

ตลาดชาและผลิตภัณฑ์ชาของไทย

ข้อมูลทั่วไป

ชาเป็นพืชที่นำมาทำเป็นเครื่องดื่ม โดยเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั่วโลกเช่นเดียวกับกาแฟ การนำชามาทำเป็นเครื่องดื่มนั้นมีต้นกำเนิดมาจากประเทศจีนมานานกว่า 2,000 ปี การปลูกชาจะสามารถเพาะปลูกได้ดีในเขตอบอุ่นและมีฝน ซึ่งบริเวณพื้นที่ที่ให้ผลผลิตชาส่วนใหญ่อยู่ในแถบเอเชียใต้แก่ จีน อินเดีย และศรีลังกา และสามารถปลูกได้ดีในพื้นที่ที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลประมาณ 1,000 – 2,000 เมตร สำหรับประเทศไทยนิยมปลูกชาในแถบภาคเหนือ โดยปลูกมากที่สุดจังหวัดเชียงราย รองลงมา ได้แก่ เชียงใหม่ แพร่ น่าน และแม่ฮ่องสอน เป็นต้น ทั้งนี้ การปลูกชาของไทยส่วนใหญ่เป็นชาพันธุ์อัสสัม (Assam Tea) และพันธุ์ชาจีน (Chinese Tea) โดยเมื่อแบ่งตามกระบวนการผลิตจะสามารถแบ่งออกได้เป็น 1. ชาเขียว (Green tea) ซึ่งจะไม่ผ่านกระบวนการหมัก จะนำไปชาที่เก็บได้มาทำการคั่วบนกระทะร้อน แล้วนำไปนวด และอบแห้งในลำดับถัดไป สีของน้ำชาจะมีสีเขียวถึงเขียวอมเหลือง 2. ชาอู่หลง (Oolong tea) ซึ่งจะผ่านกระบวนการหมักเพียงบางส่วน โดยการผึ่งแดดแล้วนำไปผึ่งในร่ม ซึ่งเป็นกระบวนการหมักที่ทำให้เกิดสารที่มีกลิ่นและสีที่แตกต่างไปจากชาเขียว โดยน้ำชาอู่หลงจะมีสีเหลืองอมเขียว และสีน้ำตาลอมเขียว และ 3. ชาดำ (Black tea) เป็นชาที่ผ่านกระบวนการหมักอย่างสมบูรณ์ ทำให้ชาดำมีสีน้ำตาลแดง โดยในไทยนิยมใช้ชาพันธุ์อัสสัมมาผลิตเป็นชาดำ ชาเขียว และชาไทย ในขณะที่พันธุ์ชาจีนนิยมนำมาผลิตเป็นชาอู่หลง ชาเขียว และชาแดง (ชาฝรั่ง)¹

ปัจจุบันการปลูกชาพันธุ์อัสสัมในไทยมีมากกว่าการปลูกชาพันธุ์จีน โดยตั้งแต่ปี 2558 ผลผลิตชาของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนมากเป็นผลผลิตที่ได้จากชาอัสสัม และในปี 2562 ไทยสามารถผลิตชาอัสสัมได้มากกว่าร้อยละ 90 ของผลผลิตทั้งหมด ปริมาณที่ผลิตได้ 93,875 ตัน ในขณะที่ผลิตชาจีนได้ 9,039 ตัน คิดเป็นสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ของผลผลิตชาทั้งหมด ทั้งนี้ ผลผลิตชารวมในปี 2562 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 10.6

ตารางที่ 1 เนื้อที่ให้ผลผลิตและปริมาณผลผลิตชาของไทย ปี 2558 – 2562

พันธุ์ชา	เนื้อที่ให้ผลผลิต (ไร่)					ผลผลิต (ตัน)				
	2558	2559	2560	2561	2562	2558	2559	2560	2561	2562
ชาจีน	12,491	12,347	12,057	12,088	12,660	7,988	5,061	8,151	9,078	9,039
ชาอัสสัม	84,252	85,842	83,128	100,245	116,905	41,067	62,855	69,749	84,006	93,875
รวม	96,743	98,189	95,185	112,333	129,566	49,054	67,916	77,900	93,084	102,914

