

บทที่ 1

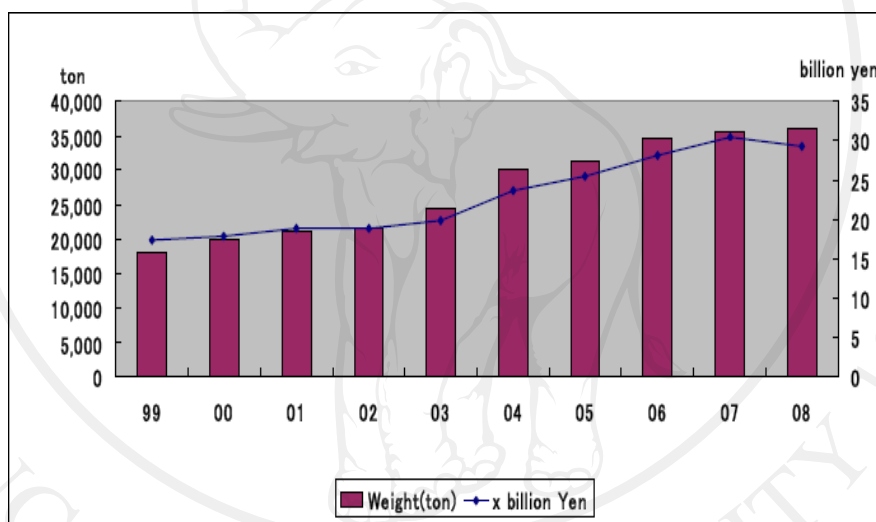
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ไม้ดอกไม้ประดับมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์มาโดยตลอด ซึ่งมีการนำเอาดอกไม้และไม้ประดับมาใช้เกี่ยวพันกับชีวิตประจำวันอย่างมากมาย การทำธุรกิจการค้าไม้ดอกไม้ประดับนอกจากการค้าภายในประเทศแล้ว ยังมีการส่งออกไปยังต่างประเทศซึ่งเป็นการเพิ่มพูนรายได้ให้ประเทศอีกทางหนึ่ง ทั้งนี้เพราะประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไม้ดอกไม้ประดับ ทั้งไม้เมืองร้อนและไม้เมืองหนาวหลายชนิด เช่น กล้วยไม้ ปทุมมา เบญจมาศ กุหลาบ คาร์เนชั่น ในแต่ละปีมีผลผลิตในปริมาณที่ค่อนข้างมากและมีเกือบตลอดทั้งปี ในปัจจุบันพืชในกลุ่มปทุมมาและกระเจียวเป็นไม้เศรษฐกิจชนิดใหม่ของไทย ซึ่งเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศเป็นอย่างมาก โดยมีตลาดส่งออก คือ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น ยุโรป ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา จีน เกาหลีใต้ และนิวคาลิโดเนีย มูลค่าการส่งออกปทุมมาเป็นอันดับ 2 รองจากการส่งออกลีกล้วยไม้ มีการผลิตและส่งออกหัวพันธุ์ปทุมมาเพื่อนำไปผลิตเป็นไม้ตัดดอกและไม้กระถางเป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศ เนื่องจากช่อดอกสวยงาม กลีบประดับมีสีสัน และความคงทนของดอกตลอดจนความหลากหลายของสายพันธุ์ เป็นเสน่ห์แก่ผู้พบเห็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวต่างประเทศมีการขนานนามปทุมมาว่า “ Siam Tulip ” ในสายตาชาวต่างชาติดอกปทุมมาเป็นดอกไม้แถบโซนร้อนที่แปลกและหายาก จึงทำให้ดอกปทุมมาเป็นที่นิยมในชาวต่างชาติ (อรุวรรณ, 2548)

การวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจการส่งออกดอกไม้ไปประเทศญี่ปุ่น ฝ่ายวิจัยธุรกิจธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย รายงานว่า แม้ญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้ผลิตดอกไม้รายใหญ่อันดับ 3 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกาและเนเธอร์แลนด์ ด้วยพื้นที่เพาะปลูกดอกไม้ถึง 2.2 แสนไร่ แต่ประเทศญี่ปุ่นยังคงเป็นตลาดที่นำเข้าดอกไม้ที่น่าสนใจมากที่สุดเนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้บริโภคดอกไม้รายใหญ่ของโลกด้วยปริมาณความต้องการบริโภคดอกไม้มากเป็นอันดับ 2 ของ

โลก รองจากสหรัฐฯ ทั้งนี้มูลค่าตลาดดอกไม้ในญี่ปุ่นสูงถึง 5-6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปีแม้ที่ผ่านมามีปริมาณความต้องการใช้ดอกไม้ของภาคธุรกิจลดลงตามภาวะเศรษฐกิจแต่ความต้องการใช้ดอกไม้ในภาคครัวเรือนกลับเพิ่มขึ้น (ดังรูปที่ 1.1) ส่วนหนึ่งเนื่องจากชาวญี่ปุ่นซึ่งลดการออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายหันมาสร้างบรรยากาศในบ้านด้วยการซื้อดอกไม้และต้นไม้มากขึ้นเพื่อไปประดับตกแต่ง ผลผลิตดอกไม้ของญี่ปุ่นในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมาลดลงต่อเนื่องโดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากเกษตรกรผู้เพาะปลูกดอกไม้ในญี่ปุ่นเริ่มเข้าสู่วัยชราประกอบกับภาวะเศรษฐกิจของญี่ปุ่นที่ชะลอตัวในช่วงหลายปีที่ผ่านมาส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มหันมาเลือกซื้อดอกไม้นำเข้าซึ่งมีราคาถูกกว่าแทน



ที่มา: ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2553)

รูปที่ 1.1 การนำเข้าไม้ตัดดอก (cut flower) ของประเทศญี่ปุ่น

รูปที่ 1.1 แสดงการนำเข้าไม้ตัดดอกของประเทศญี่ปุ่น พบว่านำเข้าดอกไม้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านปริมาณและมูลค่าทั้งนี้ญี่ปุ่นเป็นผู้นำเข้าดอกไม้รายใหญ่อันดับ 4 ของโลก ในปี 2551 ด้วยมูลค่านำเข้า 536.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐและเป็นผู้นำเข้าดอกกล้วยไม้สด (ดอกไม้ที่ประเทศไทยส่งออกมากที่สุด) และเป็นประเทศรายใหญ่ที่สุดของโลกด้วยส่วนแบ่งตลาดราวร้อยละ 20.00 ของมูลค่านำเข้าดอกกล้วยไม้สดทั้งหมดของโลก ประเทศญี่ปุ่นไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้าดอกไม้เกือบทุกชนิด จึงเป็นโอกาสของผู้ส่งออกในการขยายตลาดส่งออกดอกไม้ในประเทศญี่ปุ่นเนื่องจาก

