

ปริมาณการนำเข้าของไทย		
<b>ชาแห้ง (ชาดำ,ชาเขียว)</b>		
ปี	ปริมาณ (ตัน)	(มูลค่า) ล้านบาท
61	11,639	641
62	14,334	691
63	10,767	617
<b>ผลิตภัณฑ์ชา</b>		
ปี	ปริมาณ(ตัน)	(มูลค่า)ล้านบาท
61	209	64
62	194	89
63	205	90


ปริมาณการส่งออกของไทย		
<b>ชาแห้ง (ชาดำ,ชาเขียว)</b>		
ปี	ปริมาณ (ตัน)	(มูลค่า) ล้านบาท
61	2,743	478
62	3,304	591
63	2,672	734
<b>ผลิตภัณฑ์ชา</b>		
ปี	ปริมาณ(ตัน)	(มูลค่า)ล้านบาท
61	2,479	184
62	3,631	300
63	1,504	280

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ
เคนยา จีน อินเดีย ศรีลังกา

ประเทศค้าที่สำคัญ
ลาว จีน อินเดีย สหรัฐอเมริกา กัมพูชา



## ชา



**ชื่อไทย :** ชา  
**ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ :** Tea  
**ชื่อวิทยาศาสตร์ :** *Camellia sinensis* (L.) Okutzte

โดย : กลุ่มส่งเสริมไม้ยืนต้น  
 เบอร์โทร : 0 2940 6079

แหล่งผลิต
เชียงราย เชียงใหม่ แพร่ น่าน แม่ฮ่องสอน

ราคา
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (ปี 63 : บาท/กก.)
- ชาอัสสัมสด 15.06
- ชาจีน เบอร์ 17 47.85

ต้นทุน / ผลตอบแทน
ต้นทุน (ปี 63 : บาท/กก.)
- ชาอัสสัม 10.00
- ชาจีน 37.45
ผลตอบแทนสุทธิ (ปี 63 : บาท/ตัน)
- ชาอัสสัม 5.07
- ชาจีน 10.39

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

สถิติการผลิต	ปี 61	ปี 62	ปี 63
เนื้อที่ปลูก (ไร่)	132,281	145,404	149,657
เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	112,333	121,624	122,073
ชาอัสสัมสด	100,245	108,964	110,631
ชาจีน	12,088	12,660	11,442
ผลผลิตต่อไร่ (กก.)			
ชาอัสสัมสด	838	803	812
ชาจีน	751	714	687
ผลผลิตชาสด (ตัน)	93,309	102,914	97,697
- ชาอัสสัม	84,231	93,875	89,832
- ชาจีน	9,078	9,039	7,865

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.	
0.73	1.40	1.80	4.92	6.65	9.07	10.10	10.99	11.71	12.89	14.92	14.91	