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

¹ ที่มา: กรมวิชาการเกษตร และ กรมส่งเสริมการเกษตร

การนำเข้า

➤ การนำเข้าชาและผลิตภัณฑ์ชาของโลก

ตารางที่ 2 ปริมาณและสัดส่วนประเทศผู้นำเข้าชาและผลิตภัณฑ์ชาของโลก ปี 2562

สินค้าชา (พิกัดศุลกากร 0902)			ผลิตภัณฑ์ชา (พิกัดศุลกากร 210120)		
ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. รัสเซีย	150,318	16.5%	1. สหรัฐอเมริกา	68,777	37.1%
2. สหราชอาณาจักร	123,021	13.5%	2. เยอรมนี	9,260	5.0%
3. สหรัฐอเมริกา	117,997	13.0%	3. กรีซ	8,958	4.8%
4. โมร็อกโก	83,353	9.2%	4. ฟิลิปปินส์	6,960	3.8%
5. เยอรมนี	50,139	5.5%	5. เนเธอร์แลนด์	6,887	3.7%
อื่นๆ	524,827	42.3%	อื่นๆ	84,376	45.6%
รวมการนำเข้า	907,678	100.0%	รวมการนำเข้า	185,218	100.0%

ที่มา : Global Trade Atlas

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการนำเข้าชาและผลิตภัณฑ์ชาของโลกในปี 2562 ประเทศที่นำเข้าชามากที่สุดคือ รัสเซีย ปริมาณนำเข้า 150,318 ตัน คิดเป็นมูลค่า 425.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือ สหราชอาณาจักร และ สหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ชามากที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา ปริมาณนำเข้า 68,777 ตัน คิดเป็นมูลค่า 185.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือ เยอรมนี และกรีซ ตามลำดับ

➤ การนำเข้าชาและผลิตภัณฑ์ชาของไทย

เมื่อพิจารณาการนำเข้าชา²และผลิตภัณฑ์ชาของไทย พบว่าการนำเข้าชาตั้งแต่ปี 2558 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 ไทยนำเข้าชาจากโลกปริมาณ 14,334 ตัน คิดเป็นมูลค่า 22.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นการนำเข้าชาดำปริมาณ 9,283 ตัน อัตราขยายตัวร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นมูลค่านำเข้า 13.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ 1. อินโดนีเซีย (ร้อยละ 34) 2. เวียดนาม (ร้อยละ 20) และ 3. ศรีลังกา (ร้อยละ 12) ในขณะที่การนำเข้าชาเขียวเพิ่มลดสลับกันและเริ่มนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 โดยในปี 2562 การนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ที่ปริมาณ 5,051 ตัน คิดเป็นมูลค่านำเข้า 8.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ 1. ญี่ปุ่น (ร้อยละ 48) 2. จีน (ร้อยละ 28) และ 3. เวียดนาม (ร้อยละ 7)

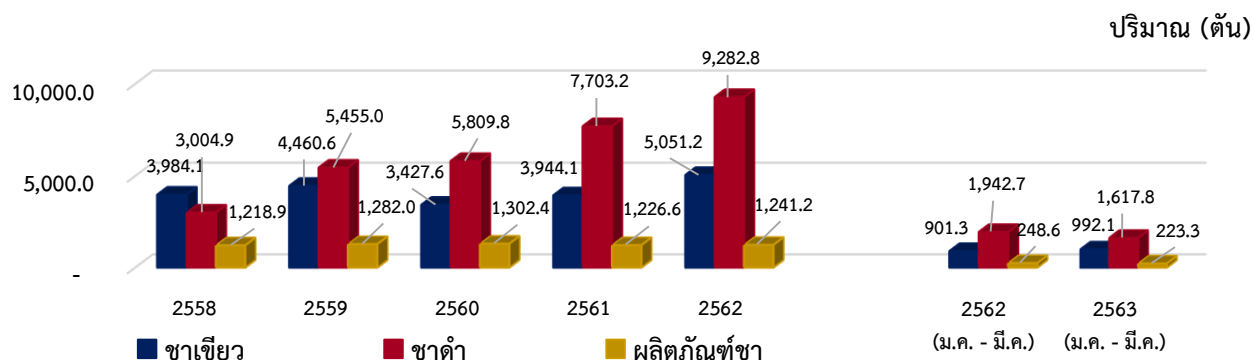
นอกจากนี้ ไทยยังนำเข้าผลิตภัณฑ์ชา³ด้วย โดยในปี 2562 ไทยนำเข้าผลิตภัณฑ์ชาจากโลกปริมาณ 1,241 ตัน เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า คิดเป็นมูลค่านำเข้า 22.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ 1. สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 31) 2. จีน (ร้อยละ 22) และ 3. เยอรมนี (ร้อยละ 11)

