

บทที่ 6

ลักษณะการประกอบธุรกิจและการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน วิกฤตและโอกาส ของผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ชาเชียงราย

การประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ชาที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต กระบวนการจำหน่ายและกระบวนการบริหาร เพื่อให้ได้ถึงมือผู้บริโภค หากจะจำแนกประเภทของการประกอบธุรกิจตามลักษณะของกิจกรรมสามารถแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

1. ธุรกิจที่จัดหาวัตถุดิบสำหรับป้อนโรงงานหรือแหล่งผลิต
2. ธุรกิจที่เปลี่ยนวัตถุดิบเป็นวัตถุดิบสำเร็จรูป
3. ธุรกิจที่ผลิตผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้อุปโภคบริโภคได้ทันที
4. ธุรกิจที่เป็นคนกลาง ทำหน้าที่ช่วยให้สินค้าเปลี่ยนมือจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก

ส่วนรูปแบบขององค์กรธุรกิจที่ดำเนินอยู่ในวงการธุรกิจของชา จำแนกรูปแบบได้ดังต่อไปนี้ กิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด และสหกรณ์ ลักษณะที่แตกต่างกันขององค์กรธุรกิจแต่ละรูปแบบ วิธีการดำเนินการธุรกิจมีลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้นโครงการฯ ได้ทำการศึกษาและสำรวจลักษณะของการประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงรายจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นตัวแทนจากการสุ่มตัวอย่างรูปแบบขององค์กรธุรกิจที่ดำเนินอยู่ในวงการธุรกิจของชา อันมี (1) สหกรณ์ ได้แก่ กลุ่มผลิตชาวาวิ อ.แม่สรวย (ไม่เต็มรูปแบบ) สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อ อ.แม่ฟ้าหลวง สหกรณ์สวนชาดอยตุง อ.แม่ฟ้าหลวง (2) ห้างหุ้นส่วน ได้แก่ ไบชาสุวิรุฬห์ อ.เมือง และ ไบชาชุยพง อ.แม่ฟ้าหลวง (3) กิจการเจ้าของคนเดียว ได้แก่ ไบชาจรรยา อ.แม่จัน ไบชามิ่งดี อ.แม่สรวย (กลุ่มผลิตชาวาวิ) และไบชาวังพุดตาล อ.แม่ฟ้าหลวง ผลจากการศึกษาแสดงในตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 ลักษณะของการประกอบธุรกิจชาในจังหวัดเชียงรายจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการชา

ลักษณะของการประกอบ ธุรกิจ	กลุ่มผู้ประกอบการชา		
	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาในรูป วัตถุดิบ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่งใน ประเทศ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่ง ต่างประเทศ
1. ตัวอย่างผู้ประกอบการ	กลุ่มผลิตชาวาอี อ.แม่สรวย สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อ อ.แม่ฟ้าหลวง	ใบชาจรรยา อ.แม่จัน สหกรณ์สวนชาดอยตุง อ.แม่ฟ้าหลวง ใบชามิ่งดี อ.แม่สรวย (กลุ่มผลิตชาวาอี) ใบชาวังพุดตาล อ.แม่ฟ้าหลวง	ใบชาชุยฝง อ.แม่ฟ้าหลวง ใบชาสุวิรุฬห์ อ.เมือง
2. วัตถุดิบ	พันธุ์อัสสัม (ส่วนมาก) พันธุ์อุ้งหลงก้านอ่อนเบอร์ 12 และ 17	พันธุ์อุ้งหลงก้านอ่อนเบอร์ 12 และ 17 พันธุ์อัสสัม (ส่วนน้อย)	พันธุ์อุ้งหลงก้านอ่อนเบอร์ 12 และ 17 พันธุ์อัสสัม (ส่วนน้อย)
3. ระบบคุณภาพ	กลุ่มผลิตชาวาอีรับรองมาตรฐาน GAP สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อได้รับรอง มาตรฐานเกษตรอินทรีย์	สหกรณ์สวนชาดอยตุง (สวนชาของ ประธานได้รับรองมาตรฐานเกษตร อินทรีย์ประเทศไทย) เกษตรกรของ ผู้ประกอบการอื่น ๆ ไม่ได้การรับรอง	สวนชาของชาสุวิรุฬห์ ได้รับรอง มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ประเทศไทย
4. เทคโนโลยีการผลิต	เทคโนโลยีการผลิตจากได้วัน	เทคโนโลยีการผลิตจากได้วัน	เทคโนโลยีการผลิตจากได้วัน
5. อุปกรณ์และสภาพ	อุปกรณ์พื้นฐาน เช่น เครื่องคั่ว เครื่องอบ มืออย่างละสอง - สามชุด และอยู่ในสภาพเก่าไม่มีการซ่อมบำรุง ไม่มีเครื่องห่อเมล็ดและเครื่องบรรจุ	อุปกรณ์พื้นฐาน เช่น เครื่องคั่ว เครื่องอบ เครื่องนวด และเครื่องปิดผนึกของถุง บรรจุ มีเพียงพอและอยู่ในสภาพดี	อุปกรณ์พื้นฐาน เช่น เครื่องคั่ว เครื่องอบ เครื่องนวด และเครื่องปิดผนึกของถุง บรรจุ มีเพียงพอและอยู่ในสภาพดี

ตารางที่ 6.1 ลักษณะของการประกอบธุรกิจชาในจังหวัดเชียงรายจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการชา (ต่อ)

ลักษณะของการประกอบ ธุรกิจ	กลุ่มผู้ประกอบการชา		
	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาในรูปวัตถุดิบ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่งใน ประเทศ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่ง ต่างประเทศ
6.ระบบคุณภาพ	โรงงานผลิตใบชาแห่งอยู่ระหว่าง ปรับปรุงเพื่อขอการรับรองหลักเกณฑ์ และวิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) โดย สาธารณสุขจังหวัดเชียงราย	โรงงานผลิตใบชาแห่งได้รับการรับรอง หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) โดยสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย	ใบชาสุวิรุฬห์ ได้รับการรับรองหลักเกณฑ์ และวิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) และ HACCP ใบชาชุยพง ได้รับการรับรองหลักเกณฑ์ และวิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) โดย สาธารณสุขจังหวัดเชียงราย
7. ผลิตภัณฑ์	กลุ่มผลิตชาวาปี 1. ใบชาสดร้อยละ 60 ส่งไปเป็น วัตถุดิบของโรงงานผลิตใบชาแห่งที่ อ. ฝาง จ.เชียงใหม่ 2. ผลิตสินค้าสำเร็จรูปชาเขียวอัสสัม และชาอูหลง โดยโรงงานในพื้นที่ สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อส่งใบชาแห่ง	ชาเขียวอัสสัม ชาเขียวกู่หล่าน ชาเขียวอูหลง ชาสมุนไพโร ชาอูหลง เบอร์ 12 ชาเขียวอบดอก ชาอูหลง เบอร์ 17 ชากุหลาบพันปี ชาตงตัง ชาโสม ชาหมื่นลี่ ชามะลิ ชาแดงเส้น	ชาเขียวอัสสัม ชาเขียวกู่หล่าน ชาเขียวอูหลง ชาสมุนไพโร ชาอูหลง เบอร์ 12 ชากุหลาบพันปี ชาอูหลง เบอร์ 17 ชาโสม ชาตงตัง ชามะลิ ชาหมื่นลี่ ชาแดงเส้น ชาเขียวเส้น

