



ฐุรกิจโสมเกาหลี่

นางสาวภคปภา พงศ์วิเศษ

รหัสนักศึกษา 05550519

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตร์บัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา

คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่อง	ธุรกิจโสมเกาหลี
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวกมลภา พงศ์วิเศษ รหัสนักศึกษา 05550519
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. สุริพร จรุงชนะกิจ
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

โสมเกาหลี เป็นสัญลักษณ์อีกหนึ่งอย่างของสาธารณรัฐเกาหลีได้เมื่อกล่าวถึงประเทศนี้ ซึ่งมีความยอดเยี่ยมด้านสรรพคุณทางยา รักษาและบำรุงร่างกาย ประกอบกับเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรมมีความก้าวหน้าและทันสมัย ทำให้โสมเกาหลีเป็นที่ต้องการของคนทั่วโลก โดยวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาธุรกิจโสมเกาหลี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลี เพื่อศึกษาอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลี และเพื่อศึกษาการตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้ อีกทั้งเพื่อศึกษารูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย โดยการรวบรวมข้อมูลขั้นทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ ทั้งเอกสารตำราทั่วไป สื่อสิ่งพิมพ์ งานวิจัย ข้อมูลการส่งออกโสมจากภาคการเกษตรของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีได้ และข้อมูลองค์กรต่างๆ ที่จัดจำหน่ายโสมในประเทศไทย นำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาพบว่า โสมเกาหลีนั้นมีที่มาจากโสมป่าที่ขึ้นอยู่ตามยอดภูเขา และมีความเชื่อว่ามีคนได้รับเมล็ดโสมป่าจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์และนำมาปลูกในหมู่บ้าน จึงมีการเพาะปลูกโสมเกาหลีกระจายอยู่ทั่วสาธารณรัฐเกาหลีได้พื้นที่รวมกันกว่า 4,000 เฮกเตอร์ อีกทั้งพบว่ามีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมตั้งกระจายอยู่ทั่วตามแหล่งเพาะปลูกโสมกว่า 70 โรงงาน ซึ่งแต่ละโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมจะนำโสมสดมาแปรรูปเป็นโสมขาวและโสมแดงและนำไปแปรรูปเป็นหัวสกัดโสมก่อนนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมชนิดต่างๆ และส่งออกจำหน่ายมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลกทั้งในแถบเอเชียและฝั่งยุโรป โดยมียอดมูลค่าการส่งออกจำหน่ายต่อปีกว่า 1 พันล้านบาทต่อหนึ่งโรงงาน อีกทั้งยังพบว่าธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทยมีบริษัทและร้านค้าจำหน่ายมากกว่า 100 แห่ง ซึ่งมีรูปแบบทางการตลาดขายสินค้าโสมเป็นธุรกิจขายตรงนำเสนอขายสินค้าให้กับบุคคลต่อบุคคล และลูกค้าสามารถร่วมทำธุรกิจผ่านทางกรมการสมัครสมาชิกกับบริษัทและนำสินค้าโสมไปแนะนำขายต่อให้กับเพื่อนและคนใกล้ชิด เพื่อเป็นการขยายธุรกิจของตนเอง ทั้งนี้สาเหตุที่โสมเกาหลีเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของสาธารณรัฐเกาหลีได้และเหตุที่ทำให้ธุรกิจการค้าโสมเกาหลีขยายตัวและเติบโตขึ้นเพราะเนื่องจากการสนับสนุนส่งเสริมและระบบการจัดการส่งออกที่ดีจากทางรัฐบาล

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ก็ด้วยความเสียสละ ความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้เขียนวิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาคือ อาจารย์ ดร. สุริพร จรุงชนะกิจ เป็นอย่างสูง ที่ได้ให้คำแนะนำถึงประเด็นต่างๆในการศึกษา การค้นคว้าหาข้อมูล ชี้แนะแนวทางในการแก้ปัญหา รวมทั้งช่วยตรวจสอบแก้ไขในส่วนที่บกพร่องต่างๆ ใ้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณห้องสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์และเพชรบุรี อีกทั้งข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการเขียนบทความวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณคุณแม่ พ่อคุณแม่ และเพื่อนๆ ที่ให้กำลังใจมาโดยตลอดระยะเวลาการทำบทความวิจัยฉบับนี้

ผู้เขียนหวังว่าบทความวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อบุคคลรุ่นหลังและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปไม่มากนักน้อย หากผิดพลาดประการใด ต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
สารบัญ	(3)
สารบัญตาราง	
สารบัญแผนภูมิ	
สารบัญภาพ	
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการศึกษา.....	3
วิธีการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสาธารณรัฐเกาหลีใต้.....	6
(1) ภูมิประเทศ.....	6
(2) สภาพภูมิอากาศ.....	8
(3) เศรษฐกิจ.....	8
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ โสมเกาหลี.....	9
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	17
ทฤษฎีการส่งออก.....	19
ข่าว บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย.....	39
การเก็บและรวบรวมข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
แหล่งที่มาของข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปผล	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
4 ข้อมูลและผลการศึกษาข้อมูล	40
ศึกษาที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในสาธารณรัฐเกาหลีใต้	40
(1) ที่มาของโสมเกาหลี	40
(2) แหล่งเพาะปลูกโสมในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้	41
ศึกษาอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้	43
(1) แหล่งที่ตั้ง	43
(2) กระบวนการขั้นตอนการแปรรูปโสมเกาหลี	45
ศึกษาการตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐ เกาหลีใต้	49
(1) มูลค่าการส่งออกโสมเกาหลี	49
(2) รูปแบบการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย	54
ศึกษารูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย	56
(1) รูปแบบธุรกิจ	56
(2) กลยุทธ์การตลาด	58
5 สรุปผลการวิจัย	61
ผลการศึกษาที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐ เกาหลีใต้	61
ผลการศึกษาอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐ เกาหลีใต้	62
ผลการศึกษาการตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐ เกาหลีใต้	63

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ผลการศึกษารูปแบบธุรกิจ โสมเกาหลิในประเทศไทย.....	65
ข้อเสนอแนะ.....	66
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	66
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	67
บรรณานุกรม.....	69
ประวัติผู้ศึกษา.....	72

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	ข้อมูลการส่งออกโสมเกาหลีสาธารณรัฐเกาหลีใต้ปีพ.ศ. 255814
4.1	ขั้นตอนกระบวนการผลิตโสมแดงและโสมขาว.....46
4.2	สถิติการส่งออกโสม (ผลิตภัณฑ์) เดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ. 255851
4.3	สถิติการส่งออกโสม (ประเทศคู่ค้า) เดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ. 2558.....52
4.4	แนวโน้มการส่งออกโสมปีพ.ศ. 2559.....53
4.5	เหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โสมเกาหลีของผู้บริโภค58

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
4.1	แผนภูมิแสดงพื้นที่เพาะปลูกโสม 5 แหล่งสำคัญในสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ปีพ.ศ. 2553.....41
4.2	แผนที่แสดงการกระจายของแหล่งที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมปีพ.ศ. 2553.....43
4.3	กราฟแสดงรายได้การส่งออกโสมของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ปี พ.ศ. 2547 – 2558.....50

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แผนที่แสดงสัดส่วนภูมิประเทศเกาหลี.....	7
2.2 ต้นโสมเกาหลี.....	10
2.3 วัฏจักรการเจริญเติบโตของโสมเกาหลี.....	10
2.4 ลำดับขั้นตอนการเพาะปลูกโสมเกาหลี.....	12
2.5 โสมขาวและโสมแดง	13
2.6 ไม้ต้นโสมอาหารประจำชาติเกาหลีที่มีไม้และโสมเป็นวัตถุดิบหลัก.....	14
2.7 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ได้จากโสม	15
2.8 เครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ บริษัท อิลวา จำกัด	16
2.9 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และการจัดโปรโมชั่นสินค้า บริษัท อิลวา จำกัด	16
2.10 แผนผังแสดงองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด	17
4.1 แผนที่แสดงการกระจายของแหล่งเพาะปลูกโสมในสาธารณรัฐเกาหลีใต้	42
4.2 แผนภาพแสดงจำนวนอุตสาหกรรมแปรรูปโสม	44
4.3 ภาพเปรียบเทียบระหว่างโสมขาวและโสมแดง	47
4.4 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมชนิดต่างๆ	48
4.5 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมเกาหลีส่งออกไปยังชายฝั่งประเทศจีน	48
4.6 ภาพตลาดค้าโสมคิมชอนโซนสินค้าโสมแปรรูปและโสมส่งออกโสมสด.....	55
4.7 ภาพขนมหวานเจลลี่โสมรสส้ม ผงโสม และวุ้นโสม.....	56
4.8 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชาโสม น้ำ ผึ้งและสารสกัดโสมที่นำเข้าจำหน่ายในประเทศไทย	57

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“โสม” ในความหมายทางสมุนไพรที่มีบัญญัติไว้ในพจนานุกรมไทยราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง พันธุ์ไม้ 2 ชนิด ชนิดหนึ่งเป็นไม้เถาหัวคล้ายผักกาด ใช้ทำยาไทย มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ *Talinum patens* อยู่ในวงศ์ *Portulacaceae* อีกชนิดหนึ่งเป็นไม้เถาเช่นกัน มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Aralia quin-quefolia* อยู่ในวงศ์ *Araliaceae* โสมนิยมนำมาใช้เป็นยาสมุนไพรตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยประเทศทางตะวันออกเชื่อว่า โสมเป็นยาครอบจักรวาลช่วยเพิ่มพลัง ซึ่งโสมมีอยู่ 8 ชนิดด้วยกัน คือ โสมจีน โสมญี่ปุ่น โสมเกาหลี โสมอเมริกา ผักกะโสม โสมไทย โสมดอกแดงและโสมหิมาลายัน แต่โสมที่นิยมใช้กันมาพันปี คือ โสมเกาหลี ซึ่งเชื่อว่ามีสรรพคุณทางยาอย่างแท้จริง

โสมเกาหลี มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ว่า *Panax ginseng C.A.meyer* เป็นพืชล้มลุก ลักษณะน้ำ น้ำ รากเป็นงาม ต้นประกอบด้วยใบเรียงตัวเป็นวง แต่ละใบแยกเป็น 3 แฉก ดอกเป็นช่อสีขาว มีผลสีแดง ใช้เวลาปลูก 4-5 ปี ดินที่ใช้จะต้องไม่เคยผ่านการปลูกโสมมาก่อนในระยะ 10-15 ปี ต้องปลูกในที่ร่ม ซึ่งการปลูกโสมในประเทศเกาหลีนั้นปลูกเป็นลักษณะขั้นบันได ทำที่บังแสงและทำมุมหลังคาบังแสงตามอายุของโสม ในช่วงฤดูหนาวส่วนของลำต้น โสมบนดินจะยุบตัวลง จนถึงฤดูใบไม้ผลิจึงออกมาใหม่ รากโสมที่ดีต้องมีขนาดที่พอเหมาะ โสมสามารถปลูกได้เกือบทั่วทั้งประเทศในสาธารณรัฐเกาหลีได้เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสภาพดินที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของโสมเป็นอย่างดี ซึ่งมี 5 เมืองสำคัญที่มีการเพาะปลูกโสมมากที่สุด ได้แก่ เมืองโกซัง เมืองคิมชาน เมืองอึมซอง เมืองกวิชานและเมืองชินอัน ซึ่งโดยรวมทั้ง 5 เมืองมีพื้นที่เพาะปลูกโสมกว่า 4,000 เฮกเตอร์และมียอดผลผลิตมากกว่า 8,000 ตันต่อปี ซึ่งโสมเกาหลีที่ขายในตลาดทั่วไปรวมทั้งประเทศไทยมีอยู่ 2 ชนิด คือ โสมขาวและโสมแดง โสมขาว คือ รากโสมสดที่ผ่านการแช่น้ำเดือดประมาณ 8-10 นาที ต่อ ด้วยการแช่น้ำเย็นอีก 10 นาทีแล้วนำไปอบแห้ง ส่วนโสมแดง เป็นโสมที่ผ่านการอบไอน้ำเพื่อทำลายเอนไซม์และเชื้อราประมาณ 3-4 ชั่วโมง ซึ่งเชื้อโรคต่างๆ ทำให้อายุโสมมีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาคือ และมีราคาแพงกว่าโสมขาว รัฐบาลเกาหลี

มีการควบคุมการผลิตโสมแดง ห้ามนำพันธุ์โสมออกนอกประเทศ ควบคุมการผลิตอย่างมีขั้นตอน จึงทำให้ราคาของโสมเกาหลีดีสม่ำเสมอ (อรชุน เลี้ยววัฒนะผล, 2533: 19-20; ปวีตรา เกษมเนตร, 2552: 141)

ชาวเกาหลีเชื่อว่า การกินโสมเป็นประจำนั้นจะช่วยให้อายุยืนยาว โสมจึงเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ความเชื่อของการมีอายุยืนที่เชื่อกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ประกอบกับเกาหลีเป็นประเทศอยู่ในแถบอากาศหนาว ชาวเกาหลีจึงกินโสมเพื่อบำรุงและทำให้ร่างกายอบอุ่น ดังนั้นโสมจึงปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวันของชาวเกาหลีในเรื่องของสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นอาหาร, ยาบำรุงร่างกาย, เครื่องดื่ม, เครื่องสำอาง, เครื่องอุปโภคบริโภค เป็นต้น ชาวเกาหลีบางคนจะกินโสมทั้งดิบๆ แต่ส่วนใหญ่จะลองกินดิบกันแค่ครั้งเดียวในชีวิต เพราะรสชาติขมมาก ปัจจุบันโสมเกาหลีมีให้เลือกบริโภคในรูปของผลิตภัณฑ์อันทันสมัยและหลากหลายในห่อบรรจุภัณฑ์อย่างดี โสมสำหรับกินเพื่อบำรุงกำลังให้กระชุ่มกระชวยมีทั้งในรูปของยาเม็ดแคปซูล สารสกัดเซลล์ ชาโสม น้ำอัดลม แยม ลูกอม หมากฝรั่ง หรือแม้กระทั่งนุหรี หากเป็นจำพวกเครื่องสำอางจะมีทั้งโลชั่นทาผิวและยาสระผมที่ทำจากโสม (ประพนธ์ เรืองณรงค์, 2531: 69; พวงนิล คำปิงส์, 2549: 249)

สาธารณรัฐเกาหลีได้ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจด้านอุตสาหกรรมจากประเทศเกษตรกรรมที่ผลิตเพื่อเลี้ยงตัวเองเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมทันสมัย และมีสินค้าส่งออกต่างประเทศจำนวนมาก ทำให้สาธารณรัฐเกาหลีได้ประสบความสำเร็จ เป็นประเทศอุตสาหกรรมเบ็ดเสร็จ หนึ่งในนั้นคือ อุตสาหกรรมแปรรูปโสมเกาหลีซึ่งได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผลิตภัณฑ์โสมของเกาหลีมีความน่าเชื่อถือและมีคุณภาพ ดังนั้นจึงมีธุรกิจการแปรรูปโสมมากมายครอบคลุมทั่วประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้อีกทั้งยังส่งออกจำหน่ายไปยังต่างประเทศอีกด้วยซึ่งบริเวณที่มีโรงงานแปรรูปโสมมากที่สุดอยู่ที่จังหวัดคยองกีโด ทางตอนใต้ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ (สถาบันเอเชียแปซิฟิกศึกษา มศว., 2546: 67; ภัทรภร แจ่มใส, 2553:13)

ในประเทศไทยเนื่องจากสภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกโสมจึงต้องอาศัยการนำเข้าสินค้าแปรรูปโสมเกาหลีจากต่างประเทศ อุตสาหกรรมสาธารณรัฐเกาหลีได้ซึ่งการกระจายสินค้ามีลักษณะการค้าปลีกและการขายตรง ผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย มีหน้าร้านตามห้างสรรพสินค้าทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด หรือจัดจำหน่ายภายในร้านขายยาทั่วไป ลูกค้านับเป็นสมาชิกและใช้คะแนนสะสมเป็นเงินปันผลหรือเลือกรับสินค้าไปบริโภค บริษัทนำเข้าสินค้าแปรรูป

โสมเกาหลีที่พบเห็นในประเทศไทย ได้แก่ บริษัท อิลวา จำกัด, บริษัท พอลลินาเน็ทเวิร์ค จำกัด ซึ่งได้ยื่นชื่อเรียกผลิตภัณฑ์กันติดหูว่า “โสมน้ำแดงตั้งกุยจับ”

จากความน่าสนใจดังกล่าว ผู้วิจัยใคร่ศึกษา “ธุรกิจโสมเกาหลี” เพื่อให้เห็นถึงที่มาและแหล่งเพาะโสมเกาหลีและอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีตลอดจนการตลาดและมูลค่าการส่งออก โสมเกาหลีของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้รวมทั้งรูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทยให้ ลึกซึ้งและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้
2. เพื่อศึกษาอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้
3. เพื่อศึกษาการตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้
4. เพื่อศึกษารูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาแหล่งผลิตโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้
2. ศึกษาอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้
3. ศึกษาการตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้ย้อนหลัง 5 ปี จนถึงปัจจุบัน
4. ศึกษารูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทยเฉพาะบริษัทที่มีสำนักงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้
 - 1.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโสมเกาหลี

1.2 รวบรวมข้อมูลจากตำราหนังสือ ข่าว บทความ และข้อมูลบนเว็บไซต์ต่างๆทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโสมเกาหลี การค้าและการส่งออกโสมเกาหลีของสาธารณรัฐเกาหลีได้ ตลอดจนรูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

2. นำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
3. สรุปผลการศึกษาและจัดทำรายงานการศึกษา
4. เรียบเรียงผลการศึกษาในรูปแบบของบทความวิจัย
5. นำเสนอเป็นบทความวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในประเทศไทยสาธารณรัฐเกาหลีได้
2. ทำให้ทราบถึงอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีในประเทศไทยสาธารณรัฐเกาหลีได้
3. ทำให้ทราบถึงการตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมของประเทศไทยสาธารณรัฐเกาหลีได้
4. ทำให้ทราบถึงรูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โสม (Ginseng) คือ หัวพืชไม้ล้มลุกมีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Talinum patens* แบ่งออกเป็น 2 ชนิดชนิดหนึ่งเป็นไม้เถาหัวคล้ายผักกาด อยู่ในวงศ์ *Portulacaceae* อีกชนิดหนึ่งเป็นไม้เถาเช่นกัน มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Aralia quin-quefolia* อยู่ในวงศ์ *Araliaceae* โสมมีหลากหลายสายพันธุ์แตกต่างกันไปตามแต่สถานที่เพาะปลูก เช่น โสมจีน โสมเกาหลี และโสมอเมริกา

2. อุตสาหกรรม (Industry) คือ กิจกรรมที่ใช้ทุนและแรงงานเพื่อผลิตสิ่งของหรือจัดให้มีบริการ

3. การผลิตสินค้า (Manufacturing) คือ กิจกรรมและกระบวนการที่ใช้ในการผลิตสินค้า

4. การตลาด (Marketing) คือ กลุ่มของกิจกรรมที่ออกแบบเพื่อเร่งให้เกิดธุรกรรม โดยการสร้างสรรค์ จัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด และการตั้งราคาสินค้า บริการ รวมถึงความคิด

5. การส่งออก (Exporting) คือ การขายสินค้าและบริการไปยังตลาดต่างประเทศ

6. ธุรกิจ (Business) คือ บุคคลหรือองค์กรที่พยายามสร้างกำไร จากการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและผลประโยชน์

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาธุรกิจ โสมเกาหลิ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจำแนกรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสาธารณรัฐเกาหลีใต้
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ โสมเกาหลิ
3. ทฤษฎีส่วประสมทางการตลาดและการส่งออก
4. ข่าว บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสาธารณรัฐเกาหลีใต้

1.1 ภูมิประเทศ

เกาหลีมีภูมิประเทศเป็นทิวเขายาว ไล่จากแมนจูเรียลงมาถึงเกาะเชจูในทะเลดงไห่ ด้านข้างมีสันเขาแยกออกเป็นร่อง ซ้อนกันลงมาเป็นแนวและมีที่ราบอยู่เพียงร้อยละ 20 เขาที่สูงที่สุดบนคาบสมุทรคือ เขาแท็กดูชัน ซึ่งเป็นพรมแดนกั้นเกาหลีเหนือกับจีน สูง 2,744 เมตร เขาที่สูงที่สุดในเกาหลีใต้เป็นส่วนที่เป็นแผ่นดินใหญ่ คือเขาชีริชชัน ในมณฑลชอนลาใต้สูง 1,915 เมตร ส่วนภูเขาไฟฮันลาชันบนเกาะเชจูสูงราว 1,950 เมตร คาบสมุทรเกาหลีมีความยาว 1,000 กิโลเมตร จุดแคบสุดวัดความกว้างได้ 215 กิโลเมตร เกาหลีประกอบด้วยแผ่นดินใหญ่เป็นคาบสมุทรและเกาะต่างๆ กว่า 3,000 เกาะ มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 222,154 ตารางกิโลเมตร มีขนาดใกล้เคียงกับเกาะอังกฤษ หรือประเทศโรมาเนียร้อยละ 45 ของพื้นที่ หรือ 99,000 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่เทียบได้กับประเทศโรมาเนียหรือนิวซีแลนด์ กรุงโซลอยู่ห่างจากเปียงจิงมาทางตะวันออก 1,100 กิโลเมตร ห่างจากโตเกียวมาทางตะวันตก 1,400 กิโลเมตร คาบสมุทรเกาหลีเป็นหนึ่งในแผ่นดินที่เก่าแก่ที่สุดในโลก มีอายุนับย้อนไปถึงสมัยพรีแคมเบียนเมื่อ 1,600- 2,700 ล้านปีก่อน เป็นพื้นที่เพาะปลูก ไม่รวมพื้นที่ต้องการพัฒนา โดย 2 ใน 3 ของพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา คล้ายกับโปรตุเกส ฮังการี หรือไอร์แลนด์ แนวเทือกเขาแทแบกชัน ทอดยาวไปตามชายฝั่งทะเลตะวันออก ชั้นดินเป็นหินแกรนิตกับหินปูนที่

ทับถมกันมาเป็นเวลานานจนหนาแน่นมั่นคง โคนยื่นออกไปกลางทะเลหลวงให้ และตีวงโค้งมาทาง ตะวันตกเล็กน้อย คาบสมุทรแห่งนี้อุบัติขึ้นจากแรงดันของภูเขาไฟในครั้งผลกระทบจากคลื่นของ ทะเลฝั่งตะวันออก ทำให้เกิดการกัดเซาะเป็นหน้าผาสูงชัน และเกาะเล็กๆ ส่วนทางตะวันตกและ ทางใต้พื้นที่เป็นที่ราบ มีเกาะใกล้ฝั่งจำนวนมาก ซึ่งลักษณะคล้ายรวงผึ้ง ทำให้เกิดอ่าวเล็กๆทั่วไป ลักษณะภูมิประเทศของคาบสมุทร ส่วนใหญ่เป็นภูเขาและแม่น้ำ ซึ่งชาวเกาหลีมีความภูมิใจใน ประเทศของตน และถือว่าเป็นประเทศที่สวยงามเหมือนฟ้าปกมีลวดลายงดงาม อาณาเขตของเกาหลี มีแม่น้ำและลำธารขนาดใหญ่หลายสาย มีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของชาวเกาหลีและด้าน อุตสาหกรรม ทางทิศใต้ของคาบสมุทรมีแม่น้ำนัคดงกัง (ยาว 525 กิโลเมตร) และแม่น้ำฮันกัง (ยาว 514 กิโลเมตร) เป็นแม่น้ำสายหลักสองสาย แม่น้ำฮันกังนี้ไหลผ่านกรุงโซลเมืองหลวงสาธารณรัฐ เกาหลีใต้และแม่น้ำเปรียบเสมือนสายใยชีวิตของประชากรในภูมิภาคตอนกลางของเกาหลี เช่นเดียวกับประชากรในอาณาจักรโบราณ ซึ่งเคยมีความเจริญรุ่งเรืองตลอดริมฝั่งแม่น้ำ เกาหลีมี คาบสมุทรทั้งสามด้าน ดังนั้นมหาสมุทรจึงมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตของชาวเกาหลีตั้งแต่สมัยโบราณ จนกระทั่งปัจจุบันซึ่งทำให้ชาวเกาหลีมีความเชี่ยวชาญด้านการต่อเรือและการเดินเรือ (สถาบันเอเชีย แปซิฟิกศึกษา มศว.,2546: พวงนิล คำปึงสู, 2549)



