

งานชานานาชาติ “World Tea Expo” ประจำปี ๒๕๖๑

เป็นงานแสดงสินค้าเกษตรประเภทชาและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับชา ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า ๓,๕๐๐ ราย และมีผู้ประกอบการ ๒๖๐ รายจากทั่วโลกเข้าร่วมงานในแต่ละปี โดยงานในปีนี้จะจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๑๒ - ๑๔ มิถุนายน ๒๕๖๑ ณ มลรัฐเนวาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา สำนักงานฯ ขอสรุปผลการเข้าร่วมงานได้ ดังนี้

๑. งาน World Tea Expo จัดขึ้นเป็นระยะเวลา ๓ วัน โดยมีผู้จำหน่ายชาทั้งภายในสหรัฐฯ แถบ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย และจากต่างประเทศ อาทิ จีน อินเดีย ศรีลังกา ญี่ปุ่น ไทยและประเทศในทวีปแอฟริกาใต้ (เคนยา) เข้าร่วมเพื่อออกหาภายในงาน สำหรับรูปแบบจัดงานประกอบด้วยโซนต่างๆ อาทิ โซนการประกวดชา โซนผู้จำหน่าย/ผู้ผลิตชา โซนเวทีเพื่อสาธิตการชงชาและสัมมนาหัวข้อด้านชาที่น่าสนใจ ทั้งนี้ ปัจจุบัน อุตสาหกรรมชาในสหรัฐฯ มีมูลค่ามากกว่า ๒๗,๐๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีการบริโภคชาปริมาณมากกว่า ๓,๐๐๐ ล้าน แกลลอน (๑๑,๓๔๐ ล้านลิตร) หรือคิดเป็นการบริโภคต่อหัว (Per Capita) ประมาณ ๐.๔ กิโลกรัม หรือสูงเป็นอันดับที่ ๑๓ ของโลก ทำให้อุตสาหกรรมชาในสหรัฐฯ มีความเติบโตระดับสูง งาน World Tea Expo จึงได้รับความนิยมจากผู้จำหน่ายและผู้ผลิตชาเพิ่มขึ้นในทุกปี

๒. การผลิตชาในประเทศไทย ชาเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ภาครัฐของไทยส่งเสริมการปลูกเพื่อทดแทนพืชเสพติดในแหล่งผลิตทางภาคเหนือโดยสามารถทำรายได้มากกว่าปีละประมาณ ๕๐๐ ล้านบาท บริเวณพื้นที่ปลูกอยู่แถบภูเขาทางภาคเหนือของไทย (จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ แพร่ น่าน และแม่ฮ่องสอน) ชาอัสสัมเป็นพันธุ์ที่ปลูกส่วนใหญ่ (ร้อยละ ๘๗) รองลงมาคือ ชาจีน (ร้อยละ ๑๓) อุตสาหกรรมชาจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพทางการตลาดดังที่กระทรวงเกษตรฯ ได้เห็นชอบยุทธศาสตร์ชา ปี ๒๕๕๙-๒๕๖๓ สนับสนุนสินค้าชาเพื่อการส่งออก ทั้งนี้ ประเทศผู้ผลิตชารายใหญ่ที่สุดของโลกคือประเทศจีน อินเดีย เคนยา ตามลำดับ ขณะที่ปริมาณการส่งออกชาของโลกมี ประเทศจีน เป็นอันดับ ๑ ตามด้วยเคนยา ศรีลังกา อินเดีย เวียดนาม ตามลำดับ ขณะที่ สินค้าชาของไทย (HSC 0902) นำเข้าไปจำหน่ายในสหรัฐฯ ได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากรนำเข้าเนื่องจากเป็นสินค้า GSP

๓. ประเภทของชา

๓.๑ ชาขาว (White Tea) ได้จากยอดชาตูมและอ่อนมาก กลิ่นหอมอ่อนๆ ราคาแพง เก็บเกี่ยวได้ปีละ ๒ ครั้งเท่านั้น

๓.๒ ชาเขียว (Green Tea) ยอดชาอ่อนสีเขียว เป็นชาที่คนญี่ปุ่นนิยมดื่ม มีกลิ่นหอมจางๆ หรือแทบไม่มีกลิ่น ชาเขียวที่นิยมดื่มมี ๒ ประเภท คือ ชาเขียวญี่ปุ่น (Mecha Tea) และชาเขียว

