

บทที่ 4

ผลการศึกษา

1. ศักยภาพชุมชนของการปลูกเลี้ยง

สภาพทั่วไป

พื้นที่ตำบลป่าแป๋ อยู่ห่างจากจังหวัดเชียงใหม่ 73.47 กิโลเมตร ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของอำเภอแม่แตง ห่างจากตัวอำเภอ 32 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทางจากจังหวัดเชียงใหม่ 1 ชั่วโมง 26 นาที มีพื้นที่ที่รับผิดชอบครอบคลุม 13 หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 1 บ้านป่ายางหนาด หมู่ที่ 2 บ้านปางมะกล้วย หมู่ที่ 3 บ้านผาแดง หมู่ที่ 4 บ้านป่าแป๋ หมู่ที่ 5 บ้านแม่เลา หมู่ที่ 6 บ้านปางลั่น หมู่ที่ 7 บ้านแม่ไคร้ หมู่ที่ 8 บ้านแม่สะแสะ หมู่ที่ 9 บ้านแม่แม่ม หมู่ที่ 10 บ้านแม่ น้ำแฉ่ม หมู่ที่ 11 บ้านท่าผา หมู่ที่ 12 บ้านกัวกล้วย-ปางมะโอ หมู่ที่ 13 บ้านขุนห้วยพระเจ้า

ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่ตำบลป่าแป๋ อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง อุทยานแห่งชาติสุเทพ-ปุย และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าแม่เลา-แม่สะแสะ มีพื้นที่ 323 ตารางกิโลเมตร (202,358 ไร่) ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขา มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์ พื้นที่ โดยทั่วไปอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางระหว่าง 800-1,500 เมตร และเป็นบริเวณที่ลาดต่ำลงมาถึงระดับค่อนข้างราบเรียบ ร้อยละ 30

พื้นที่ตำบลป่าแป๋มีแหล่งน้ำธรรมชาติ ประกอบด้วย ลำห้วย 30 สาย ได้แก่ น้ำแม่แรม ห้วยแม่หลวง ห้วยพระเจ้าน้อย ห้วยป่าแป๋ ห้วยปี่ ห้วยกองซาก และห้วยต้นขนุน มีบึงและหนอง 8 แห่ง น้ำพุร้อน 1 แห่ง แหล่งน้ำที่สร้างขึ้น ได้แก่ ฝายน้ำล้นขนาดเล็กเพื่อใช้ในการเกษตร จำนวน 10 แห่ง และบ่อน้ำตื้น จำนวน 320 แห่ง

พื้นที่ตำบลป่าแป๋อยู่ในชั้นคุณภาพลุ่มน้ำชั้น 2 ร้อยละ 54 อยู่ในชั้นคุณภาพลุ่มน้ำ 1A ร้อยละ 41 และที่เหลืออยู่ในชั้นคุณภาพลุ่มน้ำ 1B ร้อยละ 5 ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์ (โซน C) ร้อยละ 97 เป็นป่าดิบเขาและมีสภาพป่าอุดมสมบูรณ์



ภาพที่ 4.1 ลักษณะภูมิประเทศของพื้นที่ตำบลป่าแป๋

การคมนาคม

ตำบลป่าแป๋ มีถนนสายแม่มาลัย-ปาย เป็นถนนสายหลักของตำบล นอกจากนั้นยังมีถนนสายเชื่อมระหว่างตำบลป่าแป๋กับอำเภอสะเมิงที่หมู่ที่ 2 และหมู่ที่ 1 มีถนนในความรับผิดชอบของกรมทางหลวง จำนวน 1 สาย สภาพถนนลาดยาง จำนวน 1 สาย ระยะทาง 42 กิโลเมตร และถนนในความรับผิดชอบของท้องถิ่น จำนวน 29 สาย สภาพถนนคอนกรีต จำนวน 13 สาย ระยะทาง 10.5 กิโลเมตร สภาพถนนลาดยาง จำนวน 3 สาย ระยะทาง 3.2 กิโลเมตรและสภาพถนนลูกรัง จำนวน 13 สาย ระยะทาง 32 กิโลเมตร

สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

ประชากร ตำบลป่าแป๋มี 13 หมู่บ้าน มีประชากร 2,449 คนครัวเรือน ประชากรรวมจำนวน 6,157 คน จำแนกเป็นชาย 3,171 คน และหญิง 2,986 คน ส่วนใหญ่เป็นคนเมือง คือ ร้อยละ 60 ที่เหลือเป็นชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง ร้อยละ 30 และเผ่าลีซอ ร้อยละ 10 มีสมาชิกในครัวเรือน เฉลี่ย 5 คน

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลด้านประชากรตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

หมู่บ้าน	หมู่ที่	จำนวนครัวเรือน	จำนวนประชากร		
			ชาย	หญิง	รวม
ปายางหนาด	1	201	287	255	542
ปางมะกล้วย	2	364	418	418	836
ผาแดง	3	179	169	178	347
ป่าแป๋	4	267	287	307	594
แม่เลา	5	310	321	321	642
ปางลั่น	6	161	185	171	356
แม่ไคร้	7	113	176	155	331
แม่สะละ	8	188	265	255	520
แม่แม่ม	9	159	248	180	428
แม่น้ำแหม	10	44	64	55	119
ท่าผา	11	178	233	226	459
กัวกล้วย-ปางมะโอ	12	125	243	209	452
ขุนห้วยพระเจ้า	13	158	275	256	531
รวม		2,449	3,171	2,986	6,157

การศึกษา

ตำบลป่าแป๋มีโรงเรียนระดับประถมศึกษา จำนวน 3 แห่ง โรงเรียนระดับมัธยมศึกษา(ขยาย-โอกาส) จำนวน 3 แห่ง และมีที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้านครบทั้ง 13 หมู่บ้าน จำนวน 13 แห่ง พบว่าประชาชนส่วนใหญ่จบระดับประถมศึกษา ร้อยละ 60 จบระดับ มัธยมศึกษา ร้อยละ 20 จบระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาโท ร้อยละ 3 และไม่จบระดับประถมศึกษา ร้อยละ 17

การสาธารณสุข

1. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพชุมชนประจำตำบล 1 แห่ง
2. ร้านขายยาแผนปัจจุบัน 1 แห่ง
3. อัตราการมีและใช้ห้องน้ำราดน้ำ ร้อยละ 95

หน่วยธุรกิจชุมชน

1. ร้านค้าทั่วไป จำนวน 40 แห่ง
2. โรงสีข้าวขนาดเล็ก จำนวน 4 แห่ง
3. ปิมน้ำมันหลอด จำนวน 14 แห่ง

หน่วยงานความปลอดภัยในชุมชน

1. สถานีตำรวจประจำตำบล จำนวน 1 แห่ง
2. ชุดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ตำรวจบ้าน)
3. อปพร. สังกัด อบต.ป่าแป๋

หน่วยด้านโทรคมนาคม

1. ที่ทำการไปรษณีย์ จำนวน 1 แห่ง
2. โทรศัพท์สาธารณะ จำนวน 28 แห่ง
3. บริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 แห่ง

การประกอบอาชีพ

ประชากรของตำบลป่าแป๋ ส่วนใหญ่ประมาณ ร้อยละ 80 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม คือ การทำสวนเมี่ยง(ชา) โดยมีพื้นที่ปลูกประมาณ 10,000 ไร่ รองลงมาคือการทำสวน ผสมผสาน โดยปลูกลูกกระมาศ (มะแขว่น) ลิ้นจี่ มะม่วง และกาแฟอาราบิก้า มีพื้นที่ประมาณ 2,000 ไร่ การทำน้ำประมาณ 1,500 อาชีพ เสริม คือ รับจ้าง หาของป่า และการผลิตสินค้าโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น การทำไม้กวาดจากดอกหญ้าและการทอผ้าชาวเขา

ตารางที่ 4.2 ปฏิทินการปลูกพืชของเกษตรกร

พืชเศรษฐกิจ	ช่วงเดือน
เมี่ยง	เมษายน-พฤศจิกายน
มะแขว่น	กรกฎาคม-พฤศจิกายน
กาแฟอาราบิก้า	มกราคม,พฤศจิกายน,ธันวาคม
ลิ้นจี่	พฤษภาคม-กรกฎาคม
ไม้กวาด	มกราคม-พฤศจิกายน
เลี้ยงสัตว์	มกราคม-พฤศจิกายน

รายได้

ประชาชนมีรายได้บุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 3,600 บาท หรือ คิดเป็นรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อปีจำนวน 48,000 บาท

การถือครองที่ดิน

ประชาชนในพื้นที่ตำบลป่าแป๋ส่วนใหญ่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ในการถือครองพื้นที่เนื่องจากเป็นพื้นที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า มีเพียงร้อยละ 30 ที่มีเอกสารสิทธิ์ในพื้นที่อยู่อาศัย คือ สท.1

การใช้ประโยชน์ที่ดิน

สภาพการใช้ประโยชน์ที่ดินส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าดิบเขา มีพื้นที่ 32.58 ตารางกิโลเมตร หรือ 20,362 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 88.95 รองลงมาคือไร่หมุนเวียน-ไร่หมุนเวียนผสม 1.66 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,037 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.53 และใช้ประโยชน์จากที่ดินป่าดิบแล้ง-ไร่หมุนเวียน ไร่หมุนเวียน-สวนสน หมู่บ้าน ไร่หมุนเวียน และสวนสน คิดเป็น ร้อยละ 2.91, 1.58, 1.40, 0.41 และ 0.23 ตามลำดับ

แหล่งเงินทุน

ประชาชนตำบลป่าแป๋ อาศัยแหล่งเงินทุนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, องค์การบริหารส่วนตำบลป่าแป๋, สหกรณ์ป่าแป๋จำกัด, กองทุนกขคจ., กองทุนเงินล้าน, กลุ่มสตรีแม่บ้าน และกลุ่มสัจกร (บ้านปางมะเกลือหมู่2)

การรวมกลุ่มของเกษตรกร

เกษตรกรมีการรวมกลุ่มต่างๆ ได้แก่ กลุ่มแปรรูปใบชา(หมู่ 2 และ หมู่ 4) กลุ่มผู้ผลิตไม้กวาด (หมู่ 2, 3 และ 5) และกลุ่มออมทรัพย์ (กลุ่มสัจกร) (หมู่ที่ 2) วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดภัย บ้านปางมะเกลือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านปางมะเกลือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตน้ำดื่มบ้านปางมะเกลือ

ผลผลิตทางการเกษตร

1. เมียง
2. ลูกกระมาศ (มะแขว่น)
3. ลิ้นจี่
4. กาแฟอราบิก้า
5. การเลี้ยงสัตว์

แหล่งท่องเที่ยว

ตำบลป่าแป๋มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้แก่

1. น้ำพุร้อนโป่งเดือด
2. น้ำตกปางลัน
3. ทิวไร่บ้านแม่สะ
4. ชมหมู่บ้านชาวเขา (กะเหรี่ยง, ลีซอ)
5. จุดชมวิวม่อนอังเกตุ
6. อุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง

ปัญหา อุปสรรค และศักยภาพของชุมชนตำบลป่าแป๋

ตารางที่ 4.3 ปัญหา อุปสรรค และศักยภาพของชุมชนตำบลป่าแป๋

	ปัญหา	ความต้องการ
ด้านเศรษฐกิจ	1) ประชาชนในพื้นที่ตำบลป่าแป๋ประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นหลัก มีรายได้ไม่แน่นอนจากการผลิตเมี่ยงซึ่งเป็นพืชหลัก 2) พืชอื่นๆ ได้แก่ มะแขว่น ลิ้นจี่ กาแฟอราบิก้า และมะม่วง ยังไม่มีตลาดรองรับชัดเจน 3) ผลผลิตทางการเกษตรยังไม่มีคุณภาพ สม่่าเสมอเนื่องจากขาดความรู้ในการบำรุงรักษา และการแปรรูป รวมทั้งการทำการเกษตรก็ไม่สามารถทำได้ตลอดทั้งปีและไม่มีพื้นที่เหมาะสม และสภาพพื้นที่ขาดแคลนน้ำในช่วงฤดูแล้ง	1) ประชาชนต้องการให้หน่วยงานต่างๆ เข้าไปส่งเสริมการเกษตรและการตลาด โดยการให้ความรู้และสนับสนุนการปลูกพืชใหม่ที่เหมาะสมกับพื้นที่ เช่น การแปรรูปชาเมี่ยงที่ตรงกับความต้องการตลาด และการผลิตเมล็ดกาแฟอราบิก้าที่มีคุณภาพซึ่งเกษตรกรมีการปลูกอยู่เดิม บางแล้ว การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรดั้งเดิมให้มีตลาดรองรับ เช่น เมี่ยงและมะแขว่น
ด้านสังคม	1) ประชาชนในพื้นที่ตำบลป่าแป๋ยังมีหนี้สินทั้งในระบบและนอกระบบ ซึ่งเกิดจากการมีรายได้ไม่แน่นอน 2) ประชาชนในพื้นที่ตำบลป่าแป๋ มีภาวะค่าใช้จ่ายเป็นค่าเล่าเรียนบุตร และเป็นค่าใช้จ่ายในการผ่อนรถจักรยานยนต์ รถยนต์ และเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ในบ้าน 3) ประชาชนในพื้นที่ตำบลป่าแป๋มีปัญหาด้านสุขภาพ เช่น โรคปวดข้อและกระดูกจากการทำเมี่ยง และโรคอื่นๆ ทั่วไป ยังมีห้องน้ำใช้ไม่ครบทุกครัวเรือน และยังมีการแพร่ระบาดของยาเสพติดเนื่องจากเป็นเขตติดต่อกับชุมชนอื่นๆ ได้ง่าย	1) ประชาชนต้องการให้ส่งเสริมการประกอบอาชีพโดยยึดแนวเศรษฐกิจพอเพียง 2) วางรากฐานการส่งเสริมการประกอบอาชีพแก่เยาวชนเพื่อให้มีอาชีพรองรับในอนาคต รวมทั้งต้องการให้จัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่เพื่อให้บริการแก่ชุมชนที่อยู่ห่างไกล และส่งเสริมกิจกรรมกีฬาแก่เยาวชน
ด้านสิ่งแวดล้อม	1) พื้นที่ตำบลป่าแป๋มีปัญหาเรื่องขาดแคลนน้ำเพื่อการอุปโภคและบริโภคและทำการเกษตรในช่วงฤดูแล้ง 2) ความชัดเจนของพื้นที่อยู่อาศัยและที่ทำกินเนื่องจากทับซ้อนอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า มีการชะล้างพังทลายในพื้นที่ลาดชัน มีการตัดไม้ทำลายป่า 3) เรื่องขยะและมลภาวะทางอากาศจากโรงงานผลิตชาและถนนเชื่อมระหว่างหมู่บ้านยังมีสภาพไม่ดีไม่สะดวกต่อการเดินทางและทำให้ผลผลิตได้รับความเสียหาย จากการขนส่ง	1) ชุมชนต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนการพัฒนาแหล่งน้ำรวมถึงการจัดระบบ การจัดการน้ำให้มีประสิทธิภาพ การสำรวจและวางแผน 2) ชุมชนต้องการให้ภาครัฐทำการแบ่งเขตที่ดินของประชาชนให้ชัดเจน การปลูกหญ้าแฝกในพื้นที่ลาดชันต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปให้ความรู้และติดตามตรวจสอบและแก้ไข ปัญหาเรื่องขยะและมลภาวะ 3) ต้องการให้สร้างหรือปรับปรุงถนนเชื่อมระหว่างหมู่บ้านให้สามารถใช้เดินทางได้สะดวกตลอดปี

2. การวิเคราะห์ด้านการผลิต ชาเมืองในพื้นที่ ปี พ.ศ. 2549-2560

ตารางที่ 4.4 ปัญหา อุปสรรค และศักยภาพของชุมชนตำบลป่าแป๋

รายการ	ปี 2549	ปี 2560
1. ต้นทุนผันแปร	4,615.9	5,077.49
1.1 ค่าแรงงาน	3,686.8	4,055.491
ดูแลรักษา	448.77	493.647
เก็บเกี่ยว	3,238	3,561.844
1.2 ค่าวัสดุ	607.05	667.755
ค่าปุ๋ยคอก	128.43	141.273
ค่าปุ๋ยเคมี	151.24	166.364
ค่ายาปราบศัตรูพืชและวัชพืช	136.96	150.656
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	4.26	4.686
ค่าวัสดุเกษตรและวัสดุสิ้นเปลือง	183.64	202.004
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร	2.5	2.75
1.3 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน	322.04	354.244
2. ต้นทุนคงที่	799.61	879.571
ค่าเช่าที่ดิน	469.81	516.791
เสื่อมอุปกรณ์การเกษตร	31.77	34.947
ค่าดอกเบี้ยเงินลงทุนเครื่องมืออุปกรณ์	2.05	2.255
ต้นทุนก่อนให้ผล	295.98	325.578
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	5415.5	5,957.061
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม	9.67	10.637
5. ผลผลิตต่อไร่(ใบสด)	560	616

การอนุรักษ์และพัฒนาห่วงโซ่อุปทานชาเมืองเมืองเหนือ เพื่อสนองพระราชดำรินโยบายอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ มีกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้ชุมชนเกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์พันธุ์ชาเมืองในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากชาเมืองที่ตรงกับความต้องการของตลาด โดยมีกรอบแนวคิดในการดำเนินงานดังแสดงตามภาพที่ 2.4 โดยแบ่งกระบวนการดำเนินงานออกเป็น 3 ส่วนตามหลักโซ่แห่งคุณค่า (Value chain) โดยการทำงานจะมีกิจกรรมย่อยทั้งหมด 5 กิจกรรมดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ “ชุมชนอนุรักษ์พันธุ์ชาเมืองพื้นเมือง”

กิจกรรมการจัดเวทีเพื่อพัฒนาเครือข่ายการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่และกลุ่มประชาชนในพื้นที่ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ในการหารือร่วมกันในการ พัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ “ชุมชนอนุรักษ์พันธุ์ชาเมืองพื้นเมือง”



ภาพที่ 4.2 การจัดเวทีพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ “ชุมชนอนุรักษ์พันธุ์ผึ้งพื้นเมือง”

กิจกรรมที่ 2 จัดเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เครือข่ายชุมชน

กิจกรรมการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เครือข่ายมีความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมด้านวิชาการของสถาบันการศึกษาผ่านกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน จากการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ปัญหาในการผลิตผึ้งซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจในพื้นที่ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ และได้เกิดความร่วมมือกันระหว่างนักวิชาการและชาวบ้านในการหาแนวทางในการพัฒนากระบวนการผลิตผึ้งในพื้นที่



ภาพที่ 4.3 เวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เครือข่ายชุมชน

กิจกรรมที่ 3 การพัฒนารูปแบบการใช้ประโยชน์จัดการทรัพยากรชุมชน

กิจกรรมที่ 3.1 สำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลระบบการปลูกและดูแลรักษาพันธุ์ชาเมี่ยง ข้อมูลทั่วไปของชาเมี่ยงในเขตตำบลป่าแป๋

ชาเมี่ยงในเขตตำบลป่าแป๋ส่วนใหญ่เป็นไม้ยืนต้นที่มีการปลูกตั้งแต่ดั้งเดิมและมีการสืบทอดการเกษตรกรรมมาจนถึงชั่วลูกชั่วหลาน ชาเมี่ยงจึงมีการเจริญเติบโตตามธรรมชาติ โดยปกติแล้วชาเมี่ยงจะมีความสูงเฉลี่ยเท่ากับ 10-15 เมตร แต่ในเขตพื้นที่ป่าแป๋ ชาเมี่ยงจะถูกเกษตรกรตัดแต่งให้เป็นพุ่มสูงประมาณ 1.0-1.5 เมตร เพื่อสะดวกในการเก็บใบชาเมี่ยง ชาเมี่ยงเป็นพืชกึ่งร้อน สามารถเจริญเติบโตและปรับตัวเองได้ดีในเขตพื้นที่สูงทางบริเวณภาคเหนือตอนบน ซึ่งมีสภาพพื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 200-2,000 เมตร ความลาดชันไม่ควรเกิน 45 องศา อากาศเย็นประมาณ 25-30 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ประมาณ 70-90 เปอร์เซ็นต์ และปริมาณความต้องการน้ำฝนอยู่ในช่วง 1,500 – 2,500 มิลลิเมตร (จากการสำรวจ, 2560)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสายพันธุ์ชาเมี่ยง ชาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ อ้างอิงจากงานวิจัย (สายลม และคณะ, 2551)

1) กลุ่มพันธุ์ชาอัสสัม (*Camellia sinensis* var. *assamica*) มีใบขนาดใหญ่ ชาอัสสัมสามารถแบ่งเป็น 5 สายพันธุ์ย่อย คือ

ก. พันธุ์อัสสัมใบจาง (Light-leaved Assam jat) ต้นมีขนาดเล็ก ยอดและใบมีสีเขียวอ่อน ลักษณะใบเป็นมันวาว ขอบใบหยักแบบจักฟันเลื่อย เป็นพันธุ์ที่อ่อนแอ ให้ผลผลิตต่ำและคุณภาพไม่ดี เมื่อนำมาทำชาจนมีสีน้ำตาล

ข. พันธุ์อัสสัมใบเข้ม (Dark-leaved Assam jat) ยอดและใบมีสีเขียวเข้ม ใบนุ่มเป็นมัน มีขนปกคลุม ขอบใบหยักแบบจักฟันเลื่อย เป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงและมีคุณภาพดี เมื่อนำมาทำชาจีน มีสีดำ

ค. พันธุ์มานิปุรี (Manipuri jat) เป็นพันธุ์ที่แข็งแรง ให้ผลผลิตสูง ใบมีสีเขียวเข้มเป็นประกาย ขอบใบหยักแบบฟันเลื่อย ทนแล้งได้ดี ให้ชาที่มีคุณภาพปานกลาง

ง. พันธุ์พม่า (Burma jat) ใบมีสีเขียวเข้ม มันวาว ใบแก่มีสีเขียวแกมน้ำเงิน ใบมีรูปไข่ ขนาดปานกลาง ขอบใบหยักแบบฟันเลื่อย ทนต่อสภาพแวดล้อมได้ดีมาก ให้ชาที่มีคุณภาพปานกลาง

จ. พันธุ์ลูไช (Lushai jat) ขอบใบหยักลึก ปลายใบเห็นได้ชัดเจน

2) กลุ่มพันธุ์ชาจีน (*Camellia sinensis* var. *sinensis*) ขนาดใบเล็กที่สุด ชาสายพันธุ์จีนนั้นนำเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น จีน และไต้หวัน ปลูกมากในจังหวัดเชียงราย ลักษณะการปลูกเป็นระบบของการเกษตรที่ทันสมัย มีระบบการจัดการดูแลสวนเป็นอย่างดี ลักษณะการเพาะปลูกชาเหล่านี้มักเป็นแบบขั้นบันได เช่น บนดอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย ส่วนในพื้นที่ราบมักปลูกเป็นแถวที่มีระยะห่างสม่ำเสมอ การตัดแต่งกิ่งมักทำเป็นประจำ เพื่อให้เกิดการแตกยอดชาและเพื่อความสะดวกต่อการเก็บเกี่ยวผลผลิต