รูปที่ 2.1 แผนที่แสดงสัดส่วนภูมิประเทศเกาหลี

ที่มา : <https://sites.google.com/site/deinluydaenkeahli/prathes-keahli-1>

1.2 สภาพภูมิอากาศ

เกาหลีมี 4 ฤดู และมีภูมิอากาศหลายแบบ เนื่องจากที่ตั้งอยู่ในแนวมรสุมเอเชียตะวันออกเฉียง อากาศจึงร้อนและชื้นในฤดูร้อน และอากาศหนาวแห้งและมีหิมะตกในฤดูหนาวอันยาวนานช่วง อุณหภูมิจะต่ำถึง - 15 องศาเซลเซียส และสูงถึง 34.7 องศาเซลเซียส ส่วนฤดูใบไม้ผลิและฤดูใบไม้ร่วงช่วงค่อนข้างสั้น มีอากาศที่สดชื่นและมีแดดจ้าหลายวัน ในฤดูร้อนระหว่างเดือนมิถุนายน กรกฎาคม และสิงหาคม มีฝนตกหนักที่สุด โดยปกติเดือนกรกฎาคมเป็นเดือนที่ชื้นและที่ที่สุด ฤดูหนาวเริ่มปลายเดือนพฤศจิกายนและสิ้นสุดเดือนมีนาคม เป็นระยะที่อยู่ใต้อิทธิพลของความกดอากาศสูง อันเนื่องมาจากมวลอากาศเย็นที่พัดมาเป็นระลอกๆ จากไซบีเรีย มีปริมาณน้ำฝนน้อยและท้องฟ้าโปร่ง ฤดูหนาวในสาธารณรัฐเกาหลีได้ไม่บ่อยหนาวจัดเท่าเกาหลีเหนือ อากาศในช่วงต้นฤดูใบไม้ผลิมักจะมีฝนตกชุกๆ ลงมาโดยคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ และลมที่กรรโชกจะนำเอาฝุ่นสีเหลืองซึ่งเรียกว่า "พายุฝุ่นทรายสีเหลือง" ซึ่งพัดมาจากทะเลทรายทางตอนเหนือของประเทศจีน แต่ช่วงเวลากลางคืนเมษายน อากาศสดชื่น เป็นช่วงที่มีอากาศเย็นสบายทั้งประเทศภูเขาและท้องทุ่งเต็มไปด้วยดอกไม้ป่าสีสดใส เกษตรกรจะเริ่มเตรียมพื้นที่สำหรับปลูกข้าวในช่วงเวลานี้ทุกปี ฤดูใบไม้ร่วงเป็นฤดูที่สวยงามด้วยท้องฟ้าสีครามและอากาศที่สดชื่น โดยเฉพาะในชนบทจะมีความสวยงามเป็นพิเศษ เพราะ มีความหลากหลายสีของต้นไม้ในป่าที่สวยงาม ฤดูนี้เป็นฤดูที่ชาวเกาหลีชอบมากที่สุด ช่วงนี้เป็นหน้าเก็บเกี่ยวจึงเป็นช่วงเวลาแห่งการขอบคุณพระเจ้า ฤดูใบไม้ร่วงในเกาหลีเป็นฤดูที่น่ารื่นรมย์ โดยมีจุดเด่นอยู่ที่งานรื่นเริงพื้นเมืองมากมายอันมีรากฐานมาจากประเพณีของสังคมเกษตรกรรมโบราณ (คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2536:สถาบันเอเชียแปซิฟิกศึกษามศว.2536)

1.3 เศรษฐกิจ

สาธารณรัฐเกาหลีใต้ในอดีตเป็นประเทศเกษตรกรรมที่ยากจนที่สุด ทุ่มเทเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจอย่างจริงจังตั้งแต่ปี ค.ศ. 1962 ในระยะ 40 ปีที่ผ่านมาสาธารณรัฐเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จจนได้สมญานามว่า “มหัศจรรย์ทางเศรษฐกิจแห่งแม่น้ำฮันกง” ซึ่งเป็นแม่น้ำที่ไหลผ่านกรุงโซล นับเป็นความสำเร็จทางเศรษฐกิจอย่างไม่น่าเชื่อที่ต้องบันทึกไว้ในประวัติศาสตร์เกาหลี สาธารณรัฐเกาหลีใต้ได้พัฒนาตนเองอย่างรวดเร็ว เพื่อเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจโลกในปีค.ศ. 1997 ช่วงเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ รัฐบาลเป็นตัวอย่างที่ดีในด้านความทันสมัย โดยการยกระดับการทำธุรกิจย่อยให้เป็นสากล และส่งเสริมทรัพยากรมนุษย์และเทคโนโลยี รวมทั้งการสนับสนุนและส่งเสริมให้

สถาบันต่างๆ ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ระยะเวลาและความเข้มแข็งจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศขึ้นอยู่กับกรอบโครงสร้างของภาคธุรกิจ การปรับตัวด้านรายจ่าย ความมั่นคงในการทำงาน และการให้ความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนในสาธารณรัฐเกาหลีใต้ รัฐบาลยังให้หลักประกันที่แน่นอน เพื่อที่จะปฏิรูปให้เกิดการปฏิบัติได้จริง ในการปรับโครงสร้างสถาบันการเงิน และภาคธุรกิจ โดยให้เกิดความยืดหยุ่นคล่องตัวในนโยบายต่างๆ ที่เป็นภาพรวมทางเศรษฐกิจนำไปสู่ความเจริญเติบโต เป้าหมายที่แท้จริงของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ คือ การแก้ไขปัญหาจากราคาน้ำมันในอดีตและสร้างอนาคต ที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจซึ่งมีความเหมาะสม เพื่อความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและความพร้อมเผชิญกับการแข่งขันที่เข้มข้นในศตวรรษที่ 21 เกาหลีใต้ไม่ได้แตกต่างจากประเทศอื่นๆ ที่ใช้นโยบายทางการเกษตร ทางสังคมและการเมือง ซึ่งยากในการปฏิบัติให้สำเร็จได้ การเปิดเสรีทางการเกษตร จึงเป็นเรื่องท้าทายความสามารถของผู้กำหนดนโยบาย (สถาบันเอเชียแปซิฟิกศึกษา มศว.,2536)

2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโสมเกาหลี

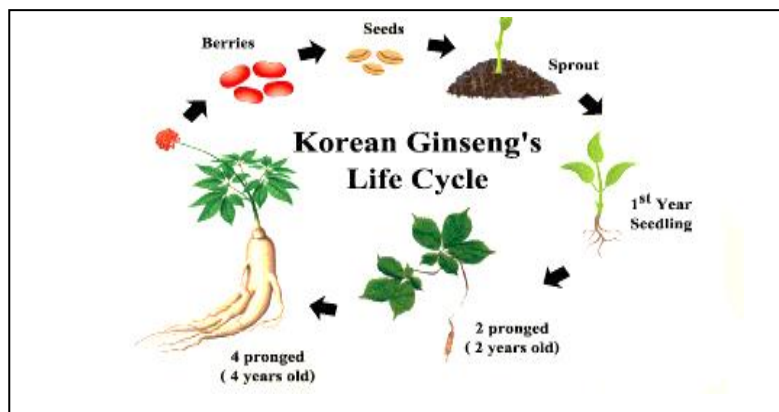
โสมเกาหลี มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ *Panax ginseng C.A. Meyer* เป็นพืชล้มลุก มีลักษณะน้ำนํ้า รากเป็นง่าม ต้นประกอบด้วยใบเรียงตัวเป็นวง แต่ละใบแยกเป็น 3 แฉก ดอกเป็นช่อสีขาว มีผลสีแดง ลักษณะของโสมเกาหลีนั้น เป็นต้นไม้จำพวกรากที่มีกลิ่นหอม มีใบรวมแตกง่ามเป็นรูปนิ้วมือ มีช่อดอกเป็นพวงๆ ออกดอกเป็นรูปซี่ร่ม เช่นเดียวกับดอกผักชี มีสีขาวอมเขียว ต้นไม้เหล่านี้ชอบอากาศอบอุ่น มักขึ้นทางตอนเหนือของเส้นศูนย์สูตร ส่วนใหญ่ในทวีปเอเชียและอเมริกา รากของต้นไม้เหล่านี้มีลักษณะเป็นหัวใหญ่ มีลำต้นสั้นพุ่งตรงแทงดินขึ้นมาสู่อากาศ มีใบรวมเป็นกลุ่ม 1 กลุ่มมีใบอยู่ 3 ใบ ก้านใบรวมแยกออกมาจากระดับเดียวกัน แต่ละใบมีก้านใบยาวแตกแยกออกเป็นใบย่อย เป็นแฉกๆ แบบนิ้วมือ เป็น 3 หรือ 5 ใบย่อย ช่อดอกจะแตกออกตรงยอด ตรงง่ามของใบรวมทั้งสามบรรจบกัน ดอกมีเกสรตัวเมีย ตรงปลายจะกลายเป็นผลมีเมล็ด 2 - 3 เมล็ด



รูปที่ 2.2 ต้นโสมเกาหลี

ที่มา : http://www.myfirstbrain.com/main_view.aspx?ID=76517

โสมเกาหลีเป็นพืชที่ใช้เวลาปลูก 4-8 ปี ดินที่ใช้ปลูกต้องไม่เคยปลูกโสมมาก่อนในระยะ 10-15 ปีที่ผ่านมาต้องปลูกในที่ร่ม การปลูกโสมในประเทศเกาหลีนั้นปลูกเป็นขั้นบันได ทำที่บังแสงและทำมุมหลังคาบังแสงตามอายุของโสม ในช่วงฤดูหนาวส่วนของลำต้นบนดินจะยุบตัวลงจนเมื่อถึงฤดูใบไม้ผลิจึงออกมาใหม่ รากโสมที่ดีต้องมีขนาดที่พอเหมาะ ถ้ารากโสมอายุ 6 ปีจะมีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาสูงสุด ส่วนรากที่ขนาดหรือรูปร่างไม่ดีมักจะขายสดใช้รับประทานเป็นผักแบบหัวผักกาด หรือปั่นทำเป็นน้ำโสมรับประทานซึ่งน้ำโสมดังกล่าวจะมีรสชาติขื่นๆ ในสาธารณรัฐเกาหลีได้มีการปลูกต้นโสมกันเกือบทั่วทั้งคาบสมุทรเกาหลี แม้แต่เดิมโสมจะเป็นพืชที่ขึ้นเองในป่าเขา แต่เมื่อค้นพบว่าโสมเป็นพืชสมุนไพรที่มีสรรพคุณพิเศษ จึงนำมาทดลองปลูก การเพาะปลูกโสมในสาธารณรัฐเกาหลีได้มีมาอย่างช้านาน ตั้งแต่สมัยโครยอ (Koral Age) แต่ยังไม่มีการบันทึกหลักฐานทางประวัติศาสตร์เอาไว้ จึงทำให้ไม่ทราบถึงแหล่งกำเนิดของโสมเกาหลีอย่างชัดเจน



รูปที่ 2.3 วัฏจักรการเจริญเติบโตของโสมเกาหลี ที่มา : <http://www.koreanginsengs.com>

การเพาะเมล็ดโสมกินเวลานานราวปีครึ่ง กว่าจะได้ต้นกล้าไปปลูกเป็นต้นใหม่ ช่วงกลางเดือนมีนาคมถึงต้นเดือนเมษายน แสงแดดที่แรงจัดมากเป็นอันตรายต่อต้นโสม ในสาธารณรัฐเกาหลีได้จึงใช้ฟางมุงบังในระยะเพาะปลูกให้มีแดดเพียงรำไร เมื่อต้นโสมเจริญเติบโตขึ้นและเริ่มมีดอกและเป็นลูก จึงพอดูออกและจำได้ง่ายขึ้นและจะยิ่งง่ายมากขึ้นเมื่อต้นโสมมีอายุ 1-3 ปี มีผลสุกสีแดงเข้ม เมล็ดโสมเมื่องอกใหม่ๆ หน้าตาคล้ายถั่วงอกจะสังเกตเห็นได้ยาก ที่ใบเลี้ยงจะมีลำต้นเล็กๆ งอกออกมา มีใบย่อยเล็กๆ 1 หรือ 2 - 3 ใบ ใบย่อยเหล่านี้จะมีใบเพียงเท่านี้ในปีแรก ชูตัวขึ้นมาเหนือพื้นดินประมาณ 5 เซนติเมตรเท่านั้น หลังจากที่ยกพื้นดินออกมา 4-5 สัปดาห์ ใบจะเจริญเติบโตเต็มที่ สำหรับต้นโสมแก่ๆ เวลาผลิใบแรกจะมีลักษณะดังกล่าวเหมือนกันในปีแรก ทั้ง 4 ฤดู โสมจะแตกตาออกมาเพียง 1 อัน เพื่อกอกเป็นลำต้นในปีถัดไป ตานี้จะแตกออกที่โคนต้นติดกับส่วนบนของราก เมื่อต้นเติบโตเต็มที่ก็จะหยุดการเจริญเติบโตและเหี่ยวเฉาหลุดออกไปเหลือแต่ตาและเป็นแผลเป็นเมื่อต้นโสมมีอายุ 2 ปี ลำต้นจะแตกกิ่งออกมา 1-3 กิ่ง แต่ละกิ่งจะมีใบย่อย 8-15 ใบย่อย ระยะนี้ต้นโสมจะสูงประมาณ 20 เซนติเมตร อย่างเข้าปีที่สาม ก้านใบจะเพิ่มมาเป็น 4 ก้าน แต่ละก้านใบจะมีใบย่อย 5 ใบ อาจพบบางต้นมีได้ตั้งแต่ 3 ถึง 7 ใบย่อย ใบย่อยดังกล่าวจะแยกออกเป็นแฉกเหมือนคนกางนิ้ว ลักษณะเป็นแบบใบหनुมานประสานกาย ใบนี้มีชื่อพระนารายณ์หรือใบลำโรง ใบย่อยคู่เล็กอยู่ชิดลำต้นประมาณ 3-5 เซนติเมตร ใบย่อยอื่นๆ จะยาว 8-10 เซนติเมตร ใบย่อยจะมีรูปร่างยาวเรียวยาวเป็นรูปไข่ ขอบเป็นหยักแบบฟันเลื่อย ปลายใบเรียวแหลมคล้ายใบโคมระย้าหรือใบกุรีหงส์ ถ้าเป็นโสมที่ปลูกกันเองก้านใบอาจมีมากถึง 5 ก้าน มีใบย่อย 25-30 ใบย่อย ลำต้นสูงได้ถึง 75 เซนติเมตร เมื่อเทียบกับความสูงของต้นโสมที่เกิดเองในป่าที่สูงสุดก็แค่ครึ่งเมตรเท่านั้น ขนาดของต้นโสมเมื่อโตเต็มที่จะมีลำต้นโตประมาณแฉ่งดินสอดำ ก้านของช่อดอกยาว 5-20 เซนติเมตร สูงออกไปจากจุดรวมของกลุ่มก้านใบ ดอกโสมจะออกในเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม มีหน้าตาเป็นช่อดอกเหมือนดอกผักชีหรือดอกเล็บครุฑ ดอกจะมีสีขาวอมเขียวหรือสีนวลอมเขียวอ่อน จากนั้นอีก 1 เดือนดอกก็จะกลายเป็นผลสุกจัดเป็นสีแดงที่สุดในกลางเดือนกันยายน ผลโสมที่แก่จัดกินได้มีรสหอมชื่นใจเหมือนนาราก ขนาดประมาณลูกหว้า แต่ละลูกมีเมล็ดข้างใน 1-3 เมล็ด ขนาดของเมล็ดเท่ากับเมล็ดมะกัลดำหาหนุ โสมที่มีอายุถึง 3 ปีขึ้นไปจึงจะออกลูกได้ นอกจากต้นที่สมบูรณ์มากๆ จะออกลูกได้เร็วกว่า โสมที่ปลูกกันจะมีลูกในหนึ่งช่อดอกมากกว่า โสมที่ขึ้นเองตามธรรมชาติแต่ละช่อดอกก็จะมีเมล็ดราว 40-60 เมล็ด บางช่วงอาจพบถึง 100 เมล็ดปกติแล้วโสมขึ้นเองมีเมล็ด 50 เมล็ดใน 1 ช่อใบ โสมจัดว่าเป็นพืชที่อ่อนแอไม่ทนแมลง จึงต้อง

สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการใช้ยาฆ่าแมลงศัตรูพืชเป็นจำนวนมาก เมื่อโสมมีอายุ 6 ปีขึ้นไปจึงจะมีการ
ขุดรากโสม และจะขุดรากโสมในกลางเดือนกันยายนจนถึงสิ้นเดือนตุลาคม



รูปที่ 2.4 ลำดับขั้นตอนการเพาะปลูกโสมเกาหลี

ที่มา : <http://www.nh3mall.co.kr/?productcode=002001000000000010>

ชาวแมนจูเรียและชาวเกาหลีจะเสาะหาโสมและทดสอบโดยใช้วิธีชีววิเคราะห์ ถ้าเป็นโสม
ที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ ต้นโสมมักจะเกิดในร่มของต้น “เคีย” (Kia) ซึ่งเป็นพืชในตระกูลต้นหลิน
(*Linden, Tilia Sp.*) หรือต้นพาลอว์เนีย (Paulownia หรือ Princess Tree) ต้นไม้สองชนิดนี้มี
ความสัมพันธ์กันมากราวกับเกิดมาเป็นคู่กัน ถ้าพบต้นไม้อะชนิดหนึ่งจะพบต้นไม้อีกชนิดหนึ่งด้วย
เสมอ นักล่าหาโสมจึงมักจะใช้ต้นเคียเป็นที่สังเกตหาต้นโสม และจะขุดรากขึ้นมาในฤดูใบไม้ผลิ
หรือฤดูใบไม้ร่วง เมื่อขุดได้แล้วและต้องการตรวจสอบว่าเป็นโสมแท้หรือไม่ ก็ใช้วิธีที่เรียกว่า “วิธี
ชีววิเคราะห์” โดยให้คนสองคนเดินไปด้วยกัน คนหนึ่งให้อมรากไม้ที่คิดว่าจะเป็นโสมในปากขึ้น
หนึ่ง ส่วนอีกคนหนึ่งให้เดินปากว่าง ถ้าเดินไปไกลด้วยกันประมาณ 2-3 กิโลเมตร คนที่อมรากไม้
จะไม่รู้สึกร้อนหรือเมื่อยถ้าเป็นโสมจริง ส่วนคนที่เดินปากเปล่าจะอ่อนแรง

แผนกเภสัชกรรมของมหาวิทยาลัยโซลแห่งชาติของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ได้เริ่มทำการทดลองเกี่ยวกับโสมเกาหลีมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2504 ได้เปรียบเทียบคุณสมบัติของสารเคมีต่างๆ ที่แยกออกมาจากโสมกับการที่ร่างกายปล่อยสารฮีสตามีนและซีโรโทนินออกมา นอกจากนี้ยังได้ตรวจสอบซาโปนินและสารส่วนที่เป็นน้ำมันอีกด้วย มีการค้นพบสารหลายชนิดที่มีอยู่ในโสมเกาหลี แต่มีสารที่สำคัญในการออกฤทธิ์คือ จินเซโนไซด์ สารกลุ่มนี้มีโครงสร้างของโมเลกุล 2 ชนิด คือ โปรโตแพนแนกซาไดออกอล และ โปรโตแพนแนกซาไทรออล โมเลกุลทั้งสองชนิดนี้จะจับกับน้ำตาลจนได้จินเซโนไซด์ชนิดต่างๆกัน นอกจากนี้ยังมีสารเคมีต่างๆ ที่พบตามส่วนต่างๆ ของต้นโสมอีกมากมาย

โสมเกาหลีที่ขายในตลาดทั่วไปรวมทั้งในประเทศไทยมีอยู่สองชนิด คือ โสมขาวและโสมแดง โสมแดง คือ โสมที่ผ่านการอบไอน้ำเพื่อทำลายเอนไซม์และเชื้อรา เชื้อโรคต่างๆ ทำให้รากโสมมีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาคือ และมียาราคาแพงกว่าโสมขาว รัฐบาลเกาหลีควบคุมการผลิตโสมแดง ห้ามนำพันธุ์โสมออกนอกประเทศ ควบคุมปริมาณการผลิตอย่างมีขั้นตอน จึงทำให้ราคาของโสมเกาหลีดีสม่าเสมอ (อรชุน เลี้ยววัฒนะผล, 2533)



รูปที่ 2.5 โสมขาวและโสมแดง

ที่มา :http://www.myfirstbrain.com/main_view.aspx?ID=76517

ชาวเกาหลีบางคนจะกิน โสมทั้งดิบๆ แต่ส่วนใหญ่จะลองกินดิบกันแค่ครั้งเดียวในชีวิต เนื่องจากรสชาติขมมาก ชาวเกาหลีมักนำโสมมาปรุงเป็นส่วนประกอบของอาหารและยังนำมาผสมผสานสร้างสรรค์เป็นสินค้าแปรรูปที่ดูทันสมัยเข้ากับยุคสมัย ปัจจุบันโสมเกาหลีมีให้เลือกบริโภคในรูปของผลิตภัณฑ์อันทันสมัยและหลากหลายในห่อบรรจุภัณฑ์อย่างดี โสมสำหรับกินเพื่อบำรุงกำลังให้กระชุ่มกระชวยมีทั้งในรูปของยาเม็ดแคปซูล สารสกัดเซลล์ ชาโสม น้ำอัดลม แยม ลูกอม หมากฝรั่ง สบู่และแชมพูโสม โคลนพอกหน้าโสม เครื่องสำอางโสม หรือแม้กระทั่งบุหรี่

โดยจำหน่ายทั้งภายในและภายนอกประเทศ และสร้างรายได้ให้กับประเทศเกาหลีเป็นอย่างมาก โดยประเทศที่ส่งออกโสมที่สำคัญมีดังนี้ คือ ประเทศญี่ปุ่น, ฮองกง, ไต้หวัน, จีน และสหรัฐอเมริกา ประเทศเกาหลีใต้ได้รับรายได้จากการส่งออกโสมจากประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด จากการศึกษาข้อมูล การส่งออกในปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2558 โดยรายได้ที่ได้ คือ 764,910 ล้านบาทหรือสหรัฐ

ประเทศ	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2557	2558	รวม
ปี (พ.ศ.)									
จีน	2,554	3,290	5,011	4,751	7,173	3,568	36,898	30,403	88,248
ฮ่องกง	27,735	10,206	25,869	21,780	19,799	21,134	46,270	28,198	200,991
ญี่ปุ่น	17,621	28,011	32,835	29,316	29,231	28,665	36,365	23,683	225,727
ไต้หวัน	16,851	1,332	10,323	8,213	13,814	17,348	25,156	12,203	105,240
สหรัฐอเมริกา	5,098	3,579	6,425	8,775	8,514	7,019	14,326	10,559	64,295
อื่นๆ	9,127	8,618	8,674	6,640	10,529	14,341	13,407	9,073	80,409
รวม	78,986	55,036	89,164	82,475	89,060	89,075	172,422	11,4119	764,910

ตารางที่ 2.1 (ข้อมูลการส่งออกโสมเกาหลีสาธารณรัฐเกาหลีใต้, 2558) ที่มา :<http://www.kati.net>

ในสาธารณรัฐเกาหลีใต้เชื่อกันอย่างแพร่หลายว่าการกินโสมเป็นประจำนั้นจะช่วยให้อายุยืนยาว และเชื่อว่าสามารถรักษาสารพัดโรคได้ เป็นทั้งยากินและยาทาเพื่อรักษาและฟื้นฟูสมดุลของธาตุหยิน-หยางภายในร่างกายโดยวิธีการกระตุ้นหรือกดเป็นหลัก



รูปที่ 2.6 ไก่ตุ๋นโสมเป็นอาหารเป็นชาติเกาหลีที่มีไก่และโสมเป็นวัตถุดิบหลัก

ที่มา : <http://www.iam-tour.com>

นักวิทยาศาสตร์ระบุว่า การกินรากโสมในปริมาณน้อยเป็นประจำจะช่วยกระตุ้นระบบประสาทส่วนกลางให้ทำงานได้ดีขึ้น และกระตุ้นให้ร่างกายสร้างเซลล์ต้านโรคโลหิตจางและความ

ค้นสูง ดังที่ปรากฏรายงานว่ โสมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของร่างกายจิตใจ และระบบทางเดินอาหารได้เป็นอย่างดีสรรพคุณยอดเยี่ยมของโสม ได้รับการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง พบว่ามีสารอะแดปโตเจน (Adaptogen) ซึ่งมีคุณสมบัติลดความเครียด ช่วยปรับสภาพร่างกายและจิตใจให้ทนต่อภาวะต่างๆ ได้มากขึ้น และยังช่วยลดความเมื่อยล้า โดยกระตุ้นให้เซลล์ในร่างกายสร้างพลังงาน นอกจากนี้ยังกระตุ้นให้ร่างกายรู้สึกสดชื่น กระปรี้กระเปร่า และกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกันในร่างกายให้แข็งแรง (พวงนิล คำบังสุ, 2549: ปวีตรา เกษมเนตร, 2552: ภัทรกร แจ่มใส, 2553: 20)



