



ชา

ชื่อไทย : ชา

ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ : Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์

Camellia sinensis (L.) Okutzte

โดย นางสาวศันสนีย์ นิตติธรรมยง

ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมไม้ยืนต้น

นางสาวณัฐริดา ห้าวหาญ

นักวิชาการเกษตรชำนาญการ



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สถิติการผลิต			
	ปี 59	ปี 60	ปี 61
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	98,189	95,185	112,565
ชาอัสสัมสด	85,842	83,128	100,477
ชาจีน	12,347	12,057	12,088
ผลผลิตต่อไร่ (กก.)			
ชาอัสสัมสด	732	839	838
ชาจีน	410	676	751
ผลผลิตชาสด (ตัน)	67,916	77,900	93,309
- ชาอัสสัม	62,855	69,749	84,231
- ชาจีน	5,061	8,151	9,078

สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการผลิต
- ควรปลูกในพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 700 เมตร
- ควรมีพื้นที่ลาดเอียงไม่เกิน 15% ถ้ามากกว่า 15% ควรทำแบบขั้นบันได โดยมี ความกว้างไม่น้อยกว่า 150 เซนติเมตร
- ลักษณะดินควรเป็นดินร่วนทราย มีการระบายน้ำดี มีอินทรีวัตถุสูง ชั้นของหน้าดิน ลึกอย่างน้อย 50 เซนติเมตร มีความเป็นกรด-ด่าง 4-6
- อุณหภูมิที่เหมาะสม อยู่ระหว่าง 25-30 องศาเซลเซียส
- ความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศไม่ต่ำกว่า 75%
- ปริมาณน้ำฝน อย่างน้อยเฉลี่ยปีละ 1,200 มิลลิเมตรต่อปี

แหล่งผลิต
เชียงราย เชียงใหม่ แพร่ น่าน แม่ฮ่องสอน

ราคา
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (ปี 61 : บาท/กก.)
- ชาอัสสัมสด 16.14
- ชาจีน เบอร์ 17 75.08

ส่งออก	ข้อได้เปรียบเสียเปรียบ สินค้าไทย	นำเข้า
<p>ชาแห้ง (ชาดำ,ชาเขียว)</p> <p>ปี ปริมาณ (ตัน) (มูลค่า) ล้านบาท</p> <p>59 1,823 284</p> <p>60 2,709 436</p> <p>61 2,743 478</p> <p>ผลิตภัณฑ์ชา</p> <p>ปี ปริมาณ(ตัน) (มูลค่า)ล้านบาท</p> <p>59 4,394 247</p> <p>60 3,450 196</p> <p>61 2,479 184</p>	<p>ได้เปรียบ</p> <p>มีหน่วยงานสนับสนุนด้านการวิจัย และส่งเสริมการพัฒนาการผลิตชา</p> <p>คุณภาพ</p> <p>เสียเปรียบ</p> <p>ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการบริโภคชาไทย</p>	<p>ชาแห้ง (ชาดำ,ชาเขียว)</p> <p>ปี ปริมาณ (ตัน) (มูลค่า) ล้านบาท</p> <p>59 9,916 623</p> <p>60 9,238 537</p> <p>61 11,639 641</p> <p>ผลิตภัณฑ์ชา</p> <p>ปี ปริมาณ(ตัน) (มูลค่า)ล้านบาท</p> <p>59 194 97</p> <p>60 144 51</p> <p>61 209 64</p>

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

- กัมพูชา สหรัฐอเมริกา จีน อินโดนีเซีย

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

- เกาหลี จีน ศรีลังกา

ต้นทุน / ผลตอบแทน
ต้นทุน (ปี 61 : บาท/กก.)
- ชาอัสสัม 9.27
- ชาจีน 30.72
ผลตอบแทนสุทธิ (ปี 61 : บาท/ตัน)
- ชาอัสสัม 6.87
- ชาจีน 44.36

ฤดูผลผลิต (ร้อยละที่ออกสู่ตลาด)

ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค.
4.51	7.29	32.35	12.00	3.43	4.30	4.51	3.93	4.07	7.55	9.81	6.25

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางพัฒนา/แก้ไข
<ul style="list-style-type: none"> - ไทยมีคุณภาพและรสชาติดี เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศตลอดจนมีการผลิตและการแปรรูปที่เหมาะสม - มีการขยายพื้นที่การปลูกชาและผลิตชาอินทรีย์ ส่งผลให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากกระแสนิยม บริโภคชาอินทรีย์เพิ่มขึ้น - ต่างประเทศต้องการชาไทยเพิ่มขึ้น - รัฐบาลให้การสนับสนุนด้านการแปรรูป 	<p><u>ด้านการผลิต</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - การปลูกชากระจัดกระจายในพื้นที่หลายจังหวัด ยากต่อการควบคุม - การขยายพื้นที่ปลูกบนพื้นที่สูงค่อนข้างลำบากเนื่องจากพื้นที่บางส่วนต้องขออนุญาตจากกรมป่าไม้ - ขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวใบชา เนื่องจากมีการเคลื่อนย้ายแรงงาน ไปสู่ภาคอุตสาหกรรม - ต้นทุนการผลิตสูง โดยเฉพาะค่าแรงงาน เพื่อจูงใจให้แรงงานมาทำงานมากขึ้น - ขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญการผลิตชา - ต้องมีการนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศ เนื่องจากไทยยังไม่สามารถผลิตเครื่องจักรที่ทันสมัย <p><u>ด้านการแปรรูป</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ไทยไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ส่วนใหญ่จะขายในลักษณะขายในลักษณะขายส่งบรรจุถุงพลาสติก ทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบว่าเป็นชาไทย <p><u>ด้านการตลาด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ตลาดเป็นของผู้ซื้อ โดยผู้ขายไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ทำให้ราคาไม่สูงมากตามความต้องการ - ประเทศเพื่อนบ้านขยายพื้นที่ปลูก ทำให้มีผลผลิตชาออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น และเป็นคู่แข่งชาไทย - ไม่มีพันธมิตรทางการค้า - สหรัฐอเมริกามีการเข้มงวดเรื่องสารตกค้าง - ขาดการประชาสัมพันธ์คุณภาพชาไทย 	<p><u>ด้านการผลิต</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มปริมาณการผลิตชาพันธุ์ดีและชาอินทรีย์ - ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตไร่ชาที่เสื่อมโทรม <p><u>ด้านการแปรรูป</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - รัฐควรสนับสนุนด้านการแปรรูปโดยสนับสนุนเงินทุนปลอดดอกเบี้ย หรือดอกเบี้ยต่ำให้กลุ่มเกษตรกร หรือสถาบันเกษตรกร หรือผู้ประกอบการแปรรูป - ส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการชา ผลิตชาให้มาตรฐาน เช่น GMP HACCP - ขยายการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชา - ผู้ประกอบการควรผลิตบรรจุภัณฑ์ใช้เอง เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของไทย โดยการทำเป็นตราสัญลักษณ์ที่สามารถจำได้ง่ายว่าเป็นชาไทย <p><u>ด้านการตลาด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ผลิตชาไทยร่วมมือกันในเรื่องการตลาดโดยรวมกลุ่มกันขายตั้งราคาเดียวกันเพื่อไม่ให้ถูกต่อรองราคาจากผู้ซื้อได้ และทำให้ได้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น - ภาครัฐจัดการตลาดเพื่อการกระจายสินค้าโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ และอำนวยความสะดวกในกฎเกณฑ์ต่างๆ ในการส่งออก โดยไม่ต้องพึ่งพาตัวแทนในต่างประเทศที่ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ - สร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อพึ่งพากันด้านการตลาด