3) กลุ่มพันธุ์ชาเขมร (*Camellia sinensis* var. *indo-china*) ลักษณะลำต้นเดี่ยว สูงประมาณ 5 เมตร ใบแข็งเป็นมัน ใบยาว ขอบใบหยักแบบฟันเลื่อย แผ่นใบม้วนงอเป็นรูปคล้ายตัววี ก้านใบสีแดง ในฤดูแล้งใบมีสีแดงเรื่อ ๆ ยอดอ่อนรสฝาดจัด มีแทนนินสูง ทนแล้งได้ดี

ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ชาเมียงในเขตตำบลป่าแป๋มีลักษณะดังนี้ อ้างอิงจาก (กรมวิชาการเกษตร, 2559)

ต้นชา เป็นไม้ยืนต้นขนาดเล็ก สูงประมาณ 30 ฟุต ทรงพุ่มเป็นรูปกรวย

ระบบราก ต้นชาที่เพาะจากเมล็ดจะมีรากแก้ว และมีรากฝอยหาอาหาร รากชาจะมีการสะสมของคาร์โบไฮเดรตในรูปของแป้ง ซึ่งการแตกยอดใหม่(flushing)ของต้นชา จะขึ้นกับการสํารองคาร์โบไฮเดรตในราก โดยทั่วไปต้นชาที่งอกจากเมล็ดจะมีรากหยั่งลึกในดินเฉลี่ยประมาณ 1.5 เมตร แต่อาจมีความยาวถึง 3 เมตร หรือมากกว่าก็ได้ขึ้นอยู่กับชนิดของต้นชาและสภาพดิน

ใบ เป็นใบเดี่ยว การจัดเรียงตัวของใบเป็นแบบสลับ 1 ใบต่อ 1 ช่อ โดยพัฒนาจากตาที่มุมใบ ขอบใบหยักแบบฟันเลื่อย ปลายใบแหลม แผ่นหนา หน้าใบเป็นมัน ใบยาวประมาณ 7-30 เซนติเมตร ใต้ใบมีขนอ่อนปกคลุม ปากใบมีมากบริเวณใต้ใบ ชาอัสสัมจะมีใบสัณฐานขนาดใหญ่ ส่วนชาจีนมีใบแคบ และสีค่อนข้างคล้ำกว่าชาอัสสัม

ดอก จะเกิดออกมาจากตาระหว่างลำต้นกับใบ มีทั้งดอกเดี่ยวและดอกช่อ เป็นดอกสมบูรณ์เพศ มีทั้งเกสรตัวผู้และตัวเมียในดอกเดียวกัน

ผล เป็นแคปซูล(capsule) เปลือกหนาสีน้ำตาลอมเขียว แบ่งเป็น 3 ช่อง ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 1.5-2.0 เซนติเมตร จากเริ่มติดผลถึงผลแก่ใช้เวลาประมาณ 9-12 เดือน เมื่อผลแก่เต็มที่ ผลจะแตกทำให้เมล็ดหล่นลงดิน



ภาพที่ 4.4 ลักษณะของใบ ลำต้น และยอดชาเมียง ณ ตำบลป่าแป๋ อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่

กิจกรรมที่ 3.2 ศึกษาแบบการขยายพันธุ์จากแปลงปลูกชาเมียงของเกษตรกร

1) วิธีการขยายพันธุ์ชาเมียง

จากการสำรวจพื้นที่ป่าชุมชนในพื้นที่พบว่า เกษตรกรไม่นิยมในการขยายพันธุ์ชาเมียง โดยอาศัยเฉพาะผลผลิตจากต้นชาเมียงที่มีอยู่เดิมในพื้นที่ จากการทำการศึกษารูปแบบการขยายพันธุ์ชาเมียงที่เกษตรกรบางรายเคยดำเนินการมาจะเป็นการขยายพันธุ์ตามความรู้ด้านการเกษตร โดยเกษตรกรผู้ปลูกชาเมียงในเขตพื้นที่ตำบลป่าแป๋ส่วนใหญ่มีการขยายพันธุ์ชาเมียง 3 วิธี ได้แก่

(1) วิธีการเพาะเมล็ด

เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้บริเวณพื้นที่อยู่อาศัยบางส่วนจัดทำเป็นโรงเรือน หรือแปลงเพาะเมล็ดพันธุ์ชาเมียง มักเป็นที่โล่งแจ้งแสงแดดส่องได้ทั่วถึง มีการระบายน้ำได้ดี สะดวกในการ

กำจัดวัชพืชในแปลงเพาะ เตรียมแปลงเพาะให้มีขนาดกว้าง 1.0-1.5 เมตร เพื่อสะดวกในการทำงาน ความยาวของแปลงเพาะประมาณ 10 เมตร หรือตามขนาดของโรงเรือน โดยทำเป็นกระบะสูง 70 เซนติเมตร แล้วใส่ทรายหยาบลงในกระบะ ประมาณ 50 เซนติเมตร เกลี่ยให้เรียบ แล้วโรยเมล็ดพันธุ์ ลงไปเกลี่ยให้สม่ำเสมอ กดเมล็ดลงไปบนทราย หรือวางเมล็ดเรียงเป็นแถวระยะระหว่างแถวประมาณ 5-6 เซนติเมตร ระยะห่างระหว่างเมล็ดประมาณ 4 เซนติเมตร แล้วกลบด้วยวัสดุเพาะหนาประมาณ 10 เซนติเมตรเกลี่ยให้เรียบ วัสดุเพาะอาจใช้ถ่านกลบ ถ่านกลบผสมทรายหรือถ่านกลบผสมขุยมะพร้าวอัตราส่วน 1 : 1

ในช่วงเมล็ดยังไม่ออกควรคลุมแปลงเพาะด้วยตาข่ายพรางแสงประมาณ 70-80% เพราะช่วงนี้ยังไม่มีแสงจำเป็นต้องใช้แสงมาก การให้น้ำควรให้เช้า-เย็นอย่างสม่ำเสมอทั่วแปลงเพาะ แต่อย่าให้แฉะ หลังจากนั้นต้นชาจะงอกภายใน 30 วัน



ภาพที่ 4.5 แปลงเพาะต้นกล้าชาเมืองที่ได้จากการเพาะเมล็ด ณ ตำบลป่าแป๋ อ.แม่แตง จ. เชียงใหม่

การดูแลรักษาต้นกล้าชา ในช่วงที่เมล็ดชายังไม่ออกควรกำจัดวัชพืชในแปลงอยู่ เสมอ หลังจากเพาะเมล็ดไปแล้ว 30 วัน เมล็ดชาจะเริ่มงอกเป็นต้นชาโผล่พ้นวัสดุเพาะ และมีใบจริง 2-3 ใบ ใบมีขนาดยาวประมาณ 2 เซนติเมตร กว้าง 1 เซนติเมตร ลักษณะใบที่ดีจะไม่งอหรือแหงน เมื่อต้นชาอายุ 40-45 วันหลังงอกก็สามารถย้ายต้นกล้าไปชำลงถุงได้ โดยก่อนการถอนชำ 1 สัปดาห์ ควรให้ปุ๋ยทางใบ (ปุ๋ยยูเรีย สูตร 46-0-0) เพื่อเร่งการเจริญเติบโต และจะทำให้ต้นกล้าชามีลำต้น แข็งแรง พืชตัวง่าย การถอนย้ายกล้าชาให้ใช้มือจับโคนต้นกล้าชา ดึงขึ้นมาตรง ๆ เมื่อถอนออกมาแล้ว ให้ตัดรากชาออกให้เหลือประมาณ 2-3 นิ้ว วัดจากโคนต้นถึงปลายรากแล้วล้างให้สะอาดก่อนนำไป แช่น้ำยากันเชื้อรา แช่เฉพาะรากนาน 5 นาที จากนั้นนำกล้าชาขึ้นมาวางเรียงไว้ในตะกร้าพลาสติก เพื่อสะดวกต่อการขนย้ายไปชำต่อไป

การเตรียมถุงชำ ให้ใช้ถุงพลาสติกดำขนาด 2 x 10 นิ้ว วัสดุเพาะชำให้ใช้ดินที่มี ความอุดมสมบูรณ์ของธาตุอาหารพอสมควร ไม่มีวัชพืชปะปน ย่อยดินให้ละเอียดผสมกับกลบให้เข้า กันในอัตราส่วน ดิน : กลบ คือ 5 : 1 เพื่อให้ดินร่วนระบายน้ำได้ง่าย จากนั้นกรอกดินให้เต็มถุง นำ ต้นกล้าชามาชำในถุง โดยใช้ไม้ปลายแหลมเจาะวัสดุเพาะชำในถุงเป็นรูลึกพอที่จะนำต้นกล้าชาใส่ลง ไปได้ นำต้นกล้าชาใส่ลงในถุง ใช้ไม้หรือมือกดดินรอบโคนต้นกล้าในถุงชำให้แน่น เมื่อชำเสร็จแล้วให้ รดน้ำตามทันที ต้นกล้าที่ถอนไว้ควรชำลงถุงในเสร็จภายในวันเดียว หลังจากชำเสร็จแล้วให้ไปวางเรียง

ในโรงเรือนเพาะขยายพันธุ์กล้าชำเมียงที่เตรียมไว้ อาจใช้ไม้กั้นเป็นคอกแปลง ขนาดที่เหมาะสมคือ กว้าง 1.2 เมตร ยาว 10 เมตร มีทางเดินระหว่างแปลง 50 เซนติเมตร เพื่อสะดวกในการดูแลและควรให้น้ำ 1-2 วัน/ครั้ง เพื่อไม่ให้วัสดุเพาะชำในถุงแห้ง

(2) วิธีการขยายพันธุ์โดยการปักชำ

การขยายพันธุ์โดยการปักชำ เป็นวิธีการขยายพันธุ์ที่ให้ลักษณะตรงตามสายพันธุ์เดิม เหมาะสำหรับขยายพันธุ์ชาพันธุ์ดี หรือพันธุ์ชาจีน เนื่องจากการขยายพันธุ์ด้วยเมล็ดมีอัตราการกลายพันธุ์สูง การปักชำนิยมใช้วิธีการปักชำส่วนใบของชาที่มีแผ่นใบ ก้านใบ และกิ่ง หรือลำต้นที่มีส่วนของตาติดอยู่ด้วย

กิ่งพันธุ์ที่เหมาะสมในการนำมาขยายพันธุ์ต้องเป็นกิ่งที่สมบูรณ์ไม่อ่อนหรือแก่เกินไป โดยสังเกตดูจากสีของเปลือกควรมีสีน้ำตาลและเขียว กิ่งพันธุ์ชาที่ตัดยอดแล้วยังไม่สามารถนำไปปักชำในแปลงได้ แต่ต้องเก็บไว้ในที่เย็นชื้น เช่น ถุงพลาสติกพรมน้ำ และควรปักชำภายใน 48 ชั่วโมง

แปลงเพาะชำ ควรมีขนาดกว้าง 1-1.5 เมตร วัสดุที่ใช้เพาะควรมีค่า pH ไม่เกิน 5.5 และมีอินทรีย์วัตถุน้อย ซึ่งวัสดุเพาะชำที่เหมาะสมที่สุด คือ ดินแดง (red soil)

วิธีการชำ ทำโดยตัดกิ่งชาให้มีความยาวประมาณ 6-8 เซนติเมตร มี 1 ใบ และ 1 ข้อ สำหรับชาอัสสัม หรือ 1 ใบ 2 ข้อ สำหรับชาจีน (ตัดใบออกครึ่งหนึ่ง เพื่อลดการคายน้ำ) แล้วนำมาจุ่มฮอร์โมนเร่งราก เพื่อช่วยให้การออกรากของกิ่งปักชำเร็วและสม่ำเสมอมากขึ้น นำกิ่งชำปักลงในแปลงเพาะ หรือชำในถุงพลาสติก แล้วใช้พลาสติกใสคลุมแปลงเพาะชำเป็นอุโมงค์เพื่อช่วยเพิ่มความชื้นสัมพัทธ์ ลดการสูญเสียน้ำจากใบ