๓.๓ ชาอูหลง (Oolong Tea) ผลิตจากยอดชาเช่นเดียวกับชาเขียว แต่นำมาหมักบ่มอีกครั้ง

๓.๔ ชาดำ (Black Tea) เป็นชาที่ขึ้นชื่อว่ามีความเข้มข้นและกลิ่นหอมมากที่สุด โดยชาดำที่นิยมนำมาดื่ม ได้แก่ ชาซีลอน ชาอัสสัม ชาไทย ชาฉีเหมิน เป็นต้น

๓.๕ ชาแต่งกลิ่น เป็นชาสูตรใหม่ที่นำชาดำมาแต่งกลิ่น

๓.๖ ชาสมุนไพร (Herbal Tea) เป็นชาที่ทำจากสมุนไพร โดยสมุนไพรที่นิยมใช้ ได้แก่ เก๊กฮวย ตะไคร้ มะตูม ดอกกระเจี๊ยบ จิง ไบหม่อน ใบบัวบก ใบเตย หรือมะรุม เป็นต้น

โดยชาส่วนใหญ่ที่นำมาจัดแสดงเป็นชาดำ เช่น ชาอัสสัมจากบริษัท Jay Shree Tea and Industries Ltd. ของอินเดีย ชาดำจากบริษัท Brand Discovery Ltd ยี่ห้อ Stir Me ของประเทศเคนย่า ชาดำจากบริษัทนำเข้าของอเมริกัน เช่น บริษัท Chai Diaries ตามกระแสนิยมการบริโภคชาของประเทศสหรัฐฯ ซึ่งนิยมบริโภคชาดำ (Black Tea) คิดเป็นร้อยละ ๘๕ ของประชาชนผู้บริโภคชาของสหรัฐฯ หรือประมาณ ๑๖๐ ล้านคน อย่างไรก็ตาม บริษัทชาที่มามีการส่งออก ยังมีการนำผลิตชาที่เพาะปลูกแบบอินทรีย์ทั้งชาดำ ชาเขียวและชาอูหลง เข้ามาเปิดตลาดใหม่ในสหรัฐฯเพิ่มขึ้น รวมถึงชาแต่งกลิ่น เช่น ชาแต่งกลิ่นและรสชาติของช็อกโกแลต/สตอเบอรี่ ชาแต่งกลิ่นรสกุหลาบ หรือชาสมุนไพร (Herbal Tea) จากจีน เปิ้ลือกส้ม อบเชย โดยคาดว่าจะมีตลาดรองรับสินค้าเหล่านี้ ประมาณร้อยละ ๑๕ ของตลาดชาภายในประเทศสหรัฐฯ

๔. งาน World Tea Expo มีการนำเสนออุตสาหกรรมครบวงจร ตั้งแต่เครื่องมือบรรจุชาขนาดเล็กที่ใช้พื้นที่เล็กน้อยในการติดตั้งจนถึงเครื่องจักรขนาดกลาง กระดาษบรรจุชารูปแบบต่างๆ ภาชนะบรรจุชา อุปกรณ์การชงชาทั้งแบบที่ใช้เพื่อความสวยงามและแบบที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ

๕. จากการเข้าชมงาน World Tea Expo พบว่ามีผู้ประกอบการจากประเทศไทยเพียง ๑ รายเข้าร่วมงานคือบริษัทอรัญ (ARAKSA) จากจังหวัดเชียงใหม่ และจากการสัมภาษณ์ทราบว่า บริษัทดังกล่าวไม่ได้มีตัวแทนจัดจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาแต่ด้วยสหรัฐฯ เป็นตลาดนำเข้าชาขนาดใหญ่ของโลก รองจากสหราชอาณาจักรและรัสเซีย มีกำลังการซื้อสูง บริษัทอรัญจึงมีความสนใจมาเข้าร่วมงานเพื่อหาตลาดใหม่ โดยนำเข้าชาเขียว ชาอูหลง ชาดำ ที่เพาะปลูกในตอนเหนือของประเทศไทยแบบอินทรีย์ มาร่วมในงาน