² สินค้าชาของไทยสามารถแบ่งออกเป็น ชาเขียว (พิกัดศุลกากร 090210 และ 090220) และชาดำ (พิกัดศุลกากร 090230 และ 090240) ซึ่งเป็นชาในรูปชาใบและชาผง

³ ผลิตภัณฑ์ชา (พิกัดศุลกากร 210120) คือ ชาที่อยู่ในสภาพแปรรูปแล้ว อาทิ ชาปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม และชาผงที่มีการแต่งกลิ่นแต่งสีแล้ว เป็นต้น

ทั้งนี้ ในไตรมาสแรก (มกราคม – มีนาคม) ของปี 2563 ไทยนำเข้าชาเขียวและผลิตภัณฑ์ชาเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2561 แต่การนำเข้าชาดำนั้นลดลง ซึ่งที่ผ่านมาไทยนำเข้าชาดำนามากกว่าชาเขียวมาโดยตลอดจึงเป็นผลให้ภาพรวมการนำเข้าสินค้าชาไตรมาสแรกของปี 2563 นี้ลดลงด้วย

แผนภาพที่ 1 ปริมาณการนำเข้าชาและผลิตภัณฑ์ชาของไทยจากโลกระหว่างปี 2558 – 2563 (มกราคม – มีนาคม)



ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
ประมวลผลโดย: ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

แม้ว่าการนำเข้าชาของไทย (แผนภาพที่ 1) จะยังคงคิดเป็นสัดส่วนค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบการนำเข้าชาและผลิตภัณฑ์ชาของผู้นำเข้าที่สำคัญของโลกตามตารางที่ 2 แต่การนำเข้าก็ยังมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแสดงให้เห็นว่าไทยยังมีความจำเป็นต้องนำเข้าชาเพื่อมาบริโภคในประเทศและสำหรับแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชาสำหรับจำหน่ายในประเทศและส่งออก อย่างไรก็ตาม การผลิตชาในประเทศเองก็สามารถให้ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วย (ตารางที่ 1) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าไทยเองมีการพัฒนากระบวนการเพาะปลูกและการผลิตชาเพื่อให้ได้ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้อุตสาหกรรมชาไทยในการบริโภคและส่งออกโดยใช้วัตถุดิบจากในประเทศได้มากขึ้นต่อไป

การส่งออก

➤ การส่งออกชาและผลิตภัณฑ์ชาของโลก

ตารางที่ 3 ปริมาณและสัดส่วนประเทศผู้ส่งออกชาและผลิตภัณฑ์ชาของโลก ปี 2562

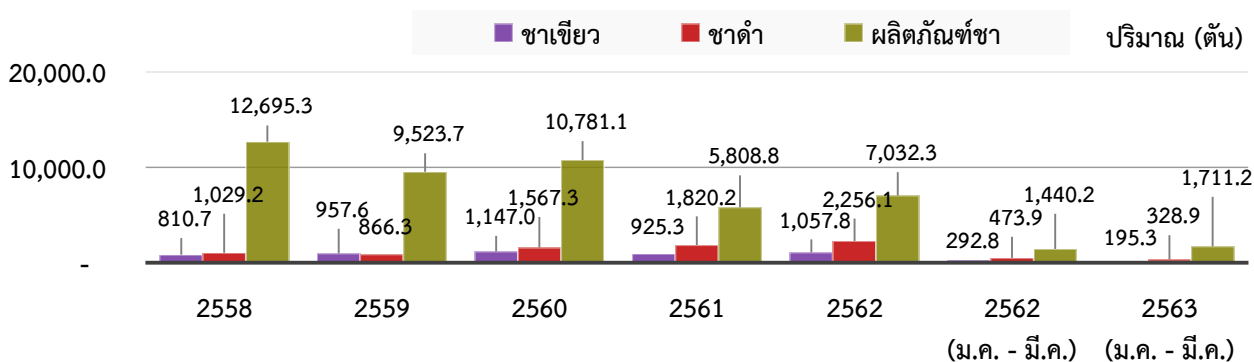
สินค้าชา			ผลิตภัณฑ์ชา		
ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. จีน	366,806	30.1%	1. แคนาดา	52,001	20.8%
2. ศรีลังกา	289,579	23.7%	2. สเปน	68,375	27.3%
3. อินเดีย	258,063	21.2%	3. สหรัฐอเมริกา	20,575	8.2%
4. อาร์เจนตินา	67,602	5.5%	4. จีน	14,437	5.8%
5. อินโดนีเซีย	43,113	3.5%	5. เยอรมนี	13,537	5.4%
อื่นๆ	194,734	16.0%	อื่นๆ	81,500	32.5%
รวมการนำเข้า	1,219,897	100.0%	รวมการนำเข้า	250,424	100.0%