ในเรือนเพาะชำควรมีความชื้นสัมพัทธ์ไม่น้อยกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ การให้น้ำควรให้ 2 วันต่อครั้ง หรือวันละครึ่ง หลังชำประมาณ 3-4 เดือน หรือเมื่อกิ่งชำแตกยอดเกิดใบจริง 2-3 ใบ แล้วให้นำถุงพลาสติกคลุมแปลงออก เพาะจนอายุ 10-12 เดือน หรือจนต้นสูงประมาณ 15-20 เซนติเมตร ก็สามารถย้ายลงปลูกในแปลงได้ โดยช่วงก่อนย้ายลงปลูก 2 สัปดาห์ ควรตัดยอดเพื่อกระตุ้นให้ต้นแตกกิ่งข้าง ทำให้ทรงพุ่มแผ่ขยายออก

(3) การขยายพันธุ์จากการขุดเก็บต้นกล้าในแปลงปลูก

การขยายพันธุ์โดยขุดเก็บจากแปลงปลูก เป็นวิธีการที่ลดขั้นตอนและได้ต้นกล้าที่มีความสมบูรณ์แข็งแรง เนื่องจากต้นกล้าสามารถเจริญเติบโตได้ในสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตามการขุดเก็บนั้นต้องอาศัยความชำนาญ และต้องเก็บต้นกล้าในแปลงที่มีสภาพเป็นป่าตามธรรมชาติที่มีการรบกวนของเมล็ดพันธุ์ชาเมียง และมีการเจริญเติบโต ซึ่งส่วนใหญ่เกษตรกรจะมีแปลงที่ปล่อยไว้ตามธรรมชาติแยกออกจากบริเวณที่มีการทำเกษตรกรรมตามปกติ เพื่อไว้เก็บพันธุ์ไว้ปลูกต่อไป



ภาพที่ 4.6 การเก็บต้นกล้าพันธุ์ชาเมี่ยงจากสวน ณ ตำบลป่าแป๋ อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่

2) กิจกรรมการสร้างโรงเรือนผลิตและเก็บรวบรวมต้นกล้าพันธุ์ชาเมี่ยง

เนื่องจากชาวบ้านในชุมชนป่าแป๋มีพื้นที่ในการปลูกชาเมี่ยงเป็นจำนวนมาก ดังนั้นทางโครงการฯ จึงได้ขอความร่วมมือกับทางโรงเรียนป่าแป๋วิทยา เพื่อเป็นโรงเรียนนำร่องในการผลิตและรวบรวมกล้าพันธุ์ชาเมี่ยง โดยเป็นการสร้างความตระหนักให้แก่นักเรียนในโรงเรียน ในการสานต่อการอนุรักษ์พันธุ์กรรมชาเมี่ยงให้คงอยู่ในพื้นที่ต่อไป โดยผลการดำเนินงานทางคณะทำงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ รวมถึงครูและนักเรียนได้ร่วมกันรวบรวมต้นกล้าได้เป็นจำนวน 1,500 ต้น เพื่อเป็นต้นทุนในการดำเนินกิจกรรมปลูกจิตสำนึก และขยายผลไปยังโรงเรียนในเขตการดูแลของ องค์การบริหารส่วนตำบลป่าแป๋ต่อไป



ภาพที่ 4.7 การสร้างโรงเรือนผลิตและเก็บรวบรวมต้นกล้าพันธุ์ชาเมี่ยง



ภาพที่ 4.7 การสร้างโรงเรือนผลิตและเก็บรวบรวมต้นกล้าพันธุ์ชาเมือง (ต่อ)

3) กิจกรรมการปลูกจิตสำนึกในการปกป้องรักษาทรัพยากรชาเมือง

เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกับทางโรงเรียนป่าแป๋วิทยา ซึ่งเป็นโรงเรียนที่เป็นหนึ่งใน 2,500 แห่ง ที่เป็นสมาชิกสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนที่อยู่ในโครงการของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี อีกทั้งให้นักศึกษาจากคณะเทคโนโลยีการเกษตรมีส่วนร่วมในการปลูกต้นชาเมืองจำนวน 1,000 ต้น ในพื้นที่ของ รร.ป่าแป๋วิทยา เพื่อส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ต้นพันธุ์ชาเมืองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 4.8 กิจกรรมการปลูกจิตสำนึกในการปกป้องรักษาทรัพยากรชาเมือง

4) กิจกรรมสรุปผลการดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมชาเหมียงร่วมกับโรงเรียนป่าแป๋วิทยา

ทีมงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้ร่วมสรุปผลการดำเนินโครงการกับทางโรงเรียนป่าแป๋วิทยา โดยมีนักศึกษาจากคณะเทคโนโลยีการเกษตรมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะ และได้แนวทางการขยายผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 4.9 การสรุปผลการดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมชาเหมียงร่วมกับโรงเรียนป่าแป๋วิทยา

3. การศึกษาและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ชาเหมียงแปรรูปผลผลิตจากชาเหมียง

โครงการนี้ได้ทำการศึกษาระบบการผลิตเหมียงของสถานประกอบการ 3 แห่งที่ยินยอมเข้าร่วมโครงการซึ่งมีรายชื่อดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 รายชื่อสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

สถานประกอบการ	ชื่อโรงงาน	ชนิดผลิตภัณฑ์
สถานประกอบการแห่งที่ 1	ผู้ประกอบการสุทัศน์ ปินตาจันทร์	เหมียง
สถานประกอบการแห่งที่ 2	ผู้ประกอบการสมพงษ์ ธงนาค	เหมียง
สถานประกอบการแห่งที่ 3	ผู้ประกอบการรุ่งโรจน์ คำแดง	ชาเหมียง

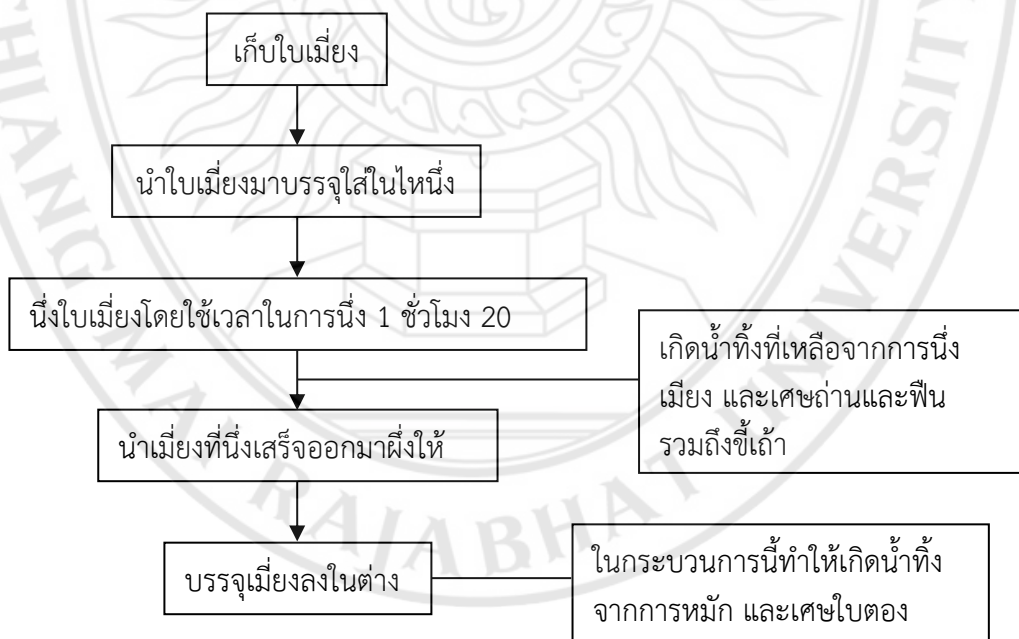
สถานประกอบการแห่งที่ 1

1) ข้อมูลพื้นฐาน ผู้ประกอบการสุทัศน์ ปินตาจันทร์ มีคนงานทั้งหมด 1 คน ผลิตเหมียงจำนวน 136,000 ก้อนต่อปี หรือประมาณ 800 ต่อก้อนต่อปี โดยนำวัตถุดิบใบเหมียงมาจากสวนของตนเองคิดเป็นร้อยละ 40 และรับซื้อจากชาวบ้านในพื้นที่อีกร้อยละ 60 มีรายได้จากการขายเหมียงเป็นเงิน 272,000 บาทต่อปี มีแผนผังของโรงงานดังในภาพที่ 4.10 กระบวนการผลิตเหมียงในสถานประกอบการแห่งนี้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนใช้เวลาทั้งหมดประมาณ 2-3 วัน ในการดำเนินการผลิตตั้งแต่ขั้นที่ 1 ถึง 5 ดังแสดงไว้ใน ภาพที่ 4.11

โซนพื้นที่บรรจุแป้งลงในต่าง		พื้นที่สำหรับเก็บ แป้งที่บรรจุลงต่าง เสร็จแล้ว
พื้นที่สำหรับการนึ่ง แป้ง	ประตู	

ภาพที่ 4.10 แผนผังของสถานประกอบการแห่งที่ 1

ขั้นแรกเริ่มจากการเก็บใบแป้ง โดยแป้งที่จะเก็บมาใช้ประโยชน์ได้ต้องมีอายุตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไป การเก็บใบแป้งจะเลือกเก็บใบลำดับที่ 3-5 จากยอด ดังภาพที่ 4.12 เมื่อเก็บใบแป้งได้จำนวนหนึ่งกำมือใช้ตอกมัดตึง ภาพที่ 4.13 เมื่อได้ใบแป้งตามที่ต้องการแล้วนำใบแป้งมาบรรจุใส่ในไหหนึ่ง นำไหที่บรรจุใบแป้งไปตั้งบนเตาแล้วจุดไฟให้ความร้อนโดยจะใช้เวลาในการนึ่งประมาณ 1 ชั่วโมง 20 นาที ภาพที่ 4.14 เมื่อนึ่งเสร็จแล้วนำแป้งออกจากไผ่ผึ่งให้เย็น พอแป้งเย็นแล้วก็นำแป้งบรรจุลงในต่างโดยใช้ใบตองกล้วยรองข้างในต่าง 1 ต่างจะบรรจุแป้งได้ 170 ก้อน ดังภาพที่ 4.15 สำหรับการบริโภคแป้งถ้าใครชอบแป้งที่มีรสฝาดสามารถบริโภคหลังจากการบรรจุลงต่างได้ทันที แต่ใครที่ชอบแป้งที่มีรสเปรี้ยวต้องรอให้ครบ 1 เดือนหลังจากการบรรจุลงต่างถึงจะบริโภคได้



