုတ်ပြန်ပြီးသည့်အပြင် ပိုးသတ်ဆေး အကြွင်းအကျန်များဆိုင်ရာ စံသတ်မှတ်ချက်များ (တိရစ္ဆာန်များအတွက် စားသောက်ကုန်ဖြည့်စွက်ပစ္စည်းနှင့် ဆေးဝါးများ အပါအဝင်) ကိုပါ ထုတ်ပြန်ခဲ့သည်။ ကော်ဖီသည် စားသောက်ကုန်ဘေးကင်းရေးအောက်တွင် အကျုံးဝင်သည်။ ထို့ကြောင့် ကုန်ကြမ်းပစ္စည်းများ၏ အမျိုးအစားနှင့် အသေးစိတ်အချက်အလက်များကို ဆန်းစစ်ခြင်းနှင့်စားသောက်ကုန်ဖြည့်စွက်ပစ္စည်းအမျိုးအစားများနှင့် အခြားပါဝင်သည်များ၊ ပိုးသတ်ဆေး အကြွင်းအကျန်များ၊ မှိုဆိပ်များအစရှိသည်တို့ကို စစ်ဆေးခြင်းစသည်လုပ်ငန်းစဉ်တို့ကို ဆောင်ရွက်ပါသည်။

တားမြစ်ထားသည့် ဖြည့်စွက်ပစ္စည်း၊ ပိုးသတ်ဆေး သို့မဟုတ် သတ်မှတ်ထားသည့် အခြားပစ္စည်းများ စားသောက်ကုန်တွင် ပါဝင်ပါက တင်သွင်းမှုတားမြစ်ခြင်းများကို ချမှတ်ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။ သတ်မှတ်ပမာဏထက်ကျော်လွန်သည့် အခြေအနေများတွေ့ရှိရပါက သို့မဟုတ် မှိုဆိပ်နှင့် အခြားအဆိပ်များသည် လက်ခံနိုင်သော ပမာဏထက် ပိုမိုပါဝင်နေပါက ၎င်းအစားအသောက်များကို ဂျပန်နိုင်ငံအတွင်း၌ တားမြစ်သွားပါမည်။ ထို့ကြောင့် ကော်ဖီနှင့် ကော်ဖီဆက်စပ် ထုတ်ကုန်များကို မတင်သွင်းမီ ထုတ်လုပ်ရာနေရာ၌ပင် ကြိုတင်၍ စစ်ဆေးသင့်ပါသည်။ အကယ်၍ ဂျပန်နိုင်ငံ၏ စံသတ်မှတ်ချက်များထက် ကျော်လွန်နေပါက စနစ်တကျ လမ်းညွှန်ထိန်းကြောင်း