รูปที่ 2.7 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ได้จากโสม

ที่มา : <http://www.vpatwzud.w1.mweweb.com/content>

ในประเทศไทยมีบริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์โสมเกาหลีเข้ามาจัดจำหน่ายเป็นจำนวนมาก ซึ่งในประเทศไทยมีบริษัทที่นำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมขนาดใหญ่ที่มีศูนย์จัดจำหน่ายกว่า 50 เคา์นเตอร์ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และกว่า 100 ร้านขายยาทั่วประเทศ ซึ่งรับสินค้าแปรรูปโสมโดยตรงจากโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปที่สาธารณรัฐเกาหลีใต้ นั่นคือบริษัท อิลวา (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 19 กรกฎาคม ปีพ.ศ. 2517 ด้วยความมุ่งมั่นและความพยายามที่จะสืบทอดความมีศิลปะของผลิตภัณฑ์โสมเกาหลีให้ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพของคนไทย อิลวาเป็นเจ้าแรกในการบุกเบิกตลาดโสมเกาหลีในประเทศไทย เรามีความเชื่อมั่นว่าเราทุกคนชาวอิลวา จะมีส่วนร่วมรับใช้ดูแลสุขภาพคนไทยทุกคน ดังคำกล่าวที่ว่า ” ความไม่มีโรค เป็นลาภอันประเสริฐ ” ถ้าคุณมีสุขภาพที่ดี และครอบครัวของทุกคนมีสุขภาพที่ดี นี้คือ “จุดเริ่มต้นที่เหนือกว่า” (Ilhwa, 2558)



รูปที่ 2.8 เครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์บริษัท อิลวา จำกัด

ที่มา : <http://www.ilhwamart.com>

รูปที่ 2.9 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และการจัดโปรโมชั่นสินค้าบริษัท อิลวา จำกัด

ที่มา : <http://www.ilhwa.co.th/index.php>

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดและการส่งออก

3.1 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาดซึ่งบริษัทนำมาผสมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมายซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Distribution) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) หรือที่นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า “4P”



รูปที่ 2.10 แผนผังแสดงองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา : <http://www.slideshare.net/pronprom11/ss-14875806>

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย โดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เป็นที่พอใจ (McCarthy 1984:8) ซึ่งรวมถึงสิ่งที่ลักษณะทางกายภาพ และสิ่งที่ไม่มีลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สินค้าพร้อมเงื่อนไขต่าง ๆ บริการ ความคิด สถานที่ บุคคล กิจกรรม และองค์การ เป็นต้น (Kotler 1997:10)

2) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าสินค้าและบริการในรูปของตัวเงินหรือเป็นสิ่งที่ผู้ซื้อต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง (Stanton 1987:9650) ราคาสินค้าที่ธุรกิจกำหนดต้องมีความสอดคล้องกับส่วนประสมการตลาดอื่น ๆ และสอดคล้องกับต้นทุนตลอดจนสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้าที่เสนอขาย สอดคล้องกับรายได้และสถานภาพของผู้ซื้อ สภาวะเศรษฐกิจ ความจำเป็นในการใช้ความสามารถในการใช้ทดแทนกันของสินค้าชนิดอื่นรวมทั้งสอดคล้องกับราคาสินค้าของธุรกิจคู่แข่งในตลาด ราคาสินค้าที่เหมาะสมจะช่วยดึงดูดและกระตุ้นปริมาณความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าได้มาก

3) การจัดจำหน่าย (Distribution) หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าที่เป็นการเคลื่อนย้ายทางกายภาพ และการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังตลาดเป้าหมาย ด้วยช่องทางและสถาบันทางการตลาดที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ตัวแทนจำหน่าย ผู้ประกอบการคลังสินค้าและขนส่ง สถาบันการเงินสถาบันประกันภัย และธุรกิจโฆษณาเป็นต้น ซึ่งการจัดจำหน่ายนี้ต้องเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เหมาะสมกับพฤติกรรมการณ์ซื้อของตลาดและเหมาะสมกับนโยบายของธุรกิจ (Stanton 1987:644)

4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) ระหว่างผู้ที่ต้องการขายสินค้ากับตลาดเป้าหมายเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูล แจ้งให้ทราบ กระตุ้นหรือเตือนความจำ ตลอดจนสร้างเจตคติและพฤติกรรม การซื้อให้เป็นที่รู้จัก ต้องการ หรืออาจกล่าวได้ว่าการส่งเสริมการตลาดเป็นความพยายามทางการตลาดในการเพิ่มปริมาณขายสินค้าของธุรกิจด้วยวิธีการต่าง ๆ (McCarthy 1984:816) ซึ่งมักใช้พร้อม ๆ กันหลายองค์ประกอบในสัดส่วนที่เหมาะสม และองค์ประกอบเหล่านั้นเรียกว่าส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotional Mix) ซึ่งประกอบด้วย (McCarthy 1984:469 – 470)

4.1) การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสาร การเสนอขายความคิดหรือการเสนอขายสินค้ากับผู้มุ่งหวังโดยไม่ใช้พนักงานขาย และธุรกิจที่เป็นเจ้าของสินค้าเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย การโฆษณาใช้สื่อ (Media) ที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารในคราวละมาก ๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เอกสารโฆษณา แผ่นปิด ใบบลิว เป็นต้น

4.2) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) คือกิจกรรมที่กระตุ้นความสนใจให้ผู้บริโภคคนสุดท้ายทดลองใช้สินค้าหรือซื้อสินค้า กระตุ้นการขายของคนกลางทางการตลาดและกระตุ้นการใช้ความพยายามในการทำงานของพนักงานขาย กิจกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การลดราคา การแลกเปลี่ยน การแจกตัวอย่าง การแถม การให้คูปอง การสาธิตสินค้า การแข่งขันและการชิงโชค การจัดแสดงสินค้า การแข่งขันการขาย การจัดประชุมการให้ส่วนลดและส่วนยอมให้การฝึกอบรมและการใช้อุปกรณ์ช่วยขาย เป็นต้น

4.3) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นการเสนอความคิดและการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าโดยไม่ใช้บุคคล เพื่อส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์และเกิดเจตคติที่ดีระหว่างธุรกิจกับชุมชน ได้แก่ การจัดทำรายงานประจำปีเพื่อแจกกับ

ประชาชนทั่วไป การจัดประชุมสัมมนา การเป็นผู้รับสนับสนุนการประกวดทาง ศิลปวัฒนธรรมและการแข่งขันกีฬาการช่วยเหลือชุมชนและสังคม เป็นต้น

4.4) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการส่งเสริมการตลาดอีกวิธีหนึ่งที่ นิยมกันมากโดยการเผชิญหน้าระหว่างพนักงานขายกับตลาดเป้าหมายเพื่อการเสนอขาย สินค้า

4.5) การตลาดทางตรงและการตลาดเชื่อมต่อตรง (Direct Marketing and Online Marketing) การตลาดทางตรง เป็นการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะรายที่เป็นเป้าหมาย เพื่อให้ได้รับการตอบสนองในทันทีทันใด (Kotler and Armstrong, 1999: G3) ส่วน การตลาดเชื่อมต่อตรงเป็นการสื่อสารทางการตลาดโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อตรง ระหว่างผู้บริโภคและผู้ขายด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Kotler and Armstrong, 1999: G6)

3.2 ทฤษฎีการส่งออก

การส่งออก (Exporting) ในทางการค้าระหว่างประเทศ หมายถึง การขายสินค้าและบริการ ในประเทศไปสู่ตลาดอื่น ในระยะแรกบริษัทที่เริ่มจะเข้าสู่การค้าระหว่างประเทศ ขั้นตอนแรก บริษัทส่วนมากนิยมใช้การส่งสินค้าสำเร็จรูปไปยังผู้สั่งซื้อในต่างประเทศ (Importer), ผู้แทน จำหน่าย (Agent), Distributor หรือ Company Sales office to Customer ซึ่งอยู่ในตลาดของประเทศ ที่ต้องการจะนำสินค้าไปขาย

การส่งออกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

1) การส่งออกโดยการผ่านผู้แทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง (Export through agent or other middleman) เป็นโครงสร้างแบบที่นิยมใช้มากที่สุดในการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศผ่าน ผู้แทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลางในประเทศนั้นๆ แต่ในระยะหลังนี้ไม่เป็นที่นิยมนัก เพราะบริษัท ใหญ่ๆ จะใช้วิธีตั้งสาขาอิสระขึ้นดำเนินการเอง แต่อย่างไรก็ตาม ผู้แทนจำหน่ายและพ่อค้าคนกลาง ก็ยังคงมีความสำคัญในด้านการจัดจำหน่ายระหว่างประเทศ

2) การส่งออกโดยผ่านทางบริษัท (Export through brance Sales Office or Sales Subsidiaries) เมื่อดำเนินการขายในตลาดระหว่างประเทศในระยะเวลาหนึ่ง ทำให้มีประสบการณ์ ด้านการตลาดมากขึ้น บริษัทจึงตั้งสาขาหรือบริษัทในเครือเพื่อทำการขายเอง

3.2.1 ประเภทของผู้ประกอบการในช่องการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการในช่องการจัดจำหน่ายในนานาประเทศมีลักษณะและจำนวนแตกต่างกันไป ซึ่งแล้วแต่ความจำเป็นทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ ตลอดจนเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละอาณาเขต ในขณะที่เดียวกันแต่ละประเภทของผู้ประกอบการในกิจกรรมการจัดจำหน่ายก็จะมีคุณสมบัติ และผลดี ผลเสีย ในการให้บริการแก่นักการตลาดแตกต่างกันด้วย และมักจะแตกต่างกันไปจากประเทศหนึ่ง ไปยังประเทศอื่นๆ ด้วย ซึ่งแต่ละประเทศจะมีตัวกลางจัดจำหน่ายที่อยู่ภายใน (Domestic Middleman) เป็นตัวกลางจัดจำหน่ายที่มีฐานปฏิบัติการภายในประเทศผู้ผลิต ซึ่งแบ่งออกเป็น

1) ตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศ (Domestic Agent Middleman) ตั้งอยู่ในประเทศเดียวกับผู้ผลิตสินค้า หน้าที่สำคัญคือ จัดหาบริการทางด้านการตลาดภายในประเทศแก่ลูกค้าทั่วไป ถึงแม้ว่าตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศจะอยู่ใกล้ชิดกับผู้ผลิต และสามารถจะอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้ดีกว่าประเภทอื่น แต่ก็มักจะถูกปฏิเสธจากผู้ผลิตอยู่เสมอ เนื่องจากไม่สามารถหาข่าวสารทางการตลาด และไม่สามารถทราบความเคลื่อนไหวในตลาดต่างประเทศได้ดีเท่ากับพ่อค้าคนกลางในต่างประเทศ (Foreign middleman) ดังนั้น ตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศ จึงเหมาะสำหรับผู้ผลิตที่พร้อมในการจัดจำหน่ายเพียงตลาดใดตลาดหนึ่งเท่านั้น ไม่เหมาะสมสำหรับผู้ผลิตที่พร้อมที่จะจัดจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดหลายๆ แห่งพร้อมกัน

2) ผู้จัดการฝ่ายส่งออก (Combination Export Manager) หรือ CEM มีความสำคัญเป็นมากสำหรับธุรกิจที่มียอดขายในต่างประเทศต่ำ เพราะ CEM จะทำหน้าที่ให้กับหลายๆ บริษัทในการเป็นตัวแทนขายสินค้าให้กับต่างประเทศ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นเสมือนหนึ่งฝ่ายการตลาดต่างประเทศให้กับบริษัทที่มอบหมายให้ CEM ดำเนินการแทน โดยมีการติดต่อที่เป็นของ CEM เอง โดยมีผู้จัดการฝ่ายการส่งออกเป็นผู้รับผิดชอบ ในการทำเช่นนี้ CEM จะคิดค่านายหน้าและค่าธรรมเนียมพิเศษในการติดต่อประสานงานให้ แต่ CEM มักจะไม่มีความสามารถที่จะขายสินค้าที่มีการแข่งขันสูงภายในตลาด และการบริการมักจะรวมค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ซึ่งผู้จัดการต่างประเทศจะเป็นผู้ดำเนินงานและรับผิดชอบจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น อีกทั้ง CEM ยังจัดหาข่าวสารเกี่ยวกับการให้เครดิต, ลักษณะทางภูมิศาสตร์ และบางครั้งยังสามารถช่วยหาแหล่งเงินทุนให้อีกด้วย แต่หาก CEM มีการขยายกิจการมากขึ้น ในที่สุด CEM จะเป็นเพียงผู้รับใบสั่งซื้อ (order taker) เท่านั้น

3) พ่อค้าคนกลางในประเทศ (Domestic Merchant Middleman) ทำหน้าที่คล้ายกับพ่อค้าส่ง แต่รวมถึงการซื้อขายสินค้าทั้งจากภายในประเทศและจากต่างประเทศ สินค้าที่ทำการซื้อขายนั้น เป็นทั้งสินค้าที่พ่อค้าคนกลางเป็นผู้ผลิตเองและรับซื้อจากผู้อื่น พ่อค้าคนกลางในประเทศนี้ส่วนใหญ่มักเป็นทั้งผู้ส่งเข้า และผู้ส่งออก ซึ่งได้รับกำไรจากการดำเนินงานทั้งสิ้น แต่จะต้องรับผิดชอบในการเสี่ยงภัยต่างๆ ทั้งหมดด้วย พ่อค้าคนกลางประเภทนี้ไม่สามารถจะควบคุมตลาดได้แต่เพียงผู้เดียว นอกจากว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงมากๆ เท่านั้น

4) ตัวแทนการค้าในประเทศลูกค้า (Agent Middleman in Customer Countries) เนื่องจากการตลาดระหว่างประเทศ ผู้ผลิตมักจะไม่มีอำนาจในการควบคุมพ่อค้าคนกลางในประเทศ และพ่อค้าคนกลางในประเทศก็ขาดความรู้ในการดำเนินงานในตลาดต่างประเทศ ดังนั้น ผู้ผลิตในต่างประเทศจึงปรารถนาที่จะทำงานร่วมกับพ่อค้าคนกลางในประเทศลูกค้าของตน เพราะติดต่อโดยตรงกับพ่อค้าคนกลางซึ่งเป็นผู้ที่ทำการติดต่อดำเนินธุรกิจภายในตลาดนั้นๆ เหตุนี้จึงทำให้ผู้ผลิตจากต่างประเทศมีความต้องการที่จะใกล้ชิดกับตลาดผู้บริโภคของตน โดยผ่านพ่อค้าคนกลางในตลาดนั้นๆ แต่จะมีปัญหาในเรื่องภาษา, การสื่อสาร และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ทำให้ไม่สามารถกระทำได้ตามความต้องการได้

5) พ่อค้าคนกลางในต่างประเทศ (Foreign merchant middlemen) พ่อค้าคนกลางจะยึดถือกรรมสิทธิ์ของสินค้าไว้ในครอบครองอย่างสมบูรณ์ด้วยการซื้อขาดจากผู้ผลิต ดังนั้นจึงเกิดความแตกต่างกันในความรับผิดชอบและลักษณะการดำเนินการมาก จึงแบ่งออกเป็นแต่ละประเภทดังนี้

5.1) ผู้จัดจำหน่าย (Distributor) ผู้แทนการจัดจำหน่ายในต่างประเทศมีสิทธิพิเศษในการขายอย่างสมบูรณ์ในบางประเทศ ซึ่งทำงานในด้านนี้โดยเฉพาะและศึกษางานด้านการตลาดต่างประเทศอยู่เสมอ จึงได้รับความเชื่อถือจากนักการตลาดเป็นอย่างมาก อีกทั้งผู้จัดจำหน่ายบางรายมีกิจการค้าส่งและค้าปลีกในแต่ละท้องถิ่นเป็นของตนเอง ซึ่งทำให้เกิดผลดีในการดำเนินงานเป็นอย่างมาก

5.2) พ่อค้าส่งเข้า (Import jobber) ผู้ทำการซื้อสินค้าโดยตรงจากตลาดต่างประเทศแล้วขายสินค้านั้นให้แก่พ่อค้าส่งในประเทศหรือพ่อค้าปลีกหรือผู้บริโภคทางอุตสาหกรรม (Industrial Customer) ซึ่งลักษณะดังกล่าวอาจเรียกว่า Import house หรือ Import merchant ลักษณะของผู้จัดจำหน่ายแตกต่างกับพ่อค้าส่งเข้าที่ไม่มีอาณาเขตในการซื้อขาย เมื่อพอใจ

ซื้อก็ซื้อ ในตลาดต่างประเทศอาจจะมีพ่อค้าสั่งเข้าได้หลายคนในอาณาเขตเดียวกัน แต่สำหรับผู้จัดจำหน่ายแล้วในอาณาเขตหนึ่งมีได้เพียงคนเดียวเท่านั้น

5.3) พ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีก (Wholesaler and Retailer) มักจะดำเนินการเป็นตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศด้วย การที่ธุรกิจไม่ว่าจะใหญ่หรือเล็กทำการส่งสินค้าเข้า (Import) โดยสินค้านั้นอาจจะทั้งสินค้าของตนเองและสินค้าที่สั่งเข้าเพื่อนำไปขายให้กับพ่อค้าปลีกรายย่อยๆต่อไป ซึ่งมีมากในประเทศเล็กๆ

3.2.2 แบบช่องทางการจัดจำหน่าย (Patterns of Distribution)

แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

1) แบบพ่อค้าส่ง (Wholesale patter) คือพ่อค้าคนกลางที่ขายสินค้าต่อไปยังพ่อค้าปลีก หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial Users) งานหลักคือการต่อรอง, การซื้อขาย, การเก็บรักษาและการให้บริการซึ่งในบางครั้งพ่อค้าส่งต้องคำนึงถึง

1.1) อำนาจและการแข่งขัน (Power and Competition) ที่เกิดขึ้นจากจำนวนพ่อค้าคนกลาง และขนาดของกิจการ ถ้าขนาดของกิจการใหญ่ก็จะสามารถควบคุมภาวะเศรษฐกิจได้

1.2) การให้บริการและประสิทธิภาพ (Service and Efficiency) ซึ่งมักจะไม่เท่ากันในแต่ละประเทศ ขึ้นอยู่กับนโยบายและขนาดของกิจการว่ามีเป้าหมายอย่างไร การให้บริการอาจทำได้ในรูปของการให้เครดิตทางการค้าซึ่งเป็นที่นิยมกันมาก ส่วนประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการ, ฐานะทางการเงิน, ความสามารถทางการตลาด, ความหนาแน่นของประชากร, ความยากง่ายในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

2) แบบพ่อค้าปลีก (Retail Patterns) พ่อค้าปลีกมีความยุ่งยาก สับสนมากกว่าพ่อค้าส่งในบางประเทศ พ่อค้าปลีกจะควบคุมสินค้าเฉพาะ (Speciality house) ในสายผลิตภัณฑ์เฉพาะ (Narrow line) แต่ในบางประเทศพ่อค้าปลีกจะคุมสายผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General line) พ่อค้าปลีกมีตั้งแต่ขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็ก

2.1) ร้านค้าปลีกประเภทบริการตัวเอง (Self-service) เป็นร้านค้าปลีกแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในปี 1930 จนกระทั่งหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้รับการแพร่หลายไปทั่วโลก มีจำนวนขายเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการตั้งร้านสินค้าราคาขอมเยา (Discount house) ซึ่งเป็นการขาย

สินค้าโดยไม่มีบริการแต่อย่างใด แม้กระทั่งชั้นวางสินค้าก็มีน้อยที่สุด มีเท่าที่จำเป็นเท่านั้น แต่จะไม่ได้เป็นส่วนลดมากเป็นพิเศษ

2.2) ร้านค้าปลีกประเภทลูกโซ่ (Chains) คือร้านค้าที่มีหลายร้านย่อย และตั้งอยู่ในสถานที่ทั่วไปโดยที่ร้านค้าเหล่านี้มีเจ้าของเพียงคนเดียวเท่านั้น

2.3) การรวมซื้อ (Co-operation) คือการรวมซื้อกันเพื่อซื้อสิ่งของต่างๆ มีความสำคัญมากในยุโรปและเจริญมาก แต่ไม่ประสบผลสำเร็จเมื่อนำเข้าไปใช้ในสหรัฐอเมริกา

2.4) การซื้อปริมาณมาก (Group Buying) คือการรวมกันเพื่อซื้อสินค้าโดยตรงจากพ่อค้าต่างๆเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ราคาสินค้าถูกลง (ญาณเดช ทองสีมา, 2518:171-182)

4. เอกสาร ข่าว บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา ธุรกิจโสมเกาหลี มีเอกสาร ข่าว บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

4.1 ที่มาและแหล่งโสมเกาหลี

ประพนธ์ เรืองณรงค์ (2531) เขียนหนังสือเรื่อง “บันทึกจากเกาหลีใต้” กล่าวว่า ชาวเกาหลีเรียกโสมว่า อินซัม เป็นพืชสมุนไพร ชอบขึ้นในที่อากาศหนาวเย็น โสมมีคุณภาพสูงกว่าบรรดาโสมของจีนทุกขนาน โดยเฉพาะโสมเกาหลีมีชื่อเสียงมาก หัวโสมรากแก้วมีลักษณะคล้ายคน รากกิ่งหรือรากแขนงมีรอบหัวคล้ายมือและเท้า ใบโสมคล้ายฝ่ามือ ก้านใบยาวเล็กน้อย โสมที่นิยมนานมักมีอายุอย่างน้อย 6 ปี สมัยก่อนชาวเกาหลีอาศัยโสมที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยขุดมาจากป่าหรือภูเขา โสมภูเขาเรียกว่า ซานซัม มักขึ้นในดงลึกและที่ลาดชัน โสมป่าที่พบอาจมีอายุหลายสิบปีหรือหลายร้อยปี จะมีราคาแพงมากกว่าราคาทองคำหลายเท่าตัว ปัจจุบันมีการปลูกโสมกันตามเชิงเขาในชนบท ซึ่ง *Panax ginseng* มักปลูกในเกาหลี

พวงนิล คำปิงส์ (2549) แปลหนังสือเรื่อง “เกาหลี” กล่าวว่า เกาหลีมีสภาพอากาศที่เหมาะสมแก่การปลูกโสม โดยเฉพาะแนวเส้นละติจูด 36-38 องศาเหนือที่สามารถจัดสร้างสภาพแวดล้อมเลียนแบบป่าเขาได้เป็นอย่างดี ทำให้ปลูกโสมได้งาม รากโสมที่ได้มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล แหล่งปลูกโสมแหล่งใหญ่ที่สุดของเกาหลีอยู่ในเขตภาคกลาง บริเวณเมืองคิมชันทงตอนใต้ของแทจอน ทว่าทั้งเมืองจะมีกลิ่นของรากโสมหอมฟุ้ง ตลาดค้าโสมของที่นี่สามารถดึงดูดลูกค้าได้จากทั่วเอเชีย

พวงนิล คำปังก์ (2549) แปลหนังสือเรื่อง “เกาหลี่” กล่าวว่า มณฑลคิมชัณ เป็นทิวเขาและหุบเขาอยู่ทางตอนใต้เมืองแทจอนถือเป็นแดน โสม มีการทำไร่โสมอยู่ทั่วไปตามไหล่เขาและเนินหิน คิมชัณเป็นเมืองเล็กๆ ที่ตั้งอยู่กึ่งกลางแดน โสมพอดี และมีตลาดค้าโสมที่คึกคักใหญ่โตที่สุดในเกาหลี่ นอกจากโสมแล้ว ยังมีสมุนไพร รากไม้ เห็ด กิ่งก่ากับคางคกตากแห้ง เป็นต้น มาขายในตลาดอีกด้วย เทศกาล โสมคิมชัณ จัดแสดงขึ้นในกลางเดือน กันยายนของทุกปี สามารถเลือกชูดรากโสมได้เอง กินไต่คูนโสม หรือจะให้แพทย์แผนโบราณตรวจสอบสุขภาพและฝังเข็มให้ด้วยก็ได้