ภาพที่ 4.11 กระบวนการผลิตแป้งของสถานประกอบการแห่งที่ 1



ภาพที่ 4.12 เก็บใบเมี่ยง ใบที่ 3-5 จากยอด



ภาพที่ 4.13 เก็บใบเมี่ยงได้กำมือแล้วมัดด้วยตอก



ภาพที่ 4.14 นำเมี่ยงที่บรรจุในไหไปนึ่ง



ภาพที่ 4.15 เมี่ยงที่นึ่งเสร็จแล้วบรรจุลงในต่าง

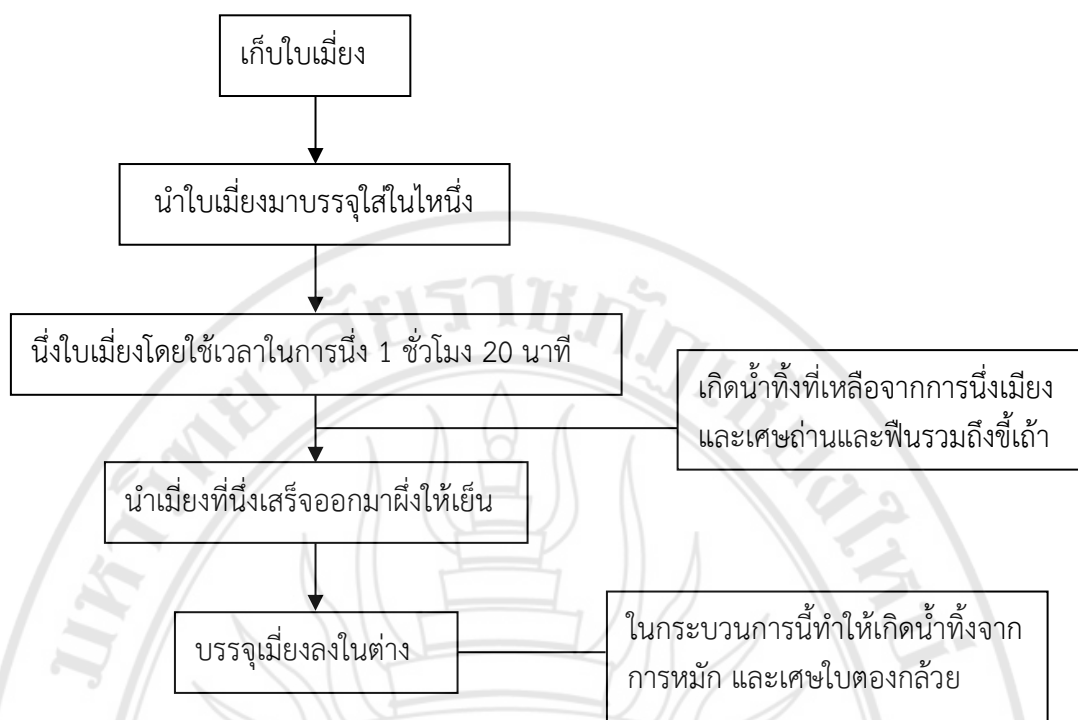
สถานประกอบการแห่งที่ 2

1) ข้อมูลพื้นฐาน ผู้ประกอบการสมพงษ์ ธงนาค มีคนงานทั้งหมด 1 คน ผลิตเมี่ยงจำนวน 34,000 ก้อนต่อปี หรือประมาณ 200 ต่างต่อปี โดยนำวัตถุดิบใบเมี่ยงมาจากสวนของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 30 และรับซื้อจากชาวบ้านในพื้นที่อีกร้อยละ 70 มีรายได้จากการขายเมี่ยงเป็นเงิน 68,000 บาทต่อปี มีแผนผังของโรงงานดังในภาพที่ 4.16 กระบวนการผลิตเมี่ยงในสถานประกอบการแห่งนี้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนใช้เวลาทั้งหมดประมาณ 2-3 วัน ในการดำเนินการผลิตตั้งแต่ขั้นที่ 1 ถึง 5



ภาพที่ 4.16 แผนผังของสถานประกอบการแห่งที่ 2

ขั้นแรกเริ่มจากการเก็บใบเมี่ยง โดยเมี่ยงที่จะเก็บมาใช้ประโยชน์ได้ต้องมีอายุตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไป การเก็บใบเมี่ยงจะเลือกเก็บใบลำดับที่ 3-5 จากยอด เมื่อเก็บใบเมี่ยงได้จำนวนหนึ่งกำมือใช้ตอกมัดตึง เมื่อได้ใบเมี่ยงตามที่ต้องการแล้วนำใบเมี่ยงมาบรรจุใส่ในไหหนึ่ง นำไหที่บรรจุใบเมี่ยงไปตั้งบนเตาแล้วจุดไฟให้ความร้อนโดยจะใช้เวลาในการนึ่งประมาณ 1 ชั่วโมง 20 นาที เมื่อนึ่งเสร็จแล้วนำเมี่ยงออกจากไผึ่งให้เย็น พอเมี่ยงเย็นแล้วก็นำเมี่ยงบรรจุลงในต่างโดยใช้ใบตองกล้วยรองข้างในต่าง 1 ต่างจะบรรจุเมี่ยงได้ 170 ก้อน สำหรับการบริโภคเมี่ยงถ้าใครชอบเมี่ยงที่มีรสฝาดสามารถบริโภคหลังจากการบรรจุลงต่างได้ทันที แต่ใครที่ชอบเมี่ยงที่มีรสเปรี้ยวต้องรอให้ครบ 1 เดือนหลังจากการบรรจุลงต่างถึงจะบริโภคได้



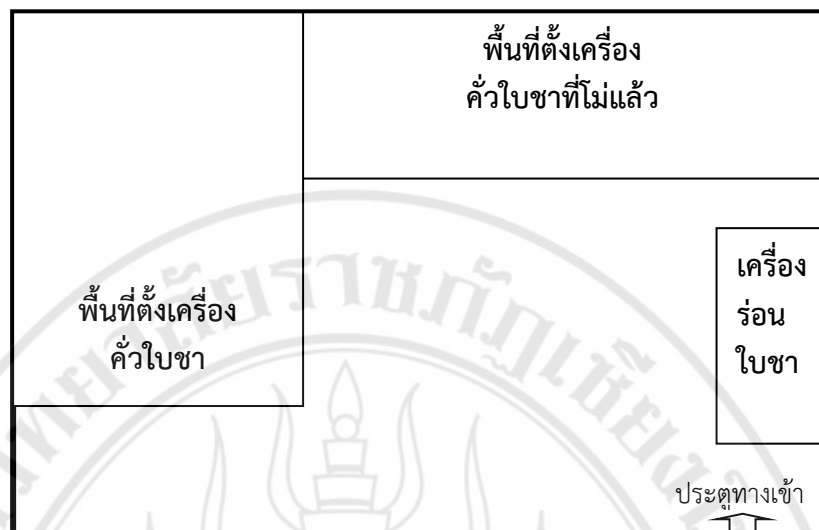
ภาพที่ 4.17 กระบวนการผลิตเมี่ยงของสถานประกอบการแห่งที่ 2



ภาพที่ 4.18 เมี่ยงที่นึ่งเสร็จแล้วบรรจุลงในต่าง

สถานประกอบการแห่งที่ 3

1) ข้อมูลพื้นฐาน ผู้ประกอบการ รุ่งโรจน์ คำแดง มีคนงานทั้งหมด 3 คน ผลิตชาเมี่ยง โดยนำวัตถุดิบใบเมี่ยงมาจากสวนของตนเองคิดเป็นร้อยละ 30 และรับซื้อจากชาวบ้านในพื้นที่อีกร้อยละ 70 มีรายได้จากการขายเมี่ยงเป็นเงินประมาณ 350,000 บาทต่อปี มีแผนผังของโรงงานดังในภาพที่ 4.19 กระบวนการผลิตเมี่ยงในสถานประกอบการแห่งนี้ประกอบด้วย 7 ขั้นตอนใช้เวลาทั้งหมดประมาณ 2-3 วัน ในการดำเนินการผลิตตั้งแต่ขั้นที่ 1 ถึง 7 ดังแสดงไว้ใน



ภาพที่ 4.19 แผนผังของสถานประกอบการแห่งที่3

ขั้นแรกเริ่มจากการเก็บใบเมี่ยง โดยเมี่ยงที่จะเก็บมาใช้ประโยชน์ได้ต้องมีอายุตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไป การเก็บใบเมี่ยงจะเลือกเก็บใบเมี่ยงที่แก่ แล้วนำมาตากแดดเป็นเวลา 3 วัน นำใบเมี่ยงที่ตากเสร็จมาคั่วโดยใช้เวลาประมาณ 30 นาที จากนั้นนำใบเมี่ยงไปโม่ นำใบเมี่ยงที่ผ่านการโม่มาคั่วอีกครั้ง ประมาณ 1 ชั่วโมง จากนั้นนำมาผึ่งให้เย็นแล้วร่อนโดยใช้ตะแกรงร่อนที่ขนาดต่างกันตามที่ต้องการ

4. การวิเคราะห์ทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ชาหม่อนนางเกตุ

การวิเคราะห์โมเดลธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการเมี่ยงในการผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรจากชาหม่อนนางเกตุโดยใช้ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ดังนี้

1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments: CS)

กลุ่มลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ชาหม่อนนางเกตุ คือ กลุ่มคนชื่นชอบดื่มชาร้อยละ 60 และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนร้อยละ 20 กลุ่มนักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 20

2) คุณประโยชน์/คุณค่าที่โดดเด่นของสินค้า (Value Proposition: VP)

เครื่องดื่มสมุนไพรจากชาหม่อนนางเกตุ ของกลุ่มผู้ประกอบการเมี่ยงมีคุณประโยชน์หรือคุณค่าที่โดดเด่น คือ ใช้รับประทานเพื่อเพิ่มความอบอุ่นกับร่างกาย ใช้รับประทานกับอาหารว่างประเภทอื่นได้ และใบชาเมี่ยงที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบได้รับมาตรฐาน GAP

3) ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Channels: CH)

ช่องทางการนำเครื่องดื่มสมุนไพรจากชาหม่อนนางเกตุ ไปวางจำหน่ายในตลาด ได้แก่ ร้านค้าของตัวแทนจัดจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ร้านกาแฟ และการออกบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ

4) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships: CR)

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของผลิตภัณฑ์ชาหม่อนนางเกตุ การสอบถามโดยตรงกับลูกค้า และการติดตามสอบถามผ่านทางโทรศัพท์กับลูกค้า

5) รายได้หลัก (Revenue Streams: RS)

รายได้หลักของผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกิดมาจากการขายผลิตภัณฑ์ชาเมืองคิดเป็นร้อยละ 100 โดยขนาดและราคาของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาเมือง ขายในลักษณะเป็นกล่องขนาด 11 กรัมบรรจุ 10 ซีน ราคา 100 บาท

6) ทรัพยากรหลักของธุรกิจ (Key Resources: KR)

ด้านทรัพยากรหลักของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกิดประกอบด้วยทรัพยากรที่มีอยู่ ได้แก่ ที่ดิน เตาอบ โรงเรือน อุปกรณ์การผลิตสำหรับผลิตชาเมือง และแรงงานในครัวเรือน ส่วนทรัพยากรที่ต้องมี ได้แก่ เงินทุน ซึ่งประกอบด้วย กุ๊ยมร้อยละ 80 และเงินทุนกลุ่มร้อยละ 20 ชาเมือง ใบ และอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์

7) กิจกรรมหลักของธุรกิจ (Key Activities: KA)

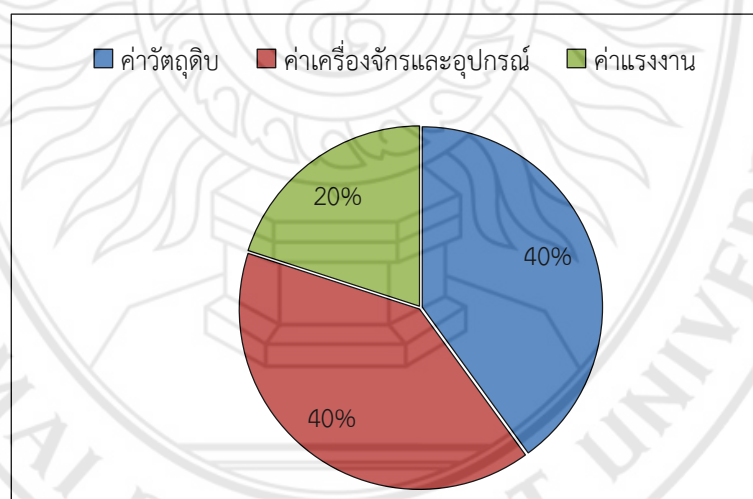
สำหรับกิจกรรมหลักเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ ได้แก่ การแปรรูปจากชาเมือง การพัฒนารสชาติเครื่องดื่ม และจำหน่ายสินค้าเองและขายช่องทางจำหน่าย

8) พันธมิตรหลัก (Key Partners: KP)