ที่มา : Global Trade Atlas

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าการส่งออกและผลิตภัณฑ์ชาของโลกในปี 2562 พบว่า ประเทศผู้ส่งออกมากที่สุดคือ จีน ปริมาณส่งออก 366,806 ตัน คิดเป็นมูลค่า 2,025.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือ ศรีลังกา และอินเดีย ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ชามากที่สุดคือ แคนาดา ปริมาณส่งออก 52,001 ตัน คิดเป็นมูลค่า 63.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือ สเปน และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ

➤ การส่งออกและผลิตภัณฑ์ชาของไทย

แผนภาพที่ 2 ปริมาณการส่งออกและผลิตภัณฑ์ชาของไทยไปโลกระหว่างปี 2558 – 2563 (มกราคม – มีนาคม)



ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
ประมวลผลโดย: ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

จากแผนภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่าการส่งออกชามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2558 โดยในปี 2562 การส่งออก ชาเขียวมีปริมาณส่งออก 1,058 ตัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 14 คิดเป็นมูลค่าส่งออก 9.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตลาดส่งออกที่สำคัญในสินค้าชาเขียวของไทยได้แก่ 1. อินโดนีเซีย (สัดส่วนร้อยละ 38) 2. เนเธอร์แลนด์ (สัดส่วนร้อยละ 12) และมาเลเซีย (สัดส่วนร้อยละ 9) และช่วงเดียวกันนี้ ไทยสามารถส่งออก ชาดำได้มากกว่าชาเขียวถึงประมาณ 2 เท่า ปริมาณส่งออก 2,256 ตัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 24 คิดเป็นมูลค่าส่งออก 9.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตลาดส่งออกที่สำคัญในสินค้าชาดำของไทยได้แก่ 1. อินโดนีเซีย (สัดส่วนร้อยละ 40) 2. สหรัฐอเมริกา (สัดส่วนร้อยละ 18) และกัมพูชา (สัดส่วนร้อยละ 14) ในขณะที่ไทยสามารถ นำชามาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชาส่งออกได้ถึงปริมาณ 7,032 ตัน อัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับ ช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นมูลค่าส่งออก 24.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยไทยสามารถส่งออกไปกัมพูชาได้มากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31 ของการส่งออกผลิตภัณฑ์ชาไปโลก รองลงมา ได้แก่ เมียนมา (สัดส่วนร้อยละ 20) และ สหรัฐอเมริกา (สัดส่วนร้อยละ 18) ซึ่งปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชาที่ไทยส่งออกมีหลากหลายรูปแบบ ส่วนใหญ่เป็นน้ำชา ประจุสำเร็จรูป นอกนั้นได้แก่ ชาผงแต่งกลิ่น แต่งรส รวมไปถึงการนำชามาเป็นส่วนผสมในอาหาร และในอุตสาหกรรม เครื่องสำอางด้วย

ในขณะที่ด้านการนำเข้าของอินโดนีเซีย ไทยก็เป็นแหล่งนำเข้าสินค้าชาที่สำคัญด้วย โดยในปี 2562 อินโดนีเซียนำเข้าสินค้าชาจากไทยมูลค่า 7.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของการนำเข้าสินค้าชา ทั้งหมดของอินโดนีเซีย โดยไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับ 2 เป็นรองเพียงเวียดนาม⁴ ในขณะที่การนำเข้าผลิตภัณฑ์ชา ของกัมพูชา ไทยก็เป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญด้วย โดยในปี 2561 กัมพูชานำเข้าผลิตภัณฑ์ชาจากไทยเป็นอันดับที่ 2

⁴ ในปี 2562 อินโดนีเซียนำเข้าสินค้าชาจากเวียดนามเป็นอันดับ 1 มูลค่านำเข้า 9.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26 ของการนำเข้าทั้งหมด

มูลค่านำเข้า 0.31 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37 ของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ขาทั้งหมดของกัมพูชา และเป็นรองเพียงสหรัฐอเมริกา⁵