ไม่เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับทั้งผู้ส่งออกดอกไม้ไปประเทศญี่ปุ่นรายอื่นๆ

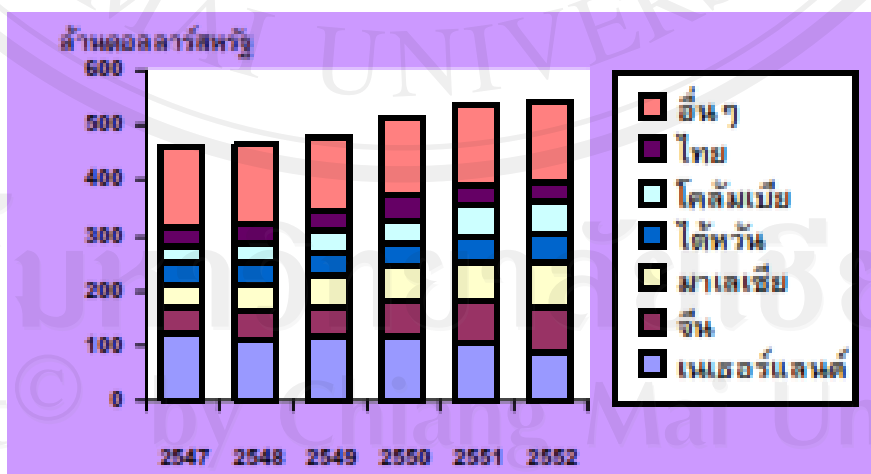
ผลการสำรวจของ Ministry of Internal Affairs and Communications ของประเทศญี่ปุ่นระบุว่าในปี 2550 ครอบครัวชาวญี่ปุ่นมีค่าใช้จ่ายในการซื้อดอกไม้เฉลี่ยอยู่ที่ปีละ 10,327.00 เยนและเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มอายุ พบว่า กลุ่มผู้บริโภครวมชาวญี่ปุ่นที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อดอกไม้มากที่สุดโดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อดอกไม้ราว 11,000.00-14,000.00 เยนต่อปี ขณะที่กลุ่มผู้บริโภครวมที่มีอายุน้อยกว่า 50 ปีมีค่าใช้จ่ายในการซื้อดอกไม้ต่อปีต่ำกว่ากลุ่มแรกถึงเกือบครึ่งหนึ่ง สำหรับผู้หญิงนิยมซื้อดอกไม้สดเนื่องจากสามารถนำไปจัดตกแต่งและทำดอกไม้แห้งได้ ราคาซื้อเฉลี่ยในแต่ละครั้งอยู่ที่ประมาณ 1,000.00-2,000.00 เยน ส่วนผู้ชายนิยมซื้อไม้กระถางขนาดเล็กเนื่องจากดูแลง่าย ราคาตั้งแต่ 100.00 เยนไปจนถึง 2,000.00 เยน ทั้งนี้ กระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง ของญี่ปุ่น (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries : MAFF) ของญี่ปุ่นมีแผนที่รณรงค์ให้กลุ่มผู้บริโภครวมวัยหนุ่มสาวหันมาซื้อดอกไม้เพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นอุตสาหกรรมการผลิตดอกไม้ในญี่ปุ่น โดยตั้งเป้าเพิ่มความต้องการซื้อดอกไม้ในญี่ปุ่นขึ้นจากปี 2551 ถึงร้อยละ 8.00 ภายในปี 2558 ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกรายปีของชาวญี่ปุ่น

ช่วงอายุ	ค่าใช้จ่ายในการซื้อดอกไม้ (เยน/ปี/คน)
20 – 30 ปี	2,263.00
30 – 40 ปี	4,174.00
40 – 50 ปี	5,950.00
50 – 60 ปี	11,607.00
60 – 70 ปี	14,491.00
70 ปีขึ้นไป	13,697.00

ที่มา: ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2553)

ผู้นำเข้าดอกไม้ส่วนใหญ่มีสำนักงานอยู่ในกรุงโตเกียวนอกจากนี้ยังอยู่กระจายตามเมืองสำคัญอื่น อาทิ โอซากา ฟูกูโอกะ และนาโงย่าทั้งนี้การส่งออกดอกไม้ของไทยไปญี่ปุ่นเป็นดอกกล้วยไม้เกือบทั้งหมดซึ่งประมาณครึ่งหนึ่งส่งผ่านผู้นำเข้าในเมืองโตเกียวรองลงมา คือ ผู้นำเข้าเมืองฟูกูโอกะประมาณร้อยละ 30.00 และผู้นำเข้าเมืองโอซากาประมาณร้อยละ 20.00 ผู้นำเข้ากล้วยไม้ของญี่ปุ่นมีวิธีรับซื้อจากไทย 2 ลักษณะ คือ ซื้อขาดโดยกำหนดราคารับซื้อแน่นอนก่อนรับสินค้า และเมื่อได้รับสินค้าแล้วจึงนำไปเข้าตลาดประมูล และรับฝากขายโดยผู้นำเข้าเรียกเก็บค่าฝากขายร้อยละ 8.00-10.00 ของราคาที่ขายได้ หากนำไปขายที่ตลาดประมูลอาจมีการคิดค่าบริการขายในตลาดประมูลอีกร้อยละ 10.00 ของราคาประมูล ตลาดประมูลดอกไม้ในญี่ปุ่นมีราว 200 แห่งทั่วประเทศ สำหรับตลาดประมูลดอกไม้ที่สำคัญของญี่ปุ่น ได้แก่ ตลาดประมูลโอตะ ณ กรุงโตเกียว ตลาดประมูลโอซากาและตลาดประมูลฟูกูโอกะ ทั้งนี้ตลาดประมูลเปิดการประมูลไม้ดอกและไม้ประดับอื่นๆ ในวันจันทร์ พุธและศุกร์ ส่วนไม้กระถางเปิดประมูลวันอังคาร และวันพฤหัสบดี สำหรับสมาชิกในตลาดประมูล ได้แก่ เกษตรกร ผู้นำเข้า ผู้ส่งออกผู้ขายส่งและร้านดอกไม้ ซึ่งต้องจดทะเบียนกับตลาดประมูลก่อน ดอกไม้ที่ญี่ปุ่นนำเข้ามากที่สุด ได้แก่ ดอกเบญจมาศ รองลงมา ได้แก่ ดอกกล้วยไม้ คาร์เนชั่นและกุหลาบ แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ (ร้อยละ 16.30) ของมูลค่านำเข้าดอกไม้ทั้งหมดของญี่ปุ่นปี 2552) รองลงมา ได้แก่ ประเทศจีน (ร้อยละ 15.20) ประเทศมาเลเซีย (ร้อยละ 14.60) ส่วนประเทศไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับ 6 (ร้อยละ 6.90) โดยประเทศไทยส่งออกปทุมมาในลักษณะไม้ตัดดอกเป็นอันดับ 2 รองจากกล้วยไม้ดังรูปที่ 1.2