สำหรับพันธมิตรหลัก คือ กลุ่มเกษตรกรที่ผลผลิตจากชาเมืองและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการตลาด

9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure: CS)

ต้นทุนของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกิดที่ใช้ในการผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรจากชา ประกอบด้วย ค่าแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 20 ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 40 และค่าวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 40 (แสดงดังภาพที่ 4.20) ทั้งนี้ เงินทุนที่ใช้มาจากการกู้ยืมและเงินทุนส่วนตัว รวมถึงจากการสนับสนุนหน่วยงานทางภาครัฐและสถาบันการศึกษา



ภาพที่ 4.20 โครงสร้างต้นทุนของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกิด

ทั้งนี้ แม่แบบ Business Model Canvas แสดงดังภาพที่ 4.21 และผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโมเดลธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกิดด้วย SWOT Analysis สามารถสรุปได้ดัง ตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 สภาพแวดล้อมของโมเดลธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยง

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าจากวิทยาศาสตร์ 2. สามารถเก็บไว้รับประทานได้นาน 3. วัตถุดิบที่ใช้มีการรับจากมาตรฐาน GAP	1. กลุ่มมีความรู้การใช้เทคโนโลยีในการผลิตน้อย 2. ขาดการบริหารกลุ่มที่เป็นระบบ สินค้าที่ผลิตไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน
โอกาส	อุปสรรค
1. พื้นที่ใกล้เคียงเป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว ซื้อหาสินค้าเป็นของฝากอยู่เสมอ โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวที่เครื่องต้มสมุนไพรจากชาเมี่ยงอาจเป็นสินค้าที่มีความต้องการ 2. มีหน่วยงานรัฐสนับสนุนในเรื่องการรับรองมาตรฐานสินค้า 3. มีสถาบันการศึกษาส่งเสริมการตลาด	1. สินค้าสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย 2. ทักษะคติและความเชื่อของการใช้สารเคมีในการปลูกชาทั่วไปของผู้บริโภคอาจมีผลทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลหรือไม่แน่ใจในวัตถุดิบที่นำมาใช้

8. คู่ค้าหลัก/พันธมิตร (KP) - ร้านตัวแทนจัดจำหน่าย - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการตลาด	7. กิจกรรมหลักของธุรกิจที่ต้องทำเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ (KA) - แปรรูปผลผลิตชาเมี่ยงจากพื้นที่ชุมชน - พัฒนาสินค้าเครื่องดื่มสมุนไพรจากชาเมี่ยงได้รับการรับรองมาตรฐาน - ติดต่อกับตัวแทนจัดจำหน่ายที่ต้องการสินค้าเพื่อวางขายตามสถานที่ต่างๆ	2. คุณประโยชน์/คุณค่าที่โดดเด่นของสินค้า (VP) - รับประทานเพื่อเพิ่มความอบอุ่นกับร่างกาย - สำหรับรับประทานกับอาหารว่างประเภทอื่นได้ - ใช้เป็นวัตถุดิบได้รับมาตรฐาน GAP	4. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CR) - การสอบถามโดยตรงกับลูกค้า - การติดตามสอบถามผ่านทางโทรศัพท์กับลูกค้า	1. กลุ่มลูกค้า (CS) - กลุ่มคนชื่นชอบดื่มชาร้อยละ 80 - กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนร้อยละ 10 และกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่ร้อยละ 10
9. โครงสร้างต้นทุนในการส่งคุณค่าทั้งหมด (CS) - ต้นทุนที่ใช้โดยประมาณ 200,000 บาท รายละเอียดต้นทุน ประกอบด้วย แรงงาน ร้อยละ 20 เครื่องจักร ร้อยละ 10 และวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ ร้อยละ 70 - เงินทุนที่เข้ามาจากเงินทุนที่เข้ามาจากหน่วยงานทางภาครัฐ ธนาคารและระดมเงินทุนจากสมาชิกในกลุ่ม	5. รายได้หลัก (RS) - รายได้หลักมาจากการขายเครื่องดื่มสมุนไพรจาก ร้อยละ 100 - ขนาดและราคาของบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพรผลิตภัณฑชาเมี่ยงตราม่อนนางเกตุขายในลักษณะเป็นกล่องบรรจุ 10 ชิ้น ขนาด 110 กรัม ราคา 300 บาท - คาดการณ์กำไร ร้อยละ 20 ต่อปี			

ภาพที่ 4.21 Business Model Canvas ของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงตราม่อนนางเกตุ

5. แผนกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ

5.1 แหล่งข้อมูลภายในและข้อมูลภายนอกกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ (บ้านปางมะกล้วย)

5.1.1 แหล่งข้อมูลภายใน

1) ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ มีนางอุษณีย์ คำแดง เป็นประธานกลุ่มบ้านปางมะกล้วยเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ หมายเลขโทรศัพท์ 080 - 1230077 มีพื้นฐานวัตถุดิบในพื้นที่ และพื้นที่มีการปลูกชาเมืองกันเป็นส่วนมากจึงได้ให้ความสนใจ คิดค้นการนำเอาผลผลิตชาเมืองมาต่อยอดธุรกิจกลุ่มโดยการนำส่วนต่างๆ ของชาเมืองมาแปรรูป

2) แนวคิดในการดำเนิน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรและผลผลิตชาเมือง สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน สร้างรายได้ให้กับชุมชน สร้างความสามัคคีให้กับชุมชนและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจ

3) ผลิตภัณฑ์เดิม สำหรับผลิตภัณฑ์เดิมที่จำหน่าย คือ ขนมจากชาเมือง และยำใบชา

4) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา สำหรับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาให้กับกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ บ้านปางมะกล้วย คือ เครื่องดื่มสมุนไพรชาเมือง บรรจุในกล่อง 120 กรัม

5.1.2 แหล่งข้อมูลภายนอก

1) สภาวะตลาด แม้หลายคนจะมองว่า “ชาพร้อมดื่ม” เป็นตัวอันตรายที่พร้อมจะทำลายสุขภาพ ด้วยน้ำตาลที่สูงปรี๊ดที่ถูกใส่มาพร้อมกับน้ำชา แต่ก็มีหลายคนเหมือนกันที่มองว่า “ชาพร้อมดื่ม” นี่แหละที่จะมาเป็นวิธีการรวยทางลัด ด้วยการลุ้นของรางวัลจนเกิดวลี “ห่วยชาเขียว” ที่ 2 แบนด์ใหญ่ในตลาดอย่าง “โออิชิ” และ “อิชิตัน” ต่างทุ่มอัดงบการตลาดเพื่อช่วงชิงการเป็น “Number 1” ทั้งๆที่การแข่งขันที่สูงจนเรียกอาจเรียกได้ว่าเป็นสงคราม แต่ในปี 2558 ที่ผ่านมา ตลาดนี้กลับ “ติดลบ” อย่างที่ไม่มีใครหลายคนอยากจะเชื่อตลาดนี้ติดลบแค่ “Value” ขณะที่ “โออิชิ” แบนด์ชาเขียวที่เรียกได้ว่าอยู่มาตั้งแต่ยุคบุกเบิก ได้ให้ความเห็นถึงภาพการ “ติดลบ” ของตลาดนี้ว่า แม้จะติดลบ แต่ก็ยังเป็นเพียงในส่วนของ Value หรือมูลค่า ที่ในปี 2558 ได้ลดลงร้อยละ 2.5 ด้านฟากของ Volume หรือปริมาณ กลับมีอัตราที่เติบโตร้อยละ 0.7 โดยมีเซกเมนต์ชากลิ่นผลไม้ที่สวนกระแสสามารถเติบโตถึงร้อยละ 16 และเซกเมนต์ชาผสมนม ติดลบมากที่สุดถึงร้อยละ 43 ดังนั้นกลยุทธ์ในปี 2559 ของ “โออิชิ” จึงจะหันมาโฟกัส “ชากลิ่นผลไม้” เป็นพิเศษ เน้นจับ “กลุ่มวัยรุ่น” ซึ่งเป็นวัยที่ชอบลองสินค้าใหม่ๆ โดยจะทิ้งเซกเมนต์ชาผสมนมไปเลย สำหรับแคมเปญช่วงซัมเมอร์ซึ่งถือเป็นช่วงที่มียอดขายมากที่สุดของปี “โออิชิ” ตั้งใจงบการตลาดไว้ที่ 200 ล้านบาท โดยตั้งเป้าเติบโตเฉพาะช่วงเวลานี้อยู่ที่ 20 ด้านภาพรวมของตลาดในปี 2559 “โออิชิ” มองว่า “ตลาดชาพร้อมดื่ม” ต้องหันมาพัฒนา “นวัตกรรม” เพื่อสร้างความ “ว้าว” ให้กับผู้บริโภค จะได้เจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ และกระตุ้นตลาดให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง นอกจากนี้ยังต้องสร้าง “Story” ให้แก่ตัวสินค้า โดยตั้งให้ลูกค้ามี “Emotional” ร่วม เพื่อสร้างยอดขายให้กับสินค้าของตัวเอง ด้าน “อิชิตัน” อีกหนึ่งแบรนด์ใหญ่ของตลาด ได้ให้ความเห็นว่า “ตลาดชาพร้อมดื่ม” จะกลับมาเติบโตประมาณร้อยละ 10 ในปีนี้ โดยเป็นผลมาจากกลยุทธ์ปรับไซส์ให้เล็กลงเพื่อเพิ่มความถี่ในการบริโภคของ 2 แบนด์หลักในตลาด นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเรื่องโปรโมชั่น และอากาศที่ร้อนซ้ำ

มาเสริมให้ตลาดมีการขยายตัว โดยมีเซกเมนต์ที่คาดว่าจะเติบโตในปีนี้เป็นคือ กลุ่มพรีเมียมและซูการ์ฟรี ซึ่งจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาเน้นรักษาสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคหลักของตลาดชา ยังคงเป็นวัยรุ่นและวัยทำงานอยู่ สำหรับแคมเปญช่วงซัมเมอร์ของ “อิซิดัน” ได้ตั้งงบการตลาดไว้ที่ ประมาณ 100 – 200 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 100 ล้านบาท เนื่องจากไม่ต้องทุ่มโฆษณาเหมือนที่ ผ่านมา ส่วนหนึ่งคือคนรับรู้อยู่แล้วและค่าโฆษณาถูกลงจากการเน้นในส่วนออนไลน์ ซึ่งในปีนี้ได้ตั้งงบ การตลาดรวมไว้ที่ประมาณร้อยละ 14 จากยอดขายโดยที่ผ่านมา ยอดขายช่วงซัมเมอร์ 4 เดือน (มีนาคม – มิถุนายน) คิดเป็นยอดขายร้อยละ 50 ของยอดขายทั้งปี ทำให้ใน 2559 “อิซิดัน” ได้ตั้ง เป้ายอดขาย ในช่วงนี้ไว้ที่ 2,040 ล้านบาท โตร้อยละ 20 จากปีก่อนซึ่งมีรายได้อยู่ที่ 1,700 ล้านบาท

2) ความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชา เมืองตราม่อนนางเกตุ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นด้านบรรจุภัณฑ์และมีความหลากหลายด้านรสชาติ นอกจากนี้ยังเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่จึงทำให้เกิดโอกาสในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นยังอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบจึงทำให้ได้เปรียบในด้านคุณภาพ