ภัทรภร แจ่มใส (2553) ทำสารนิพนธ์เรื่อง “โสมกับสภาพชีวิตและเศรษฐกิจของเกาหลี่ใต้” กล่าวว่า พื้นที่ของเกาหลี่ใต้สามารถปลูกโสมได้ทั่วประเทศ ยกเว้นบริเวณเกาะเชจู ที่อยู่ทางตอนใต้ การศึกษาพื้นที่ที่เพาะปลูกโสมสามารถสรุปเมืองที่มีพื้นที่ทำไร่โสมมากที่สุด 5 อันดับ ดังต่อไปนี้ คือ อันดับแรกที่เมืองโกชัง ในจังหวัดชอลลาบุกโด อันดับที่สองเมืองคิมชัณ ในจังหวัดชุงชองนัมโด อันดับที่สาม คือ เมืองอึมชอง ในจังหวัดชุงชองบุกโด อันดับทีสี่ คือ เมืองกวิชัณ ในจังหวัดชุงชองบุกโด และอันดับสุดท้าย คือ เมืองชินอัน ในจังหวัดชอลลาบุกโด บริเวณดังกล่าวนี้มีสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และคุณภาพของดินที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของโสม โดยมีอากาศหนาวเย็น คือ บริเวณละติจูดที่ 22 - 48 องศาเหนือ และเส้นลองจิจูด 85 - 140 องศาตะวันออก มีความเหมาะสมมากต่อการเจริญเติบโตของโสม และดินก็เป็นดินที่มีความเป็นธรรมชาติปราศจากสารเคมี โดยพื้นที่เหล่านั้นเป็นดินเหนียวมีค่า pH ประมาณ 5.5 - 6.0 ซึ่งเป็นค่าที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูกโสม อีกทั้งโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสม ตั้งอยู่มากที่สุดในจังหวัดชอลลานัมโด เขตคยองกีโด และในจังหวัดชุงชองนัมโด 3 เขตข้างต้นนั้น ถือว่ามีความหนาแน่นของโรงงานแปรรูปโสมตามลำดับ เนื่องจากในจังหวัดดังกล่าว เป็นบริเวณที่มีความเหมาะสมแก่การทำไร่โสม และมีพื้นที่ปลูกโสมจำนวนมาก จึงทำให้มีการตั้งโรงงานแปรรูปเป็นจำนวนมากในบริเวณนั้น ซึ่งทำให้การเก็บเกี่ยว และการขนส่งวัตถุดิบมีความสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังคำนึงถึงสภาพทางเศรษฐกิจ เพราะ บริเวณเหล่านั้นมีความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ในจังหวัดคยองกีโด ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีกรุงโซล และอินชอน ซึ่งมีความเจริญมาก และมีประชากรหนาแน่น มีสภาพทางเศรษฐกิจที่ดี โดยการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมต้องมีการวางแผน และคำนึงในด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคมประกอบด้วยในด้านวัตถุดิบนั้น โรงงานอุตสาหกรรมจะรับซื้อโสม มาจากแหล่งต่างๆ ที่ใกล้เคียง และทำการแปรรูปโสมเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยลักษณะโรงงานนั้นเป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่มีเครื่องจักร ดังนั้น จึงไม่สิ้นเปลืองในด้านการจ้างงาน จึงทำให้มีแรงงานระดับปานกลาง โดยขั้นตอนการผลิตนั้นก็มีการวิธีที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากโสมแปรรูปมีหลายประเภท แม้จะมา

จากต้น โสมชนิดเดียวกัน โดยขึ้นอยู่กับวิธีการแปรรูปซึ่งมี 3 ประเภท ดังต่อไปนี้ คือ โสมแดง คือ การสกัดโดยการอบไอน้ำให้สุก และทำการพักให้แห้ง โดยจะมีลักษณะเป็นสีน้ำตาลแดง และโสมขาว คือ การสกัดโดยการต้มในน้ำเดือด และนำมาแช่ในน้ำเย็น จากนั้นก็นำมาตากแห้ง และประเภทสุดท้าย โสมสดสกัด คือการสกัดโดยวิธีทางวิทยาศาสตร์โดยมีความสะดวกรวดเร็ว และมีคุณค่าสูง โดยโสมเหล่านี้สามารถนำมาแปรรูปได้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากมาย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และที่มีการจำหน่ายมาก คือ ผลิตภัณฑ์หัวสกัดโสมเกาหลี ชาและกาแฟโสมเกาหลี แคปซูลโสมเกาหลี รากโสมเกาหลี โสมแดงเกาหลี สมุนไพรโสมเกาหลี โสมขาวสกัดแบบผง และลูกอมโสม เป็นต้น

Korea Happy (2554) เขียนข่าวออนไลน์ (7 กรกฎาคม: 2554) คอลัมน์ “โสมกิมซาน ตัวอย่างนวัตกรรมโสมเกาหลี พืชสมุนไพรพัฒนาเศรษฐกิจ ที่ไทยควรนำไปเป็นแบบอย่างของการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวหอมมะลิ” กล่าวว่า ผลกระทบที่ดีของโสมในทางการแพทย์โสมกิมซานมีซาโปนิน มากกว่าโสมจากภูมิภาคอื่นๆซาโปนินจะช่วยควบคุมความดันโลหิต และดีต่อโรคเบาหวาน ปัจจุบันโสมได้รับชื่อเป็นไวอากร้าธรรมชาติอีกด้วยโสมกิมซานยังมีเจอร์เมเนียม (GE)ซึ่งดีต่อการต้านโรคมะเร็ง และมีซิลิเนียมที่มีผลดีต่อการชะลอวัย ส่วนซาโปนินในโสมกิมซานมีจำนวนซาโปนินอย่างสม่ำเสมอทำให้ไม่มีผลข้างเคียง การเก็บเกี่ยวโสม กิมซานจะเกิดขึ้นในช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคมซึ่งช่วงนี้จะมีซาโปนินมากโสมกิมซาน มีประวัติศาสตร์อันยาวนานทางการแพทย์ และเป็นโสมที่ดีที่สุดของโสมชนิดโกรยอ(Goryeo)ซึ่งร้อยละ 71.5ของพื้นที่ทั้งหมดของมณฑลกิมซานเป็นภูเขาอากาศและที่ดินเหมาะกับการเพาะปลูกโสมโสมกิมซานจึงเป็นโสมที่ใกล้เคียงกับโสมป่ามากที่สุด มณฑลกิมซานของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้ ได้กลายเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมโสมเพราะการผลิต การแปรรูป การจำหน่าย และโครงสร้างพื้นฐานพัฒนามากกว่าที่อื่นๆ มีการจัดตั้งศูนย์โสม ตลาดโสมโลก ตลาดสมุนไพรโสม สหกรณ์อาชีพ ซ็อบปิ้งเซ็นเตอร์โสม ที่จัดนิทรรศการโสม ศูนย์จำหน่ายโสมระหว่างประเทศ และที่ตรวจสอบโสมจัดตั้งอยู่ที่มณฑลกิมซานแห่งนี้

กบนอกกะลา (2555) สื่อวีดีทัศน์ (21 ตุลาคม 2555) ตอน “ตะลุยแดนโสม สมุนไพรก้องโลก” กล่าวว่า ขั้นตอนการแปรรูปของโรงงานบริษัท อิลวา จำกัดมีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เมื่อซื้อโสมสดเข้ามายังโรงงานแล้วจะถูกนำไปล้างทำความสะอาด

ขั้นตอนที่ 2 นำไปอบแห้งโดยให้อุณหภูมิ 50 องศาเซลเซียส นาน 48 ชั่วโมง

ขั้นตอนที่ 3 นำไปตากแดดนาน 1 สัปดาห์ ก็จะได้โสมขาวที่มีลักษณะคล้ายกิ่งไม้แห้ง ซึ่งขนาดจะเล็กกว่าเดิมประมาณ 3-4 เท่า และเก็บได้นาน 1-3 ปี

ขั้นตอนที่ 4 จากนั้นนำโสมขาวที่ได้ไปอบด้วยอุณหภูมิ 90- 95 องศาเซลเซียส นาน 4 ชั่วโมงขึ้นไป

ขั้นตอนที่ 5 จากนั้นจะนำมาตากจนตัวโสมนั้นแห้งสนิทนานถึง 1 สัปดาห์ ก็จะได้โสมแดงลักษณะที่แห้งมากและไม่มีความชื้นอยู่เลย ลักษณะลำตัวของรากจะเล็กและแข็ง สีออกน้ำตาลอมแดงซึ่งจะแตกต่างจากโสมขาวอย่างเห็นได้ชัด โสมแดงสามารถเก็บไว้ได้ยาวนานและมีราคาแพงกว่าโสมขาวหลายเท่าตัวเพราะด้วยกระบวนการที่ยากและพิเศษกว่าโสมขาว

ขั้นตอนที่ 6 นำโสมแดงและโสมขาวมาเข้าสู่กระบวนการแปรรูปออกมาให้อยู่ในรูปแบบหัวสกัดโสม โดยผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน

- 1) กระบวนการต้มจะต้มภายในหม้อแสตนเลตขนาดใหญ่ ภายในหม้อจะมีความลึกและร้อนมาก
- 2) ขั้นตอนแยกแอลกอฮอล์และน้ำออก เมื่อเต้านโสมใส่ในหม้อครบตามสัดส่วนที่กำหนดเอาไว้ หลังจากนั้นก็จะใส่น้ำและแอลกอฮอล์ลงไปโดยวิธีนี้จะเรียกว่า การสกัดโสมด้วยแอลกอฮอล์ โดยแอลกอฮอล์นี้จะทำให้อุณหภูมิในการต้มไม่สูงมากเพื่อที่จะไม่ได้สูญเสียสารที่สำคัญในรากโสมอย่างซาโปนิน ซึ่งความร้อนที่ใช้ในการสกัดนั้นจะอยู่ที่ 83 องศาเซลเซียส
- 3) มาเชื้อ จะต้มนานถึง 6 ชั่วโมง จากโสมที่เป็นรากแข็งๆ ก็จะกลายเป็นน้ำขุ่นๆ สีดำ มีกลิ่นคล้ายน้ำตาลที่เคี้ยวจนไหม้ ต้องใช้โสมแห้ง 1,200 กิโลกรัม จะได้หัวสกัดโสมประมาณ 120 ลิตร ซึ่งหลังจากนี้จะนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ผงโสม ชาโสม แคปซูลโสม ขนม ลูกอม หรือแม้แต่ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม
- 4) กระบวนการบรรจุ
- 5) เข้าสู่กระบวนการหีบห่อ และส่งออกกระจายขายมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลก โดยมียอดขายรายต่อปีกว่า 1 พันล้านบาทต่อหนึ่งโรงงาน

Administrator (2558) เขียนบทความเรื่อง “GeumsanInsam Festival” กล่าวว่า เกาหลีเป็นประเทศที่ขึ้นชื่อเรื่อง “โสม” มาตั้งแต่สมัยโชซอน โสมที่ปลูกในเกาหลีนั้นมีคุณภาพยอดเยี่ยม และ

ถูกส่งออกไปประเทศจีนและประเทศตะวันตกด้วยราคาสูงมาตั้งแต่สมัยโบราณมณฑลคิมชานในจังหวัดชุงชองนัมโดเป็นแหล่งปลูกโสมที่มีชื่อเสียงที่สุดในเกาหลี โสมที่ปลูกในคิมชานนั้นแตกต่างจากมณฑลอื่นๆ ตรงที่มีปริมาณของซาโปนินมากกว่า 5 % จึงมีสรรพคุณทางยาที่ขอดีเยี่ยม ปัจจุบันโสมที่จำหน่ายส่งออกของมณฑลคิมชานมีมูลค่าถือเป็น 80% ของตลาดสมุนไพร โสมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และล่าสุดได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเกาหลีให้จัดเป็นเมืองเศรษฐกิจพิเศษ เรียกว่า “โซนโสม” โดยการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของเมือง และตกแต่งถนนให้เหมาะสมเป็นโซนโสม อีกทั้งยังสร้างศูนย์วิจัยสมุนไพรคิมชานและจัดงานแสดงสินค้าโสมโลกในปี 2006 ที่ผ่านมา

4.2 การค้าและส่งออกโสมเกาหลี

อรชุน เลียววัฒนะผล (2533) เขียนหนังสือ เรื่อง “ความลับของโสมจากสุทธยาตุ๋นถึงงานวิจัย” กล่าวว่า เมื่อ พ.ศ.1366 หรือเมื่อประมาณ 1,167 ปีมาแล้ว ประเทศเกาหลีเคยส่งโสมเป็นเครื่องราชบรรณาการไปยังกษัตริย์จีนในแผ่นดินราชวงศ์ถัง เกาหลีปลูกต้นโสมเป็นสินค้ามานานแล้ว กษัตริย์ราชวงศ์เกาหลีในปี พ.ศ.2104 ได้เก็บภาษีโสมจากผู้ปลูกราว 100 ปีต่อมาเกิดเรื่องขัดแย้งระหว่างผู้ปลูกโสมกับข้าราชการผู้มีหน้าที่เก็บภาษี และมีปัญหาหระหองระแหงติดต่อกันมาเรื่อยๆ จนในที่สุดการผลิตโสมเหลือก็ถูกควบคุมโดยทางราชการ โดยสิ้นเชิง กฎหมายที่ออกมาใหม่ๆ กลายเป็นเรื่องอึดอัดสำหรับผู้ปลูกหรือผู้ค้าโสมเป็นอันมาก ดังนั้นในปี พ.ศ.2440 จึงเกิด “กบฏโสม” ขึ้น เป็นที่น่าเปรียบเทียบว่าประเทศจีนก็มีเหตุวุ่นวายเกี่ยวกับการผลิตสมุนไพร คือ ผื่นหรือ “สงครามผื่น” เช่นกัน อย่างไรก็ตามกฎหมายที่สร้างความไม่พอใจนั้น ก็ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีหน้าที่เก็บภาษียังตั้งสำนักงานอยู่ที่เมืองโคโจเพื่อควบคุมการปลูกและผลิตโสม ผู้ปลูกต้องเดือดร้อนมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะ ขัดแย้งกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ และยังประสบภัยจากแมลงที่ลงทำลายต้นโสมอีกด้วย ดังนั้นไม่นานต่อมาการผลิตโสมก็เริ่มซบเซาลง 10 ปีต่อมา รัฐบาลเกาหลีจึงคิดแก้ปัญหาเรื่องเดือดร้อนของผู้ปลูกโสม โดยตั้งหน่วยงานเป็นกรมใหม่ขึ้นมาควบคุมดูแล อีกทั้งออกกฎหมายผูกขาดโสมเหลือตั้งแต่ต้นปี พ.ศ.2463 และร่วมมือกับรัฐบาลญี่ปุ่นปรับปรุงการเพาะปลูกโสม หาทางกำจัดแมลงศัตรูพืชต่างๆ ดังนั้นในปี พ.ศ.2480 รัฐบาลเกาหลีได้แนะนำให้ผู้ปลูกโสมทดลองปลูกโสมหลายชนิดรัฐบาลเกาหลีผูกขาดการค้าโสมโดยการเลือกซื้อโสมก่อน ส่วนที่ไม่ดีขนาดไม่ถึงจะคืนให้ผู้ปลูก ซึ่งจะเอาไปทำฮาดูจินหรือโสมขาวเกาหลีส่งโสมเป็นสินค้าออกไปขายยังต่างประเทศผ่านฮ่องกงไปได้ทุกวัน ไทย สิงคโปร์ ญวนและฟิลิปปินส์ เมื่อ 30 ปี

ก่อน ขายได้เงิน 315 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 6 เท่า ในเวลาไม่กี่ปี ต่อมาได้ส่งโสมไปขายยังประเทศสหรัฐอเมริกาและเยอรมันตะวันตกด้วย ก่อนหน้านี้อเมริกาเคยปลูกโสมอเมริกันเพื่อขายให้ประเทศจีนมานานแสนนานแล้ว ต่อมาเกิดการเปลี่ยนแปลงลัทธิการปกครองในจีน จึงมีการตัดความสัมพันธ์ทางการทูตต่อกัน ตลาดใหญ่ของอเมริกาในการรับซื้อสินค้าโสมถูกตัดขาดการค้าก็สะดุดลง ต้องเลิกปลูกโสมไปเป็นเวลากว่า 20 ปีแล้วมาซื้อโสมเกาหลีเข้าประเทศ อาจเป็นเพราะการค้นคว้าเกี่ยวกับโสมของสถาบันในประเทศเกาหลีได้พบคุณสมบัติพิเศษของสมุนไพรจีนขึ้นมา ระยะเวลาหลังๆ นี้ สหรัฐอเมริกาจึงเริ่มขยายการปลูกโสมเพื่อส่งออกขึ้นมาใหม่ราคาของโสมนั้นจะขึ้นอยู่กับสี อายุ ขนาดและรูปร่าง โสมเกาหลีที่มีขายมีอยู่ 2 ชนิด คือ โสมขาวและโสมแดง โสมแดงจะมีราคาสูงกว่า เพราะผ่านไอน้ำมาเป็นเวลา 4 ชั่วโมงก่อนทำแห้ง บริษัทนำเข้าจะนำเข้าโสมเกาหลีในรูปแบบทั้งรากผงและสารสกัด สารสกัดมักจะนำมาทำให้เจือจางด้วยน้ำตาลเด็กซ์โทรสหรือแลคโตส การตรวจสอบคุณภาพใช้วิธีโครมาโตกราฟี สาธารณรัฐเกาหลีได้ได้พยายามกำหนดมาตรฐานของยาโสมโดยทำมาตรฐานของอุตสาหกรรมโสม KS H 2117-25 Ginseng tea standard และ KS H 2152 วิธีตรวจยาโสมและได้ส่งสารสกัดโสมที่ตรวจสอบมาตรฐานแล้วเข้าไปขายในประเทศยุโรปและอเมริกาด้วย

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2536) แปลหนังสือเรื่อง “ความจริงเกี่ยวกับเกาหลี” กล่าวว่า แม้ว่าเกาหลีจะเป็นผู้นำเข้าที่สำคัญในด้านผลิตผลทางการเกษตร แต่ตลาดสินค้าทางการเกษตรของเกาหลีก็ยังเป็นตลาดที่อ่อนไหวอย่างยิ่งสำหรับต่างชาติ ที่จะเข้าร่วมกับสหรัฐอเมริกา ประชาคมยุโรปและญี่ปุ่น การเกษตรเกาหลีทำรายได้ร้อยละ 8.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของเกาหลี ซึ่งต่างกับตัวเลขของสหรัฐอเมริกาคือ ร้อยละ 2.1 อย่างเห็นได้ชัด ความอ่อนไหวของเกาหลีในเรื่องการเกษตรส่วนหนึ่งมาจากการที่พื้นที่การเกษตรของเกาหลีต่อชาวนา 1 คน มีเพียง 1/223 ของสหรัฐอเมริกาเท่านั้น เมื่อเปิดโอกาสให้นำเข้าราคาอาหารในประเทศจะตกลงทันที ความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของเกษตรกรเกาหลีจะตกอยู่ในภาวะอันตรายอย่างยิ่ง รัฐบาลเกาหลีได้ทำงานอย่างอุตสาหะ โดยมุ่งจะทำให้ภาคเกษตรกรรมช่วยเหลือตัวเองได้ ความพยายามเหล่านี้ไปพร้อมๆ กับการริเริ่มของรัฐบาลที่จะเปิดตลาดสินค้าทางการเกษตร รัฐบาลได้ตั้งหน่วยเฉพาะกิจขึ้นในเดือนธันวาคม ปีคริสต์ศักราช 1998 เพื่อปรับกำหนดการการปล่อยเสรีสินค้านำเข้าทางการเกษตรตลอดปีคริสต์ศักราช 1991 แผนการปรับปรุงดังกล่าวช่วยเพิ่มขอบเขตของการปล่อยเสรีและเร่งการเปิดเสรีให้ก้าวเร็วขึ้น

สถาบันเอเชียแปซิฟิกศึกษา มศว. (2536) แปลหนังสือ “สารະນຳຮູ້ເຖິງກັບເກາຫລີ” กล่าวว่า การเกษตรในเกาหลีใต้เป็นเรื่องที่อ่อนไหวมาก เนื่องจากว่ามีพื้นที่ซึ่งเหมาะสมกับการเกษตรน้อย หากเทียบกับสหรัฐอเมริกาแล้ว เกาหลีมีพื้นที่เพาะปลูก 1/223 ซึ่งเป็นไปไม่ได้ที่เกษตรกรเกาหลีจะแข่งขันกับสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศคู่ค้า อย่างไรก็ตามรัฐบาลเกาหลีใต้พยายามเปิดกว้างด้าน ตลาดสินค้าเกษตร โดยการทุ่มเท และริเริ่มที่จะสร้างความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน ให้กับเกษตรกรเกาหลีใต้ เมื่อ ธันวาคม 1998 รัฐบาลได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อทบทวนและปรับปรุง การนำเข้าเสรีสินค้าทางการเกษตร จนกระทั่งถึงปี 1991 แผนการปรับปรุงนี้มีส่วนช่วยด้านการ ขยายการค้าเสรีสินค้าทางการเกษตร โดยเฉพาะ ตามข้อตกลงจากที่ประชุมอัครกวัยของ GATT (ข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าและภาษี) ด้านการเจรจาเรื่อง ผลผลิตทางการเกษตร เกาหลีใต้ต้อง พัฒนาตลาดเพื่อการนำเข้าสินค้าทางการเกษตร

ภัทรกร แจ่มใส (2553) ทำสารนิพนธ์เรื่อง “โสมกับสภาพชีวิตและเศรษฐกิจของเกาหลีใต้” กล่าวว่า ประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงในเอเชียตะวันออก และเป็นประเทศ ที่น่าจับตามองในการพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าในระยะเวลาอันสั้น โดยทาง รัฐบาลมีการวางแผนที่ดีในการ พัฒนาประเทศให้เจริญไปพร้อมๆกันทุกด้าน

กบนอกกะลา (2555) สื่อดีทัศน์ (21 ตุลาคม 2555) ตอน “ตะลุยแดนโสม สมุนไพรก้อน โลก” กล่าวว่า ตลาดคิมชันเป็นตลาดค้าโสมทั้งค้าส่งและค้าปลีกที่เก่าแก่และมีขนาดใหญ่ที่สุดของ เกาหลี มีโสมเป็นสินค้าหลักคล้ายตลาดเยาวราชที่ประเทศไทย ตลาดแห่งนี้อยู่ใกล้กับเกษตรกร เพราะเนื่องจากเป็นแหล่งรับซื้อโสมจากเกษตรกร อีกทั้งเป็นแหล่งส่งออกโสมและสินค้าแปรรูป โสมต่างๆ ซึ่งพ่อค้าแม่ค้าที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับโสมทั้งในและต่างประเทศจะมารับซื้อโสมจากที่นี่ เพื่อนำไปขายปลีกต่อไป ซึ่งตลาดค้าโสมแห่งนี้จะแบ่งออกเป็น 2 โซน คือ โซนค้าส่งออกโสมสด และโซนสินค้าโสมแปรรูป เปิดขายทุกวันไม่มีวันหยุด ในตลาดจะมีพ่อค้าแม่ค้าขายโสมกว่า 100 เจ้า มีปริมาณของโสมสดที่เข้ามาที่นี่ไม่ต่ำกว่า 100 ตัน อีกทั้งยังมีลูกค้าเข้าออกหมุนเวียนวันหนึ่ง กว่า 3,000 คน ซึ่งลูกค้าที่เข้ามาซื้อโสมสดๆนี้ บางคนก็จะซื้อปลีกกลับไปบริโภคในครัวเรือนหรือ ซื้อไปเป็นของฝาก แต่อีกกลุ่มหนึ่งถือว่าเป็นลูกค้ารายใหญ่ของตลาดนั้นก็คือเจ้าหน้าที่จากโรงงาน แปรรูปโสม ที่จะมาซื้อโสมสดๆทีละหลายๆตัน บริษัท อิลวา จำกัด เป็นโรงงานแปรรูปโสมและ ส่งออกโสมกว่า 40 ปี โรงงานแปรรูปโสมขนาดใหญ่มีอยู่ 5 โรงงาน ขั้นตอนการแปรรูปโสมของ บริษัทแห่งนี้ จะรับซื้อโสมสดที่มีคุณภาพและนำมาผลิตเป็น โสม 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ โสมขาวและ

โสมแดง เพื่อดึงเอาสารสำคัญที่อยู่ในตัวโสมออกมาให้ได้มากที่สุดแล้วนำไปใช้ในการทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโสม สารสำคัญที่ว่านี่ก็คือ ซาโปนิน ซึ่งมีอยู่ทั่วทุกส่วนของโสมแต่จะมีอยู่เยอะที่สุดในส่วนของราก