ဆောင်ရွက်ရပါမည်။

ဂျပန်နိုင်ငံသည် ပိုးသတ်ဆေး အကြွင်းအကျန် စံသတ်မှတ်ချက်များနှင့်ပတ်သက်၍ ၂၀၀၆ ခုနှစ် မတိုင်မီအထိ Negative System ကို လက်ခံကျင့်သုံးခဲ့ပြီး အဆိုပါစနစ်အရ ပိုးသတ်ဆေးများ အတွက် သတ်မှတ်ချက်မရှိပါက ၎င်းတို့ကို ထိန်းချုပ်စစ်ဆေးနိုင်ခြင်း မရှိခဲ့ပါ။ ထို့နောက် ဥပဒေ ကို ပြန်လည်ပြင်ဆင်ခဲ့ပြီး Positive List System ကို မိတ်ဆက်ကျင့်သုံးခဲ့ပါသည်။ သို့သော် လက်ရှိ၌ စားသောက်ကုန်များနှင့် ပတ်သက်၍ သီးခြားသတ်မှတ်ချက်များ မရှိစေကာမူ ၎င်း စားသောက်ကုန်များတွင် ပိုးသတ်ဆေးများ အတိုင်းအတာတစ်ခုအထိ ပါဝင်နေမည်ဆိုပါက ၎င်းတို့အား ဖြန့်ချိခြင်းကို စည်းမျဉ်းနှင့်အညီ တားမြစ်မည်ဖြစ်ပါသည်။ ကော်ဖီစေ့အစိမ်းများ ကို ကျန်းမာရေး၊ အလုပ်သမားရေးရာနှင့် လူမှုဖူလုံရေးဝန်ကြီးဌာနရှိ ပိုးမွှားစစ်ဆေးရေးဌာနက ၎င်း၏ နှစ်စဉ်အချိန်ဇယားနှင့်အညီ စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးမှုများ ဆောင်ရွက်ပါသည်။ သွင်းကုန်၌ ပိုးသတ်ဆေး ဓာတ်ကြွင်းသတ်မှတ်ချက်ထက် ကျော်လွန်သည့် ချိုးဖောက်မှုများ တွေ့ရှိရပါက စိစစ်မှုကို အကြိမ်ရေတိုးမြှင့်ကာ ဆောင်ရွက်မည်ဖြစ်ပါသည်။ ချိုးဖောက်မှုများကို တွေ့ရှိရပါက ဥပဒေအရ စစ်ဆေးမှုကို မဖြစ်မနေဆောင်ရွက်မည်ဖြစ်ပြီး စစ်ဆေးမှုလုပ်ငန်းစဉ်အားလုံးကို တင်သွင်းသူမှ ကုန်ကျစရိတ်ကျခံစေကာ စစ်ဆေးသွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ ၂၀၁၁ ခုနှစ် မတ်လ၌ အီသီယိုးပီးယားနိုင်ငံမှ ထုတ်လုပ်သည့် ကော်ဖီစေ့အစိမ်းများတွင် □-BHC (Lindane)၊ DDT၊ heptachlor သို့မဟုတ် Chlordane စသည့် တားမြစ်စာရင်းတွင်ပါဝင်သော ပိုးသတ်ဆေးဓာတ် ကြွင်းများပါဝင်နေသည်ကို စိစစ်တွေ့ရှိခဲ့သည့်အတွက် ဥပဒေနှင့်အညီ မဖြစ်မနေစစ်ဆေးမှုများ ဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။ အလားတူပင် အင်ဒိုနီးရှားနိုင်ငံမှ ထုတ်လုပ်သည့် ကော်ဖီစေ့အစိမ်းများ ကိုလည်း (Carbaryl) ပိုးသတ်ဆေးဓာတ်ကြွင်းပါဝင်နေသည်ကို တွေ့ရှိရသည့်အတွက် စစ်ဆေး ဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။

အကောက်ခွန်ဥပဒေ

စားသောက်ကုန်များတွင် ပါဝင်ပစ္စည်းများ၏ ပင်ရင်းဒေသဖော်ပြချက်အား လိမ်လည်၍ အညွှန်း တပ်ထားသည့် ကုန်ပစ္စည်းများ တင်သွင်းခြင်းကို အကောက်ခွန်ဥပဒေအရ တားမြစ်ထားပါသည်။

■ သွင်းကုန်အာဏာပိုင်အဖွဲ့၏ လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများ

အပင်စစ်ဆေးခြင်း

ကော်ဖီစေ့အစိမ်း အမြောက်အများ တင်သွင်းခြင်းကို အချို့သော ပင်လယ်ဆိပ်ကမ်းများနှင့် လေဆိပ်များတွင်သာ ဆောင်ရွက်ရန် အပင်ကာကွယ်ရေးဥပဒေဖြင့် ထိန်းညှိပြဌာန်းထားပါသည်။ နိုင်ငံအတွင်းသို့ ရောဂါနှင့် ပိုးမွှားများ ဝင်ရောက်ခြင်းမှ ကာကွယ်တားဆီးရန် ရည်ရွယ်ဆောင်ရွက် သည့် လုံလောက်သော အပင်ကာကွယ်ရေး အစီအမံများကို အဆိုပါပင်လယ်ဆိပ်ကမ်းများ နှင့် လေဆိပ်များက တာဝန်ယူဆောင်ရွက်ပါသည်။ မူလနိုင်ငံမှ မတင်ပို့မီ အဝင်ပင်လယ်ဆိပ် ကမ်း/လေဆိပ် ရွေးချယ်ရာတွင် အထူးဂရုပြုသင့်ပါသည် (*စစ်ဆေးရေးဌာနတိုင်းသည် အပင် စစ်ဆေးမှုအား ဆောင်ရွက်သည် မဟုတ်ကြောင်း သတိပြုပါ)။ စိုက်ပျိုးရေး၊ သစ်တောနှင့် ငါး လုပ်ငန်းဝန်ကြီးဌာန၏ စစ်ဆေးရေးဌာနက စစ်ဆေးမှုအတွက် လျှောက်လွှာတင်သွင်းရာတွင် ဆိပ်ကမ်းသို့ ရောက်လျှင်ရောက်ချင်း အဆိုပါလိုအပ်သော စာရွက်စာတမ်းများကို(ဇယား ၁၄