3) ตลาดเป้าหมาย ตลาดเป้าหมาย คือ ผู้ชื่นชอบดื่มชา และนักท่องเที่ยว

5.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาดของผลิตภัณฑ์ชาเมือง

5.2.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด ปัจจุบันทั้งในซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพมีการวางจำหน่ายชาสมุนไพรมากมายหลายยี่ห้อ และหลากหลายประเภท มากยิ่งขึ้น โดยส่วนใหญ่มีแหล่งผลิตจากกลุ่มเกษตรกร และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ประเภทสมุนไพรชนิดอื่นๆ ที่เริ่มมีการนำมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มได้แก่ ดอกคำฝอย หญ้าหนวดแมว มะตูม จับเลี้ยง ชาใบหม่อน รวมถึงกาแฟโบราณ (โอเลี้ยง) และชาดำเย็นไทย โดยการนำมาแปรรูปให้เป็นผงสำเร็จรูปพร้อมชงดื่มได้ทันที ซึ่งใช้เวลาพอสมควรกว่าจะได้สูตรลงตัว รสชาติมาตรฐาน เน้นบรรจุภัณฑ์แบบอนุรักษ์ความเป็นไทย ใช้กระดาษรีไซเคิลมาทำเป็นกล่อง ลดต้นทุนการผลิต ช่วยให้ผู้บริโภคได้ของดีราคาถูก อีกทั้งยังมีความเชื่อมั่นว่าศักยภาพที่มีพร้อมอยู่แล้วน่าจะช่วยให้สินค้าเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภค เน้นในรสชาติ และความหอมของกลิ่นธรรมชาติ ไม่มีการปรุงแต่งกลิ่นและสีด้วยสารเคมี รวมทั้งเป็นสินค้าเกิดจากภูมิปัญญาของคนไทยที่พัฒนาแล้ว

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนารูปแบบของสินค้าให้สอดคล้องกับกระแสมนิยมของตลาด เนื่องจากผู้บริโภคหันกลับมาสู่ความเป็นธรรมชาติมากขึ้น ฉะนั้นยังสร้างความมั่นใจในศักยภาพของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นสำคัญก็คือ กระแสมนิยมเครื่องดื่มที่ใกล้เคียงกับธรรมชาติ และความตื่นตัวที่จะรักษาสุขภาพของตนเอง ท่ามกลางสภาวะมลพิษในปัจจุบัน ทำให้ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เป็นตลาดเล็กๆ และหลายๆ คนมองข้ามไปยังเป็นตลาดที่น่าสนใจทีเดียว

อย่างไรก็ตามการผลักดันให้ตลาดชาสมุนไพรเติบโตมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันผู้ประกอบการในธุรกิจชาสมุนไพรน่าจะมีการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดชาเขียวที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งผู้ผลิตต้องเร่งขยายโรงงานเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตให้ทันกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยประเด็นสำคัญอยู่ที่ยอมรับและเล็งเห็นคุณค่าของชาเขียว ดังนั้นถ้าผู้บริโภคยอมรับและเล็งเห็นคุณค่าของชาสมุนไพรแล้วโอกาสที่ชาสมุนไพรจะเติบโตในลักษณะก้าวกระโดดอย่างชาเขียวก็อาจจะเป็นไปได้เช่นกัน หลายรายที่ขยายผลทำเป็นอาชีพ

5.2.2 แนวโน้มทางการตลาด สำหรับแนวโน้มผลิตภัณฑ์เครื่องต้มชาสมุนไพรในอีก 1-2 ปีข้างหน้า คาดว่าน่าจะขยายตัวได้เฉลี่ยประมาณร้อยละ 5-10 ต่อปี ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยทางการตลาดหลายๆปัจจัย อาทิ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและพื้นที่การจำหน่ายให้กว้างขึ้น และการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าทั้งในด้านของรสชาติขนาดบรรจุและด้านราคา เป็นต้น ประกอบกับกระแสความใส่ใจในสุขภาพของผู้บริโภคที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลให้เครื่องต้มชาสมุนไพรเติบโต

5.2.3 ตลาดเป้าหมาย ตลาดเป้าหมาย คือ ผู้ชื่นชอบดื่มชา และนักท่องเที่ยว

5.2.4 สภาพการแข่งขัน ในปัจจุบันพบว่าผู้ผลิตชาสมุนไพรทั้งรายใหญ่และรายย่อยอยู่จำนวนมากกว่า 200 ราย ซึ่งในจำนวนนี้ก็มีผู้ผลิตรายใหญ่ที่ครองส่วนแบ่งตลาดส่วนมากอยู่เพียงไม่กี่รายเท่านั้น อาทิเช่น บริษัท อิชิตัน บริษัท โออิชิ บริษัท Unsilver เป็นผู้ผลิตชาเขียวและชาสมุนไพรพร้อมดื่ม บริษัท เรนอง ที บริษัท สุวิรุฬหาไทย เป็นผู้ผลิตใบชาอบแห้ง อีกทั้งยังมีผู้ผลิตรายย่อยซึ่งจะผลิตและจำหน่ายในตลาดอีกระดับหนึ่งหรือผลิตเพื่อขายในท้องถิ่นหรือขายเพียงในจังหวัดต่างๆเท่านั้น เมื่อวิเคราะห์จากข้อมูลเบื้องต้นแล้วสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมชาสมุนไพรที่จะส่งผลกระทบต่อกิจการนี้น้อยมาก เนื่องจากกิจการของกลุ่มนี้นั้นจะเจาะกลุ่มตลาดขนาดเล็กตอบสนองความต้องการของผู้ที่อยากได้ผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด จึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีคู่แข่งไม่มาก การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (New Entrants)

จากการที่อุตสาหกรรมนี้มีลักษณะกระจัดกระจาย (Fragmented) ซึ่งเกิดจากการที่ตลาดมีผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่เป็นจำนวนมากในการเข้ามาของคู่แข่ง (Barrier to Entry) ค่อนข้างจะสูง เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินทุนมาก และไม่ต้องมีเทคโนโลยีขั้นสูงในการเข้ามาประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้ ประกอบกับกระแสความนิยมเครื่องต้มชาสมุนไพรมีเพิ่มมากขึ้นในขณะนี้จึงเป็นเหตุให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาเรื่อยๆ ในธุรกิจนี้ ผลคือทำให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างสูง และอาจจะต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆมาช่วยในการแข่งขันอันเป็นเหตุให้ต้นทุนสูงขึ้น

5.2.5 คู่แข่งขัน

- คู่แข่งขันทางตรง คือผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรต่างๆทั้งในรูปแบบอบแห้งและพร้อมดื่ม
- คู่แข่งทางอ้อมคือผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ทดแทนการบริโภคชาสมุนไพรได้ เช่น น้ำดื่ม กาแฟ น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เป็นต้น

5.3 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงตราม่อนนางเกตุ

5.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงตราม่อนนางเกตุ ของกลุ่มบ้านปางมะกล้วย มีเครื่องต้มชาสมุนไพรชาเมี่ยงม่อนนางเกตุ อยู่ในหมวดเครื่องดื่ม โดยเป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นจากกลุ่มเครื่องดื่มทั่วไปที่นำสรรพคุณทางยากำหนดเป็นจุดขาย นอกจากนี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย โดยต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ แสดงดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์เครื่องต้มชาเมืองตราม่อนนางเกตุ

รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวม
ต้นทุนโรงงาน				
เครื่องอบ	1	เครื่อง	50,000.00	50,000.00
เครื่องบดชา	1	เครื่อง	10,000.00	10,000.00
ช้อนตวง	2	อัน	250.00	500.00
ถ้วยตวง	2	อัน	300.00	600.00
ตราซัง	1	อัน	699.00	699.00
ตู้เก็บภาชนะ	1	ตู้	7,000.00	7,000.00
ผ้ากันเปื้อน	3	ชุด	200.00	600.00
เครื่องชั่ง	1	เครื่อง	1,550.00	1,550.00
เครื่องพริกถุง	1	เครื่อง	15,000.00	15,000.00
รวมต้นทุนโรงงาน				85,949.00
ต้นทุนการผลิตเครื่องต้มชาเมือง				
ใบชาเมืองแห้ง	2,000	กิโลกรัม	60.00	120,000.00
ถุงเยื่อกระดาษกรองชาขนาดเล็ก 6 x 5 cm.	208	แพ็ค	125.00	26,000.00
กล่องสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์	20,833	กล่อง	8.00	166,664.00
ถุงมือ	2	ห่อ	19.00	38.00
แรงงานผลิต	2	คน	320.00	38,400.00
รวมต้นทุนการผลิตเครื่องต้มสมุนไพรจากชาเมือง (บาท)				476,102.00
กำลังการผลิตเครื่องต้มสมุนไพรจากชาเมือง (กิโลกรัมต่อปี)				2,500.00
รวมต้นทุนการผลิตเครื่องต้มสมุนไพรจากชาเมือง (บาทต่อกิโลกรัม)				190.44

5.3.2 ด้านราคา (Price)

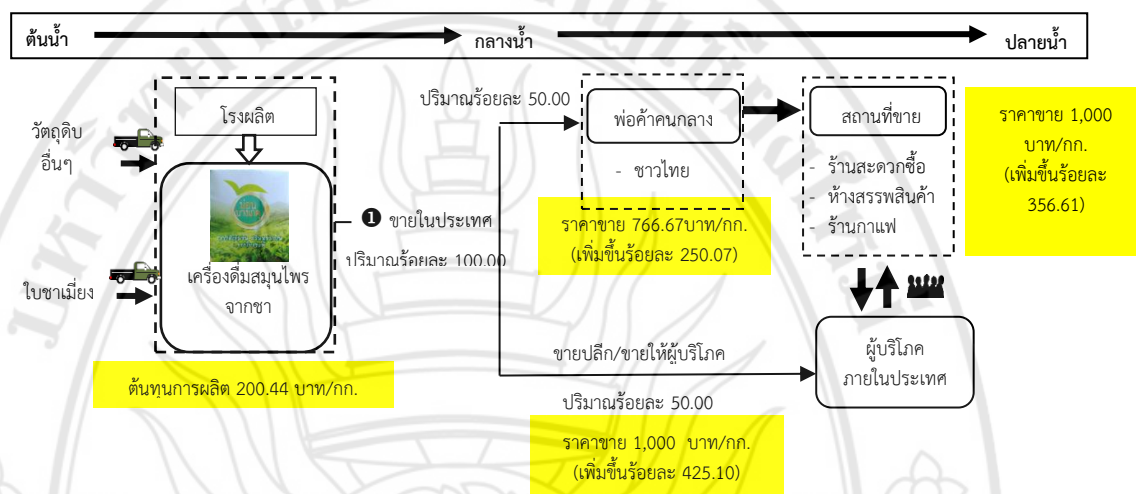
สำหรับราคาขาย ผลตอบแทนสุทธิ และมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องต้มชาเมืองตราม่อนนางเกตุ แสดงดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ราคาขาย ผลตอบแทนสุทธิ และมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ

ผลิตภัณฑ์		เครื่องต้มสมุนไพรจากชาเมือง
น้ำหนักสุทธิ (กรัม)		120
ราคาขายต่อหน่วย	ขายปลีก	120.00
	ขายส่ง	80.00
ราคาขายเฉลี่ย (บาทต่อกิโลกรัม)	ขายปลีก	1,000.00
	ขายส่ง	666.67
ผลตอบแทนสุทธิ ¹ (บาทต่อกิโลกรัม)	ขายปลีก	809.56
	ขายส่ง	476.23
มูลค่าเพิ่มจากการแปรรูป (ร้อยละ)	ขายปลีก	425.10
	ขายส่ง	250.07

5.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สำหรับช่องทางการขาย ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเมืองตราม่อนนางเกตุ มีช่องทางหลักช่องทางเดียว ได้แก่ ขายเฉพาะในตลาดในประเทศ โดยขายส่งให้พ่อค้าคนกลางในประเทศ และขายปลีก/ขายให้ผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งแสดงในแผนผังห่วงโซ่คุณค่า (Mapping Value Chain) ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเมืองตราม่อนนางเกตุ ตามลำดับขั้นตอนตั้งแต่ช่วงต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ในภาพรวมดังภาพที่ 4.22



ภาพที่ 4.22 ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเมือง

สำหรับประมาณการยอดขายของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเมือง ของกลุ่มฯเกษตรกรแปรรูปชาเมือง ในช่วงปี พ.ศ. 2561-2563 แสดงดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การประมาณยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเมืองตราม่อนนางเกตุ