ทั้งนี้ ในไตรมาสแรก (มกราคม - มีนาคม) ของปี 2563 การส่งออกขาดดุลลง แต่ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ขาได้มากขึ้น อัตราขยายตัวร้อยละ 36 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังมีศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ขา โดยเฉพาะการส่งออกสำเร็จรูปซึ่งเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค โดยปัจจุบันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและน่าสนใจมากขึ้น มีการขยายช่องทางการจำหน่ายและได้รับการส่งเสริมด้านการตลาดมากขึ้นด้วย

เมื่อพิจารณาการส่งออกขาและผลิตภัณฑ์ขาของโลกกับของไทยจะเห็นได้ว่า การส่งออกขาของไทยยังคิดเป็นสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับผู้ส่งออกหลักของโลกอย่างจีน เช่นเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ขาที่ไทยเองก็ยังไม่ใช่ออกส่งหลักของโลก แต่การส่งออกทั้งขาและผลิตภัณฑ์ขาของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการส่งออกผลิตภัณฑ์ขาซึ่งในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ก็ยังสามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นแม้ว่าไทยจะประสบกับภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัวและสถานการณ์โรคระบาดที่ทำให้การจำหน่าย และขนส่งสินค้ามีอุปสรรค ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไทยยังคงมีศักยภาพและรักษามาตรฐานในการส่งออกได้ในระดับหนึ่ง

ตารางที่ 4 สัดส่วนตลาดส่งออกขาและผลิตภัณฑ์ขาของไทยปี 2560 - 2563 (มกราคม - มีนาคม)

สินค้า	2560	2561	2562	2563 (ม.ค.-มี.ค.)
ขา	1. อินโดนีเซีย (25%) 2. สหรัฐอเมริกา (25%) 3. กัมพูชา (14%)	1. อินโดนีเซีย (30%) 3. กัมพูชา (21%) 2. สหรัฐอเมริกา (16%)	1. อินโดนีเซีย (25%) 2. สหรัฐอเมริกา (25%) 3. กัมพูชา (14%)	1. อินโดนีเซีย (29%) 2. สหรัฐอเมริกา (14%) 3. กัมพูชา (11%)
ผลิตภัณฑ์ขา	1. เมียนมา (55%) 2. สหรัฐอเมริกา (17%) 3. ลาว (9%) *8. จีน (1%)	1. เมียนมา (32%) 2. สหรัฐอเมริกา (18%) 3. ลาว (14%) *6. จีน (2%)	1. กัมพูชา (31%) 2. เมียนมา (20%) 3. สหรัฐอเมริกา (18%) *5. จีน (5%)	1. กัมพูชา (30%) 2. เมียนมา (21%) 3. สหรัฐอเมริกา (17%) *8. จีน (3%)

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
ประมวลผลโดย: ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ขาที่ไม่ใช่ประเทศสมาชิกอาเซียนแต่เป็นประเทศที่มีเอฟทีเอกับไทยแล้ว พบว่า จีนเป็นตลาดส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ขาที่ไทยมีการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2560 ด้วย แม้ว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์ขาของไทยไปจีนในไตรมาสแรกนี้จะมีปริมาณลดลงเล็กน้อย แต่มูลค่าส่งออกก็ไม่ต่างจากช่วงเดียวกันของปีก่อนมากนัก ประกอบกับจีนก็เป็นประเทศที่นิยมบริโภคขา โดยหากผู้ประกอบการสามารถแปรรูปขาให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย มีรสชาติเป็นที่ถูกใจผู้บริโภคในตลาด โดยการเพิ่มมูลค่าให้กับขาในรูปแบบต่างๆ ก็จะช่วยส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ขาไปจีนได้มากขึ้นด้วย ทั้งนี้ ในปี 2562 จีนนำเข้าผลิตภัณฑ์ขาจากโลกมูลค่า 12.9 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับ 8 ของจีน มูลค่าการนำเข้าของจีนจากไทย 0.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2 ของการนำเข้าทั้งหมดของจีน โดยการนำเข้าของจีนจากไทยในปี 2562 ขยายตัวจากปี 2561⁶ ถึงร้อยละ 1,627

⁵ ในปี 2561 (ข้อมูลล่าสุด) กัมพูชานำเข้าผลิตภัณฑ์ขาจากสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับ 1 มูลค่านำเข้า 0.35 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 ของการนำเข้าทั้งหมด