တွင် ကြည့်ပါ) တင်ပြဆောင်ရွက်ရပါမည်။ ရောဂါများ သို့မဟုတ် ပိုးမွှားများကို စစ်ဆေးတွေ့ရှိရသောကြောင့် ပယ်ချခံရသည့်အခြေအနေမျိုးတွင် ပိုးသတ်ဆေးငွေ့ဖြန်းခြင်း သို့မဟုတ် အခြားအစီအမံများ ဆောင်ရွက်ရန် အမိန့်ထုတ်ပြန်မည်ဖြစ်ပါမည်။

စားသောက်ကုန် သန့်ရှင်းရေးဥပဒေ

စားသောက်ကုန် သန့်ရှင်းရေးဥပဒေအရ အစားအသောက်သွင်းကုန်များ စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးရေးအတွက် တာဝန်ရှိသည့် ကျန်းမာရေး၊ အလုပ်သမားရေးရာနှင့် လူမှုဖူလုံရေးဝန်ကြီးဌာနရှိ စစ်ဆေးရေးဌာနများမှ ဌာနခွဲတို့ထံ စစ်ဆေးမှုအတွက် လျှောက်လွှာတင်သွင်းသည့်အခါ ဤလိုအပ်သည့် စာရွက်စာတမ်းများကို (ဇယား ၁၄) တင်သွင်းရမည်။ ကနဦးစစ်ဆေးသည့်အဆင့်တွင် စံသတ်မှတ်ချက်များ သို့မဟုတ် စံချိန်စံနှုန်းများနှင့် စားသောက်ကုန်ဘေးကင်းရေးဆိုင်ရာစစ်ဆေးရန် လိုအပ်သည်ဟု ဆုံးဖြတ်သည့်အခါ သွင်းကုန်စစ်ဆေးမှုကို ဆောင်ရွက်ပါသည်။ ကနဦးပြန်လည်စစ်ဆေးမှုနှင့် စုံစမ်းစစ်ဆေးမှုခြင်းလုပ်ငန်းစဉ်တို့ဖြင့် စစ်ဆေးသော်လည်း ဥပဒေချိုးဖောက်မှုမတွေ့ရပါက သွင်းကုန်တင်သွင်းသူမှ ကုန်ပစ္စည်းတင်သွင်းရာတွင် အကောက်ခွန်ဌာနသို့ စာရွက်စာတမ်းများတင်ပြလျှောက်ထားခဲ့ရသည့် သွင်းကုန်မှတ်ပုံတင်ကို ပြန်လည်ပေးအပ်မည်ဖြစ်ပါသည်။ အကယ်၍ ဥပဒေအရ တင်သွင်းရန် မသင့်လျှော်သည့်ကုန်ပစ္စည်းများတွေ့ရှိရပါက အဆိုပါသွင်းကုန်များကို ဖျက်ဆီးပစ်ခြင်း သို့မဟုတ် ကုန်ပစ္စည်းတင်ပို့သူထံပြန်ပို့ခြင်းကဲ့သို့ အစီအမံများကို ဆောင်ရွက်ပါမည်။ (ပုံ ၁၀)