๖. สำหรับแนวคิดการนำเสนอเชิงการตลาดที่น่าสนใจ ที่พบเห็นภายในงาน

๖.๑ สมาคมชาเขียวของญี่ปุ่น (All Japan Matcha and Organics) ตัวแทนของเกษตรกรผู้ปลูกชาของญี่ปุ่น ๔๒ ราย เสนอให้ผู้สนใจสินค้าทดลองนำเข้าชาโดยไม่ต้องเสียค่าขนส่งจำนวน ๕ ตัวอย่างตามที่สมาคมได้กำหนดตลอด ๑ ปีเต็ม เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่สนใจจะนำเข้าสินค้าชาเขียวจากญี่ปุ่นจากเกษตรกรเหล่านี้ ว่าเป็นของที่มีคุณภาพดีตลอดฤดูกาล

๖.๒ บริษัท Brand Discovery Ltd จากประเทศเคนยานำเสนอกลยุทธ์การตลาดโดยแสดงให้เห็นว่าบริษัทช่วยเหลือกลุ่มเกษตรกรรายย่อย/คนยากจนของประเทศด้วยการสนับสนุนผลผลิตชาที่ผลิตจากกลุ่มเกษตรกรทำให้เขาเหล่านั้นมีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นหลังจากเพาะปลูกชา ช่วยลดปัญหาอาชญากรรมและปัญหาความยากจนของประเทศเคนย่าลง

๖.๓ บริษัทอรัญ (ARAKSA) บริษัทของไทยมีการนำเสนอแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรครบวงจรด้านชา โดยจัดทัวร์ไร่ชาของบริษัท ณ ประเทศไทย ให้กับผู้สนใจสามารถเข้าพักและเรียนรู้การเพาะปลูกชาที่ไร่ นอกเหนือจากการทำธุรกิจการจำหน่ายชาของบริษัท

ข้อคิดเห็นจากการเข้าชมงาน

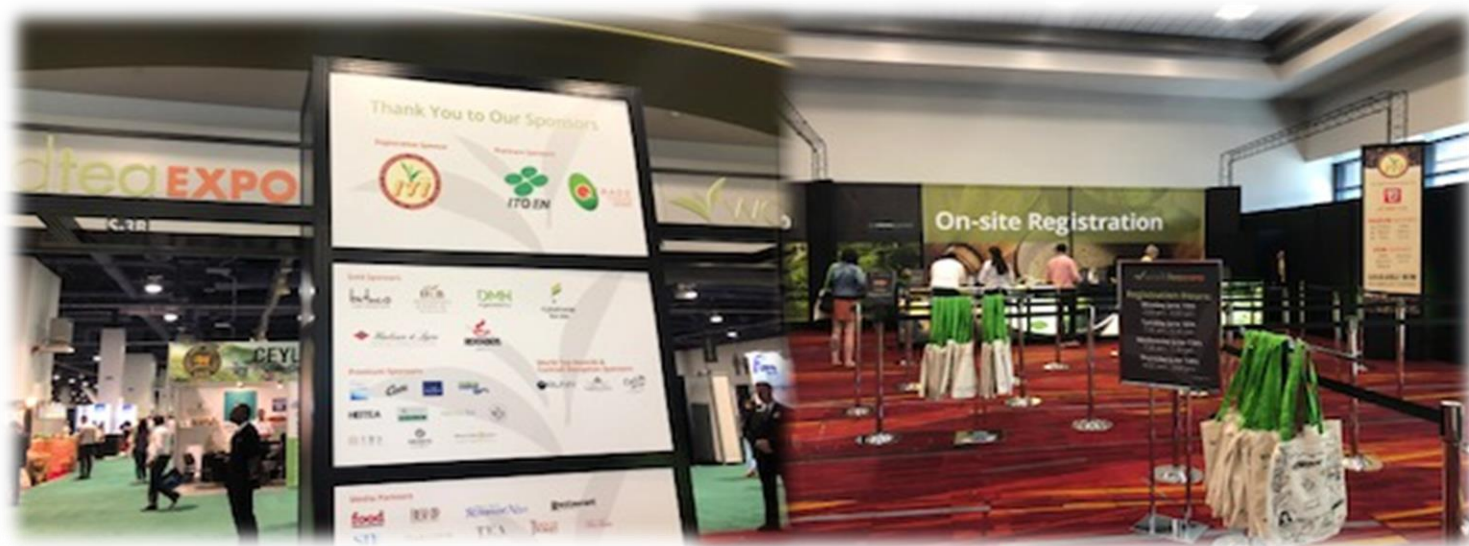
ชาไทยเป็นชาที่มีคุณภาพและรสชาติที่ดีด้วยปัจจัยที่ดีทั้ง สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ตลอดจนมีเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปที่เหมาะสม ขณะที่ ตลาดชาเป็นตลาดใหญ่มีผู้ซื้อและลูกค้าจำนวนมากและมีกำลังซื้อสูง จึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับไทยอีกทั้งมีหน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง มีแผนยุทธศาสตร์ชา ปี ๒๕๕๙-๒๕๖๓ ของกระทรวงเกษตรฯ ที่ชัดเจน และจากสังเกตจากการชมงานทั้งสามวันที่ มีผู้เข้าร่วมงานเข้ามาติดต่อธุรกิจเพื่อสั่งซื้อและทดลองสินค้าภายในงานจำนวนมาก ทำให้ทราบว่าตลาดชาสหรัฐฯ ยังเปิดกว้างให้กับเกษตรกรและนักธุรกิจที่สนใจของไทยเข้ามาลงทุนและขยายส่วนแบ่งทางการตลาดด้านชา หากผู้ประกอบการ/เกษตรกรมีความตั้งใจในการผลิตและมีการวางแผนธุรกิจเพื่อจำหน่ายที่ดี