ลักษณะของการประกอบ ธุรกิจ	กลุ่มผู้ประกอบการชา		
	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาในรูปวัตถุดิบ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่งใน ประเทศ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่ง ต่างประเทศ
	ร้อยละ 100 ส่งไปเป็นวัตถุดิบกิ่งสำเร็จรูปของบริษัทรับซื้อที่กทม.	ชาเขียวเส้น ชาอื่นๆตามที่ลูกค้าสั่ง	ชาอื่นๆ ตามที่ลูกค้าสั่ง
8. บรรจุภัณฑ์	กลุ่มผลิตชาวาปี - บรรจุถุงพลาสติก 40 กิโลกรัม ขนส่งไป อ.ผาง สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อ - บรรจุถุงพลาสติกแล้วนำบรรจุกระสอบพลาสติกอีก 1 ชั้น ขนาดบรรจุ 25 กก. โดยระบุวันที่ผลิตไว้ที่กระสอบ รวมประมาณ 8 - 12 ตัน จ้างรถขนส่งไปกทม. กระสอบพลาสติกเปล่าส่งคืนปีละ 1 ครั้งและทำการคัดกระสอบที่ชำรุดทิ้ง	ซองบรรจุชาเป็นผลิตภัณฑ์ของประเทศจีนและได้หวั่นโดยซื้อผ่านตัวแทนในประเทศไทยที่ดอยแม่สลอง โดยโรงงานเลือกรูปแบบซองที่จะใช้บรรจุชาแต่ละประเภทเอง สำหรับผลิตภัณฑ์ส่งออกบรรจุถุงพลาสติกขนาด 25 กิโลกรัมและนำบรรจุกล่องบรรจุ โดยระบุวันที่ผลิตไว้ที่กล่อง และไม่มีการระบุผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต	ซองบรรจุชาเป็นผลิตภัณฑ์ของประเทศจีนและได้หวั่นโดยซื้อผ่านตัวแทนในประเทศไทยที่ดอยแม่สลอง โดยโรงงานเลือกรูปแบบซองที่จะใช้บรรจุชาแต่ละประเภทเอง สำหรับผลิตภัณฑ์ส่งออกบรรจุถุงพลาสติกขนาด 25 กิโลกรัมและนำบรรจุกล่องบรรจุ โดยระบุวันที่ผลิตไว้ที่กล่อง และไม่มีการระบุผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต
9. ลูกค้า	กลุ่มผลิตชาวาปี - ส่งเป็นใบชาสด สินค้ากิ่งสำเร็จรูปและสินค้าสำเร็จรูป สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อ - ส่งเป็นวัตถุดิบกิ่งสำเร็จรูปบริษัทส่งออกที่กทม.	ลูกค้าประจำคนไทย นักท่องเที่ยวไทยซื้อเป็นของฝาก นักท่องเที่ยวต่างประเทศ เช่น จีน, มาเลเซีย, ยุโรป	ลูกค้าประจำคนไทย นักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศซื้อเป็นของฝาก ลูกค้าจากต่างประเทศติดต่อมาเองจากอินเทอร์เน็ต