အကောက်ခွန်လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ဥပဒေ

အကောက်ခွန်လုပ်ငန်းဆိုင်ရာ ဥပဒေအရ သွင်းကုန်ကြေညာချက်ကို တင်သွင်းသူများက ၎င်းတို့ကိုယ်တိုင်ဖြစ်စေ တရားဝင်မှတ်ပုံတင်ထားသည့် အခွန်အကောက်ဆိုင်ရာ ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်များ (အကောက်ခွန်ဆိုင်ရာ အကျိုးဆောင်များအပါအဝင်) ကဲ့သို့ ကျွမ်းကျင်သူများထံမှ ဝန်ဆောင်မှုရယူ၍ ဖြစ်စေ ပြုလုပ်ရမည်။ ပြည်ပနိုင်ငံတစ်ခုမှ ဂျပန်နိုင်ငံသို့ ဝင်ရောက်လာသည့် သွင်းကုန်ကို လက်ခံရာတွင် ၎င်းကုန်ပစ္စည်းအား သိုလှောင်ရန် လုံခြုံသည့် သိုလှောင်နေရာအတွက် သက်ဆိုင်ရာ အာဏာပိုင် အကောက်ခွန်ရုံးတွင် သွင်းကုန်ကြေညာချက်ကို ဆောင်ရွက်သင့်ပါသည်။ အကောက်ခွန်ဌာန၏ စစ်ဆေးမှုကို လိုအပ်သော ကုန်များသည် ဦးစွာလိုအပ်သောစစ်ဆေးမှုကို ခံယူသင့်ပြီး ဥပဒေအရ ပေးဆောင်ရမည့် တင်သွင်းခွန်များ၊ နိုင်ငံတော်နှင့် ဒေသဆိုင်ရာ စားသုံးခွန်များနှင့် တင်သွင်းခွင့်ပါမစ်တို့ကို ပေးဆောင်ရပါမည်။

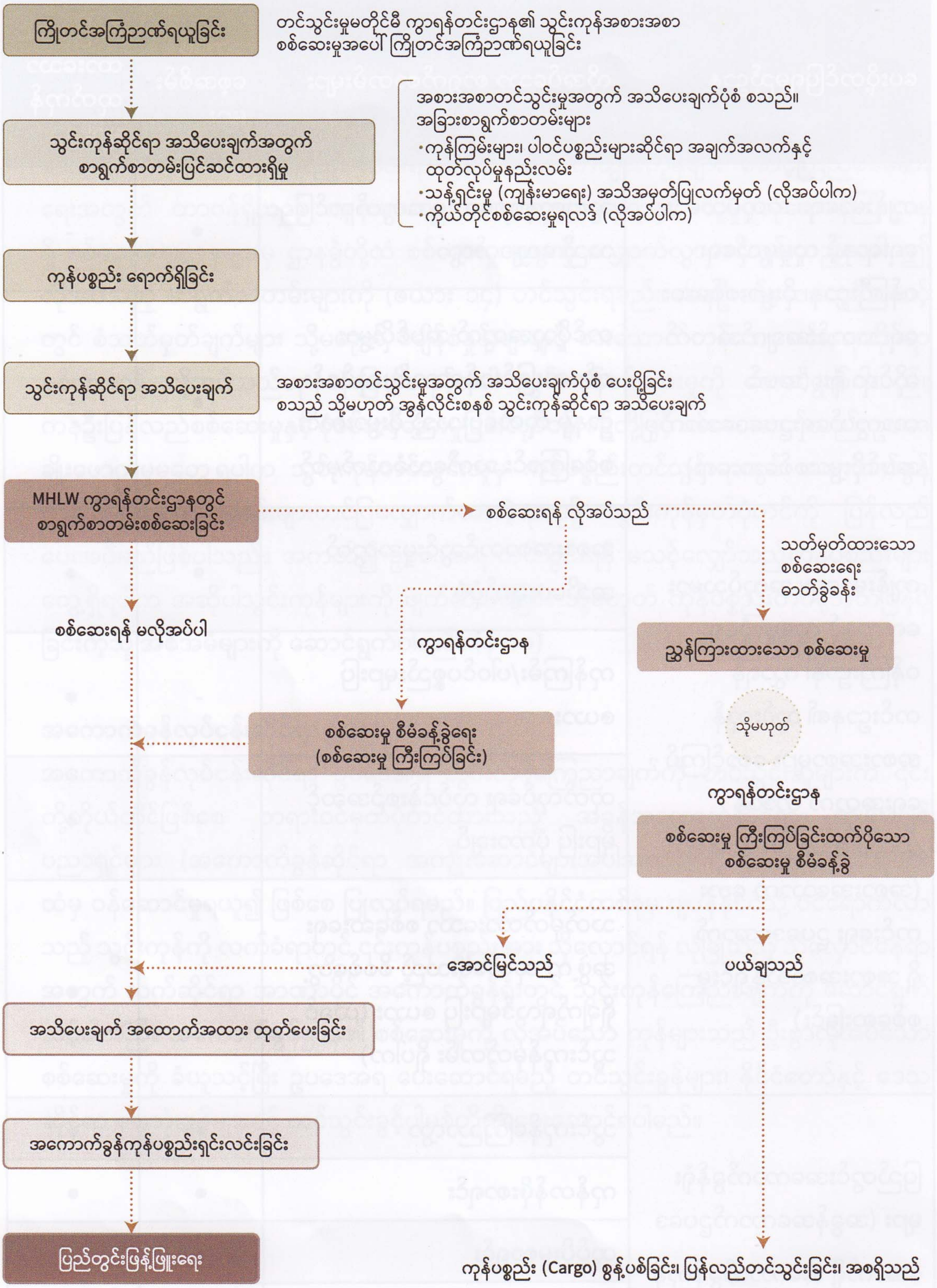
ဇယား ၁၄။ သွင်းကုန်ရှင်းလင်းမှုအတွက် လိုအပ်သော စာရွက်စာတမ်းများ