ประมวลภาพจากงาน World Tea Expo

ระหว่างวันที่

๑๒ - ๑๔ มิถุนายน ๒๕๖๑

ณ มลรัฐเนวาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา



ภาพบรรยากาศหน้างาน World Tea Expo



ตัวอย่างเครื่องจักรสำหรับการบรรจุชา



บริษัท AEA KSA บริษัทชาของไทยที่มาเข้าร่วมงาน พร้อมผลิตภัณฑ์ชามานำเสนอภายในงาน



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทั้งแบบห่อและแบบแคปซูลคล้ายในรูปแบบของกาแฟ



ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับชา ทั้งภาชนะบรรจุสำหรับพกพา
ถ้วยชาเพื่อประโยชน์ด้านใช้สอย (การเก็บความร้อนได้นานขึ้น)
หรือเพื่อความสวยงาม





ภาพบรรยากาศการบรรยายและการสาธิตการชงชาบนเวทีภายในงาน



ผลิตภัณฑ์ชาชนิดต่างๆ ที่มาร่วมงาน



การประกวดแข่งขันชาโดยให้ผู้ชิมชาลงคะแนนชาที่ตนชื่นชอบ โดยใช้เหรียญ (Token) หยอดลงในกล่องหน้าร้านชาที่ชิม



กลิ่นธรรมชาติต่างๆ สำหรับปรุงในใบชา



รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับผลิตภัณฑ์ชา (ในภาพเป็นรูปแบบกราฟิกสมัยใหม่)



รูปแบบกระดาดแบบต่างๆ เพื่อให้การชงชาที่มีรสชาติที่หลากหลายยิ่งขึ้น



กระดาดกรองชาในลักษณะต่างๆ



บริษัทจาก Kenya นำเกษตรกรผู้เพาะปลูกชามาบอกเล่าประสบการณ์ชีวิตที่ดีขึ้นหลังจากเพาะปลูกชา โดยมีบริษัทช่วยสนับสนุน
เครื่องมือ วิธีการเพาะปลูก และรับซื้อชาที่เพาะปลูกได้



