

ชา



ชื่อไทย : ชา

ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ : Tea

ชื่อวิทยาศาสตร์ :

Camellia sinensis (L.) Okutzie

โดย นางสาวคันสนีย์ นิตธิธรรมยง

ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมไม้ยืนต้น



| สถิติการผลิต | | | |
|---------------------|--------|---------|---------|
| | ปี 60 | ปี 61 | ปี 62 |
| เนื้อที่ให้ผล (ไร่) | 95,185 | 112,565 | 129,566 |
| ชาอัสสัมสด | 81,128 | 100,477 | 116,905 |
| ชาจีน | 12,057 | 12,088 | 12,660 |
| ผลผลิตต่อไร่ (กก.) | | | |
| ชาอัสสัมสด | 839 | 838 | 803 |
| ชาจีน | 676 | 751 | 714 |
| ผลผลิตชาสด (ตัน) | 77,900 | 93,309 | 102,914 |
| - ชาอัสสัม | 69,749 | 84,231 | 93,875 |
| - ชาจีน | 8,151 | 9,078 | 9,039 |

| สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการผลิต |
|---|
| - ควรปลูกในพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 700 เมตร |
| - ควรมีพื้นที่ลาดเอียงไม่เกิน 15% ถ้ามากกว่า 15% ควรทำแบบขั้นบันได โดยมี ความกว้างไม่น้อยกว่า 150 เซนติเมตร |
| - ลักษณะดินควรเป็นดินร่วนทราย มีกำมะถันน้ำดี มีอินทรีย์วัตถุสูง 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 62 : บาท/กก.) |
| - ชาอัสสัมสด 14.16 |
| - ชาจีน เบอร์ 17 59.31 |

| ส่งออก | ข้อได้เปรียบเสียเปรียบ สินค้าไทย | นำเข้า |
|---|--|---|
| ชาแห้ง (ชาดำ,ชาเขียว) ปี ปริมาณ (ตัน) (มูลค่า) ล้านบาท | ได้เปรียบ มีหน่วยงานสนับสนุนด้านการวิจัย และส่งเสริมการพัฒนาการผลิตชา คุณภาพ เสียเปรียบ ขาดการประชาสัมพันธ์ด้าน การตลาดเพื่อส่งเสริมการบริโภค ชาไทย | ชาแห้ง (ชาดำ,ชาเขียว) ปี ปริมาณ (ตัน) (มูลค่า) ล้านบาท |
| 60 2,709 436 | | 60 9,238 537 |
| 61 2,743 478 | | 61 11,639 641 |
| 62 3,304 591 | | 62 14,334 691 |
| ผลิตภัณฑ์ชา | | ผลิตภัณฑ์ชา |
| ปี ปริมาณ(ตัน) (มูลค่า)ล้านบาท | | ปี ปริมาณ(ตัน) (มูลค่า)ล้านบาท |
| 60 3,450 196 | | 60 144 51 |
| 61 2,479 184 | | 61 209 64 |
| 62 3,631 300 | | 62 194 89 |

| ต้นทุน / ผลตอบแทน |
|------------------------------------|
| ต้นทุน (ปี 62 : บาท/กก.) |
| - ชาอัสสัม 9.82 |
| - ชาจีน 35.06 |
| ผลตอบแทนสุทธิ (ปี 62 : บาท/ตัน) |
| - ชาอัสสัม 4.84 |
| - ชาจีน 24.25 |

| ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ |
|-----------------------|
| เคนยา จีน ศรีลังกา |

| ประเทศค้าที่สำคัญ |
|--------------------------------------|
| กัมพูชา สหรัฐอเมริกา จีน อินโดนีเซีย |

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

| 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. |
| 1.14 | 2.78 | 3.79 | 4.81 | 5.86 | 6.99 | 8.15 | 9.32 | 11.58 | 14.07 | 15.50 | 16.03 |

| ศักยภาพ/จุดเด่น | ปัญหา/ข้อจำกัด | แนวทางพัฒนา/แก้ไข |
|---|--|---|
| <p>- ไทยมีคุณภาพและรสชาติดี เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ ตลอดจนมีการผลิตและการแปรรูปที่เหมาะสม</p> <p>- มีการขยายพื้นที่การปลูกชาและผลิตชาอินทรีย์ ส่งผลให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากกระแสนิยม บริโภคชาอินทรีย์เพิ่มขึ้น</p> <p>- ต่างประเทศต้องการชาไทยเพิ่มขึ้น</p> <p>- รัฐบาลให้การสนับสนุนด้านการแปรรูป</p> | <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 และเป็นคู่แข่งชาวไทย - 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"> - รัฐควรสนับสนุนด้านการแปรรูปโดยสนับสนุนเงินทุน ปลอดภัยเบี่ย หรือดอกเบี่ยต่ำ ให้กลุ่มเกษตรกร หรือสถาบันเกษตรกร หรือผู้ประกอบการแปรรูป - ส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการชา ผลิตชาให้มาตรฐาน เช่น GMP HACCP - ขยายการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชา - ผู้ประกอบการควรผลิตบรรจุภัณฑ์ใช้เอง เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของไทย โดยการทำเป็นตราสัญลักษณ์ที่สามารถจำได้ง่ายว่าเป็นชาไทย <p><u>ด้านการตลาด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ผลิตชาไทยร่วมมือกันในเรื่องการตลาดโดยรวมกลุ่มกัน ขายตั้งราคาเดียวกันเพื่อไม่ให้ถูกต่อราคาจากผู้ซื้อได้ และทำให้ได้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น - ภาครัฐจัดการตลาดเพื่อการกระจายสินค้าโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ และอำนวยความสะดวกในกฎเกณฑ์ต่างๆ ในการส่งออก โดยไม่ต้องพึ่งพาตัวแทนในต่างประเทศที่ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ - สร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อพึ่งพากันด้านการตลาด |