ที่มา: ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2553)

รูปที่ 1.2 แหล่งนำเข้าดอกไม้ของประเทศไทย

ตลาดในประเทศญี่ปุ่นนั้นนิยมสั่งซื้อดอกปทุมมาไปใช้ตกแต่งสถานที่ต่างๆ เนื่องจากลักษณะดอกช้ำยาก มีช่อยาว น้ำหนักเบา ทำให้ง่ายต่อการขนส่ง ส่วนประชากรในประเทศญี่ปุ่นมีรสนิยมความต้องการค่อนข้างละเอียดอ่อน นิยมดอกไม้ต่างถิ่นที่มีความสวยงาม แปลกตาและแตกต่างออกไป โดยส่วนใหญ่นำไปใช้ปักแจกันเพื่อตกแต่งที่พักอาศัย โรงแรม หรือจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ และยังใช้เป็นของขวัญในเทศกาล ประเพณีต่างๆ เช่น วันแม่ (12 พฤษภาคม) และในช่วงเดือนแห่งการแต่งงาน (พฤษภาคม มิถุนายน และธันวาคม) รวมไปถึงเทศกาลไหว้บรรพบุรุษ ชาวญี่ปุ่นนิยมดอกไม้สีขาว หรือสีอ่อนๆ อาทิ ชมพูอ่อน ม่วงอ่อน ส่วนดอกไม้สีเข้มๆยังได้รับความนิยมไม่มากนัก ทั้งนี้กระทรวงเกษตรฯของประเทศญี่ปุ่นได้จัดทำการศึกษาความต้องการดอกไม้จากผู้ประกอบการค้าส่งดอกไม้ทั่วประเทศพบว่า ดอกไม้ที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วง 5 ปีข้างหน้า คือดอกไม้ที่มีอายุการใช้งานนาน ดังนั้นดอกปทุมมาจึงสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ยังคงต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย และหากพิจารณาสีของดอกไม้ที่คาดว่าจะได้รับความนิยมคาดว่าสีชมพู และสีขาวได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากเป็นสีที่ผู้หญิงชอบมากที่สุดดังนั้นการส่งออกดอกไม้ที่มีลักษณะเป็นไม้พื้นเมืองของไทยที่มีความสวยงาม เช่น ดอกในกลุ่มปทุมมาไปยังประเทศญี่ปุ่นจึงมีความเป็นไปได้สูง เนื่องจากคนญี่ปุ่นรุ่นใหม่ เริ่มมีแนวคิดในการจัดงานต่างๆ ที่แปลกแหวกแนวออกไปและเริ่มยอมรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศมากขึ้น และดอกปทุมมานั้นมีความสวยงาม ลักษณะแปลกตา และมีอายุการปักแจกันที่ยาวนานจึงมีผู้บริโภคมีความสนใจปทุมมาตัดดอกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคในกลุ่มโรงเรียนสอนจัดดอกไม้ ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจแต่งงาน สำหรับการนำเข้าปทุมมาส่วนใหญ่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าลักษณะของหัวพันธุ์ เพื่อไปปลูกเอง มีเพียงบางส่วนที่นำเข้าปทุมมาตัดดอกจากประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ที่ไม่ได้ปลูกในประเทศญี่ปุ่น ผู้ผลิตดอกปทุมมาในประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่อยู่ทางใต้ของประเทศ ที่จังหวัดโอกินาวะ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีภูมิอากาศร้อนชื้น เหมาะแก่การเพาะปลูกปทุมมา โดยจังหวัดดังกล่าวมีผลผลิตในฤดูกาลประมาณ 68,000.00 ดอกต่อปี (เอกชัยและคณะ, 2553)

จากการสำรวจครั้งล่าสุด ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกปทุมมารวมประมาณ 400.00 ไร่ โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ส่วนใหญ่เป็นการปลูกเพื่อผลิตหัวพันธุ์ส่งออกต่างประเทศ ประมาณไม่ต่ำกว่า 2 ล้านหัวต่อปี มูลค่าการส่งออกประมาณ 20 ล้านบาท โดยส่งไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์มากที่สุด ประเทศเนเธอร์แลนด์ได้นำเข้าหัวพันธุ์ปทุมมา เพื่อผลิตเป็นไม้กระถางและไม้ตัดดอกส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น หัวพันธุ์ดอกปทุมมาเมื่อนำไปปลูกและหลังจากออกดอกแล้วยวบตัวเช่นเดียวกับจิงและกระชาย เจริญเติบโตได้ดีในเขตร้อนถ้าได้รับแสงแดดเต็มที่ ทำให้หัวพันธุ์แข็งแรงมีคุณภาพดี ผู้นำเข้าในประเทศเนเธอร์แลนด์จึง

จำเป็นต้องซื้อหัวพันธุ์ดอกปทุมมาใหม่เพื่อใช้ปลูกทุกปี (สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร, 2551) สำหรับการผลิตปทุมมาตัดดอกนั้นส่วนใหญ่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศไทย เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมผลิตหัวพันธุ์เพื่อส่งออกมากกว่า เนื่องจากง่ายต่อการดำเนินธุรกิจ เมื่อเปรียบเทียบกับการส่งออกปทุมมาตัดดอก นอกจากนี้ยังมีผลพลอยได้เป็นดอกปทุมมา ส่งขายให้ตลาดภายในประเทศ ซึ่งราคาดอกที่ส่งขายมีราคาสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับการส่งออกไปยังต่างประเทศ

การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการส่งออกปทุมมาตัดดอกและศักยภาพในการส่งออกปทุมมาตัดดอกไปประเทศญี่ปุ่นของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกดอกปทุมมาในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับการส่งจากประเทศเนเธอร์แลนด์ เนื่องจากอำเภอสันทรายมีพื้นที่การผลิตปทุมมาเป็นจำนวนมาก ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานภาครัฐนำไปพิจารณา แนวทางส่งเสริมการส่งออกไม้ตัดดอกปทุมมาอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการเพิ่มรายได้แก่ประเทศชาติ ทำให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบขั้นตอนการจัดการการส่งออกปทุมมาตัดดอกของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่เพื่อส่งไปขายยังตลาดญี่ปุ่น
2. เพื่อทราบต้นทุนทั้งหมดในแต่ละขั้นตอนของการส่งออกปทุมมาตัดดอกเพื่อการส่งออกโดยตรงของเกษตรกร ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับต้นทุนการส่งออกปทุมมาตัดดอกของประเทศเนเธอร์แลนด์ไปยังตลาดญี่ปุ่น

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกษตรกรผู้ผลิตดอกปทุมมา กลุ่มผู้ประกอบการส่งออกดอกปทุมมา และผู้สนใจทั่วไป สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการลงทุน และเพิ่มศักยภาพ รวมทั้งสร้างกลยุทธ์ของการส่งออกปทุมมาตัดดอกของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมวิชาการเกษตร กรมการค้าต่างประเทศ สามารถนำข้อมูลไปปรับประยุกต์ใช้และเผยแพร่ให้กับเกษตรกรต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มีขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1.4.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในศึกษารุ่นนี้ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการส่งออกปทุมมาตัดดอกไปยังประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การเก็บเกี่ยว การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว และการขนส่งปทุมมาตัดดอก ปัญหาและอุปสรรค ของกลุ่มผู้ผลิตปทุมมาตัดดอก อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จนถึงประเทศญี่ปุ่น และการเปรียบเทียบต้นทุนทั้งหมดของการส่งออกปทุมมาตัดดอกไปประเทศญี่ปุ่นของกลุ่มผู้ปลูกดอกปทุมมาอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่กับผู้ผลิตดอกปทุมมาของประเทศเนเธอร์แลนด์

1.4.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ศึกษาจากเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกดอกปทุมมาที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ปลูกปทุมมาตัดดอกปี 2554 ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้จำนวนประชากรที่ศึกษาทั้งหมด 10 ราย ที่มีขนาดพื้นที่ผลิต 3-50 ไร่ต่อราย และบริษัทผู้ส่งออกไม้ตัดดอกปทุมมาไปยังประเทศญี่ปุ่นทั้งในประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยศึกษาต้นทุนการผลิต การขนส่ง และค่าใช้จ่ายต่างๆ ต่อดอก

1.5 นิยามศัพท์

ไม้ตัดดอก หมายถึง ไม้ดอกที่ถูกตัดจากต้นเพื่อใช้ประโยชน์จากดอกหรือช่อดอกมาประดับตกแต่งมักมีก้านช่อดอกยาว และมีอายุการปักแจกันนาน

พืชกลุ่มปทุมมา (Ornamental Curcuma) คือ พืชที่อยู่ในสกุลขมิ้น (*Curcuma*) สกุลย่อย *Paracurcuma* ทุกชนิด (species) และลูกผสมที่ได้จากการผสมข้ามชนิด ของพืชสกุลขมิ้น ซึ่งใช้ช่อดอกในการประดับตกแต่งเพื่อความสวยงาม (กรมวิชาการเกษตร, 2545)

หัวพินธุ์ (rhizome) คือ ส่วนขยายพินธุ์ของไม้ดอกกลุ่มปทุมมา ซึ่งเป็นลำต้นใต้ดิน อาจมีรากสะสม (storage root) ติดอยู่หรือไม่ก็ได้ (กรมวิชาการเกษตร, 2545)

การจัดการการส่งออกดอกปทุมมา หมายถึง ขั้นตอนการส่งออกปทุมมาตัดดอกของกลุ่มผู้ปลูกดอกปทุมมา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ให้ไปถึงลูกค้าที่ประเทศญี่ปุ่น

1.6 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1.6.1 การค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศ หมายถึง การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ ประเทศใดพยายามผลิตสินค้าและบริการทุกประเภทโดยไม่มีการนำเข้าหรือส่งออกประเทศนั้นมักมีการพัฒนาช้า และมักมีมาตรฐานการครองชีพของประชาชนต่ำ ถ้าพิจารณาในแง่ของบุคคลอาจช่วยให้เข้าใจง่ายขึ้น กล่าวคือถ้าบุคคลพยายามปลูกข้าว ปลูกผัก ปลูกผลไม้ เลี้ยงสัตว์ไว้บริโภคเอง ฟอกหนังสัตว์และเย็บรองเท้าไว้ใช้เอง ปลูกฝ้าย ทอผ้า เย็บเสื้อผ้าเองมาตรฐานการครองชีพของประชาชนนั้นต่ำมากเพราะแต่ละประเทศมีทรัพยากร ความชำนาญแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคลหรือประเทศ การดำเนินนโยบายช่วยตนเองอย่างสมบูรณ์จึงเป็นไปได้ยาก (อดุลย์, 2542)

ปัจจุบันนี้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจำเป็นต้องติดต่อพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ประเทศใดที่พยายามอยู่อย่างโดดเดี่ยวไม่ติดต่อกับต่างประเทศดำเนินนโยบายปิด พบว่าการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศนั้นเรื่องช้าและมาตรฐานการครองชีพของประชาชนอยู่ในระดับต่ำประชาชนต้องบริโภคสินค้าและบริการที่ผลิตได้ในประเทศเท่านั้น ไม่มีโอกาสบริโภคสินค้าและบริการที่จำเป็นในการครองชีพ (กตัญญู, 2546)

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจมีประสิทธิภาพ ก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศ ตั้งอยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative advantage) ของระบบเศรษฐกิจนั้น ๆ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ หมายถึง ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ โดยลักษณะของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้ สามารถอธิบาย การผลิตและการค้าระหว่างประเทศได้ โดยวิวัฒนาการทางความคิดของนักเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศมีดังนี้ เมื่อต้นศตวรรษที่ 15 ระบบศักดินา (feudal system) เริ่มเสื่อมลงทำให้พ่อค้ามีอำนาจเนื่องจากการค้าเติบโตอย่างรวดเร็วทั้งปริมาณและประเภทของสินค้า อันเป็นผลจาก