นिरชา แก้วสะอาด (2557) ทำสารนิพนธ์เรื่อง “อุตสาหกรรมโสมในประเทศเกาหลีใต้” กล่าวว่า มีหลายประเทศในเอเชียและแถบอเมริกาตอนเหนือที่ทำการผลิตและส่งออกโสม แต่โสมที่ผู้คนรู้จักและยอมรับเชื่อถือก็คือโสมจากประเทศเกาหลี แม้แต่ประเทศที่เป็นต้นกำเนิดและมีกำลังการผลิตสูงอย่างจีน ยังไม่สามารถเป็นที่เชื่อถือและขยายการตลาดโสมได้ดีเท่าประเทศเกาหลี มีหลายปัจจัยที่ส่งเสริมให้ประเทศเกาหลีประสบความสำเร็จในการทำอุตสาหกรรมโสม ในภาคการทำเกษตรปัจจัยที่ส่งเสริมคือ ประเทศเกาหลีมีภูมิอากาศและสภาพดินที่เหมาะสมสำหรับการปลูกโสม มีการรวมกลุ่มและจัดตั้งสมาคมของเกษตรกรที่ปลูกโสมเพื่อร่วมกันพัฒนาการผลิตโสม ส่วนปัจจัยหลักที่สำคัญในการส่งเสริมในภาคอุตสาหกรรมคือ รัฐบาลสนับสนุนและให้เงินในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โสมซึ่งผลของการวิจัยนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายใต้กลยุทธ์ที่มีคุณภาพสูงเป็นปัจจัยในการแข่งขัน และมีกลยุทธ์ที่ส่งเสริมการส่งออกอีกหลายช่องทางที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ

4.3 ธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

ธรรมรัตน์ รัตนชัย (2548) กล่าวว่า วงการธุรกิจขายตรงว่าได้รับการยอมรับเป็นธุรกิจมหาชน เพราะสามารถเข้าถึงได้ทุกระดับชั้นสังคม ตัวเลขยอดขายเพิ่มขึ้นทุกปี ล่าสุดคาดการณ์ว่าจะอยู่ที่ 4,000 ล้านบาท และ “บริษัท รอยัลเฮลท์แคร์” มีผลิตภัณฑ์หลักคือ “โสมเกาหลีตั้งกุยจับ” ผงาดขึ้นมาเป็นอันดับที่ 3 สามารถทำสถิติเติบโตอย่างสูงสุดมาเป็นอันดับที่ 2 คือ เติบโตถึง 31.1% โดยสามารถทำยอดขายได้ถึง 1,650 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2547 ที่ทำยอดขายได้ 1,186 ล้านบาท มีตัวเลขการเพิ่มของสมาชิกมากถึงเดือนละ 20% ซึ่งหากฐานสมาชิกมีอยู่ประมาณ 100,000 คน ก็สามารถเพิ่มขึ้นมากกว่า 200% เมื่อถึงสิ้นปีช่องทางในการจัดจำหน่ายหลักๆ ของโสมเกาหลีตั้งกุยจับนั้นเป็นไปในระบบขายตรง ทำให้พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อโสมเกาหลีตั้งกุยจับจากเพื่อนสูงที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 35.3 และรองลงมาตัดสินใจซื้อโสมเกาหลีตั้งกุยจับจากตัวแทนจำหน่ายและญาติ คิดเป็นร้อยละ 24.4 และ 22.2 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีความเชื่อใจเพื่อนมากกว่าผู้อื่นในการซื้อครั้งแรก ทั้งๆ ที่ตัวแทนจำหน่ายจะมีความพร้อมในเรื่องของการบริการมากกว่า และญาติน่าจะมีความไว้วางใจกันมากกว่า ส่วนการ

ตัดสินใจซื้อโสมเกาหลีตั้งก๊วยจั๊บกจากกลุ่มสมรส ร้านค้าและอื่นๆ เช่น นิตยสาร หัวหน้างาน วิทยุชุมชน นั้นมีจำนวนน้อยที่สุดไล่เลี่ยกัน อีกทั้งยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเพื่อสุขภาพและธุรกิจ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ ไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพเพียงอย่างเดียว แต่ต้องการธุรกิจร่วมด้วย รองลงมาพบว่ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 33.0 ซึ่งจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ทำให้เห็นได้ว่าคนรุ่นใหม่หันมาใส่ใจในเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น รองลงมาพบว่ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเพื่อต้องการทำธุรกิจแต่เพียงอย่างเดียว โดยคิดเป็นร้อยละ 13.5 และรองลงมาพบว่ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อ เพราะเกรงใจคนขาย คิดเป็นร้อยละ 9.5 โดยหาจากข้อมูลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อแล้ว จะเห็นได้ว่ากลุ่มคนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเกรงใจมากที่สุด ก็คือ ญาติ คู่สมรส และเพื่อน ตามลำดับ มีน้อยมากที่สุดตัดสินใจซื้อ เพราะ เกรงใจตัวแทนจำหน่าย ในลำดับสุดท้ายพบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อเพื่อเหตุผลอื่นๆ น้อยที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 3.8 ซึ่งเหตุผลอื่นๆ นั้น ได้แก่ ต้องการเพื่อน ต้องการเอาไปแนะนำต่อ ต้องการเอาไปเป็นของขวัญของกำนัล และเพราะได้ศึกษาข้อมูลจากบริษัทมา จึงทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น และยังพบว่าเมื่อผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพโสมเกาหลีตั้งก๊วยจั๊บกหมด (ไม่มีวางขายในขณะนั้น) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า จะไม่ซื้อตราสินค้าอื่นแทน มากกว่าไปซื้อสินค้าตราอื่นแทน โดยคิดเป็นร้อยละ 77.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เกียรติ มีความเชื่อมั่น เชื่อสัตย์ และจงรักภักดีต่อตัวสินค้า ถึงแม้ว่าจากข้อมูลประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพข้างต้น ผู้ตอบแบบสอบถามจะเคยซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพของตราสินค้าอื่นมาแล้วบ้างก็ตาม และในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แสดงความคิดเห็น ซึ่งเป็นส่วนน้อยที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 8.2 นั้น ไม่ว่าจะด้วยความไม่แน่ใจในตัวเองหรือঙ্গেไม่กล้าคิดตัดสินใจ ซึ่งผู้ที่ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้มีความเป็นไปได้สูงที่จะอยู่ในกลุ่มเดียวกันกับที่ตอบว่าจะต้องปรึกษาญาติ คู่สมรสหรือเพื่อนก่อน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีพฤติกรรมที่ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อโสมเกาหลีตั้งก๊วยจั๊บกของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพิถีพิถันและใส่ใจในเรื่องของรูปลักษณ์ที่รับรู้ สัมผัส และมองเห็นมากที่สุด เนื่องจากเป็นสินค้าเพื่อบำรุงสุขภาพ ได้มาตรฐาน ISO 1401 และ GMP ส่วนผสมหลักคือโสมเกาหลีและสมุนไพรจีนกว่า 10 ชนิดมีจำหน่ายมาแล้วกว่า 40 ปี ไม่มีส่วนผสมของสารเคมี เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยและมีวิธีการใช้ไม่ยุ่งยาก มีความปลอดภัยไม่เกิดอาการแพ้ ได้รับเครื่องหมายอาทาน (ไม่มีแอลกอฮอล์

เป็นส่วนผสม) และสุดท้ายผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ราคาคำนับมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ คือ เป็นสินค้าเพื่อบำรุงสุขภาพ ได้มาตรฐาน ISO 1401 และ GMP ซึ่งเมื่อดูจากระดับอายุส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงของวัยดังกล่าว ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ต่างหันมาใส่ใจในเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น ทั้งยังให้ความสำคัญในเรื่องของมาตรฐานสากล ISO 1401 และ GMP อีกด้วย ทำให้วิเคราะห์ได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีความรู้และมีทัศนคติที่ทันสมัย ให้ความสำคัญในคุณภาพ จึงพบว่าเป็นสินค้าที่มีความหลากหลาย (มีทั้งแบบที่เป็นน้ำและแบบที่เป็นเม็ดแคปซูล) มีเลขทะเบียนยาเป็นยาสามัญประจำบ้าน กลิ่นและรสชาติของผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของความสะดวกต่อการรับประทาน ความน่าเชื่อถือ และรสชาติที่พอรับได้ แต่ก็ไม่ถึงกับพึงพอใจมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยทางด้านราคาของพฤติกรรมที่ซื้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่ถูกลง 30% เมื่อสมัครเป็นสมาชิกกับบริษัท ราคามีความเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ และราคาเหมาะสมกับขนาดปริมาณที่ได้ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท ต่อเดือน และยังมีพฤติกรรมที่ยินดีจะตัดสินใจซื้อในระดับที่มากเมื่อสมัครเป็นสมาชิก เนื่องจากสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลงทันที

ปัจจัยทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ โสมเกาหลีตั้งกุกยจับ อยู่ในระดับมาก ด้วยเหตุนี้เอง จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้อัตราเฉลี่ยในการซื้อ โสมเกาหลีตั้งกุกยจับต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ที่เพียง 1 ครั้งต่อเดือนเท่านั้น ซึ่งจากปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด หาซื้อได้ง่ายสะดวกจากตัวแทนขาย หาซื้อได้ง่ายสะดวกจากร้านโมบายซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันกับอิทธิพลในเรื่องขั้นตอนการซื้อและสมัครไม่ยุ่งยาก บริการจัดส่งสินค้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ร้านที่จำหน่ายกว้างขวางและสะอาด สามารถซื้อได้ตลอดเวลา และมีการจัดวางสินค้าโชว์อย่างเหมาะสม ปัจจัยที่ส่งเสริม ได้แก่ มีประกันชีวิต PA สำหรับสมาชิก VIP แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับโปรแกรมการส่งเสริมการขายตัวนี้มากที่สุด เนื่องจากเป็นโปรแกรมส่งเสริมการขายที่มอบให้ทันทีที่มีการสมัครสมาชิกแบบ VIP โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังแสดงให้เห็นด้วยว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงาน ที่มีอายุระหว่าง 36-

45 ปี ซึ่งเป็นผู้ที่รักสุขภาพอยู่แล้ว ยังคิดถึงอนาคตและเห็นคุณค่าของชีวิตอีกด้วย มีกองทุนรางวัลต่างๆ สำหรับสมาชิก มีการสร้างสื่อ VCD ช่วยในการขาย มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ สมาร์ทจอ (TV วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ) และมีการโฆษณาที่น่าสนใจ ในส่วนของปัจจัยตัวสุดท้ายหากดูจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้ว จะเห็นว่ามีการวัดระดับความคิดเห็นตั้งแต่มากที่สุดไปจนถึงปานกลาง ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่าเป็นปัจจัยที่กลุ่มแบบสอบถามส่วนหนึ่ง มีความเห็นว่าตัวโฆษณายังไม่เป็นที่น่าสนใจเท่าที่ควร

ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ นั้นสะดวกในการใช้และเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับปัจจัยเรื่องภาพที่ใช้สื่อถึงตัวสินค้าที่ชัดเจน มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สวยสะดุดตา มีเนื้อหาบอกรายละเอียดต่างๆ ครบ และลำดับสุดท้ายมีขนาดที่เหมาะสม โดยในปัจจัยย่อยทั้งกลุ่มพบว่ามีการเบี่ยงเบนโดยรวมสูง ทำให้มีระดับความคิดเห็นตั้งแต่มากที่สุดลงมาจนถึงมาก แต่มีปัจจัยสองตัวที่มีค่าเบี่ยงเบนอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยสะดุดตา และปัจจัยด้านมีเนื้อหาบอกรายละเอียดต่างๆ ครบ

ปัจจัยทางด้านพนักงาน (ตัวแทนจำหน่าย) มีการให้ความรู้เรื่องผลประโยชน์ มีความซื่อสัตย์ สามารถตอบข้อสงสัยในธุรกิจได้ มีวินัยและตรงต่อเวลา และสุดท้าย มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้า จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ค่าความมีวินัยและตรงต่อเวลาเอาไว้อันดับท้ายๆ อาจถือได้ว่าเป็นนิสัยพื้นฐานของคนไทย และผู้ตอบแบบสอบถามไม่ถือเป็นสาระมากนัก แต่ในส่วนของ การติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้า นั้น อาจวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนอาจไม่ต้องการการติดตามดูแลเอาใจใส่ที่มากที่สุดในตอนท้ายของตัวแทนจำหน่ายจนดูเหมือนเข้าไปวนเวียนเกินไป เพราะ อาจต้องการความเป็นส่วนตัวในการคิดและตัดสินใจเอง

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเรื่องของ การประชาสัมพันธ์ เพราะ ถือว่าเป็นการสื่อสารกันภายในระหว่างองค์กรสมาชิกด้วยกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ของตัวสินค้าหรืออื่นๆ จากทางบริษัท ทั้งยังเป็นการร่วมกันทำประโยชน์ต่างๆ ให้แก่สังคมและชุมชนด้วย โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการให้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ สมาร์ทจอ มีการจัดฝึกอบรมความรู้ความสามารถ ให้การสนับสนุนกิจกรรมในสังคม มีการออกร้านสัญจรตามสถานที่ต่างๆ และมีการจัดกิจกรรมตอบแทนสังคม

สยามธุรกิจ (2550). เขียนข่าวออนไลน์ (14 พฤษภาคม: 2550) คอลัมน์ “โสมเกาลีตั้งกุกจับอีกหนึ่บทรียนคนไทย” กล่าวว่ อย่ถึงรอยัลเฮลธ์แคร์ อาจทำให้คนท่วไปงได้ว่บริษัทอะไร แต่หากอย่ชื่อ “โสมเกาลี ตั้งกุกจับ”เชื่อว่าหลายคนรู้จัก รอยัลเฮลธ์แคร์ นำสินค้ำอย่งโสมเกาลีเข้าสู่ธุรกิจขายตรงเมื่ปี 2543 หลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจไม่นานนัก แม้ช่วงแรกจะยังไม่ได้ชื่อรอยัลเฮลธ์แคร์ แต่ทุกอย่งก็ก้าวถึงจุดเติบโตจากการตอบรับของคนในตลาดถ่วงอย่งสิ้นหลวม เมื่อสามารถจุดติดจากการใช้แผนรายได้ใหม่ ไตรนารีที่ปลุกกระแสการสร้างรายได้งวมๆ ให้กับสมาชิกแล้วทุกอย่งก็เดินมาถึงจุดวิกฤติในปี 2550 เหมือนที่คนในแวดวงขายตรงคาดการณไว้ สำหรับ “รอยัลเฮลธ์แคร์ บริษัทขายตรงที่สร้างความร้อนแรงในหมู่นคนที่นิยมการสร้างรายได้แบบหวือหวา โดยแผนรายได้ที่สามารถกำหนดการคิดผลประ โยชน์แบบจับคู่จ่าย รับเงินกันแบบรายวัน ด้วยสินค้ำย่น้ำ”โสมเกาลี ตั้งกุกจับ ” ที่ผลิตและจัดจำหน่ายมานานนับสิบปีก่อนนี้โดย”เจริญสุขเกษศ-สุนชีว” ที่ทำตลาดถ่วงช่องทางร้านขายยาที่เติบโตในระดับเนิบนาบ ไม่หวือหวา รายได้ไม่ร้อนแรงต่างกับการนำเข้ามาปลุกกระแสด้วยวิธีการขายตรงในสไตล์จ่ายกันร้อนๆ แบบรายวันชนิดที่คนในวงการเกิดคำถามมามากมายว่ามีโอกาสสุ่มเสี่ยงต่อการทำนอกถ่วงนอกทางได้หรือไม่เกิดอะไรขึ้นกับบริษัทแห่งนี้ที่มีชาวบ้านระดับรากหญ้าเข้ามาร่วมธุรกิจด้วยเป็นจำนวนมก เป็นเกมถ่วงทางธุรกิจที่อยักล้มบนฟูกตามคำร่ำลือ หรือว่านี้คือเรื่องของคนกับผลประ โยชน์ที่คูกันไม่ลงตัวทั้งหมดไม่ใช่ประเด็นหลักที่จะนำเสนอ เพราะทั้งหมดเชื่อว่าไม่มีใครรู้ความจริงดีเท่ากับผู้บริหารที่วันนี้ออกมาขึ้นในบทที่ขัดแย้งกันรุนแรงอย่งที่ไม่มีใครเคยคิดมาก่อน แต่เราจะลงไปแกะรอยดูว่าการทำธุรกิจตลอดหลายปีที่ผ่านมา 2 บริษัทที่เกี่ยวข้องผลประ โยชน์อยู่ันี้ จากจุดเริ่มต้นเมื่ปี 2543 ในชื่อ”เฮลธ์แคร์โปรดักส์ ” ที่แทบจะไม่มีใครรู้จัก และแทบจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจไปได้ เพราะเต็มไปด้วสารพัดปัญหา โดยเฉพาะการได้กลุ่มคนสี่เทาเข้ามาร่วมธุรกิจโดยผู้บริหารที่ร่วมกับธุรกิจตั้งแต่ยุคแรกๆ ก็คือคุณชวลล ตั้งจิตเกษม ในขณะที่เวลานั้น คุณพรหมศิริ ประดิษฐ์ ยังเป็นแม่ทีมคนหนึ่ ก่อนที่ต่อมจะถุกดึงเข้ามาร่วมเป็นผู้บริหารในปี 2544 ช่วงที่ธุรกิจทำท่าจะไปไม่รอด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น”รอยัลเฮลธ์แคร์การนำสินค้ำโสมเกาลีตั้งกุกจับ”ได้รับการเปิดเผยจากผู้บริหารว่ เป็นเพราะในปี 2543 ซึ่งวิกฤติเศรษฐกิจ ค่าเงิน การตั้งสินค้ำเข้ามาทำตลาดได้รับผลกระทบเรื่องต้นทุนอย่งมก จึงได้นำโสมเกาลีตั้งกุกจับออกมาเล่นกับธุรกิจขายตรง เมื่อถุกจากข้อมูลผลประกอบการของ บริษัทเจริญสุขเกษศ-สุนชีว ที่ผู้บริหาร คือ คุณเจริญสุข กิจอิทธิ ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้ง เฮลธ์แคร์โปรดักส์ และเปลี่ยนมาเป็น รอยัลเฮลธ์แคร์ในเวลาต่อมา จะเห็นว่าผลประกอบการไม่สู้จะดีนัก การนำโสมเกาลีตั้งกุกจับเข้ามาในระบบขายตรงจึงน่าจะเป็นช่องทางที่ดีที่สุดยามนั้น

Paulenapower (2553). กล่าวบทความบนหน้าเว็บไซต์ออนไลน์ หัวข้อ“ตรวจสอบสายงาน” กล่าวว่า การเข้าสายงานธุรกิจจะต้องดำเนินการเข้าสู่ระบบการเช็คสายงานและใส่รหัสประจำตัวของท่าน (ตามบัตรสมาชิกของท่าน) โดยพิมพ์ตัวอักษร H และตามด้วยตัวเลขทุกตัวตามบัตรแล้วตามด้วย 01 จากนั้นใส่รหัสผ่านของท่าน (Password) แล้วคลิกเข้าสู่ระบบ ซึ่งรหัสผ่านนั้นท่านสามารถ โทรศัพท์ขอจาก Call Center :02-5302871-3 หรือติดต่อขอรับด้วยตัวท่านเองได้ที่ เคนเตอร์ สำนักงานใหญ่ หลังจากทางบริษัทก็ข้อมูลการสมัครของท่านเรียบร้อยแล้ว 1 วันท่านสามารถตรวจสอบสายงาน หรือฟังก์ชันของท่านตั้งแต่ตัวท่านลงไปได้ในระบบแผน A (จับคู่จ่าย) และในอนาคตบริษัทกำลังปรับปรุงระบบเพื่อให้ท่านสามารถเช็คยอดการซื้อซ้ำในระบบแผน B เพื่อการดำรงคุณสมบัติในตำแหน่งต่างๆ และการลงรหัสคะแนนซื้อสินค้าเพื่อจะ ทำให้รหัสของท่านสมบูรณ์ (มีคะแนนครบ 1,500 คะแนน) นั้นทางบริษัทพอลลีน่า เน้ทเวิร์ค จำกัด โดยแบ่งกลุ่มสินค้าในการลงรหัสเป็น 3 หมวดผลิตภัณฑ์คือ

1) หมวดผลิตภัณฑ์ ลงรหัส 1,862 ได้แก่ยาโสมเกาหลีตั้งกฤษฎจับชนิดแคปซูล, ยากราซีน่า ชนิดแคปซูล, พอลลีน่า เคดี พอลลีน่าไฟโต โนที่อกซ์ PaulenaPhytoNotox, พอลลีน่า สลิมนคอนโทรล พอลลีน่า ลิฟท์&ไวท์, เบิร์ชท์เพอร์เฟกต์คอนเฟิร์ม

2) หมวดผลิตภัณฑ์ ลงรหัส 2,354 ได้แก่ยาน้ำสกัดโสมเกาหลีตั้งกฤษฎจับตราแปรงสีฟันคู่, ยาน้ำสกัดโสมผสมเขากวางอ่อน, ยาแองเจลล่าชนิดแคปซูล, ยาน้ำสกัดว่านชักมดลูกผสมตั้งกฤษฎ , ยาโสมผสมกระชายดำ ชนิดแคปซูลไนตริก NITRICA

3) หมวดผลิตภัณฑ์ ลงรหัส 3,638 ได้แก่โสมแดงอาหารชูกำลังพืช, ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร, โสมแดงอาหารชูกำลังพืช

Korea Happy (2554) เขียนข่าวออนไลน์ (7 กรกฎาคม: 2554) คอลัมน์“โสมกิมซาน ตัวอย่างนวัตกรรมโสมเกาหลี พืชสมุนไพรพัฒนาเศรษฐกิจ ที่ไทยควรนำไปเป็นแบบอย่างของการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวหอมมะลิ” กล่าวว่า มิสซง จี ฮี กรรมการผู้จัดการ บริษัท เค.ที.ซี.ซี จำกัด หรือ Korea Thailand Communication Center ในฐานะที่ปรึกษาประธานาธิบดีเกาหลีใต้ประจำประเทศไทย และดำรงตำแหน่งรองประธานหอการค้าเกาหลี-ไทย เปิดเผยว่า “ในงาน THAIFEX World food of Asia 2011 เมื่อปลายเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา รัฐบาลเกาหลีได้นำโสมกิมซาน มาเปิดตัวครั้งแรกในประเทศไทย ภายใต้คำขอของประเทศเกาหลี ณ ชาเลนเจอร์ฮอลล์ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็คเมืองทองธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการ โปรโมท และการพัฒนาช่องทาง

ในการขายโสมกิมซานและผลิตภัณฑ์ที่ดีเยี่ยม โดยนำเสนอสินค้าที่คนไทยสามารถรับประทานได้ง่ายภายใต้แบรนด์กิมฮง (GeumHong) ซึ่งผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย ชาโสม น้ำผึ้งโสมแดงสไลซุ สารสกัดจากโสมแดง ลูกอมโสมแดง ขนมข้าวโสมแดงขนมหวาน โสมแดงมาจำหน่าย และเปิดให้ผู้บริโภคในประเทศไทยได้ชิม ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่นิยมอาหารเพื่อสุขภาพสินค้าดูแลผิวของขงวัญในราคาต่างๆ โดยมีนักศึกษามหาวิทยาลัย Dankook University (Dankook University) ในโครงการ GTEP ที่รู้ภาษาไทยทำหน้าที่เป็นทูตวัฒนธรรม สาธิตอาหารที่ทำจากโสม แนะนำผลิตภัณฑ์โสมในงานดังกล่าว จากการสนับสนุนของกระทรวงเศรษฐกิจความรู้ และสมาคมการค้าระหว่างประเทศของเกาหลีใต้”

Ihwa (2558). เว็บไซต์ออนไลน์ “บริษัท อิลวา จำกัด” แสดงข้อมูลว่า บริษัท อิลวา (ประเทศเกาหลี) เป็นบริษัทในกลุ่มของ “THONG-IL GROUP” ได้ก่อตั้งขึ้นในเดือนธันวาคม ค.ศ. 1971 (พ.ศ.2514) ในบริเวณที่เรียกว่า ซอง ดอง กู (SONG DONG GU) ซึ่งอยู่ในแถบทิศตะวันออกของเมืองหลวง โดยมีเป้าหมายเริ่มแรก เพื่อร่วมกันในการช่วยเหลือด้านสุขภาพและสวัสดิการ อย่างเป็นแก่นสารของมวลมนุษยชาติ บริษัท อิลวา ได้ดำเนินตามวัตถุประสงค์นั้น ด้วยความมุ่งมั่น และด้วยความเชื่อมั่นแน่วแน่ที่ว่าระบบการจัดการด้านต่างๆ ของบริษัท อิลวา จะเป็นตัวกำหนดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และคณะทำงานของเรา ดังนั้นเพื่อเป็นการประกันว่าเรามีคุณภาพสูงสุด มีบุคลากรที่มีความสุข ในการทำงานเราจึงมี โรงงานโสม ที่ใหญ่โตและทันสมัยที่สุด มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีสถาบันวิจัยอิลวา ที่มีนักวิจัย นักเคมี นักวิทยาศาสตร์การแพทย์เพื่อการพัฒนาและควบคุมผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูงสุด รางวัลเกียรติยศจากสถาบันต่างๆ ทั่วโลกที่มอบให้กับอิลวา ย่อมเป็นหลักประกันความน่าเชื่อถือของอิลวาบริษัท อิลวา จำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิตโสมเกาหลีเจ้าแรกและเจ้าเดียว ที่มีสถาบันวิจัยชั้นนำในการทำหน้าที่วิจัย ค้นคว้า ทดลอง และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์โสมเกาหลี เพื่อการส่งออกสู่ทั่วโลกผลิตภัณฑ์ของอิลวา มียอดส่งออกถึง 44,000,000 เหรียญสหรัฐต่อปี โดยส่งไปยังประเทศต่างๆกว่า 50 ประเทศ เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา และเยอรมัน อิลวาครองความเป็นหนึ่งมาตลอด ในด้านการส่งออก ผลิตภัณฑ์โสมเกาหลี และปัจจุบัน อิลวายังครองส่วนแบ่งสินค้าส่งออกอยู่ถึง 70% ของตลาดโสมทั่วโลก จนได้รับรางวัลในฐานะเป็นผู้นำการส่งออกสูงสุด จากรัฐบาลเกาหลีในงานวันส่งเสริมการส่งออก ปี 1975 จนถึงปัจจุบันบริษัท อิลวา จำกัด ได้ส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมเกาหลีมายังประเทศไทยโดยมีบริษัทตัวแทนจำหน่ายตั้งอยู่ที่ประเทศไทย ซึ่งได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2517 เป็นด้วยความมุ่งมั่นและความพยายามที่จะสืบทอดความมีศิลปะของผลิตภัณฑ์โสมเกาหลีให้ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพของคนไทย

อิลวาเป็นเจ้าแรกในการบุกเบิกตลาดโสมเกาหลี ในประเทศไทย เรามีความเชื่อมั่นว่าเราทุกคน ชาวอิลวา จะมีส่วนร่วมรับใช้ดูแลสุขภาพคนไทยทุกคน

เจริญสุข กิจอิทธิ (2558). กล่าวบทความบนหน้าเว็บไซต์ออนไลน์ หัวข้อ “สาส์นจากท่านประธาน” กล่าวว่าเป็นบริษัทพอลินีนาเน็ทเวิร์คจำกัด ขอมอบโอกาสทองสำหรับผู้ที่ต้องการมีสุขภาพที่ดีและประสบผลสำเร็จในชีวิต ด้วยผลิตภัณฑ์อันทรงคุณค่าและเต็มเปี่ยมไปด้วยสรรพคุณในการบำรุงและบำบัดรักษาอันได้แก่ โสมเกาหลี ซึ่งถือว่าเป็นโสมที่ดีที่สุดในโลกและถูกยกย่องให้เป็นราชันแห่งสมุนไพรพร้อมทั้งส่วนผสมจากสมุนไพรจีนอีกกว่า 10 ชนิด ภายใต้ชื่อ "ยาโสมเกาหลีตั้งกฤษ" จุดเด่นที่สำคัญอีกจุดหนึ่งคือเราผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพนี้จากโรงงานของเราโดยตรง ในเรื่องราคาจึงยุติธรรมสำหรับผู้บริโภคได้มาตรฐานทุกขั้นตอนการผลิตทางบริษัทฯ จึงให้ความมั่นใจกับท่านสมาชิกได้อย่างเต็มภาคภูมิ ด้วยชื่อเสียงและคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐานมานานกว่า 47 ปี ซึ่งอำนวยให้ท่านสมาชิกทุกท่านประสบผลสำเร็จอย่างสูงสุดแน่นอนท่านจะรู้สึกมั่นใจที่ได้มอบโอกาสที่ดี ที่สามารถขยายธุรกิจ สร้างเครือข่ายผู้บริโภคและต่อยอดทางธุรกิจเครือข่ายที่ใช้เงินลงทุนน้อย ไม่มีความเสี่ยง ภายใต้แผนการตลาดที่ยุติธรรม ผลตอบแทนสูงและมีหลักสูตรการอบรมที่ได้มาตรฐานช่วยสร้างอาชีพให้กับตนเองและครอบครัวเป็นความต้องการในสังคมยุคปัจจุบัน เราภูมิใจที่ครอบครัวโสมเกาหลีตั้งกฤษ ใช้คุณธรรมนำธุรกิจยึดมั่นในกฎระเบียบและจรรยาบรรณ มีวัฒนธรรมอันดีงาม โดยเราต่างมีพันธะสัญญาร่วมกัน ที่จะช่วยทุกคนที่ก้าวเข้ามาเป็นหนึ่งในธุรกิจครอบครัวของเราให้ก้าวเดินไปบนเส้นทางสู่ความสำเร็จและร่วมชื่นชมกับผลงานแห่งความภาคภูมิใจด้วยกัน ด้วยความตั้งใจและต้องการแบ่งปันสิ่งดี ๆ ให้กับสังคม เรามี "มูลนิธิโสมเกาหลีตั้งกฤษ" เพื่อสร้างประโยชน์ไม่ว่าจำเป็นการมอบทุนการศึกษาและช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสที่ขาดแคลนด้วยความตั้งใจให้ธุรกิจ "เราเป็นมากกว่าธุรกิจ"

จากการทบทวนเอกสาร ข่าวยุติธรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงแนวการศึกษาธุรกิจโสมเกาหลีดังผลงานของ ประพนธ์ เรืองณรงค์ (2531), พวงนิล คำปั้งส์ (2549), ภัทรภร แจ่มใส (2553), Korea Happy (2554), กบนอกกะลา (2555), Administrator (2558) กล่าวว่า โสมเกาหลีเดิมนั้นมีที่มาจากธรรมชาติ ชุมชนขึ้นในป่าตั้งแต่สมัยโซซอน ต่อมาเมื่อมนุษย์ทราบถึงสรรพคุณพิเศษทางยาจึงมีการเริ่มปลูกโสม ซึ่งในสาธารณรัฐเกาหลีได้สามารถปลูกโสมเกาหลีได้ทั่วทั้งคาบสมุทร ยกเว้น เกาะเชจู เนื่องจากพื้นที่โดยรอบเป็นทะเล รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีได้สนับสนุนเกษตรกรเป็นอย่างมากในการเพาะปลูกโสมสาธารณรัฐเกาหลีได้จึงมีแหล่ง

เพาะปลูกโสมกระจายอยู่มากเอะที่สุดอยู่ที่เมืองโกซัง และมีตลาดค้าโสมที่ใหญ่ที่สุดและมีแหล่งค้าโสมที่สำคัญอยู่ที่เมืองคิมช็อน อีกทั้งยังมีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมกระจายอยู่ทั่วไปและพบมากที่สุดที่เมืองคยองกีโด มีโรงงานแปรรูปโสมถึง 33 แห่ง

ส่วนการค้าและการส่งออกสาธารณรัฐเกาหลีได้นั้น มีมาอย่างช้านาน ในสมัยก่อนส่งออกโสมเกาหลีไปยังประเทศอื่นๆ ในฐานะเครื่องบรรณาการ ต่อมายุคสมัยเปลี่ยนไปการค้าโสมเกาหลีมีการขยายเป็นย่านตลาดการค้าโสมเกาหลีทั้งค้าส่งและค้าปลีกจนกลายเป็นย่านเศรษฐกิจพิเศษที่สำคัญในการส่งออกโสมเกาหลี อีกทั้งการส่งออกโสมเกาหลีอยู่ในแง่ของสินค้าการเกษตรที่สำคัญทางเศรษฐกิจ มีการแปรรูปโสมเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ก่อนส่งออกกระจายขายกว่า 70 ประเทศทั่วโลก เช่น ผลงานของ อรชุน เกียววัฒนะผล (2533), คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2536), สถาบันเอเชียแปซิศึกษา มศว. (2536), กัทธกร แจ่มใส (2533), กบนอกกะลา (2555)

ส่วนรูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทยดังผลงานของ ชรรมรัตน์ รัตนชัย (2548), สยามธุรกิจ (2550), Paulenapower (2553), Korea Happy (2254), Ilhwa (2558), เจริญสุข กิจอิทธิ (2558) กล่าวว่า รูปแบบโสมเกาหลีที่ขายกันอยู่ในประเทศไทยนั้นอยู่ในรูปแบบธุรกิจขายตรง มีตัวแทนจัดจำหน่ายหลายสาขา เป็นระบบสมาชิก สมาชิกสามารถสร้างเป็นธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าเป็นของตนเองได้ ผ่านทางสินค้าของบริษัทโดยการหาเครือข่ายลูกค้าของตนและสะสมคะแนนเมื่อซื้อสินค้า และบริษัทจะมีผลกำไรตอบแทนให้ในรูปแบบของโปรโมชั่นราคาสินค้า การแลกซื้อสินค้า การชิงโชค ไปจนถึงการพาไปท่องเที่ยวต่างประเทศเมื่อสมาชิกมีการสะสมคะแนนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

อนึ่ง การศึกษาธุรกิจและการส่งออกโสมเกาหลี ยังมีไม่มากนัก ผู้ศึกษาจึงประสงค์จะศึกษา “ธุรกิจโสมเกาหลี” เพื่อให้ทราบถึงที่มาและแหล่งผลิตโสมเกาหลี อีกทั้งยังทราบถึงการค้าและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลี ตลอดจนทราบถึงรูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการนำข้อมูลชั้นทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ ทั้งเอกสารตำราทั่วไป สื่อ สิ่งพิมพ์ งานวิจัย ข้อมูลการส่งออกโสมจากภาคการเกษตรของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีใต้ และข้อมูลองค์กรต่างๆที่จัดจำหน่ายโสมในประเทศไทย มาทำการวิเคราะห์ทางรูปแบบการจัดการทางธุรกิจ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุม และบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. แหล่งที่มาของข้อมูล

- 2.1 หอสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
- 2.2 หอสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี
- 2.3 เว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุปผล

เนื่องจากการศึกษาธุรกิจโสมเกาหลี ต้องใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์และสรุปผลที่มาจากหลายแหล่งข้อมูล ดังนั้นจึงแบ่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์และสรุปผลครั้งนี้ ออกเป็น 4 ประเภท

- 3.1 เอกสาร ตำรา เรื่องส่วนประสมทางการตลาดและการส่งออกต่างประเทศ
- 3.2 หนังสือตำราข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสาธารณรัฐเกาหลีใต้และโสมเกาหลี
- 3.3 ข้อมูลจากเว็บไซต์การส่งออกสินค้าภาคการเกษตรของสาธารณรัฐเกาหลีใต้
- 3.4 เว็บไซต์ ข่าว เอกสาร สื่อต่างๆและงานวิจัยที่เกี่ยวกับแหล่งเพาะปลูกและการค้าโสมเกาหลีรวมทั้งรูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

4. เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา

- 4.1 เครื่องคอมพิวเตอร์
- 4.2 โปรแกรม Microsoft Word 2013, Portable Document Format (PDF)
- 4.3 โปรแกรม Google chrome

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังนี้

- 4.1 ศึกษาที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้
- 4.2 ศึกษาอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้
- 4.3 ศึกษาการตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้
- 4.4 ศึกษารูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

4.1 ศึกษาที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้

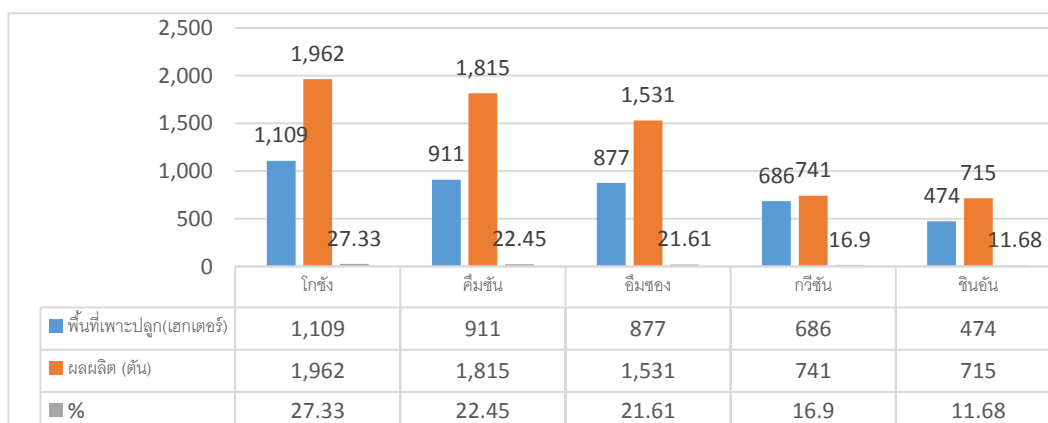
4.1.1 ที่มาของโสมเกาหลี

โสมนั้นถูกใช้เป็นยารักษาโรคตั้งแต่ยุคอันของจีนหรือตรงกับอาณาจักรซิลลาเกาหลี (พ.ศ. 486 - พ.ศ. 1478) ชาวเกาหลีเริ่มทำการเพาะปลูกไร่โสมตั้งแต่ 1,500 ปีก่อน หลังจากที่มีการเพาะปลูกโสมในป่า โดยการหว่านเมล็ดในป่า เนื่องจากโสมเป็นพืชที่ต้องปลูกในที่ร่ม ภูมิอากาศและดินเป็นเรื่องสำคัญมาก จึงมีการพัฒนามาปลูกเป็นไร่โสมซึ่งชาวเกาหลีเชื่อว่าต้นกำเนิดของโสมเกาหลีนั้นมาจากตำนานเรื่องราวของชายหนุ่มที่มีนามว่า “กึง” ซึ่งอาศัยอยู่เพียงลำพังกับมารดาที่ป่วยหนัก เขาจึงไปนั่งสวดภาวนาขอพรให้มารดาของเขาหายป่วยในถ้ำกวานนึมกุก (관음굴) ที่ภูเขาจินนัคซัน (진악산) ในคืนวันหนึ่งเทวดาผู้ดูแลภูเขาก็ปรากฏตัวในความฝันของชายหนุ่ม และบอกให้เขาขุดเอารากพืชสมุนไพรมีผลสีแดงที่ขึ้นอยู่ใกล้กำแพงหินแล้วนำไปต้มให้แม่ของเขารับประทาน ชายหนุ่มตกใจตื่นจากความฝันและทำตามที่เทวดาบอก จากนั้นมารดาของเขาก็หายป่วยดังปาฏิหาริย์ หลังจากนั้นเขาจึงรวบรวมผลพืชสมุนไพรมีผลสีแดงไปแจกจ่ายให้ชาวบ้านปลูกภายในหมู่บ้าน ซึ่งรากของสมุนไพรมีผลสีแดงที่ปลูกจากเมล็ดเหล่านี้ถูกใช้เป็นยารักษาผู้ป่วย ในสมัยก่อน

ชาวเกาหลีอาศัยใช้โสมที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยขุดมาจากป่าหรือภูเขา ซึ่งโสมภูเขาเรียกว่า “ซานซัม” (산삼) มักขึ้นในบริเวณดงลึกและที่ลาดชัน โสมป่าที่พบอาจมีอายุหลายสิบปีหรือหลายร้อยปี ซึ่งจะมีราคาแพงมากกว่าราคาของค้ำหลายเท่าตัว ปัจจุบันมีการปลูกโสมกันตามเชิงเขาในชนบท คนท้องถิ่นเริ่มเรียกพืชสมุนไพรชนิดนี้ว่า “อินซัม” (인삼) เนื่องจากมีรูปร่างคล้ายกับร่างกายมนุษย์ พวกเขาเชื่อว่าโสมเป็นของขวัญจากพระเจ้าแจซมกัก (재삼각) ตั้งแต่นั้นมาเมืองคิมช็อนก็เริ่มปลูกโสมมาจนถึงปัจจุบัน

4.1.2 แหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้

ในปัจจุบันไม่ใช่เพียงแค่เมืองคิมช็อนเท่านั้นที่มีการเพาะปลูกโสม โสมสามารถปลูกได้เกือบทั่วทั้งประเทศในสาธารณรัฐเกาหลีใต้เนื่องจากองค์ประกอบของอุณหภูมิ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสภาพดินของคาบสมุทรเกาหลี โดยตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ของคาบสมุทรเกาหลีมีความเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของโสมได้เป็นอย่างดี จึงทำให้พบว่ามี 5 เมืองสำคัญ ที่ทำการเพาะปลูกโสมมากที่สุดในสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ได้แก่ เมืองโกซัง (고상시) ในจังหวัดชอลลาบุกโดซึ่งตั้งอยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ มีพื้นที่เพาะปลูกโสม 1,109 เฮกเตอร์ โดยมีผลผลิตโสมมากถึง 1,962 ตัน รองลงมาเป็นทางตอนล่างของภาคกลางคือ เมืองคิมช็อน (금산시) อยู่ในจังหวัดชุงชองนัมโด มีพื้นที่เพาะปลูก 911 เฮกเตอร์และมีผลผลิตโสมใกล้เคียงกับจังหวัดโกซังถึง 1,815 ตัน รองลงมาคือเมืองอึมซอง (음성시) และ เมืองกวิช็อน (귀산시) ในจังหวัดชุงชองบุกโดตั้งอยู่ทางภาคกลางตอนบน มีพื้นที่เพาะปลูกโสม 877 เฮกเตอร์ ให้ผลผลิตโสม 1,531 ตัน และเมืองกวิช็อนมีพื้นที่เพาะปลูก 686 เฮกเตอร์ มีผลผลิต 741 ตัน สุดท้ายเมืองชินอัน (진안시) อยู่ในจังหวัดชอลลาบุกโดตั้งอยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ มีพื้นที่เพาะปลูก 474 เฮกเตอร์ และมีผลผลิตโสมรองลงมา 715 ตัน



แผนภูมิที่ 4.1 แสดงพื้นที่เพาะปลูกโสม 5 แหล่งสำคัญในสาธารณรัฐเกาหลีใต้ปีพ.ศ. 2553

จากภาพที่ 4.1 จะเห็นได้ว่าการเพาะปลูกโสมกระจายอยู่ทั่วทุกภาคของสาธารณรัฐเกาหลีใต้และให้ผลผลิตที่มากกว่า 7,000 ตัน เนื่องจากในบริเวณพื้นที่เพาะปลูกดังกล่าวมีสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศและคุณภาพของดินที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของโสม และมีพื้นที่สำหรับการทำการเกษตรและเอื้ออำนวยมากกว่าเมืองอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีสภาพอากาศหนาวเย็น คือบริเวณละติจูดที่ 22-48 องศาเหนือ และเส้นลองจิจูด 85-140 องศาตะวันออก จึงมีความเหมาะสมมากต่อการเจริญเติบโตของโสม อีกทั้งดินยังเป็นดินที่มีความเป็นธรรมชาติปราศจากสารเคมี โดยพื้นที่เพาะปลูกดังกล่าวเป็นดินเหนียวมีค่า pH ประมาณ 5.5-6.0 และนอกจากนั้น พื้นที่เพาะปลูกดังกล่าวยังใช้ปลูกผลไม้ชนิดอื่นๆ อย่างสตรอเบอรี่อีกด้วย เนื่องจากต้องการทดสอบดินบริเวณนั้น หากสตรอเบอรี่มีรสหวาน นั้นหมายความว่า ดินบริเวณนั้นพร้อมที่จะปลูกโสมได้ จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลแสดงให้เห็นว่าสามารถปลูกโสมได้ทั่วสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกันในด้านความหนาแน่นในการเพาะปลูก โดยบริเวณที่เพาะปลูกหนาแน่นมากที่สุดคือบริเวณจังหวัดชุงชองบุกโดและจังหวัดชอลลาบุกโด รองลงมาคือ จังหวัดคยองกีโด, จังหวัดคังวอนโด และจังหวัดชุงชองนัมโด และบริเวณที่น้อยที่สุดคือ จังหวัดคยองชานนัมโด, จังหวัดคยองชานบุกโดและจังหวัดชอลลานัมโด

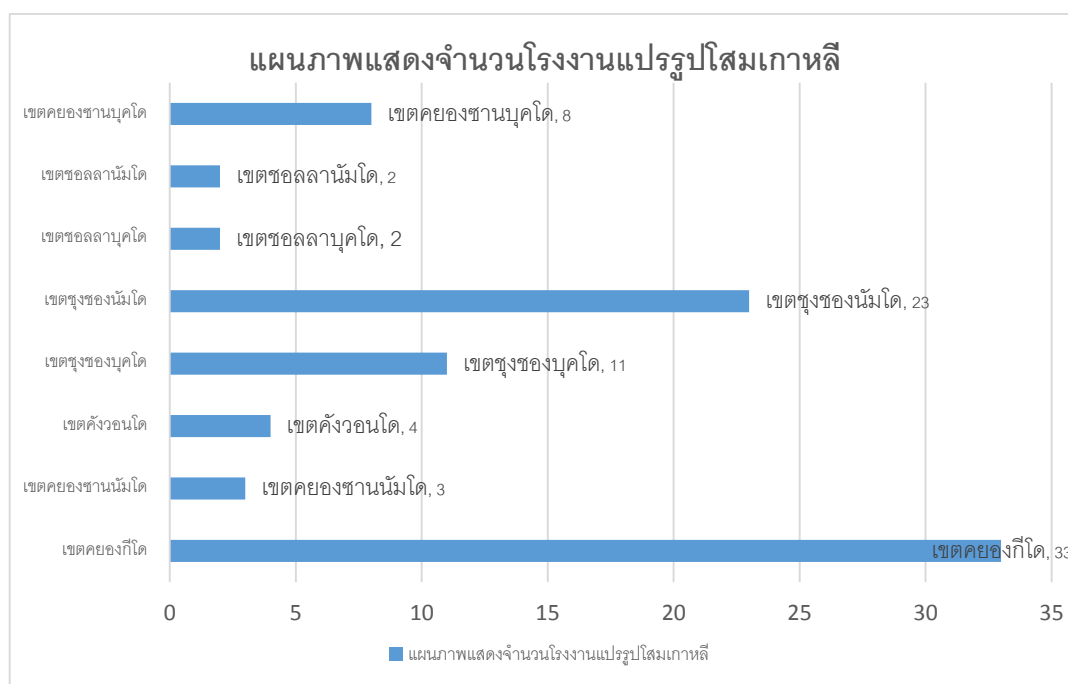


ภาพที่ 4.1 แผนที่แสดงการกระจายของแหล่งเพาะปลูกโสมในสาธารณรัฐเกาหลีใต้

4.2 ศึกษาอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้

4.2.1 แหล่งที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลี

สาธารณรัฐเกาหลีใต้ได้พัฒนาตนเองจนประสบความสำเร็จเป็นประเทศอุตสาหกรรมเบ็ดเสร็จ จึงมีโรงงานอุตสาหกรรมที่ทันสมัย วิทยาการและเทคโนโลยีก้าวหน้า อีกทั้งในด้านการเกษตรมีความโดดเด่นในเรื่องของโสม และโสมจากสาธารณรัฐเกาหลีใต้ถือว่าเป็นโสมที่ดีและมีสรรพคุณดีที่สุดของโลก ประกอบกับได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผลิตภัณฑ์โสมของสาธารณรัฐเกาหลีใต้มีความน่าเชื่อถือและมีคุณภาพ ดังนั้นอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมจึงมีมากมายครอบคลุมทั่วสาธารณรัฐเกาหลีใต้ อีกทั้งยังส่งออกจำหน่ายต่างประเทศอีกด้วย จากการศึกษาแหล่งผลิตโสมเกาหลีพบว่าตำแหน่งที่ตั้งของอุตสาหกรรมแปรรูปโสมนั้นกระจายอยู่ทั่วประเทศในสาธารณรัฐเกาหลีใต้เช่นเดียวกับแหล่งเพาะปลูกโสม ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลการเพาะปลูกโสมในปีพ.ศ. 2553 พบว่า บริเวณที่มีอุตสาหกรรมการแปรรูปโสมมากที่สุดคือ จังหวัดคยองกีโดมีโรงงานแปรรูปโสมจำนวน 33 แห่ง รองลงมาในจังหวัดชุงชองนัม โคมิจำนวน 23 แห่ง จังหวัดชุงชองบุก โคมิจำนวน 11 แห่ง จังหวัดคยองชานบุก โคมิจำนวน 8 แห่ง จังหวัดคังวอนโดมีจำนวน 4 แห่ง จังหวัดคยองชานนัม โคมิจำนวน 3 แห่ง และจังหวัดชอลลาบุกโดและชอลลานัมโดมีจังหวัดจำนวนละ 2 แห่ง



แผนภูมิที่ 4.2 แสดงการกระจายของแหล่งที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมปีพ.ศ. 2553