ลักษณะของการประกอบ ธุรกิจ	กลุ่มผู้ประกอบการชา		
	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาในรูปวัตถุดิบ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและ ส่งในประเทศ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่ง ต่างประเทศ
10. ช่องทางจัดจำหน่าย	กลุ่มผู้ผลิตชาชาว	1. ขายหน้าร้าน	1. ขายหน้าร้าน
		2. ไปรษณีย์โดยลูกค้าโทรสั่งและส่งของ ทาง	2. ไปรษณีย์โดยลูกค้าโทรสั่งและส่งของ ทาง
	<p>1. ใบชาสดไป อ.ฝาง</p> <p>2. ใบชาแห้ง</p> <p>2.1 ขายหน้าร้าน</p> <p>2.2 ไปรษณีย์ลูกค้าสั่งปริมาณ 1 กก.ขึ้นไปทางร้านบริการส่งฟรี ต่ำกว่า 1 กก.ลูกค้ารับผิดชอบค่าขนส่งเอง</p> <p>2.3 ขายในอำเภอแม่สรวย</p> <p>2.4 ขายส่งประเทศได้วันโดยไม่ได้ติดตราหือร้าน</p> <p>สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อ</p> <p>1. ขายส่งสินค้าสำเร็จรูปบริษัท บริษัท พีเค จำกัด ประมาณ 150 ตัน ทำสัญญาปีต่อปี</p> <p>2. ขายส่งบริษัท สามน้ำ(ชาตกรวด)</p>	<p>ไปรษณีย์ธรรมดาหรือผ่านบริษัทขนส่ง นีมี่เส็ง ค่าขนส่งขึ้นอยู่กับลูกค้าโดยดูจากปริมาณที่สั่งซื้อและราคา และมีบริการส่งชาขนาดซองเล็กลูกค้า ชิมฟรี</p> <p>3. Website</p> <p>4. พ่อค้าคนกลางรับสินค้าไปขายที่ร้าน ขายของที่ระลึก เช่น วัตร่องซุ่น</p> <p>5. ขายส่งในประเทศ ตามปริมาณและรสชาติที่ลูกค้าสั่ง โดยไม่ได้ติดตราหือของทางร้าน</p> <p>6. ใบชาวังพุดตาล - ร้านในสนามบิน จังหวัดเชียงราย</p> <p>7. ส่งออกต่างประเทศ เช่น ได้วัน</p>	<p>ทางไปรษณีย์ธรรมดาหรือผ่านบริษัทขนส่ง</p> <p>3. Website</p> <p>4. พ่อค้าคนกลางรับสินค้าไปขายที่ร้าน ขายของที่ระลึกในต่างจังหวัด และกทม.</p> <p>5. ขายส่งในประเทศ ตามปริมาณและรสชาติที่ลูกค้าสั่ง โดยไม่ได้ติดตราหือของทางร้าน</p> <p>6. ขายส่งต่างประเทศ มีทั้งส่งออก โดยตรงและรวมกลุ่มกับผู้ขายรายอื่น</p> <p>- ใบชาสุวิรุฬห์ ส่วนใหญ่ขายส่งได้วัน</p> <p>- ใบชาอุยฟง ได้วัน (ลูกค้าติดต่อมาเอง) ญี่ปุ่น (ต้องการทั้งชาอู่หลงและชาอัสสัม) และจีน</p>

ลักษณะของการประกอบธุรกิจ	กลุ่มผู้ประกอบการชา		
	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาในรูปวัตถุดิบ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่งในประเทศ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่งต่างประเทศ
11. ปัญหาที่พบจากช่องทางจัดจำหน่ายและวิธีแก้ปัญหา	สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อ - สินค้ากิ่งสำเร็จรูป ไม่พบปัญหา เนื่องจากเมื่อผลิตชาเสร็จแล้วจะมีการตรวจสอบโดยวัดความชื้นและชงชิม ดูสีและกลิ่น และทำการส่งให้ลูกค้าเพื่อทดสอบคุณภาพตัวอย่างตามวันที่ผลิต ถ้าคุณภาพไม่ผ่านการทดสอบจะทำการตรวจสอบจากวันผลิตว่าเกิดจากเครื่องจักรหรือเกิดจากการคั่ว สินค้าจะขายเป็นสินค้าตกเกรด	การส่งไปรษณีย์ หากซองบรรจุชาแตก ทางร้านยินดีที่จะส่งสินค้าเปลี่ยนให้ หรือจะแนะนำให้ลูกค้ารับประทานของที่แตกก่อนหรือเก็บในขวดโหล	1. การส่งไปรษณีย์ หากซองบรรจุชาแตก ทางร้านยินดีที่จะส่งสินค้าไปเปลี่ยนให้ หรือจะแนะนำให้ลูกค้ารับประทานของที่แตกก่อนหรือเก็บในขวดโหล 2. ถ้าเป็นลูกค้ารายใหญ่จะมีการแนบซองสำรองไปกับการจัดส่งเพื่อให้ลูกค้านำไปบรรจุใหม่แทนซองที่เสียหาย
12. การส่งเสริมการขาย		1. มีการลดราคาขายหน้าร้าน 2. ลดราคา 30 % เมื่อสั่งซื้อทางไปรษณีย์ 3. มีของแถมให้ลูกค้าช่วงปีใหม่	1. โฆษณาทางวิทยุ ออกงานแสดงสินค้า และลูกค้าบอกปากต่อปาก