- 1) มินวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น เช่น นาฬิกา กล้องจุลทรรศน์ กล้องโทรทรรศน์
- 2) การพบทวีปอเมริกาทำให้ยุโรปตะวันตกมีทรัพยากรเพิ่มขึ้น
- 3) การพบเส้นทางเดินเรือมายังประเทศอินเดีย ทำให้การส่งสินค้าสะดวก
- 4) ประชากรยุโรปตะวันตกเพิ่มขึ้นทำให้ปริมาณความต้องการสินค้าและการแลกเปลี่ยนสินค้าเพิ่มขึ้น การค้าระหว่างประเทศจึงเติบโต (เกษร, 2538)

นักคิดและรัฐบุรุษที่สนับสนุนแนวคิดทางการค้าถูกเรียกว่า พวกพาณิชย์นิยม (mercantilists) กล่าวว่า โลหะมีค่าเป็นที่มาซึ่งความมั่งคั่งและอำนาจ เพราะยุคนั้นทองคำและโลหะเงินถูกใช้เป็นเงินตรา (เกษร, 2538) ดังนั้นประเทศใดมีโลหะมีค่ามาก ความมั่งคั่งและอำนาจก็มีมากด้วย แนวทางที่พวกพาณิชย์นิยมใช้แสวงหาความมั่งคั่งและอำนาจเพื่อให้ได้มาซึ่งโลหะมีค่าคือ การผลิตและการส่งออกสินค้าไปขายต่างประเทศให้มากที่สุด และนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศให้น้อย เมื่อดุลการค้าได้เปรียบ โลหะมีค่าจะไหลเข้าประเทศ ดังนั้นนโยบายของพวกพาณิชย์นิยม คือ พยายามส่งเสริมการส่งออกและจำกัดการนำเข้าสินค้า ต่อมาในปี ค.ศ. 1776 Adam Smith ได้โต้แย้งแนวคิดการค้าระหว่างประเทศของพวกพาณิชย์นิยมไว้ในหนังสือ The Wealth of Nations โดยอธิบายกฎแบ่งงานกันทำ (division of labor) มาใช้กับการผลิตของแต่ละประเทศ การกระทำในลักษณะนี้ทำให้ประเทศต่างๆสามารถจัดสรรทรัพยากรและสามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม เมื่อปริมาณสินค้าที่ผลิตได้โดยรวมเพิ่มขึ้นทุกประเทศก็มีความเป็นอยู่ดีขึ้นภายใต้แนวคิดดังกล่าว ตัวชี้ที่เป็นตัวกำหนดว่าประเทศใดจะผลิตสินค้าชนิดใดเพื่อส่งออกและนำเข้าสินค้าชนิดใดจากต่างประเทศนั้น คือ ต้นทุนการผลิต โดยปัจจัยการผลิตมีเพียงชนิดเดียวคือ

แรงงาน ในการวัดต้นทุนการผลิตนั้น (อุดม, 2543) วัดด้วยหน่วยจริง (real terms) มิใช่วัดด้วยหน่วยเงินตรา ซึ่งหน่วยที่ใช้วัดกันในสมัยคลาสสิกนั้นมีอยู่ 2 รูปแบบ ดังนี้

- 1) วัดด้วยปริมาณปัจจัยการผลิตที่ต้องใช้ในการผลิตสินค้าชนิดนั้นในแต่ละหน่วย
- 2) วัดด้วยปริมาณสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่สามารถผลิตได้ แต่ต้องเสียไปเพื่อทำการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ต้องการในแต่ละหน่วย

นอกจากนี้ Adam Smith ได้เสนอ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Theory of Absolute Advantage) ว่าประเทศ 2 ประเทศมีการค้าที่เกิดจากความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ โดยประเทศหนึ่งผลิตและส่งสินค้าที่ประเทศตนมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์และอีกประเทศหนึ่งไม่ผลิต แต่นำเข้าสินค้าที่ประเทศตนมีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำกว่าหรือมีการเสียเปรียบอย่างสมบูรณ์จากนั้น ปี ค.ศ. 1772-1823 David Ricardo เสนอแนวความคิดเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ของ Adam Smith ว่าประเทศสองประเทศจะทำการค้าขายกันสินค้าชนิดใดกันก็ต่อเมื่อ ประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นได้ประสิทธิภาพสูงกว่า เมื่อเทียบกับผลิตสินค้าชนิดนั้นในอีกประเทศหนึ่ง โดยเน้นระบบเสรีทางการค้า และแต่ละประเทศมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยประเทศนั้นส่งออกสินค้าที่ผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และนำเข้าสินค้าที่มีการผลิตด้วยต้นทุนสูงกว่าประเทศ (อดุลย์, 2542)

1.6.2 การจัดการธุรกิจการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ

การจัดการการผลิตไม้ดอกไม้ประดับนั้นมีความหมายคล้ายคลึงกับการจัดการธุรกิจอื่นทั่วไป คือ เป็นกระบวนการนำทรัพยากรการบริหารประกอบด้วย 4M's คือ คน (man) เงิน (money) วัสดุดิบ (material) และวิธีการจัดการ/จัดการ (method/management) มาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การจัดการไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออกนั้นเริ่มจากการขนส่งไม้ตัดดอกจากสวนหรือแหล่งผลิตไปยังที่คัดเลือกและบรรจุ โดยรถที่ใช้ในการขนส่งนั้นมีการควบคุมอุณหภูมิขึ้นโดยอยู่กับพันธุ์ที่ส่ง เมื่อบริษัทรับไม้ตัดดอกมาจากสวน จึงนำไม้ตัดดอกมาแช่น้ำยา โดยห้องที่แช่น้ำยามีอุณหภูมิ 15 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 5 ชั่วโมง (นิธิยาและคนัย, 2537) หลังจากนั้นนำไม้ตัดดอกมาคัดเกรด และแยกไม้ตัดดอกที่ไม่ผ่านมาตรฐานออกแล้วจึงขนส่งต่อไป ในระหว่างนี้มีการสุ่มตรวจคุณภาพของไม้ตัดดอกอีกครั้งโดยใช้กล้องขยายตรวจดู หอย หนอน แมลง ถ้าตรวจพบแล้วมีสิ่งแปลกปลอม จึงนำออก หลังจากนั้นจึงบรรจุหีบห่อ แล้วนำไปปรมาเพื่อกำจัดศัตรูพืช และนำไป