ပေးပို့တင်ပြရမည့်ဌာန	လိုအပ်သော စာရွက်စာတမ်းများ	ကော်ပီ စေ့အစီမ်းများ	စီမံပြင်ဆင်ထားသော ထုတ်ကုန်များ
ကျန်းမာရေး၊ အလုပ်သမားရေးရာနှင့် လူမှုဖူလုံရေး ဝန်ကြီးဌာန၊ ပိုးမွှားစစ်ဆေးရေးသတင်းအချက်အလက် ဆိုင်ရာ ရုံး၊ (အပင်ကာကွယ်ရေးဥပဒေအောက်မှ အပင်ပိုးမွှားစစ်ဆေးရေး)	သွင်းကုန်စစ်ဆေးမှုအတွက်တင်ပြရသည့် လျှောက်လွှာ	•	-
	တင်ပို့သူအတွက် အပင်ပိုးမွှားစစ်ဆေးခြင်းဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းဌာနမှ ထုတ်ပေးသည့် ပိုးမွှားကင်းစင်ကြောင်း သက်သေခံလက်မှတ်	•	-
ကျန်းမာရေး၊ အလုပ်သမားရေးရာနှင့် လူမှုဖူလုံရေး ဝန်ကြီးဌာန၊ ကွာရန်တင်းဌာန၏ သွင်းကုန်အစားအစာများ စောင့်ကြပ်ရေးအတွက် တာဝန်ယူထားသော ဦးစီးဌာနများ (အစားအသောက် ဘေးကင်းရေး ဥပဒေအောက်ရှိ အစားအစာသန့်ရှင်းမှု စစ်ဆေးခြင်း)	အစားအစာတင်သွင်းမှုအတွက် အသိပေးချက်ပုံစံ	•	•
	ကုန်ကြမ်း/ပါဝင်ပစ္စည်းများပြဇယား	-	•
	ထုတ်လုပ်ရေး လုပ်ငန်းစဉ်အဆင့်များပြ ပုံကားချပ်	-	•
	သတ်မှတ်ထားသော စစ်ဆေးရေးအဖွဲ့က ထုတ်ပေးသည့် စိစစ်တွေ့ရှိချက်ရလဒ်များပြ ဇယား (ယခင် သွင်းကုန်မှတ်တမ်း ရှိပါက)	-	•
ပြည်တွင်းအကောက်ခွန်ရုံးများ (အခွန်အကောက်ဥပဒေအောက်ရှိ အကောက်ခွန်ကုန်ပစ္စည်းရှင်းလင်းခြင်း)	သွင်းကုန်ကြေညာလွှာ	•	•
	ကုန်တန်ဖိုးစာရင်း	•	•
	ထုပ်ပိုးမှုစာရင်း	•	•
	ကုန်တင်ခ (B/L) သို့မဟုတ် လေကြောင်းမှ တင်ပို့ခ	•	•