ลักษณะของการประกอบ ธุรกิจ	กลุ่มผู้ประกอบการชา		
	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาในรูปวัตถุดิบ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่งใน ประเทศ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่ง ต่างประเทศ
13. การประชาสัมพันธ์	<p>กลุ่มผลิตชาวาปี</p> <p>1. งานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น OTOP</p> <p>2. หนังสือพิมพ์นำประวัติร้านไปตีพิมพ์ เช่น ชิมวาปี</p> <p>สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อ - เคยแสดงสินค้าที่เมืองทองธานีแต่ประสบปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทาง</p>	<p>1. งานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น OTOP เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดี เพราะสินค้าต้องมีการชิม</p> <p>2. Website</p> <p>3. รายการทีวีมาถ่ายทำ</p> <p>4. หน่วยงานขอติดต่อเยี่ยมชมโรงงาน</p> <p>5. ส่งชาประกวด เช่น งาน OTOP</p> <p>6. แผ่นพับ (brochure)</p>	<p>1. งานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น OTOP เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดี เพราะสินค้าต้องมีการชิม</p> <p>2. Website</p> <p>3. รายการทีวีมาถ่ายทำ</p> <p>4. หน่วยงานขอติดต่อเยี่ยมชมโรงงาน</p> <p>5. ส่งชาประกวด เช่น งาน OTOP</p> <p>6. แผ่นพับ (brochure)</p>
14. ความจงรักภักดีต่อสินค้า		<p>1. ลูกค้าคนไทยที่เคยซื้อชาจากร้านไปแล้วจะโทรกลับมาสั่งชาที่ร้าน โดยจะบอกชื่อประเภทชาที่ต้องการซื้อ</p> <p>2. นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ซื้อครั้งเดียว</p>	<p>1. ลูกค้าคนไทยที่เคยซื้อชาจากร้านไปแล้วจะโทรกลับมาสั่งชาที่ร้าน โดยจะบอกชื่อประเภทชาที่ต้องการซื้อ</p> <p>2. ลูกค้าจากต่างประเทศติดต่อมาเองจากอินเทอร์เน็ต</p>