ขึ้นรถที่ควบคุมอุณหภูมิเพื่อนำไปส่งที่สนามบิน เมื่อถึงสนามบินมีการเอ็กซ์เรย์เพื่อตรวจสอบความีวัตถุต้องห้ามหรือสิ่งแปลกปลอมปะปนอยู่หรือไม่ โดยมีเจ้าหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับการรขมา จากนั้นผู้คุมตรวจอีกครั้ง หากพบศัตรูพืชหรือสิ่งแปลกปลอมก็ระงับการส่งออกรอบนั้นทั้งหมด หากไม่พบความผิดปกติก็สามารถนำไม้ตัดดอกไปห่อและถูกลำเลียงไปยังเครื่องบินเพื่อส่งไปยังปลายทาง จนถึงมือผู้บริโภค ซึ่งกระบวนการขนส่งมีความสำคัญอย่างยิ่งและเป็นตัวกำหนดคุณภาพของไม้ตัดดอก การเลือกวิธีการขนส่งต้องคำนึงถึงชนิดของไม้ตัดดอก ระยะทางขนส่ง ต้นทุนการขนส่ง วิธีการบรรจุ ภาชนะบรรจุ และราคาคอกล้วยไม้ ในช่วงการขนส่งต้องมีวิธีป้องกันไม้ตัดดอกไม่ให้ได้รับความเสียหายจากการกระแทก จากการสูญเสียน้ำ และควรมีระบบการให้ความเย็นเพื่อลดการหายใจและคายน้ำ การขนส่งที่ดีจึงต้องใช้เวลาสั้นที่สุด เพื่อที่รักษาคุณภาพของดอกไม้ได้นาน (ช.ณิภูริศิริ, 2545)

1.6.3 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตและรายได้

1) ต้นทุนการผลิต

1.1) ต้นทุนคงที่ (fixed cost) หมายถึงต้นทุนที่มีพฤติกรรมคงที่หรือต้นทุนรวมที่มีได้เปลี่ยนแปลงไปตามระดับของการผลิตในช่วงการผลิตระดับหนึ่ง แต่ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยเปลี่ยนแปลงในทางลดลงถ้าปริมาณการผลิตเพิ่มมากขึ้น

1.2) ต้นทุนผันแปร (variable cost) หมายถึง ต้นทุนที่มีต้นทุนรวมเปลี่ยนแปลงไปตามสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงในระดับกิจกรรมหรือปริมาณการผลิต ในขณะที่ต้นทุนต่อหน่วยคงที่เท่ากันทุกๆ หน่วย โดยทั่วไปแล้วต้นทุนผันแปรนี้สามารถควบคุมได้โดยแผนกหรือหน่วยงานที่ทำให้เกิดต้นทุนผันแปรนั้นๆ ในเชิงการบริหารต้นทุนผันแปรเข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร เช่น การกำหนดราคาสินค้าของกิจการ ก็ต้องกำหนดให้ครอบคลุมทั้งส่วนที่เป็นต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ทั้งหมด

1.3) ต้นทุนรวม (total cost) ต้นทุนรวมคือต้นทุนทั้งหมดในการผลิตใดๆ เกิดจากการรวมกันของต้นทุนผันแปร (variable cost) กับต้นทุนคงที่ (fixed cost) ซึ่งสามารถนำมาคิดวิเคราะห์หาต้นทุนต่อหน่วยการผลิตได้ (ชัชวาล, 2550)

2. รายได้และกำไร

รายได้ หมายถึง รายได้ทั้งหมดที่ผู้ผลิตได้รับจากการผลิต ซึ่งเท่ากับจำนวนปริมาณผลผลิตคูณกับราคาที่ได้รับ

กำไร หมายถึง ผลต่างระหว่างรายได้กับต้นทุน (สมศักดิ์, 2530)

สามารถเขียนความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน รายได้และกำไร ดังนี้

ต้นทุนทั้งหมด = ต้นทุนผันแปรทั้งหมด + ต้นทุนคงที่ทั้งหมด

รายได้ทั้งหมด = ผลผลิตทั้งหมด \times ราคาผลผลิตที่ได้รับ

กำไรสุทธิ = รายได้ทั้งหมด - ต้นทุนทั้งหมด

1.7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องหัวพันธุ์และปทุมมาตัดดอก

ปทุมมาเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ที่มีความสำคัญต่อการส่งออกของประเทศไทย โดยพบว่าการส่งออกทั้งหัวพันธุ์และปทุมมาตัดดอกไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น จึงทำให้มีผู้สนใจธุรกิจการส่งออกปทุมมามากขึ้น การศึกษาการผลิตและการตลาดปทุมมาเพื่อการส่งออกในภาคเหนือ เกี่ยวกับสภาพการผลิต การตลาด ผลตอบแทน ปัญหาและข้อเสนอแนะในการผลิตปทุมมาของเกษตรกรภาคเหนือ ใช้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของเกษตรกรผู้ปลูกปทุมมาในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูนและจังหวัดตาก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกปทุมมาช่วงเดือนพฤษภาคมและเก็บเกี่ยวหัวช่วงเดือนธันวาคม โดยพื้นที่ปลูกปทุมมาเฉลี่ย 20.10 ไร่ต่อราย พันธุ์ที่นิยมปลูกเพื่อเป็นการค้าคือ พันธุ์เชียงใหม่สีชมพู ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่คือ 950.50 กิโลกรัม มีต้นทุนการผลิตหัวพันธุ์โดยเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 33,814.04 บาทต่อไร่ และมีรายรับทั้งหมดเท่ากับ 59,061.14 บาทต่อไร่ (ประสบ, 2543) จากการศึกษาวิธีการตลาดพบว่าผลผลิตร้อยละ 75.00 เกษตรกรขายให้กับผู้ส่งออก สำหรับปัญหาที่พบคือ ปัญหาด้านหัวพันธุ์ไม่ปลอดโรค ค่าแรงมีราคาสูง สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาคือ ควรมีการพัฒนาพันธุ์ใหม่ๆ ที่ต้านทานโรค และรัฐบาลควรให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดและจัดทำโครงการตรวจสอบคุณภาพหัวพันธุ์ก่อนการส่งออก (ประสบ, 2543) ตรีสตรี (2548) ได้ศึกษาถึงต้นทุน ผลตอบแทน และประสิทธิภาพการผลิตปทุมมาในจังหวัดเชียงใหม่ ปีการ