ชา

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางพัฒนา/แก้ไข
<p>- ชาไทยมีคุณภาพและรสชาติดี 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"> <li>- การปลูกชากระจัดกระจายในพื้นที่หลายจังหวัด ยากต่อการควบคุม</li> <li>- การขยายพื้นที่ปลูกบนพื้นที่สูงค่อนข้างลำบากเนื่องจากพื้นที่บางส่วนต้องขออนุญาตจากกรมป่าไม้</li> <li>- ขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวใบชา เนื่องจากมีการเคลื่อนย้ายแรงงานไปสู่ภาคอุตสาหกรรม</li> <li>- ต้นทุนการผลิตสูง โดยเฉพาะค่าแรงงาน เพื่อจูงใจให้แรงงานมาทำงานมากขึ้น</li> <li>- ขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญการผลิตชา</li> <li>- ต้องมีการนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศ เนื่องจากไทยยังไม่สามารถผลิตเครื่องจักรที่ทันสมัย</li> </ul> <p><u>ด้านการแปรรูป</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ชาไทยไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ส่วนใหญ่จะขายในลักษณะขายในลักษณะขายส่งบรรจุถุงพลาสติก ทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบว่าเป็นชาไทย</li> </ul> <p><u>ด้านการตลาด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดเป็นของผู้ซื้อ โดยผู้ขายไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ทำให้ราคาไม่สูงมากตามความต้องการ</li> <li>- ประเทศเพื่อนบ้านขยายพื้นที่ปลูก ทำให้มีผลผลิตชาออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น และเป็นคู่แข่งชาไทย</li> <li>- ไม่มีพันธมิตรทางการค้า</li> <li>- สหรัฐอเมริกามีการเข้มงวดเรื่องสารตกค้าง</li> <li>- ขาดการประชาสัมพันธ์คุณภาพชาไทย</li> </ul>	<p><u>ด้านการผลิต</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มปริมาณการผลิตชาพันธุ์ดีและชาอินทรีย์</li> <li>- ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตไร่ชาที่เสื่อมโทรม</li> </ul> <p><u>ด้านการแปรรูป</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐควรสนับสนุนด้านการแปรรูปโดยสนับสนุนเงินทุนปลอดดอกเบี้ย หรือดอกเบี้ยต่ำให้กลุ่มเกษตรกร หรือสถาบันเกษตรกร หรือผู้ประกอบการแปรรูป</li> <li>- ส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการชา ผลิตชาให้มาตรฐาน เช่น GMP HACCP</li> <li>- ขยายการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชา</li> <li>- ผู้ประกอบการควรผลิตบรรจุภัณฑ์ใช้เอง เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของไทย โดยการทำเป็นตราสัญลักษณ์ที่สามารถจำได้จางว่าเป็นชาไทย</li> </ul> <p><u>ด้านการตลาด</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ผลิตชาไทยร่วมมือกันในเรื่องการตลาดโดยรวมกลุ่มกันขายตั้งราคาเดียวกัน เพื่อไม่ให้ถูกต่อรองราคาจากผู้ซื้อได้ และทำให้ได้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น</li> <li>- ภาครัฐจัดการตลาดเพื่อการกระจายสินค้าโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ และอำนวยความสะดวกในกฎเกณฑ์ต่างๆ ในการส่งออก โดยไม่ต้องพึ่งพาตัวแทนในต่างประเทศที่ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้</li> <li>- สร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อพึ่งพากันด้านการตลาด</li> </ul>

การผลิต	การตลาด	มาตรการ
<p>เนื้อที่ให้ผลผลิต ปี 2563 เพิ่มขึ้นจาก ปี 2562 เนื่องจากมีการส่งเสริมการปลูกชาของภาครัฐตามโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ชา ปี 2560 – 2564 ในจังหวัดเชียงราย ดำเนินการโดยการอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร ทำแปลงสาธิตและแจกกล้าพันธุ์ การขยายเนื้อที่ปลูก สำหรับผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นเนื่องจากสภาพอากาศเอื้ออำนวย ต้นชาได้รับน้ำเพียงพอ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การส่งออกชาแห้งและผลิตภัณฑ์มีปริมาณลดลงจากปีที่ผ่านมา โดยมีตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ ลาว จีน อินโดนีเซีย สหรัฐอเมริกา และกัมพูชา</li> <li>2. การนำเข้าชาแห้งมีปริมาณที่ลดลงจากปีที่ผ่านมา โดยนำเข้าจากประเทศจีน เวียดนาม เมียนมา และอินโดนีเซีย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เปิดตลาดตามข้อตกลง WTO โดยมีอัตราภาษีนำเข้าในโควตา ร้อยละ 30 และนอกโควตา ร้อยละ 90 ปริมาณเปิดตลาดในโควตา ปีละ 625 ตัน และภายใต้กรอบความตกลง AFTA อัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 0 ไม่จำกัดปริมาณ</li> <li>2. ยุทธศาสตร์ชา ปี 2560 – 2564 เน้นพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ โดยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า รวมทั้งพัฒนาคุณภาพชาเพื่อยกระดับขีดความสามารถและศักยภาพในการแข่งขัน</li> </ol>