⁶ ในปี 2561 จีนนำเข้าผลิตภัณฑ์ขาจากไทยมูลค่า 17,215 เหรียญสหรัฐฯ

ตารางที่ 5 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ชาของไทยไปจีน ปี 2560 – 2563 (มกราคม – มีนาคม)

สินค้า		2560	2561	2562	2562 (ม.ค. – มี.ค.)	2563 (ม.ค. – มี.ค.)	อัตรายายตัวนำเข้า 2563/2562 (ม.ค.-มี.ค.)
ชา	ปริมาณ (ตัน)	496.2	348.4	274.1	75.5	95.0	20.5%
	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	1.3	0.8	0.8	0.3	0.2	-50.0%
ผลิตภัณฑ์ชา	ปริมาณ (ตัน)	99.8	252.3	270.5	53.7	38.1	-40.9%
	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	0.3	0.4	1.1	1.8	1.8	0.0%

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
ประมวลผลโดย: ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

เมื่อพิจารณาการนำเข้า-ส่งออกของสินค้าชาซึ่งประกอบด้วยชาเขียวและชาดำ จะเห็นได้ว่า ไทยนำเข้าชา (ทั้งชาเขียวและชาดำ) มีปริมาณมากกว่าการส่งออกในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2558 – 2562) เฉลี่ยประมาณ 5 เท่า ซึ่งมีแหล่งนำเข้าจากอาเซียนโดยเฉพาะอินโดนีเซียมากที่สุด รองลงมาคือ ญี่ปุ่น และจีน ในขณะที่ ผลิตภัณฑ์ชาเป็นสินค้าที่ไทยยังมีศักยภาพในการส่งออก โดยเฉลี่ยแล้วไทยมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ชามากกว่าการนำเข้าถึงประมาณ 10 เท่า มีตลาดส่งออกที่สำคัญยังคงเป็นอาเซียนโดยเฉพาะกัมพูชาและเมียนมา และมีจีนซึ่งเป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ชาที่สำคัญของไทยด้วย

ประโยชน์ที่ได้จากความตกลงการค้าเสรี (FTAs)

จากความตกลงการค้าเสรี (FTAs) ที่ไทยมี 13 ฉบับ กับ 18 ประเทศ ได้แก่ อาเซียน จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เปรู ชิลี และฮ่องกง ไทยมีการนำเข้าชาจากอาเซียน (โดยเฉพาะอินโดนีเซียและเวียดนาม) มากที่สุด โดยไทยได้เปิดเสรี ยกเลิกการเก็บภาษีทั้งในและนอกโควตาจากอาเซียนแล้ว ซึ่งการลด/ยกเลิกภาษีดังกล่าวจะช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการ/ ผู้นำเข้าชาของไทยมีทางเลือกในการนำเข้า เพิ่มความหลากหลายของวัตถุดิบ และช่วยลดต้นทุนมากขึ้น นอกจากนี้ แม้ว่าตั้งแต่ปี 2563 ไทยได้เปิดเสรี ยกเว้นการกำหนดปริมาณนำเข้า และมีภาษีเป็น 0 ในสินค้าชาจากออสเตรเลียภายใต้ความตกลงไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) แล้ว ซึ่งก่อนหน้านี้ไทยกำหนดปริมาณในโควตา 123.75 ตัน โดยเก็บภาษีร้อยละ 2 และเก็บภาษีนอกโควตาถึงร้อยละ 81 แต่การนำเข้าชาของไทยจากออสเตรเลียยังคงคิดเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก โดยในบางปีแทบไม่มีการนำเข้าเลย และในปี 2563 ไทยก็ยังไม่มีการนำเข้าชาจากออสเตรเลีย ซึ่งประเทศออสเตรเลียก็ยังไม่ใช่ประเทศผู้ผลิตชาที่สำคัญด้วย จึงยังไม่น่าเป็นกังวลต่อเกษตรกรในประเทศที่จะได้รับผลกระทบ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ชาเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออก ซึ่งเห็นได้จากปริมาณส่งออกในช่วงที่ผ่านมาสูงกว่าการนำเข้าอยู่มาก และการส่งออกก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ประกอบการจะได้ประโยชน์จากการใช้สิทธิประโยชน์ในด้านการส่งออก โดยเฉพาะการส่งออกไปกลุ่มประเทศอาเซียนและจีนซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยก็ได้ยกเลิกการเก็บภาษีนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์ชาจากไทยแล้วด้วย

อุปสรรคและขีดความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจุบันการปลูกข้าวของเกษตรกรไทยส่วนมากเป็นการทำการเกษตรในเชิงเดี่ยว บางพื้นที่มีการปลูกข้าวในเขตป่าสงวน/ อุทยานแห่งชาติซึ่งทำให้เกษตรกรไม่ได้รับเอกสารสิทธิ์ในที่ดินทำกิน ส่งผลกระทบต่อการได้รับรองมาตรฐานต่างๆทั้งในไทยและต่างประเทศ อาทิ การผลิตทางการเกษตรอย่างถูกต้องและเหมาะสม (Good Agricultural Practices: GAP) มาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ (Good Manufacturing Practice: GMP) สิ่งบ่งชี้ภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) รวมถึงการรับรองสินค้าอินทรีย์ เป็นต้น ซึ่งการที่จะได้รับรองมาตรฐานดังกล่าวจะต้องมีเอกสารรับรองสิทธิ์ในที่ดินเพาะปลูก ภาครัฐจึงควรเข้ามาช่วยเหลือและเร่งแก้ไขปัญหารวมถึงส่งเสริมในภาคการผลิตและการตลาด เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้ผลิตภัณฑ์ หาช่องทางการตลาดเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ฯ ประกอบกับการส่งออกผลิตภัณฑ์ฯซึ่งไทยก็มีศักยภาพ การสนับสนุนจากภาครัฐจะช่วยให้ไทยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้นด้วย ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้มีการลงพื้นที่ให้ความรู้ความเข้าใจกับเกษตรกรในด้านต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากเกษตรกรมีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนหรือเกษตรแปลงใหญ่ ก็จะช่วยให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ของภาครัฐเข้าถึงได้สะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ สถานะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มชะลอตัวลงและจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ก็ส่งผลกระทบต่อร้านเครื่องดื่มและกาแฟในไทย ซึ่งมีรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะชาวจีน ลูกค้านักท่องเที่ยว มีการชะลอการสั่งซื้อข้าวบางส่วน และจากมาตรการป้องกันโรคระบาดดังกล่าวก็ส่งผลกระทบต่อ การขนส่งด้วย โดยเฉพาะการขนส่งผ่านชายแดนไปจีนและเวียดนามที่ต้องใช้เวลาในการตรวจผ่านนานขึ้น เนื่องจากต้องตรวจทั้งสินค้าและเพิ่มการตรวจสุขภาพพนักงานขับรถด้วย ดังนั้นการปรับตัวของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยการทำการตลาด การปรับกลยุทธ์และช่องทางการจำหน่าย รวมไปถึงการแสวงหาสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมการตลาดในสถานการณ์ดังกล่าว

สรุป

แม้ว่าปริมาณผลผลิตข้าวในประเทศจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ไทยก็ยังคงมีความจำเป็นต้องนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้นเพื่อการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ฯสำหรับการส่งออกซึ่งมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องด้วย โดยในปัจจุบันเอฟทีเอเข้ามามีบทบาทในการช่วยส่งเสริมการค้าของไทยมากขึ้น โดยเฉพาะอาเซียนซึ่งเป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญของไทยได้ลดภาษีเป็น 0 ในสินค้าข้าวให้กับไทยแล้ว ซึ่งช่วยให้ไทยสามารถลดต้นทุนในการนำเข้าและมีทางเลือกในการนำเข้าวัตถุดิบได้หลากหลายมากขึ้น ในขณะเดียวกัน เอฟทีเอก็เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างแต้มต่อและส่งเสริมการส่งออกให้ไทยเช่นกัน โดยไทยมีศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ฯ เช่น น้ำข้าวปรุงสำเร็จรูป มีอาเซียนเป็นตลาดส่งออกหลัก และมีจีนเป็นตลาดส่งออกที่น่าจับตามองซึ่งการส่งออกไปจีนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันสมาชิกอาเซียนทุกประเทศและจีนก็ได้เปิดเสรีการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์ฯจากไทยแล้ว ทั้งนี้ ในสถานะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวและการระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมชาวไทย เกษตรกรและผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิต รวมไปถึงการหาช่องทางการจำหน่ายรูปแบบใหม่ ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมข้าวของไทยขยายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีศักยภาพต่อไป