ยุทธการการตลาดของบริษัทชาญี่ปุ่น



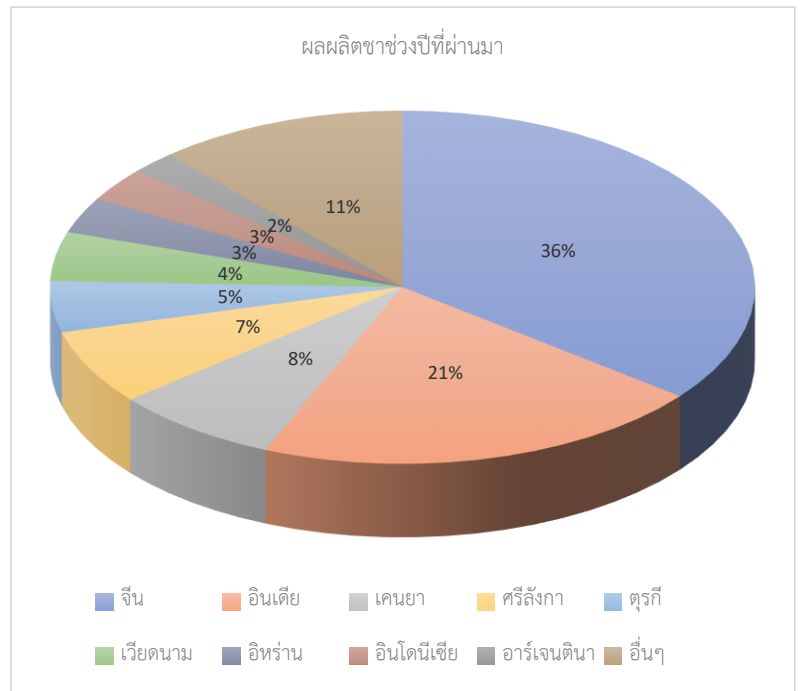
ภาพบรรยากาศการเจรจาธุรกิจซึ่งสามารถพบเห็นได้ตลอดทั้งงาน



ขนมที่ทานคู่กับชาสามารถสร้างรายได้ให้ผู้ผลิตชา

ผลผลิตขาของโลกช่วงปีที่ผ่านมา (ปี ๒๕๖๐)

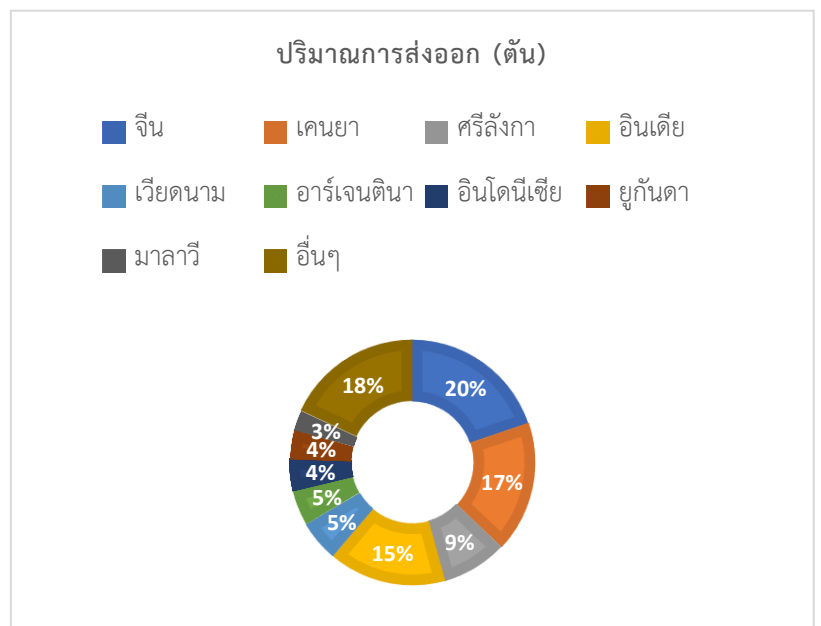
ประเทศ	ผลผลิตขา (ตัน)
จีน	๑,๗๑๔,๙๐๐
อินเดีย	๑,๐๐๐,๐๐๐
เคนยา	๓๖๙,๔๐๐
ศรีลังกา	๓๓๐,๐๐๐
ตุรกี	๒๒๕,๐๐๐
เวียดนาม	๒๑๖,๙๐๐
อิหร่าน	๑๕๘,๐๐๐
อินโดนีเซีย	๑๕๐,๑๐๐
อาร์เจนตินา	๑๐๐,๐๐๐
อื่นๆ	๕๕๓,๘๑๘



ที่มา: ศูนย์การค้าระหว่างประเทศ www.trademap.org

ปริมาณการส่งออกขาของโลกปีที่ผ่านมา (ปี ๒๕๖๐)