ลักษณะของการประกอบ ธุรกิจ	กลุ่มผู้ประกอบการชา		
	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาในรูป วัตถุดิบ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่งใน ประเทศ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่ง ต่างประเทศ
15. การส่งออก	<p>กลุ่มผลิตชาวาปี - สินค้ากิ่งสำเร็จรูป ขนาด 10 กิโลกรัม ไปได้หัววัน สหกรณ์ชาบ้านแม่หม้อ</p> <p>1. ส่งออกผ่านตัวแทนไปประเทศ ญี่ปุ่น โดยบริษัทญี่ปุ่นส่งคนมา โรงงาน 3 ครั้งต่อปีเพื่อตรวจการ ปลูกชาแบบอินทรีย์</p> <p>2. ปีพ.ศ. 2550 ส่งออกไปจีน 70 กว่าตันโดยชาวจีนมาติดต่อขอซื้อเอง</p>	<p>ใบชาจรรยา</p> <p>1. ลูกค้าที่เปิดร้านอาหารที่ประเทศ ญี่ปุ่นสั่งซื้อไปบริการลูกค้าในร้านอาหาร</p> <p>2. ใบชาสดพันธุ์อัสสัมมาทำชาแดงเส้น ส่งออกไปจีน</p> <p>สหกรณ์สวนชาดอยตุง</p> <p>1. เยอรมัน ประสานงานผ่านโครงการ พัฒนาดอยตุง โดยติดตราหยี่ห้อตัวเอง ส่ง ครั้งละประมาณ 1 ตันกว่า ปีหนึ่ง ประมาณ 3 ตัน</p> <p>ทุกผู้ประกอบการ</p> <p>1. ส่งออกไปจีนและได้หัววันโดยส่งผ่าน พ่อค้าคนกลางที่จีนหรือได้หัววัน ก่อน ส่งออกไปได้หัววัน</p>	<p>ใบชาสุวิรุฬห์</p> <p>1. ส่งออกสินค้ากิ่งสำเร็จรูปไป ได้หัววัน ญี่ปุ่นและจีน (ลูกค้าติดต่อมาเอง)</p> <p>ใบชาอุยฟง</p> <p>1. ร้อยละ 60 - 70 ของปริมาณผลผลิต 100 กว่าตันส่งออก (ชาอู่หลง)</p> <p>2. ส่งออกไปได้หัววัน ประมาณ 8,000 – 9,000 กก. มียอดส่งเดือนละ 2 - 3 ตู แต่ มีส่งประมาณ 1 ตู</p>

ลักษณะของการประกอบ ธุรกิจ	กลุ่มผู้ประกอบการ		
	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาในรูป วัตถุดิบ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่งใน ประเทศ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่ง ต่างประเทศ
16. การขนส่งเพื่อการส่งออก	1. จัดส่งทั้งดำเนินการโดยตรงและ รวมกลุ่มกับผู้ขายรายอื่น	1. จัดส่งทั้งดำเนินการโดยตรงและ รวมกลุ่มกับผู้ขายรายอื่น	ไบชาสุวิรุฬห์ 1. จัดส่งทั้งดำเนินการโดยตรงและ รวมกลุ่มกับผู้ขายรายอื่น ไบชาอุยฟง 1. ส่งออกสินค้ากิ่งสำเร็จรูป เป็นกล่อง ไม่ติดตราयीห่อกล่องละ 18 กิโลกรัม ไป ไต้หวัน ขนส่งจากเชียงรายไปท่าเรือ คลองเตย แหลมฉบับส่งออกค่าใช้จ่ายเอง รวมถึงค่าเช่าตู้เย็น ประมาณ 5 องศา เวลาการขนส่งประมาณ 1 สัปดาห์ถึง ไต้หวัน

ลักษณะของการประกอบ ธุรกิจ	กลุ่มผู้ประกอบการชา		
	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาในรูป วัตถุดิบ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่งใน ประเทศ	ผู้ผลิตและจำหน่ายชาปลีกและส่ง ต่างประเทศ
17. ปัญหาอื่น ๆ	<p>1. เคยติดต่อขายสินค้าสำเร็จรูปให้กับอุตสาหกรรม เช่น บริษัท โออิชิ แต่ไม่สามารถขายได้เนื่องจากต้องผ่านพ่อค้าคนกลางและได้รับการแจ้งคุณภาพชาไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ</p>	<p>1. เคยติดต่อขายสินค้าสำเร็จรูปให้กับอุตสาหกรรม เช่น บริษัท โออิชิ แต่ไม่สามารถขายได้เนื่องจากต้องผ่านพ่อค้าคนกลางและได้รับการแจ้งคุณภาพชาไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ</p> <p>2. การตัดราคาขายจากซาราคาถูกเนื่องจากลูกค้าไม่ทราบความแตกต่างของสินค้า</p> <p>3. อยากให้มีราคากลาง และมีกรรวมกลุ่มของผู้ประกอบการชาในจังหวัดเชียงราย</p> <p>ใบชาจรรยา</p> <p>1. เคยส่งสินค้าไปขายที่ได้วันแต่ติดปัญหาลูกค้าไม่เปิด L/C</p> <p>2. ปัญหาตัดคุณภาพและรสชาติของชา โดยจะขอลดราคาสินค้า</p>	<p>ใบชาชุยพง รับซื้อใบชาสดจากแหล่งอื่นในกรณีที่มีปริมาณผลผลิตใบชาสดไม่พอ</p>