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเมืองตราม่อนนางเกตุ	ปี 2561 (ปริมาณการผลิต 20,833 กล่อง)		ปี 2562 (ปริมาณการผลิต 35,833 กล่อง)		ปี 2563 (ปริมาณการผลิต 46,583 กล่อง)	
	ตลาดในประเทศ		ตลาดในประเทศ		ตลาดในประเทศ	
	ขายส่ง (ร้อยละ 50)	ขายปลีก (ร้อยละ 50)	ขายส่ง (ร้อยละ 50)	ขายปลีก (ร้อยละ 50)	ขายส่ง (ร้อยละ 50)	ขายปลีก (ร้อยละ 50)
ปริมาณผลิตภัณฑ์ (กล่อง)	10,417	10,417	17,917	17,917	23,291	23,291
ปริมาณการขาย	29	347	50	597	65	776
ราคาขายต่อหน่วย	120	80	120	80	120	80
ยอดขายต่อวัน	3,511	-	6,039	-	7,851	-
ยอดขายต่อเดือน (30 วัน)	105,335	27,777	181,178	47,777	235,532	62,111
ยอดขายต่อปี (12 เดือน)	1,264,025	333,328	2,174,137	573,328	2,826,378	745,326
ยอดขายรวมต่อปี	1,597,353		2,747,465		3,571,705	

5.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงตราม่อนนางเกตุ ใช้วิธีการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าสม่ำเสมอและมีการโทรศัพท์หรือ LINE สอบถามกับลูกค้าอยู่เสมอ อีกทั้งการลดราคาสำหรับลูกค้าเดิมที่ซื้อสินค้า

6. การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ (SWOT Analysis) ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยง

การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงตราม่อนนางเกตุ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน) ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (โอกาสและอุปสรรค) ได้แก่ ด้านตลาดและกลุ่มลูกค้า ด้านสถานการณ์การแข่งขัน ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ ตลอดจนด้านกลุ่มผู้จำหน่ายและเครือข่าย แสดงดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงตราม่อนนางเกตุ

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน		
ปัจจัยที่พิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	- มีการวางแผนการบริหารจัดการได้อย่างทั่วถึง เพราะเป็นกิจการขนาดกลาง	- บุคลากรยังขาดความรู้และยังไม่มี ความเชี่ยวชาญทางด้านการจัดการ
ด้านการตลาด	- สามารถขายในกลุ่มลูกค้าในชุมชนสูง	- ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก
ด้านการผลิต	- เครื่องดื่มสมุนไพรใช้ใบชาจากต้นชาเมี่ยง GAP	- กำลังการผลิตน้อย - มีกระบวนการการผลิตหลายขั้นตอนทำให้ใช้เวลาในการผลิตมาก - อุปกรณ์และเครื่องมือยังไม่พร้อมเท่าที่ควร อีกทั้งสินค้ามีอายุสั้น ทำให้ไม่สามารถผลิตไว้ล่วงหน้าได้
ด้านการเงิน	- ใช้งบประมาณไม่มากนัก	- ขาดทุนหมุนเวียนในการขยายกำลังการผลิต
การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก		
ปัจจัยที่พิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้า	- ลูกค้าสนใจจะทดลองสิ่งใหม่ๆและเป็นผลิตภัณฑ์ที่รักษาคุณภาพ พฤติกรรมผู้บริโภคที่ชื่นชอบดื่มชา	- ผู้บริโภคไม่มีความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์และตราสินค้า
สถานการณ์การแข่งขัน	- เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคู่แข่งทางตรง	- ผู้ประกอบการที่มีเงินทุนสูงอาจเข้ามาประกอบกิจการได้

ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตู (ต่อ)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก		
ปัจจัยที่พิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
สังคม	- ผู้บริโภคคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ชาจึงทราบถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	
เทคโนโลยี	- มีสื่อออนไลน์ในการติดต่อกับลูกค้า	- บุคลากรขาดความรู้ในการใช้และวิธีการซ่อมบำรุงเครื่องจักรเท่าที่ควร
สภาพเศรษฐกิจ	- ตลาดสินค้าเกษตรแปรรูปมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ดี	- ราคาวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ไม่แน่นอนและในช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว อาจส่งผลให้ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น
กฎหมายระเบียบข้อบังคับ	- ภาครัฐสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้โดยการสนับสนุนเงินทุนและให้ความรู้ ผ่านทางสถาบันการเงินและหน่วยงานในชุมชนของภาครัฐ	- หากมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลอาจมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้วย
กลุ่มผู้จำหน่ายและเครือข่าย	- การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ รวมถึงร้านค้าออนไลน์ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น	- การเข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทำได้ยาก ต้องมีจุดเด่นหรือมีความแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก จึงจะได้รับการพิจารณาจากผู้ประกอบการร้านค้า

7. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตชาเมือง

นักวิจัยได้มีการจัดประชุมจากการนำผลการวิเคราะห์การประเมินผลกระทบและการวิเคราะห์ตลาด มาใช้ในการพัฒนากลุ่มบ้านปางมะกล้วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปชาเมืองตราม่อนนางเกตู

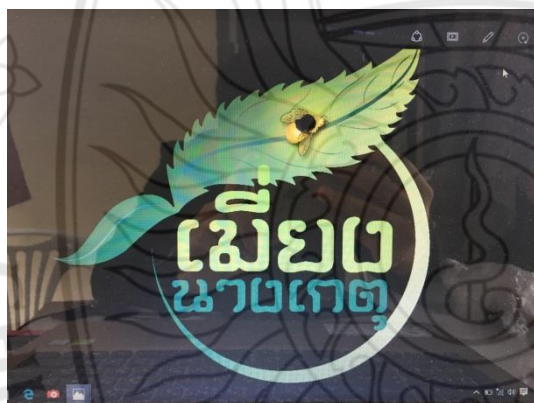


ภาพที่ 4.23 การจัดอบรมการหารือเพื่อพัฒนาตราสินค้าของกลุ่ม

ได้มีการวิเคราะห์แบรนด์ของกลุ่มเพื่อใช้ในการทำตลาดของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปชาเมืองตราม่อนนางเกตุ ซึ่งการประชุมครั้งแรกได้มีการใช้ ตราสินค้าคือ เมืองนางเกตุ แต่เมื่อมีการทดสอบทางการตลาด ได้มีการปรับเปลี่ยนตามความต้องการของผู้ซื้อ จึงได้เปลี่ยนเป็น **ชาเมืองนางเกตุ**



ร่างแบบแบรนด์ครั้งที่ 1
การประชุมแบบมีส่วนร่วม
เพื่อการสร้างแบรนด์



ร่างแบบแบรนด์ครั้งที่ 2
การประชุมแบบมีส่วนร่วม
เพื่อการสร้างแบรนด์



แบรนด์สุดท้ายที่ใช้ในการ
ทำการตลาดผลิตภัณฑ์ชา
เมือง

ภาพที่ 4.24 พัฒนาการของการออกแบบตราสินค้าของกลุ่ม

แบรนด์ที่ใช้สื่อความหมาย จะนำตำนานของพื้นที่มาตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตำนาน **ม่อนอังเกตุ** เป็นต้นกำเนิดของลำน้ำสำคัญ 4 สาย คือ ขุนน้ำสา ไหลลงแม่น้ำปาย ขุนน้ำเลย ไหลลงแม่น้ำแม่แตง ขุนน้ำแม่สาบและขุนน้ำแม่จุม ไหลลงลำน้ำแม่ขาน แล้วไหลรวมสู่แม่น้ำปิง พื้นที่ด้านบนม่อนอังเกตุมีลักษณะเป็นพื้นที่โล่งกว้างปราศจากเรือนยอดไม้ใหญ่ ในวันฟ้าเปิดจะสามารถมองเห็นทิวทัศน์ได้กว้าง 360 องศา มองเห็นไกลถึงยอดดอยหลวงเชียงดาว ดอยอินทนนท์ ดอยสามหมื่น จนถึงอำเภอจอมทอง อำเภอแม่แตง และหลายหมู่บ้านในพื้นที่อำเภอสะเมิง อีกทั้งยังสามารถชมได้ทั้งพระอาทิตย์ขึ้นและพระอาทิตย์ตก เมื่อได้สืบเสาะค้นหาตำนานและที่มาของชื่อ “ม่อนอังเกตุ” ทำให้ทราบว่ามีที่มาเป็นเรื่องราวแนวนิยายปรัมปรา เกี่ยวเนื่องกับสิ่งที่ปรากฏให้เห็นมีอยู่จริง นั่นคือ “ศาลเจ้าแม่อังเกตุ” โดยเรื่องราวมีอยู่ว่า

มีแม่นางท่านหนึ่ง นามว่า “อังเกตุ” เป็นหญิงชั้นสูงในวัง มีพระบิดาเป็น “พ่อพญา” ที่มีนิสัยชอบทำลายต่อหลวง หรือ “พญาต่อ” จึงกลายเป็นศัตรูกันมาตลอด ต่อหลวงล่วงรู้ว่พ่อพญารักแม่นางอังเกตุ ลูกสาวคนนี้สุดหัวใจ จึงคิดอุบายไปคาบแม่นางออกจากวัง แล้วนำมาทิ้งไว้ที่ม่อนแห่งหนึ่งบนท้องที่อำเภอสะเมิง พ่อพญาออกตามหาจนเจอ หมายถึงรับลูกสาวกลับเวียงวัง แต่แม่นางไม่ยอมกลับ บอกว่าจะขออยู่ใช้กรรมให้หมดสิ้นบนนี้ พ่อพญาจึงจัดส่งช้าง เสือ แม่นม และองครักษ์คู่ใจมาดูแล สุดท้ายแม่นางกำชับว่าหากสิ้นบุญแล้วก็ให้ฝังร่างของนางไว้ที่นี่ เมื่อถึงคราวสิ้นบุญ ร่างของแม่นางจึงถูกฝังไว้บนม่อนแห่งนี้ตามปรารถนา ชาวบ้านท้องถิ่นจึงได้นำชื่อของแม่นางอังเกตุ มาตั้งเป็นชื่อม่อน นามว่า “ม่อนอังเกตุ” พร้อมกันนั้นก็ได้สร้างศาลเจ้าแม่อังเกตุ ไว้เพื่อเป็นที่เคารพสักการะของชาวบ้านตราบนานกาลทั้งปัจจุบัน มีเล่ากันว่าใครมาขอพรที่ศาลด้วยจิตกุศลมักสัมฤทธิ์ผล แต่หากใครประพฤติไม่ดีก็จะมีเภทภัยเกิดขึ้น ดังเช่นเหตุการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของชาวบ้าน เมื่อปี พ.ศ. 2515 มีชาวบ้านเผ่าม้งจำนวน 3-4 หลังคาเรือน ทำไร่อยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของม่อนอังเกตุ มีเด็กในหมู่บ้านจับหนูมาเจาะจุมแล้วใช้เชือกผูกลากจูงเหมือนควาย ตกตึกเกิดอาเพศฟ้าคำราม ลมกระโชก ฝนเทโหมกระหน่ำ ทำให้ดินบนยอดดอยสไลด์ลงมาทับคนในหมู่บ้านเสียชีวิตเกือบหมด ตั้งแต่นั้นมาก็ไม่มีใครกล้าลบหลู่อีกเลย ชาวบ้านที่รอดชีวิตได้ย้ายไปอยู่อีกฝั่งหนึ่งของม่อนอังเกตุ บริเวณบ้านขุนสา เขตพื้นที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ดินที่สไลด์ลงมานี้ ได้กลายเป็นแหล่งปลูกดอกไม้เมืองหนาวขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศในปัจจุบัน



ภาพที่ 4.25 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาเขียวของกลุ่มบ้านปางมะกล้วย