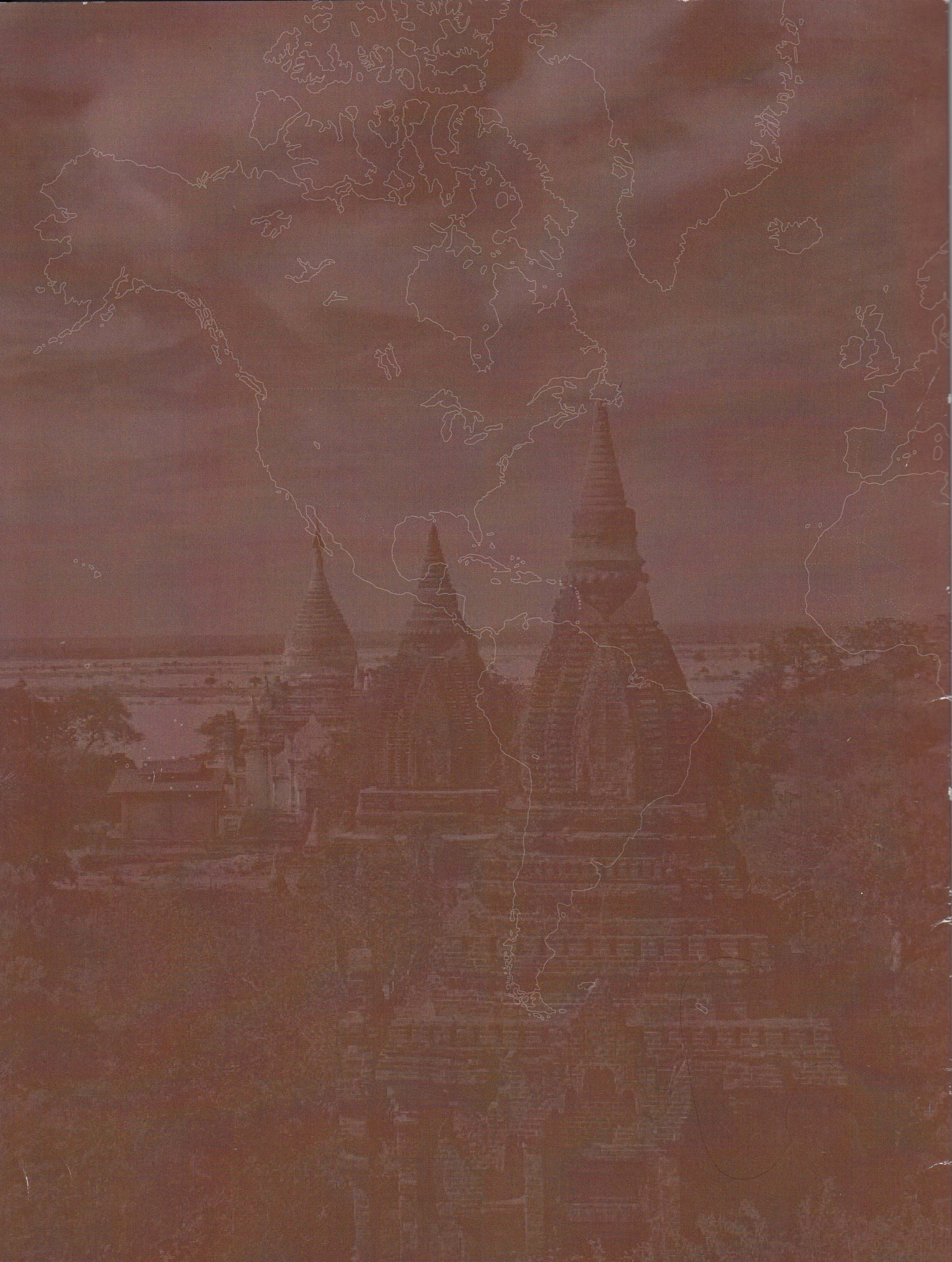
• : လိုအပ်သည်   - : မလိုအပ်ပါ

ရင်းမြစ်– စိုက်ပျိုးရေး၊ သစ်တောနှင့် ငါးလုပ်ငန်း ဝန်ကြီးဌာန၊
ကျန်းမာရေး၊ အလုပ်သမားရေးရာနှင့် လူမှုဖူလုံရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ဘဏ္ဍာရေးဝန်ကြီးဌာန

ပုံ ၁၀။ သွင်းကုန်တင်သွင်းမှုလုပ်ထုံးလုပ်နည်းပြဇယား



ရင်းမြစ်– ကျန်းမာရေး၊ အလုပ်သမားရေးရာနှင့် လူမှုဖူလုံရေးဝန်ကြီးဌာန



ASEAN-Japan Centre အာဆီယံ-ဂျပန်စင်တာက