เพาะปลูก 2546/2547 โดยศึกษาพันธุ์ที่เป็นการค้าคือ พันธุ์เชียงใหม่พิงค์ เชียงใหม่เรด และดอยตุง พบว่าต้นทุนเฉลี่ยทั้งหมดโดยเฉลี่ยของปทุมมาตัดดอกต่อไร่เท่ากับ 30,847.43, 29,792.79 และ 27,640.91 บาท ตามลำดับ ปริมาณผลผลิตของหัวเฉลี่ยทั้ง 3 พันธุ์ เท่ากับ 589.82, 570.89 และ 307.70 หัว ตามลำดับ สำหรับผลผลิตที่ตัดขายในรูปดอกนั้นมีค่าเฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ 3,938, 3500.67 และ 16,666.67 ดอก ตามลำดับ เกษตรกรมีกำไรสุทธิเฉลี่ยต่อไร่จากการปลูกปทุมมาทั้ง 3 พันธุ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7,389.60 7,061.59 และ 6,779.56 บาทต่อไร่ ตามลำดับ

สำหรับการศึกษาประสิทธิภาพการผลิตได้ใช้สมการการผลิตแบบ Cobb-Douglas ตรีศตรี (2548) พบว่าปัจจัยการผลิต ได้แก่ ปริมาณปุ๋ยเคมี จำนวนแรงงาน และทุนที่เป็นเงินสดในการซื้อสารเคมีกำจัดวัชพืชมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผลผลิตปทุมมาพันธุ์เชียงใหม่พิงค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.66, 0.46 และ 0.17 ตามลำดับ

ลำพูน (2551) ศึกษาช่องทางการส่งออกปทุมมาตัดดอกไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ของกลุ่มผู้ปลูกดอกปทุมมา อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาตลาดและช่องทางการส่งออกปทุมมาตัดดอกไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ปลูกดอกปทุมมา อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ส่งออกและผู้นำเข้าปทุมมา พบว่าตลาดปทุมมาตัดดอกในประเทศเนเธอร์แลนด์มีการขยายตัวค่อนข้างสูง และมีความต้องการสีใหม่ๆ และการนำเข้าปทุมมาตัดดอกไม่มีกฎระเบียบ ข้อจำกัดพิเศษ จึงนับได้ว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง สำหรับพันธุ์ปทุมมาที่มีคุณสมบัติในการส่งออกมีเพียงพันธุ์เดียวคือ พันธุ์เชียงใหม่สีชมพู มีศักยภาพในการผลิตสูงถึง 2.80 ล้านหัวต่อฤดูกาลต่อปี ซึ่งผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ด้านช่องทางการส่งออกที่เหมาะสมคือการส่งออกทางตรงโดยการเข้าร่วมงานแสดงไม้ตัดดอก ณ ประเทศเนเธอร์แลนด์ สำหรับวิธีการจัดการการส่งออกดอกปทุมมานั้นเริ่มตั้งแต่ การจดทะเบียนพาณิชย์ การเสนอขาย การรับคำสั่งซื้อ การเตรียมไม้ตัดดอกปทุมมา และเอกสารประกอบ ขั้นตอนการผ่านพิธีการศุลกากร การจัดส่ง การประกันภัย การเรียกเก็บเงิน จนถึงวงจรสัมพันธ์การส่งออกดอกปทุมมาและวิจัยการตลาดการส่งออกนอกจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ยังมีประเทศญี่ปุ่นที่เป็นตลาดสำคัญของพืชชนิดนี้ เอกชัยและคณะ (2553) ได้ศึกษาตลาดการส่งออกดอกปทุมมาไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่าการส่งออกไม้ตัดดอกปทุมมาของไทยไปประเทศญี่ปุ่นยังมีปริมาณน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการส่งออกปทุมมานอกฤดูที่ยังไม่เคยมีเกษตรกรหรือผู้ส่งออกรายใดทำมาก่อน การ

ทำธุรกิจส่งออกดอกปทุมมานอกฤดู จึงนับได้ว่าเป็นช่องทางใหม่และยังไม่มีผู้ใดผลิตขายมาก่อน ดังนั้นการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเชิงลึก เพื่อนำไปประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจการส่งออกไม้ตัดดอกปทุมมาจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง สำหรับช่องทางการจำหน่ายหลักทำโดยการส่งให้กับผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่น และสายพันธุ์ที่นำไปจำหน่ายได้แก่ ปทุมมาสายพันธุ์เล็ก ซึ่งราคาส่งออก ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ อยู่ที่ประมาณ 60.00-80.00 เยนต่อดอก (Bangkok FOB price) ขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ที่นำไปขายโดยโทนลี่ที่นิยม คือ ชาว เจียว ชมพู

ในการจำหน่ายไม้ตัดดอก ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคือ การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว ทิววลย์และธีรนุช (2553) ศึกษาวิธีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว บรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง ปทุมมาเพื่อการส่งออกในเชิงพาณิชย์โดยวิธีการดำเนินงานวิจัยแยกออกเป็น 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การทดสอบในห้องปฏิบัติการ การทดสอบการขนส่งต่างประเทศ และการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยแต่ละกิจกรรมมีรายละเอียดแตกต่างกัน การทดสอบในห้องปฏิบัติการ สรุปขั้นตอนการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวดอกปทุมมาเพื่อการส่งออกที่สำคัญได้ 8 ขั้นตอน คือ การเก็บเกี่ยวและการขนส่งที่เหมาะสม การคัดเลือกดอก การทำความสะอาด การคัดเกรด การให้น้ำร้อนเพื่อควบคุมแมลง และการฉีดพ่นสารควบคุมการเจริญเติบโตเพื่อยืดอายุการปักแจกัน การมัดกำหรือเตรียมดอกก่อนบรรจุ การบรรจุกล่อง และตรวจแมลง การขนส่งทั้งหมดใช้เวลา 2 วัน หลังการเปิดกล่องมีคำแนะนำให้ตัดก้านดอกได้น้ำและให้เวลาในการดูน้ำหรือพักดอกก่อนนำไปใช้งานจริง การทดสอบการขนส่งดอกปทุมมาไปประเทศญี่ปุ่น ได้ดำเนินการทดสอบการขนส่งไปประเทศญี่ปุ่น 3 ครั้ง การส่งดอกเพื่อนำไปจำหน่ายผลจากการเตรียมดอกเพื่อบรรจุและขนส่ง ทั้ง 3 ครั้งพบว่าการขนส่งดอกไปร่วมงาน IFEX เป็นการส่งดอกในกล่องขนาดใหญ่ บรรจุอย่างดี ทำให้มีต้นทุนสูงและไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า การขนส่งในครั้งที่ 2 มีการปรับขนาดกล่องให้เล็กลงโดยการตัดกล่องเดิมที่มี และการส่งดอกครั้งหลังสุดที่ส่งออกไปเพื่อการทำการขายทดสอบตลาด จึงได้ลดขนาดกล่องลงและบรรจุจำนวนดอกต่อกล่องมากขึ้นตามความต้องการของลูกค้า การทดสอบการขนส่งไปต่างประเทศ ได้ผลที่น่าพอใจ เพราะดอกไม้ที่ส่งไปถึงร้านดอกไม้ปลายทางทั้ง 2 ครั้งได้รับความเสียหายจากการขนส่งน้อยมากและสามารถนำดอกไม้้ออกจำหน่ายได้ตามปกติ