ภาพที่ 4.2 แผนภาพแสดงจำนวนอุตสาหกรรมแปรรูปโสม

วิเคราะห์จากภาพที่ 4.3 และ 4.4 แสดงให้เห็นว่าสาธารณรัฐเกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมอันดับต้นๆของภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีใต้มีศักยภาพในการวางโครงสร้างการดำเนินงานกิจการอุตสาหกรรมภายในประเทศได้เป็นอย่างดี ภายใต้การควบคุมและการจัดการวางแผนจากภาครัฐ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าให้กับชาติ โดยดูแลระบบการวางแผน การสร้างโรงงานต่างๆ อย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็อุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรืออุตสาหกรรมขนาดย่อย อุตสาหกรรมแปรรูปโสมนั้นตั้งกระจายไปตามจังหวัดต่างๆ ทั่วสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ประกอบกับสาธารณรัฐเกาหลีใต้สามารถปลูกโสมได้เกือบทั่วทั้งประเทศ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีความเหมาะสมทางด้านภูมิศาสตร์ อีกทั้งปัจจัยหลักของการสร้างโรงงานอุตสาหกรรมนั้นมาจากสภาพทางภูมิประเทศที่มีความเหมาะสม ซึ่งจากศึกษาข้อมูลแสดงให้เห็นว่า โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสม มีความหนาแน่นในเขตจังหวัดชอลลันัมโด เขตจังหวัดคยองกีโด และ ในเขตจังหวัดหุงของนัมโด ดังภาพที่ 4.4 ซึ่งเขตจังหวัดดังกล่าว ถือว่ามีความหนาแน่นของโรงงานแปรรูปโสมตามลำดับ เนื่องด้วยในเขตจังหวัดดังกล่าว เป็น

บริเวณที่มีความเหมาะสมแก่การทำไร่เพาะปลูกโสม และมีพื้นที่ปลูกโสมเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปเป็นจำนวนมากในบริเวณนั้น ซึ่งทำให้การเก็บเกี่ยวและการขนส่งวัตถุดิบมีความสะดวกสบาย และในบริเวณที่มีการก่อตั้งโรงงานแปรรูปโสมน้อยนั้น สาเหตุเนื่องมาจากความไม่เหมาะสมในด้านการตั้งโรงงาน เนื่องจากมีแหล่งเพาะปลูกโสมน้อยกว่าและมีความลำบากในการขนส่ง อีกทั้งไม่มีตลาดค้าโสมที่เป็นศูนย์รวมรับส่งซื้อขายของชาวสวนกับพ่อค้าคนกลางอย่างในเขตจังหวัดคยองกีโด รวมถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในบริเวณที่มีการตั้งโรงงานแปรรูปโสมอย่างหนาแน่นนั้น จากการศึกษาพบว่าบริเวณดังกล่าวมีความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ เช่นในเขตจังหวัดคยองกีโด เป็นเขตจังหวัดปกครองพิเศษที่มีกรุงโซลเมืองหลวงของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ตั้งอยู่ใจกลางเขตจังหวัดนี้ด้วย โดยจังหวัดคยองกีโดนั้น มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมากและมีประชากรอาศัยอยู่อย่างเนืองแน่น ส่วนในเขตจังหวัดชุงชองนัมมีตลาดค้าโสมที่ใหญ่ที่สุดในสาธารณรัฐเกาหลีใต้ที่เมืองคิมชัน ซึ่งเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงในด้านโสม อีกทั้งยังมีงานเทศกาลโสมประจำปีซึ่งเป็นที่รู้จักกันทั้งในสาธารณรัฐเกาหลีใต้และต่างประเทศ โดยปัจจัยในการจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมมีการคำนึงถึงสภาพเศรษฐกิจ ความหนาแน่นของประชากร การได้รับการยอมรับจากชุมชน มีแหล่งตลาดที่สะดวกในการจัดซื้อวัตถุดิบ การคมนาคมสะดวกสบาย และในทางตรงกันข้าม บริเวณที่มีโรงงานแปรรูปโสมน้อย สาเหตุเนื่องมาจากสภาพทางสังคมที่ไม่มีความสะดวกในการก่อตั้งโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสม การคมนาคมขนส่งมีความยากลำบาก ลื่นไถลและใช้เวลานาน อีกทั้งปัจจัยในด้านกำลังการซื้อของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน จึงทำให้บริเวณเหล่านั้นมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมน้อย แต่ในสาธารณรัฐเกาหลีใต้มีโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโสมขนาดใหญ่เพียง 6 โรงงานเท่านั้นซึ่งจะจัดตั้งอยู่ตามบริเวณหัวเมืองใหญ่ๆ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นปริมาณที่น้อยมากเนื่องจากโสมเป็นที่ต้องการเป็นอย่างมากทั้งในสาธารณรัฐเกาหลีใต้เองและต่างประเทศ อีกทั้ง 1 ใน 6 โรงงานแปรรูปอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมฮิลวา (일화) เป็นโรงงานที่มีบริษัทจัดหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมขนาดใหญ่และเป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทยอีกด้วย

4.2.2 กระบวนการขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์โสมเกาหลี

ในแต่ละโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมนั้นมีกระบวนการผลิตพื้นฐานคล้ายกันทุกโรงงานคือการนำโสมสดมาผ่านกระบวนการผลิตเป็นโสมแดงและโสมขาวก่อนแล้วต่อจากนั้นจะนำไปแปรรูปให้อยู่ในรูปหว่าสกัดโสมแล้วจึงแปรรูปหรือนำไปเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ต่างๆ

มากมายตามแต่สินค้าแต่ละประเภทของโรงงานอุตสาหกรรมหรือบริษัทแบรนด์สินค้านั้นๆ เช่น ชา โสม ลูกอม โสม ขนม เครื่องสำอาง เป็นต้น มีกระบวนการขั้นตอนการแปรรูปดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ขั้นตอนกระบวนการผลิตโสมแดงและโสมขาว

ขั้นตอน	กรรมวิธีการแปรรูปโสมสดให้เป็นโสมแดงและโสมขาว
ขั้นตอนที่ 1	เมื่อนำโสมสดที่รับซื้อจากแหล่งค้าโสมเข้ามายังภายในโรงงานแล้วจะถูกนำไปล้างทำความสะอาด
ขั้นตอนที่ 2	นำไปอบแห้งโดยให้อุณหภูมิที่ 50 องศาเซลเซียส นาน 48 ชั่วโมง
ขั้นตอนที่ 3	นำไปตากแดดนาน 1 สัปดาห์ ก็จะได้โสมขาวที่มีลักษณะคล้ายกิ่งไม้แห้ง ซึ่งขนาดจะเล็กลงกว่าเดิมประมาณ 3-4 เท่า และเก็บได้นาน 1-3 ปี
ขั้นตอนที่ 4	นำโสมขาวที่ได้จากกระบวนการขั้นตอนข้างต้นไปอบด้วยอุณหภูมิ 90- 95 องศาเซลเซียส นาน 4 ชั่วโมงขึ้นไป
ขั้นตอนที่ 5	นำไปตากจนตัวโสมนั้นแห้งสนิทนานถึง 1 สัปดาห์ ก็จะได้โสมแดงลักษณะที่แห้งมากและไม่มีความชื้นอยู่เลย ลักษณะลำตัวของรากจะเล็กและแข็ง สีออกน้ำตาลอมแดงซึ่งจะแตกต่างจากโสมขาวอย่างเห็นได้ชัด
ขั้นตอนที่ 6	นำโสมแดงและโสมขาวที่ได้มาเข้าสู่กระบวนการแปรรูปให้ออกมาอยู่ในรูปหัวสกัดโสม โดยผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน
	<ol style="list-style-type: none"> 1. กระบวนการต้ม จะต้มภายในหม้อสเตนเลสขนาดใหญ่ ภายในหม้อจะมีความลึกและร้อนมาก 2. ขั้นตอนแยกแอลกอฮอล์และน้ำออก เมื่อเทต้นโสมใส่ในหม้อครบตามสัดส่วนที่กำหนดเอาไว้ หลังจากนั้นก็จะใส่น้ำและแอลกอฮอล์ลงไปโดยวิธีนี้จะเรียกว่า การสกัดโสมด้วยแอลกอฮอล์ โดยแอลกอฮอล์นี้จะทำให้อุณหภูมิในการต้มไม่สูงมากเพื่อที่จะไม่ได้สูญเสียสารที่สำคัญในรากโสมอย่างซาโปนิน ซึ่งความร้อนที่ใช้ในการสกัดนั้นจะอยู่ที่ 83 องศาเซลเซียส 3. กระบวนการฆ่าเชื้อ จะต้มนานถึง 6 ชั่วโมง จากโสมที่เป็นรากแข็งๆ ก็จะกลายเป็นน้ำขุ่นๆ สีดำ มีกลิ่นคล้ายน้ำตาลที่เคี้ยวจนไหม้ ต้องใช้โสมแห้ง 1,200 กิโลกรัม จะได้หัวสกัดโสมประมาณ 120 ลิตร ซึ่งหลังจากนี้จะ นำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ผงโสม ชาโสม แคปซูล โสม ขนม ลูกอม หรือแม้แต่ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม

	<p>4. กระบวนการบรรจุ</p> <p>5. กระบวนการหีบห่อและส่งออกจำหน่าย ซึ่งกระจายขายมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลก โดยมียอดจำหน่ายต่อปีกว่า 1 พันล้านบาทต่อหนึ่งโรงงาน</p>
--	--

ที่มา : กบนอกกะลา [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 6 เมษายน 2559 เข้าถึงได้จาก

<https://www.youtube.com/watch?v=HiuA5XXce0E>

จากการวิเคราะห์ตารางข้อมูลขั้นตอนกระบวนการแปรรูปโสมนั้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันโสมถูกนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อให้เข้ากับยุคสมัย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ได้จากการนำโสมแดงและโสมขาวมาแปรรูป เช่น โสมสกัด โสมเม็ด โสมผง หรือใช้เป็นส่วนผสมของเครื่องสำอาง ซึ่งโสมขาวและโสมแดงนั้นมีขั้นตอนการแปรรูปแตกต่างกันที่ระยะเวลาและอุณหภูมิในการอบและการตากแห้ง จึงทำให้โสมแดงและโสมขาวมีข้อแตกต่างกันคือโสมแดงจะสามารถเก็บไว้ได้ยาวนานและมีราคาแพงกว่าโสมขาวหลายเท่าตัวเพราะด้วยกระบวนการที่ยากและพิถีพิถันกว่าโสมขาว แต่โสมทั้งสองชนิดนั้นเป็นโสมชนิดเดียวกันเพียงแค่แตกต่างกันที่ขั้นตอนและกรรมวิธีในการแปรรูปหรือการผลิต เมื่อหั่นสกัดโสมผ่านกรรมวิธีออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆแล้ว โรงงานจะจัดจำหน่ายกระจายสินค้าออกไปยังร้านค้า ตลาดค้าโสมในสาธารณรัฐเกาหลีใต้และส่งออกรายจำหน่ายมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลกทั้งผ่านทางบริษัทจำหน่ายและออกไปตั้งศูนย์จัดจำหน่ายเองตามประเทศลูกค้า เช่น บริษัทจัดจำหน่ายนำเข้าสินค้าโสมในประเทศไทย โดยมียอดจำหน่ายต่อปี กว่า 1 พันล้านบาทต่อหนึ่งโรงงาน ด้วยเหตุนี้โสมจึงเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญที่รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีใต้ให้ความสำคัญ



ภาพที่ 4.3 ภาพเปรียบเทียบระหว่างโสมขาวและโสมแดง

ที่มา : ginsengbox [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2559 เข้าถึงได้จาก

<http://www.ginsengbox.com/28-korea-white-ginseng-root.html>



ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมชนิดต่างๆ

ที่มา : KGC 인사이드 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2559 เข้าถึงได้จาก

<http://www.samsamstory.com/1834>

중국 시장의 한국 홍삼 제품과 가격			
브랜드 (ชื่อสินค้า)	제품명 (ชื่อสินค้า)	가격 (ราคา)	제품 (สินค้า)
정관장(正官庄) (ชองกวานจัง)	홍삼 캔디 (ลูกอมโสมแดง)	60위안 (60 หยวน)	
정관장(正官庄) (ชองกวานจัง)	홍삼정 (แคปซูลโสมแดง)	1590위안 (1590 หยวน)	
정관장(正官庄) (ชองกวานจัง)	홍삼 분 (ผงโสมแดง)	530위안 (530 หยวน)	
정관장(正官庄) (ชองกวานจัง)	홍삼차 (ชาโสมแดง)	380위안 (380 หยวน)	
정관장(正官庄) (ชองกวานจัง)	홍삼 환 (ยาเม็ดโสมแดง)	550위안 (550 หยวน)	

자료원: 百度

ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมเกาหลีส่งออกไปขายยังประเทศจีน

ที่มา : globalwindow [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2559 เข้าถึงได้จาก

http://www.globalwindow.org/gw/overmarket/GWOMAL020M.html?ARTICLE_ID=215

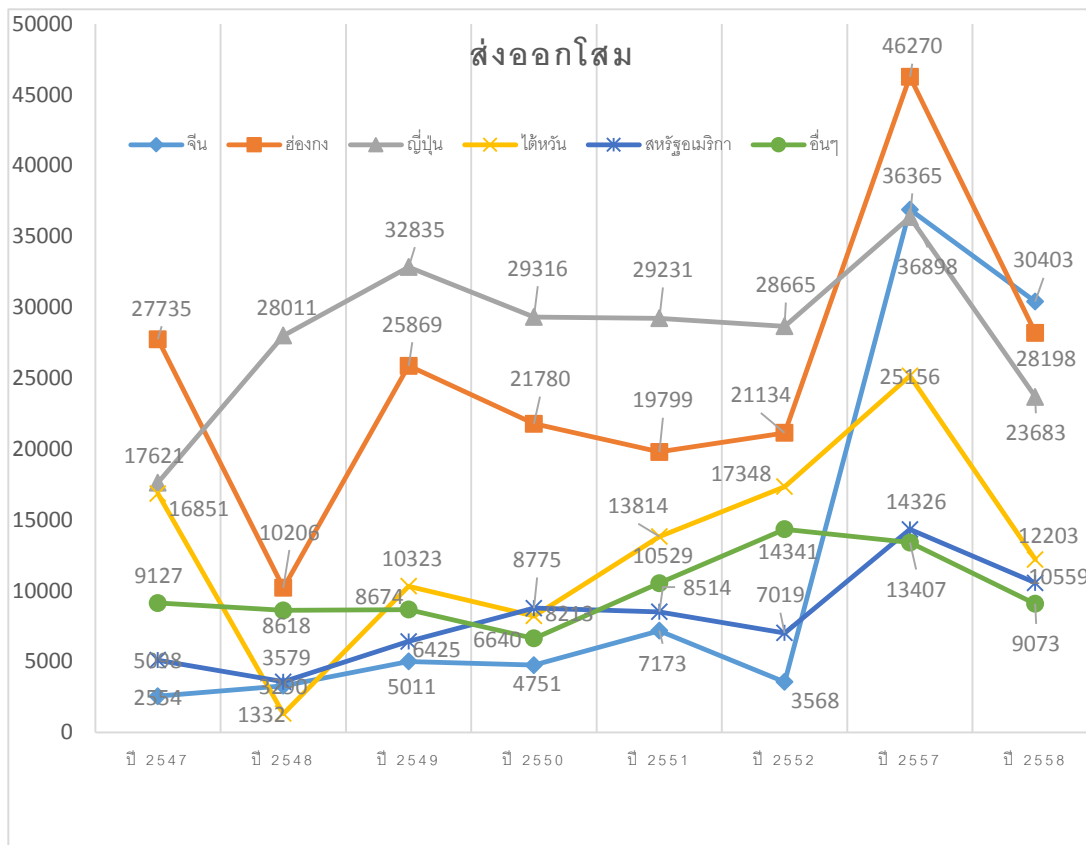
7486&BBS_ID=10

4.3 ศึกษาการตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้

4.3.1 มูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้

โสมนั้นเป็นพืชสมุนไพรอันทรงคุณค่าและมีราคาด้านการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้า มาตั้งแต่เมื่อประมาณ 1,167 ปี โดยเริ่มต้นจากประเทศเกาหลีส่งโสมเป็นเครื่องราชบรรณาการไปยังกษัตริย์จีนในช่วงสมัยราชวงศ์ถัง สาเหตุที่โสมถูกใช้เป็นเครื่องราชบรรณาการให้กับจีนนั้นเพราะเนื่องจากประเทศเกาหลีเห็นว่า ประเทศจีนนั้นเป็นอาณาจักรที่ขึ้นชื่อเรื่องยาสมุนไพรต่างๆ และชาวจีนให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพ โสมจึงเป็นส่วนผสมวัตถุดิบชั้นดีสำหรับการปรุงยาเพื่อบำรุงร่างกาย ประเทศเกาหลีและจีนจึงมีความสัมพันธ์อันดีด้านการทูตมาอย่างช้านาน โสมนั้นถูกปลูกเป็นพืชสินค้าเพื่อค้าขายตั้งแต่ในสมัยโซซอน และมีการเก็บภาษีจากชาวไร่โสมที่มีการเพาะปลูกโสม แต่ต่อมาราว 100 ปี เกิดเรื่องขัดแย้งระหว่างผู้ปลูกโสมกับข้าราชการผู้มีหน้าที่เก็บภาษี และมีปัญหาระหองระแหงกัน จนในที่สุดการผลิตโสมถูกควบคุมโดยทางราชการอย่างสิ้นเชิง กฎหมายที่ออกมาเพื่อควบคุมชาวไร่ กลายเป็นเรื่องอึดอัดสำหรับผู้ปลูกหรือผู้ค้าโสมเป็นอันมาก จึงทำให้ในปี พ.ศ. 2440 เกิด “กบฏโสม” ขึ้น โสมจึงถูกควบคุมการเพาะปลูกและการผลิต ชาวไร่เพาะปลูกโสมต้องเดือดร้อนมากขึ้น เพราะขัดแย้งกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ ช้ำยังประสบภัยจากแมลงที่ลงทำลายต้นโสมอีกด้วย ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลทำให้การผลิตโสมเริ่มซบเซาลงเป็นระยะเวลานานถึง 10 ปี ต่อมารัฐบาลเกาหลีใต้ทำงานอย่างอุตสาหะ โดยมุ่งจะทำให้ภาคเกษตรกรรมช่วยเหลือตัวเองได้ ความพยายามเหล่านี้ไปพร้อมๆกับการริเริ่มของรัฐบาลที่จะเปิดตลาดสินค้าทางการเกษตร โดยเฉพาะพืชเศรษฐกิจอย่างโสม รัฐบาลเกาหลีจึงคิดแก้ปัญหาเรื่องความเดือดร้อนของผู้ปลูกโสมโดยตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจขึ้นในเดือนธันวาคม ปีคริสต์ศักราช 1998 เพื่อปรับกำหนดการการปล่อยเสรีสินค้านำเข้าทางการเกษตรตลอดปีคริสต์ศักราช 1991 แผนการปรับปรุงดังกล่าวช่วยเพิ่มขอบเขตของการปล่อยเสรีและเร่งการเปิดเสรีให้ก้าวเร็วขึ้น อีกทั้งร่วมมือกับรัฐบาลญี่ปุ่นปรับปรุงการเพาะปลูกโสม หาวิธีกำจัดแมลงศัตรูพืชต่างๆ ในปี พ.ศ. 2480 รัฐบาลเกาหลีใต้นำให้ผู้ปลูกโสมทดลองปลูกโสมหลากหลายชนิด และออกกฎหมายผูกขาดการค้าโสมโดยการเลือกซื้อราคาโสมก่อน ส่วนที่ไม่ดีและขนาดไม่ถึงจะคืนให้ผู้ปลูกนำไปทำเป็นโสมขาว เริ่มแรกเมื่อ 30 ปีก่อน สาธารณรัฐเกาหลีได้มีเป้าหมายทางการตลาดเป็นกลุ่มลูกค้าโดยรอบภูมิภาคเอเชีย โดยส่งโสมออกไปขายยังต่างประเทศผ่านทางฮ่องกงไปได้ทุกวัน ไทย สิงคโปร์ ญวนและฟิลิปปินส์ สามารถสร้างเม็ดเงินให้แก่ประเทศได้เป็นเงิน 315 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 6 เท่าภายในเวลาเพียงไม่กี่ปี ต่อมาโสมถูกส่งไปขายยังประเทศสหรัฐอเมริกาและเยอรมันตะวันตก เพื่อเจาะการตลาดฝั่งยุโรป ซึ่งก่อนหน้านี้สหรัฐอเมริกาเคยปลูกโสมอเมริกันเพื่อขายให้กับประเทศจีนมาเป็นเวลานาน แต่มีการเปลี่ยนแปลงระบบการปกครองในประเทศจีน จึงมีการตัดความสัมพันธ์ทางการทูตต่อกัน ตลาด

ใหญ่ของอเมริกาในการรับซื้อสินค้าโสมถูกตัดขาด การค้าโสมจึงสะดุดลง จึงต้องเลิกเพาะปลูกโสมไปเป็นเวลากว่า 20 ปี และหันมาซื้อโสมเกาหลีเข้าประเทศแทน



ภาพที่ 4.3 กราฟแสดงรายได้การส่งออกโสมของสาธารณรัฐเกาหลีได้ปี พ.ศ. 2547 – 2558

ข้อมูลจากกราฟข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่า รายได้การส่งออกโสมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 – 2558 รายได้นั้นตกต่ำลงเป็นอย่างมากในหลายประเทศ ยกเว้นประเทศญี่ปุ่นเท่านั้นที่มียอดการส่งออกสูงขึ้นเรื่อยๆ และลดลงเพียงเล็กน้อย จากนั้นยอดการส่งออกเพิ่มขึ้นของแต่ละประเทศเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2549 และรักษาค่าระดับรายได้การส่งออกโสมคงที่จนถึงปี พ.ศ. 2552 และในปี พ.ศ. 2557 รายได้การส่งออกโสมของแต่ละประเทศพุ่งสูงจากเดิมหลายเท่าตัวโดยเฉพาะรายได้การส่งออกโสมไปยังประเทศอังกฤษเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าจากเดิม แต่ในปีต่อมารายได้การส่งออกโสมตกลงมาเป็นเท่าตัวจากเดิม เพราะสาเหตุอันเนื่องมาจากเศรษฐกิจในปีพ.ศ. 2558 ของสาธารณรัฐเกาหลีได้ชะลอตัวลงมาที่ร้อยละ 2.6 ภายหลังจากตัวเลขไตรมาส 4 ชบเซา และมียอดการส่งออกประจำปีลดลงมากที่สุดนับตั้งแต่วิกฤตการเงินโลก นับว่าเป็นปีที่สาธารณรัฐเกาหลีได้ประสบปัญหาจากภาวะส่งออก ไปต่างประเทศชบเซาเป็นเวลา 12 เดือนติดต่อกัน รวมถึงปัญหาเงินวอนแข็งค่าขึ้น ราคาน้ำมันโลกลดลง และโรคเมอร์สระบาดในสาธารณรัฐเกาหลีได้

4.3.1.1 รายการผลิตภัณฑ์สินค้าโสมส่งออก 10 รูปแบบ ได้แก่ โสมแดง, แคปซูลโสมแดง, ผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมแดง, โสมขาว, เครื่องดื่มชูกำลังโสม, ผงโสมแดง, แคปซูลโสมขาว, ผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมขาว, ผงโสมขาว และ โสมสด มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 สถิติการส่งออกโสมเดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ. 2558 (2015년 7월 인삼 수출통계)

หน่วย: ตัน, GS (단위: 톤, 천불)

ประเภท (구분)	ปี 2014 (년)	2014.1.1~ 7.31		2015.1.1~ 7.31		เปรียบเทียบกับปีก่อน (전년대비)	
		ปริมาณ (중량)	มูลค่า (금액)	ปริมาณ (중량)	มูลค่า (금액)	ปริมาณ(%) (중량)	มูลค่า(%) (금액)
ชนิดโสม (인삼류)	180,200	3,090	100,922	3,057	95,942	△1.1	△4.9
1. โสมแดง (홍삼)	86,133	151	51,917	139	47,759	△8.2	△8.0
2. แคปซูลโสมแดง (홍삼정)	19,834	111	10,056	192	12,164	73.2	21.0
3. ผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมแดง (홍삼조제품)	21,958	694	11,187	636	10,472	△8.4	△6.4
4. โสมขาว (백삼)	12,717	46	6,869	29	5,506	△35.6	△19.8
5. เครื่องดื่มชูกำลังโสม (인삼음료)	15,421	1,464	6,641	1,232	4,512	△15.9	△32.1
6. ผงโสมแดง (홍삼분)	4,554	20	1,608	29	4,298	45.0	167.3
7. แคปซูลโสมขาว (백삼정)	8,964	29	5,776	17	4,068	△40.1	△29.6
8. ผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมขาว (백삼조제품)	7,223	171	3,541	178	3,430	4.2	△3.1
9. ผงโสมขาว (백삼분)	1,722	8	1,066	8	1,480	5.1	38.8
10. โสมสด (수삼)	1,674	15	590	33	1,070	122.0	81.3