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและวิกฤต ของผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ชาเชียงราย (SWOT analysis)

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ ซึ่งช่วยผู้บริหาร กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร

จุดเด่นหรือจุดแข็ง (Strengths, S) หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสม จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล บริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

จุดด้อยหรือจุดอ่อน (Weaknesses, W) หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหาเหล่านั้น

โอกาส (Opportunities, O) หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน นักการตลาดที่ดีจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

ภาวะวิกฤต (Threats, T) หมายถึง วิกฤต ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

จากการดำเนินโครงการฯ ที่ผ่านมาและลักษณะของการประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงรายจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการชา (ตารางที่ 6.1) สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และวิกฤตของผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ชา โดยธุรกิจผู้ประกอบการชาจังหวัดเชียงรายส่วนหนึ่งในการศึกษา ซึ่งโครงการฯ จะได้นำเสนอผู้ประกอบการ และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อนำผลการวิเคราะห์หาแนวทางการดำเนินการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาต่อไป

จุดแข็ง (Strength)

1. มีพื้นที่และความเหมาะสมทางภูมิศาสตร์ในการปลูกชา
2. มีชาพันธุ์อัสสัมซึ่งเป็นชาพันธุ์ท้องถิ่น
3. ผลผลิตเพิ่มขึ้นทุกปีและได้รับการส่งเสริมการปลูกชาจากจังหวัด
4. มีแรงงานเกษตรกรที่มีคุณภาพ

5. มีพื้นฐานการคมนาคมเชื่อมโยงกับประเทศในแถบภูมิภาคทั้งทางบกและทางเรือ

จุดอ่อน (Weakness)

1. สินค้าขาดเอกลักษณ์ และไม่ติดตราสินค้า ยากต่อการจดจำ
2. ต้องพึ่งพาเทคโนโลยี เครื่องจักร และผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศในกระบวนการผลิต แปรรูป และการบรรจุภัณฑ์
3. ผู้ประกอบการประสบปัญหาเงินทุนในการจัดซื้อเครื่องจักร อุปกรณ์ในกระบวนการผลิต
4. กระบวนการควบคุมการผลิตไม่ได้มาตรฐาน คุณภาพของสินค้าไม่สม่ำเสมอ
5. พื้นที่เพาะปลูกกระจัดกระจาย การควบคุมคุณภาพทำได้ลำบาก
6. เกษตรกรขาดความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐาน
7. ผู้ประกอบการขาดการประสานงานในการกำหนดมาตรฐานสินค้าให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
8. ขาดการเชื่อมโยงในการนำสินค้าไปสู่ผู้บริโภคทั้งตลาดในและนอกประเทศ
9. สินค้าราคาตกต่ำจากคุณภาพการผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานและปัญหาพ่อค้าคนกลาง

โอกาส (Opportunity)

1. โอกาสในการพัฒนาสายพันธุ์ชาใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพเหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น
2. ตลาดมีความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ
3. สามารถนำทรัพยากรที่มีมาพัฒนาและใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยว

ภาวะวิกฤต (Threat)

1. สินค้าเป็นสินค้าบริโภคเฉพาะกลุ่ม
2. สินค้าขาดความเชื่อมั่นจากลูกค้าต่างประเทศ
3. สินค้าจากประเทศจีนเข้าสู่ไทยมากขึ้นจากการเปิดการค้าเสรี
4. การเพาะปลูกชาสามารถปลูกได้ในประเทศเวียดนามซึ่งจะเป็นคู่แข่งของชาไทยจากการเปิดการค้าเสรี