นอกจากนี้ ทิพวัลย์และคณะ (2553) ได้ทำการทดสอบการผลิตปทุมมาเป็นไม้ตัดดอกนอกฤดูในระดับเกษตรกร ได้แยกการดำเนินการเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมการผลิตดอกปทุมมานอกฤดูเพื่อการส่งออก และกิจกรรมการศึกษาวิธีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว บรรจุภัณฑ์และการขนส่งดอกปทุมมาเพื่อการส่งออก โดยบ่มหัวพันธุ์และปลูกรูปทุมมาพันธุ์ต่างๆ ตั้งแต่ก่อนฤดู คือเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม 2552 พบว่าปทุมมาที่ปลูกในเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ ใช้เวลาบ่มหัวพันธุ์ 38-40 วัน อายุดอกพร้อมตัด 78 ± 15 ถึง 87 ± 15 วัน ส่วนปทุมมาส่วนใหญ่ที่ปลูกเดือนมีนาคม ระยะเวลาบ่มหัวพันธุ์สั้นลงเหลือ 23-36 วัน และมีอายุดอกพร้อมตัด 71 ± 15 ถึง 79 ± 15 วัน ปทุมมาที่ปลูกเดือนเมษายนใช้เวลาบ่มหัวพันธุ์ 28-33 วัน อายุดอกพร้อมตัด 69 ± 15 ถึง 75 ± 15 วัน สำหรับเดือนพฤษภาคม ระยะเวลาบ่มหัวพันธุ์ค่อนข้างสั้น และอายุดอกพร้อมตัดเร็วกว่าปทุมมาที่ปลูกเดือนมกราคมถึงเมษายน เนื่องจากเป็นช่วงการเจริญเติบโตตามฤดูกาลปกติของปทุมมา คุณภาพและขนาดดอกส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ส่วนการทดสอบการผลิตปทุมมานอกฤดูที่ภาคกลางทั้งก่อนและหลังฤดูปกติ พบว่ามีความเป็นไปได้มาก เนื่องจากสภาพอากาศค่อนข้างอบอุ่นกว่าในภาคเหนือทำให้ปทุมมาเจริญเติบโตได้ดี สำหรับการทดสอบและแนะนำการปลูกรูปทุมมาก่อนฤดูกาลแก่เกษตรกร พบว่าเกษตรกรให้ความสนใจ ปฏิบัติตามคำแนะนำ โดยสามารถผลิตดอกปทุมมาได้ก่อนฤดูปกติ ส่วนการก่อสร้างโรงเรือนบ่มหัวพันธุ์ปทุมมาเพื่อทำลายการพักตัว และบังคับการงอกของหัวพันธุ์ปทุมมาในเชิงพาณิชย์ พบว่าสามารถบรรจุหัวพันธุ์ได้ถึง 28,000.00 หัว

สมโภชน์รัตน์ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการผลิตปทุมมาของผู้ปลูกในจังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อทราบกระบวนการการผลิตปทุมมาและสภาพทั่วไปของการผลิต ประเมินค่าต้นทุนและผลตอบแทนและปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการผลิตของผู้ปลูกปทุมมาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ศึกษาจากผู้ปลูกปทุมมาสายพันธุ์เชียงใหม่พิงค์เนื่องจากเป็นสายพันธุ์ที่มีการปลูกและการส่งออกมากที่สุด ด้วยวิธีวิเคราะห์เส้นห่อหุ้ม และการวิเคราะห์ถดถอยแบบ Tobit ด้วยโปรแกรม DEAP 2.1 และ Limdep 9.0 ตามลำดับ จากการศึกษาพบว่า สภาพทั่วไปของผู้ปลูกปทุมมามีประสบการณ์ปลูกเฉลี่ย 11.4 ปี โดยแรงจูงใจในการปลูกรูปทุมมาคือ การที่ปทุมมาสามารถหารายได้ดีกว่าการปลูกพืชชนิดอื่น โดยมีพื้นที่การปลูกเฉลี่ย 8.90 ไร่ต่อราย การปลูกรูปทุมมาลงแปลงมีต้นทุนเฉลี่ยทั้งหมด 45,845.00 บาทต่อไร่ ไร่ได้กำไรสุทธิเฉลี่ย 1,829.00 บาท และการปลูกลงถาดมีต้นทุนเฉลี่ยทั้งหมด 165,680.00 บาทต่อไร่

ได้กำไรสุทธิเฉลี่ยไร่ละ 41,463.00 บาท การประมาณค่าประสิทธิภาพการผลิตของผู้ปลูกปทุมมา 15 ราย พบว่ามีประสิทธิภาพทางเทคนิคในการผลิตเฉลี่ย 0.90 ผู้ปลูกที่มีประสิทธิภาพการผลิตอยู่ในระดับต่ำที่สุด 0.40-0.59 มี 1 ราย ระดับ 0.60-0.79 มี 2 ราย ระดับ 0.80-0.99 มี 3 ราย และระดับสูงสุดคือ 1.00 มี 9 ราย โดยปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการผลิตปทุมมาคือปัจจัยทางด้านการตลาดผู้ผลิตต้องจำหน่ายให้กับผู้ส่งออกซึ่งผู้ส่งออกยึดตลาดเดิมและไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ส่งออกรายอื่นทำให้ไม่ทราบถึงศักยภาพการส่งออกที่ชัดเจนไปยังตลาดแต่ละแห่งและผู้ส่งออกไม่สามารถประเมินความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศได้ ทำให้ต้องคาดคะเนการสั่งซื้อปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละปีธุรกิจมีความเสี่ยงสูง ปัจจัยด้านต้นทุนการผลิตที่สูงจากการใช้ปัจจัยการผลิตได้แก่ ปุ๋ยเคมี ยาปราบศัตรูพืช แรงงาน และการขาดหัวพันธุ์ที่ปลอดโรค ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการจัดการผลิตได้แก่ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ ขนาดของพื้นที่ การเป็นเจ้าของพื้นที่เพาะปลูกและการรวมกลุ่มของเกษตรกรเป็นต้น