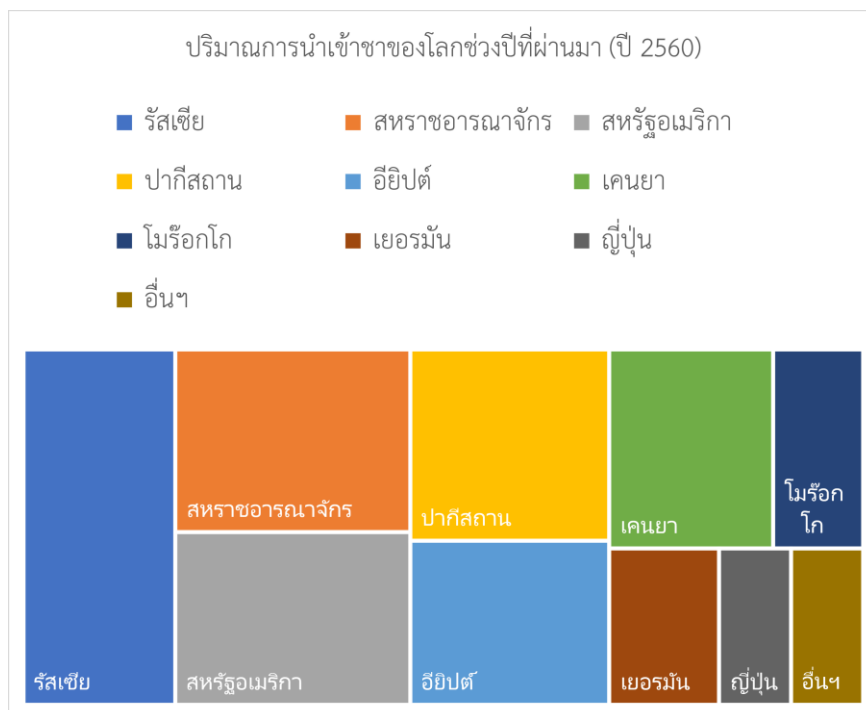
ประเทศ	ปริมาณการส่งออก (ตัน)
จีน	๓๒๕,๗๗๕
เคนยา	๒๘๔,๒๔๘
ศรีลังกา	๑๔๒,๓๗๐
อินเดีย	๒๕๔,๘๔๑
เวียดนาม	๘๘,๓๑๐
อาร์เจนตินา	๗๗,๒๙๑
อินโดนีเซีย	๗๐,๘๔๒
ยูกันดา	๖๒,๐๑๘
มาลาวี	๔๓,๒๔๕
อื่นๆ	๒๙๗,๔๐๘



ลำดับประเทศนำเข้าชาของโลกในปี ๒๕๖๐

ประเทศ	ปริมาณการนำเข้า (ตัน)
๑. รัสเซีย	๑๗๓,๒๓๐
๒. สหราชอาณาจักร	๑๓๗,๕๘๓
๓. สหรัฐอเมริกา	๑๓๐,๑๖๐
๔. ปากีสถาน	๑๒๑,๙๐๐
๕. อียิปต์	๑๐๔,๖๙๗
๖. เคนยา	๑๐๔,๕๕๒
๗. โมร็อกโก	๕๗,๓๐๘
๘. เยอรมัน	๕๕,๑๕๒
๙. ญี่ปุ่น	๓๖,๑๕๗
อื่นๆ	๓๖,๑๕๗

ที่มา: ศูนย์การค้าระหว่างประเทศ www.trademap.org



ลำดับบริษัทไทยที่ส่งชามายังประเทศสหรัฐอเมริกา

๑. บริษัท Toyoda Seiko	ปริมาณ ๕,๐๘๔,๒๐๗ กิโลกรัม
๒. บริษัท Wang Derm Exporters Ltd.	ปริมาณ ๕๖๗,๐๖๙ กิโลกรัม
๓. บริษัท Pantainorasingh Manufacturer Co.,Ltd	ปริมาณ ๒๓๒,๐๙๕ กิโลกรัม
๔. บริษัท Nirvana Foods and Commerce International Co.,Ltd	ปริมาณ ๑๖๓,๕๗๔ กิโลกรัม
๕. บริษัท Nuboon	ปริมาณ ๓๖,๗๐๐ กิโลกรัม
๖. บริษัท Phu Ben Tea Co., Ltd	ปริมาณ ๓๐,๖๕๗ กิโลกรัม
๗. บริษัท Oriental Food Co., Ltd	ปริมาณ ๒๒,๔๕๒ กิโลกรัม
๘. บริษัท Raming Tea Co., Ltd	ปริมาณ ๑๗,๕๘๘ กิโลกรัม
๙. บริษัท Green Giant Co., Ltd	ปริมาณ ๑๖,๗๗๕ กิโลกรัม
๑๐. บริษัท Classic Teas (Pvt) Ltd.	ปริมาณ ๑๒,๒๒๗ กิโลกรัม