ที่มา : kati [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2559 เข้าถึงได้จาก <https://www.kati.net>

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงรายการผลิตภัณฑ์โสมส่งออกข้างต้นพบว่าในปี พ.ศ. 2558 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์โสมนั้นลดลงอย่างชัดเจนถึงเท่าตัวจากปีพ.ศ. 2557 โดยโสมแดง (홍삼) เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมที่ถูกส่งออกจำหน่ายไปยังต่างประเทศในปี พ.ศ. 2557 มากที่สุดถึง 86,133 ดอลลาร์สหรัฐ และลดลงถึงร้อยละ 44.5 จากเดิมในปีพ.ศ. 2558 เป็นเมล็ดเงินมูลค่า 47,459 ดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์แคปซูลโสมแดง (홍삼정) และผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมแดง(홍삼조제품) และโสมสด (수삼) เป็นสินค้าที่ส่งออกน้อยที่สุดโดยมียอดส่งออกในปี พ.ศ. 2558 เพียงแค่ 1,070 ดอลลาร์สหรัฐ

4.3.1.2 รายชื่อประเทศคู่ค้าส่งออกสินค้าแปรรูปโสมจำนวน 8 ประเทศ ได้แก่ จีน,ฮ่องกง, ญี่ปุ่น, ไต้หวัน, สหรัฐอเมริกา, เวียดนาม, แคนาดา และสิงคโปร์ ซึ่งมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกไปยังแต่ละประเทศดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 สถิติการส่งออกโสม เดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ. 2558 (2015년 7월 인삼 수출통계)

หน่วย: ตัน, GS (단위: 톤, 천불)

ประเทศ (국가명)	ปี 2014 (년)	2014.1.1 ~ 7.31		2015.1.1 ~ 7.31		เปรียบเทียบกับปีก่อน (전년대비)	
		ปริมาณ (중량)	มูลค่า (금액)	ปริมาณ (중량)	มูลค่า (금액)	ปริมาณ (%)(중량)	มูลค่า (%) (금액)
1.จีน (중국)	36,898	661	20,340	1,114	24,598	68.6	20.9
2.ฮ่องกง (홍콩)	46,270	207	28,863	101	22,835	△51.5	△20.9
3.ญี่ปุ่น (일본)	36,365	266	18,536	219	18,421	△17.5	△0.6
4.ไต้หวัน(대만)	25,156	208	14,398	205	10,146	△1.5	△29.5
5.สหรัฐอเมริกา (미국)	14,326	347	6,011	355	7,503	2.4	24.8
6.เวียดนาม(베트남)	7,568	583	3,642	629	4,099	7.9	12.6
7.แคนาดา (캐나다)	4,033	20	2,080	24	1,665	18.2	△19.9
8.สิงคโปร์ (싱가포르)	1,806	14	1,316	21	980	42.8	△25.6

ที่มา : kati [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2559 เข้าถึงได้จาก <https://www.kati.net>

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.3 พบว่าการส่งออกสินค้าแปรรูปไปยังประเทศคู่ค้านั้น ประเทศจีนเป็นประเทศที่นำเข้าสินค้าโสมจากสาธารณรัฐเกาหลีได้มากที่สุดเป็นมูลค่าเมล็ดเงิน 24,598 ดอลลาร์สหรัฐ และมีมูลค่าเพิ่มจากปีก่อนด้วย ซึ่งต่างจากประเทศอื่นที่เป็นกลุ่มคู่ค้าด้วยกันอย่าง

ฮ่องกงและญี่ปุ่นมีมูลค่าการส่งออกลดลงจากปีก่อน โดยประเทศสิงคโปร์มียอดการนำเข้าโสมน้อยที่สุดเพียงแค่ 980 ดอลลาร์สหรัฐ แต่ในขณะที่เดียวกันฝั่งคู่ค้าอย่างสหรัฐอเมริกามีมูลค่าการส่งออกจากปีก่อนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ายอดการส่งออกโสมไปยังแต่ละประเทศลดลงจากปี พ.ศ. 2557 เกือบเท่าตัว

4.3.1.3 สถานการณ์แนวโน้มการส่งออกโสมในปีพ.ศ. 2559 มีการประเมินคาดการณ์โดยสถาบันส่งออกโสมแห่งชาติ(인삼 국가별 수출현황) โดยมีประเทศคู่ค้าการส่งออกโสม ได้แก่ จีน, ฮ่องกง, ญี่ปุ่น, ไต้หวัน, สหรัฐอเมริกา, เวียดนาม, แคนาดา, สิงคโปร์, มาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกไปยังแต่ละประเทศดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แนวโน้มการส่งออกโสมปีพ.ศ. 2559 (인삼 수출동향)

หน่วย: ตัน, พัน\$, %(단위: 톤, 천\$, %)

ประเทศ(구분)	ปี 2013 (년)	ปี 2014 (년) ปลาย		ปี 2015 (년) ปลาย เดือน 11 (월말)	증감률(15.11월기준) การเจริญเติบโต ประจำทุกเดือน 11 ปี 2015				
		ปริมาณ (물량)	มูลค่า (금액)		ปริมาณ (물량)	มูลค่า (금액)	ปริมาณ (물량)	มูลค่า (금액)	จำนวนเงินมาตรฐาน (금액기준)
รวม(총계)	5,118	174,916	5,819	183,532	5,223	156,041	5,238	142,289	△8.8
จีน(중국)	1,379	39,067	1,496	36,898	1,307	33,127	1,844	33,389	0.8
ฮ่องกง(홍콩)	197	43,849	311	46,270	257	36,841	192	32,350	△12.2
ญี่ปุ่น(일본)	646	32,335	676	36,365	581	33,018	458	29,775	△9.8
ไต้หวัน(대만)	517	20,946	406	25,156	370	20,324	393	13,853	△31.8
สหรัฐอเมริกา(미국)	527	12,789	809	14,326	768	12,536	632	13,070	4.3
เวียดนาม(베트남)	1,129	9,906	1,010	7,569	895	6,165	1,064	7,578	22.9

แคนาดา (캐나다)	40	2,625	60	4,033	56	3,603	33	2,145	△40.5
สิงคโปร์ (싱가포르)	16	1,585	25	1,806	23	1,712	31	1,074	△37.3
มาเลเซีย (말레이시아)	32	506	62	1,563	59	1,409	42	1,230	△12.7
อินโดนีเซีย (인도네시아)	14	987	12	753	11	352	9	737	109.2

ที่มา : kati [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2559 เข้าถึงได้จาก <https://www.kati.net>

จากตารางข้อมูลแนวโน้มการส่งออกแนวโน้มการส่งออกโสมในปีพ.ศ. 2559 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการส่งออกโสมมีเกณฑ์ลดลงตั้งแต่ต้นปีร้อยละ 26.61 จากเดิม เป็นเม็ดเงิน 19,740 ดอลลาร์สหรัฐ และการส่งออกผลิตภัณฑ์โสมใน โชนส่งออกตลาดประเทศจีน ซึ่งเป็น โชนส่งออกที่ใหญ่ที่สุดนั้นค่อนข้างต่ำลง อีกทั้งการปรับราคาส่งออกผลิตภัณฑ์โสมที่แพงเพิ่มขึ้นจึงทำให้ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและซบเซาอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันการส่งออกโสมในตลาดญี่ปุ่นและอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างค่าเงินวอนและค่าเงินเยนนั้นเพิ่มขึ้น อีกทั้งตัวแทนจำหน่ายตลาดใหม่อย่างเวียดนามด้านการส่งเสริมการขายประเมินว่าการส่งออกโสมมีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นเนื่องจากได้รับการยอมรับเรื่องคุณภาพและสรรพคุณของผลิตภัณฑ์โสม

4.3.2 รูปแบบการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมในสาธารณรัฐเกาหลีใต้

สาธารณรัฐเกาหลีใต้มีระบบการกระจายสินค้าโสม โดยมีตลาดค้าโสมคิมชันเป็นจุดศูนย์กลางรวมการค้าโสมทั้งค้าส่งและค้าปลีกที่เก่าแก่และการรับซื้อส่งออกโสมขนาดใหญ่ที่สุดในสาธารณรัฐเกาหลีใต้และที่สูงสุดในโลก ตลาดแห่งนี้อยู่ใกล้กับพื้นที่ทำการเกษตรเพราะเนื่องจากเป็นแหล่งรับซื้อโสมจากเกษตรกรและขายส่งออกโสมสดให้กับโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าโสมจากแหล่งต่างๆทั่วประเทศ หรือพ่อค้าแม่ค้าที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับโสมทั้งในและต่างประเทศจะมารับซื้อโสมจากที่นี่เพื่อนำไปขายปลีกต่อไป ซึ่งตลาดค้าโสมแห่งนี้จะแบ่งออกเป็น 2 โชน คือ โชนค้าส่งออกโสมสดและโชนสินค้าโสมแปรรูป เปิดขายทุกวันไม่มีวันหยุด ในตลาดจะมีพ่อค้าแม่ค้าขายโสมกว่า 100 เจ้า ปริมาณของโสมสดที่เข้ามาในตลาดแห่งนี้ไม่ต่ำกว่า 100 ตัน อีกทั้งยังมีลูกค้าเข้าออกหมุนเวียนกว่า 3,000 คนต่อวัน ซึ่งลูกค้าที่เข้ามาซื้อ โสมสดบางรายจะซื้อปลีกกลับไปบริโภคในครัวเรือนหรือซื้อไปเป็นของฝาก และลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นลูกค้ารายใหญ่ของ

ตลาด คือเจ้าหน้าที่จากโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสม จะมาซื้อโสมสดที่หลายต้น เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ส่งออกขายทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีกระบวนการจัดการขายโดยการกระจายเป็นร้อยละ 25-30 จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าปลีกและที่เหลือนำส่งออกต่างประเทศโดยการจัดตั้งบริษัทจำหน่ายสินค้าแปรรูปในประเทศกลุ่มลูกค้าต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีช่องทางการซื้อขายสามารถกระจายไปยังลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น



รูปที่ 4.6 ภาพตลาดค้าโสมคิมชัง โชนลินค้าโสมแปรรูปและ โชนค้าส่งออกโสมสด

ที่มา : กบนอกกะลา [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 6 เมษายน 2559 เข้าถึงได้จาก

<https://www.youtube.com/watch?v=HiuA5XXce0E>

ด้วยยุคสมัยแห่งเทคโนโลยีในปัจจุบันเป็นช่องทางหนึ่งในการขยายการจำหน่ายสินค้าได้กว้างขวางและรวดเร็วถึงได้มากยิ่งขึ้น สาธารณรัฐเกาหลีได้จึงมีรูปแบบทางการตลาดจำหน่ายโสมเกาหลีโดยมีแผนขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมเกาหลีดังนี้

1) ด้านสื่อประชาสัมพันธ์

ใช้กลยุทธ์การกระจายเสียงการประชาสัมพันธ์ข่าวสารโปรโมชัน ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโสมในเรื่องสุขภาพ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางนิตยสาร สื่อออนไลน์ต่างๆ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายการรวมทั้งจัดกิจกรรมสัมมนารับเชิญกลุ่มผู้บริโภคเพื่อให้ข้อมูลและทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการรับประทานโสมและแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับการรับประทานโสมแทนยารักษาโรค

2) ด้าน SNS (Social Network Service) โปรโมชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย

ขยายกลุ่มผู้บริโภคโดยการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมหรือโปรโมชันผ่านทางสื่อออนไลน์ YouTube Facebook เป็นต้น โดยการโฆษณาสรรพคุณของโสม เช่น สรรพคุณทำให้ผิวขาวกระจ่างใสอ่อนวัย สามารถดึงดูดความสนใจลูกค้าวัยหนุ่มสาว สรรพคุณช่วยต่อต้านริ้วรอยในวัยกลางคน และสรรพคุณช่วยเรื่องความจำในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ในวัยเด็ก เป็นต้น

3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ

เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่แปรรูปจากโสม โดยปรุงแต่งให้รสชาติโสมรับประทานง่ายติดตลาดเพื่อให้กลุ่มลูกค้าช่วงวัยอายุต่างๆ สามารถเพลิดเพลินไปกับผลิตภัณฑ์ประเภทขนมหวานโสมได้ เช่น ชาโสม เจลลี่โสมน้ำผึ้งโสม เป็นต้น



ภาพที่ 4.7 ภาพขนมหวานเจลลี่โสมรสส้ม ผงโสม และวุ้นโสม

ที่มา : kati [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2559 เข้าถึงได้จาก <https://www.kati.net>

4.4 ศึกษารูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

4.4.1 รูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

ประเทศไทยนำเข้าโสมเกาหลีเข้ามาจำหน่ายในประเทศตั้งแต่ปีค.ศ. 2005 และเจริญเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ จนในปีค.ศ. 2011 มียอดนำเข้าโสมเกาหลีเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าปีต่อปีอย่างรวดเร็ว แรกเริ่มสาธารณรัฐเกาหลีได้ได้มีการเข้าไปจัดตั้งบริษัทโสมเกาหลีอิลวาในประเทศไทยเพื่อเจาะตลาดการค้าโสมในประเทศไทย ซึ่งได้รับการรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลพร้อมทั้งได้รับใบอนุญาตการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมในปี ค.ศ. 1974 อย่างเป็นทางการ ในปีค.ศ. 2015 ผลิตภัณฑ์แคปซูลโสมแดงและสารสกัดโสมได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาไทย และได้รับการอนุมัติการนำเข้ามาจัดจำหน่ายภายในประเทศไทยอย่างเป็นทางการโดยมีพิธีการนำเข้าร้อยละ 5 เป็นครั้งแรกตั้งแต่ปีค.ศ. 2009 - 2010 ปัจจุบันมีบริษัทโสมอิลวาประเทศไทย ซุปเปอร์มาร์เก็ตห้างร้านต่างๆ และอีกหลายบริษัทเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โสมเกาหลีมีมากกว่า 40 ร้านค้าและมีแนวโน้มจะค่อยๆ ขยายจำนวนร้านค้าเพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 4.8 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชาโสม น้ำผึ้งและสารสกัดโสมที่นำเข้าจำหน่ายในประเทศไทย
ที่มา : kati [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2559 เข้าถึงได้จาก <https://www.kati.net>

รูปแบบธุรกิจการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมในประเทศไทยนั้น เป็นธุรกิจมหาชนเพราะสามารถเข้าถึงได้ทุกระดับชั้นสังคม ซึ่งจำหน่ายสินค้าโสมในลักษณะธุรกิจขายตรงโดยมีวิธีการนำเข้าผลิตภัณฑ์โสมเกาหลีและทำตลาดสินค้าในลักษณะของการนำเสนอขายแบบบุคคลต่อบุคคล ซึ่งต่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร โดยบริษัทผู้ประกอบการนำเสนอโอกาสทางธุรกิจให้กับนักขายตรงอิสระ โดยเริ่มจากการเป็นสมาชิกซื้อสินค้า ผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้า สื่อออนไลน์โฆษณาเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขายสินค้าให้ลูกค้าเป็นสมาชิกต่อจากตนเองและขยายการขายออกไปเรื่อยๆ ผู้นำเสนอขายจะได้ผลตอบแทนเป็นคะแนนสะสมและนำคะแนนดังกล่าวมาแลกเงินปันผลจากการแนะนำขายสินค้า ส่วนลดในการซื้อสินค้าของบริษัท เดือนขึ้นตำแหน่งการขาย เป็นต้น ในประเทศไทยนั้นมีบริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์โสมและจัดจำหน่ายชื่อดังและเป็นที่รู้จักอยู่ 3 บริษัท ได้แก่

1) บริษัท อิลวา จำกัด ผู้ผลิตและนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมเป็นเจ้าแรกในการบุกเบิกตลาดโสมเกาหลีในประเทศไทย ด้วยความมุ่งมั่นและความพยายามที่จะสืบทอดความมีศิลปะของผลิตภัณฑ์โสมเกาหลีให้ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพของคนไทยเป็นบริษัทผู้ผลิตโสมเกาหลีเจ้าแรกและเจ้าเดียว ที่มีสถาบันวิจัยชั้นนำในการทำหน้าที่วิจัย ค้นคว้า ทดลอง และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์โสมเกาหลี เพื่อการส่งออกสู่ทั่วโลก มียอดส่งออกถึง 44,000,000 เหรียญสหรัฐต่อปี โดยส่งไปยังประเทศต่างๆกว่า 50 ประเทศ เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา และเยอรมัน บริษัท อิลวา จำกัด ครอบครองความเป็นหนึ่งมาตลอดในด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์โสมเกาหลี ปัจจุบันบริษัท อิลวา จำกัด ยังครองส่วนแบ่งสินค้าส่งออกอยู่ถึงร้อยละ 70 ของตลาดโสมทั่วโลก จนได้รับรางวัลในฐานะเป็นผู้ประกอบการส่งออกสูงสุด จากรัฐบาลเกาหลีในงานวันส่งเสริมการส่งออก ปี 1975

2) บริษัทรอยัลเฮลท์แคร์ บริษัทผู้นำสินค้าอย่างโสมเกาหลีเข้าสู่ธุรกิจขายตรงเมื่อปีพ.ศ. 2543 หลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจไม่นานนัก แม้ช่วงแรกจะยังไม่ได้ชื่อ “รอยัลเฮลท์แคร์” แต่ก็ก้าวถึงจุดเติบโตจากการตอบรับของคนในตลาดล่างอย่างล้นหลาม โดยมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นเครื่องดื่มชูกำลัง

“โสมเกาหลีตั้งกัญจับ” สามารถทำสถิติเติบโตอย่างสูงสุดมาเป็นอันดับที่ 2 ซึ่ง เติบโตถึงร้อยละ 31.1 โดยสามารถทำยอดขายได้ถึง 1,650 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2547 ที่ทำยอดขายได้ 1,186 ล้านบาท มีตัวเลขการเพิ่มของสมาชิกมากถึงเดือนละร้อยละ 20 ซึ่งหากฐานสมาชิกมีอยู่ประมาณ 100,000 คน ก็สามารถเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 200 เมื่อถึงสิ้นปีช่องทางในการจัดจำหน่ายหลักๆ

3) บริษัทพอลลิน่า เน็ตเวิร์ค เป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมอย่างหลากหลายมากมาย ไม่เพียงแต่มีสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคเท่านั้น แต่ยังมีสินค้าทางการเกษตรที่มีส่วนผสมของโสมอีกด้วย มุ่งเน้นการขยายธุรกิจ สร้างเครือข่ายผู้บริโภครวมและต่อยอดทางธุรกิจเครือข่ายที่ใช้เงินลงทุนน้อย ไม่มีความเสี่ยง ภายใต้แผนการตลาดที่ยุติธรรม ได้ผลตอบแทนสูงและมีหลักสูตรการอบรมที่ได้มาตรฐานช่วยสร้างอาชีพให้กับสมาชิกและครอบครัว

4.4.2 กลยุทธ์การตลาดโสมเกาหลีในประเทศไทย

ธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทยทั้ง 3 บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของผู้บริโภค และกลุ่มผู้บริโภคของบริษัทโสมอิลวาประเทศไทยนั้นอยู่ในกลุ่มที่ต้องการซื้อเพื่อบริโภคเองให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพ ซื้อเป็นของขวัญหรือของฝากมากกว่าการหวังผลกำไรทางธุรกิจ จุดดึงดูดลูกค้าของบริษัทนี้อยู่ที่โปรโมชันและสิทธิประโยชน์หากสมัครสมาชิก ซึ่งไม่ได้หวังผลกำไรมหาศาลเพื่อสร้างธุรกิจอย่างกลุ่มผู้บริโภคของทั้ง 2 บริษัทอย่างบริษัททรอยล์เฮลท์แคร์และบริษัทพอลลิน่า เน็ตเวิร์ค ที่นอกจากจะให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพควบคู่กับขยายธุรกิจด้วย โดยจากผลสำรวจช่องทางการซื้อและเหตุผลที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โสมพบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพื่อสุขภาพและต้องการทำธุรกิจกับบริษัท และผ่านช่องทางการซื้อขายผ่านทางเพื่อนมากที่สุด ซึ่งมีเหตุผลในการตัดสินใจและแหล่งซื้อขายช่องทางอื่นดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โสมเกาหลีของผู้บริโภค

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โสมเกาหลี			แหล่งในการซื้อผลิตภัณฑ์โสมเกาหลี		
เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ	แหล่งซื้อ - ขาย	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสุขภาพและต้องการทำธุรกิจ	89	40.2	เพื่อน	78	35.3
เพื่อสุขภาพ	73	33	ตัวแทนจำหน่าย	54	24.4

ต้องการทำธุรกิจอย่าง เดียว	30	13.5	ญาติ	49	22.2
เกรงใจผู้ขาย (ตัวแทนจำ แทนที่เข้ามาชักชวนให้ ซื้อ)	21	9.5	คู่สมรส	16	7.3
อื่นๆ (เช่น ต้องการเพื่อน ฯลฯ)	8	8.5	ร้านค้า	12	5.4
			อื่นๆ (เช่น นิตยสาร, หัวหน้างาน ฯลฯ)	12	5.4

ที่มา : สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผลการสำรวจปีพ.ศ. 2550

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.5 พบว่าผู้บริโภครส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพและธุรกิจ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.5 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพเพียงอย่างเดียว แต่ต้องการทำธุรกิจร่วมกับ รองลงมาพบว่ากลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 33.0 ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ทำให้เห็นได้ว่าคนรุ่นใหม่หันมาใส่ใจในเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น ธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทยจึงเกิดการขยายกลุ่มผู้บริโภคเพิ่มขึ้น รองลงมาพบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพื่อต้องการทำธุรกิจแต่เพียงอย่างเดียว โดยคิดเป็นร้อยละ 13.5 และรองลงมาพบว่ากลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ เพราะเกรงใจคนขาย คิดเป็นร้อยละ 9.5 ซึ่งช่องทางในการซื้อผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าจากเพื่อนสูงที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 35.3 และรองลงมาตัดสินใจซื้อจากตัวแทนจำหน่ายและญาติ คิดเป็นร้อยละ 24.4 และ 22.2 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อใจเพื่อนมากกว่าผู้อื่นในการซื้อสินค้า ทั้งๆ ที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพร้อมในเรื่องของการบริการมากกว่า และญาติน่าจะมีความไว้เนื้อเชื่อใจกันมากกว่า ส่วนการตัดสินใจซื้อสินค้าจากคู่สมรส ร้านค้าและอื่นๆ เช่น นิตยสาร หัวหน้างาน วิทยุชุมชน นั้นมีจำนวนน้อยที่สุดไล่เลี่ยกัน โดยหากดูจากข้อมูลจะเห็นได้ว่ากลุ่มคนที่ผู้บริโภคเกรงใจมากที่สุดคือ ญาติ คู่สมรส และเพื่อน ตามลำดับ มีน้อยมากที่ตัดสินใจซื้อ เพราะเกรงใจตัวแทนจำหน่าย ในลำดับสุดท้าย พบว่า กลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพราะเหตุผลอื่นๆ น้อยที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 3.8 ซึ่งเหตุผลอื่นๆ นั้น ได้แก่ ต้องการเพื่อน ต้องการเอาไปแนะนำต่อ ต้องการเอาไปเป็นของฝากของกำนัล และเนื่องจากได้ศึกษาข้อมูลจากบริษัทมา จึงทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น อีกทั้งสาเหตุที่ธุรกิจโสมในประเทศไทยนั้นมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและ

ผู้บริโภคเป็นจำนวนมากเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ทางการตลาด โดยบริษัทมีการจัดการตลาดตามหลัก 4P ซึ่งได้แก่

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

มีความพิถีพิถันและใส่ใจในเรื่องของรูปลักษณ์ที่รับรู้ สัมผัส และมองเห็นมากที่สุด เนื่องจากเป็นสินค้าเพื่อบำรุงสุขภาพ ได้มาตรฐาน ISO 1401 และ GMP ส่วนผสมหลักคือโสมเกาหลีมีจำหน่ายมาแล้วกว่า 40 ปี ไม่มีส่วนผสมของสารเคมี トラสินค้าไม่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก เป็นสินค้าที่มีความหลากหลาย อีกทั้งด้านบรรจุภัณฑ์นั้นสะดวกในการใช้และเก็บรักษา มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สวยสะดุดตา มีเนื้อหาบอกรายละเอียดต่างๆ ครบ มีขนาดที่เหมาะสมครบถ้วนตามมาตรฐาน

2) ปัจจัยด้านราคา (Price)

ราคามีความเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ และเหมาะสมกับขนาดปริมาณและคุณภาพของสินค้าที่ได้

3) ปัจจัยทางการจัดจำหน่าย (Place)

หาซื้อได้ง่ายสะดวกจากตัวแทนขาย ขั้นตอนการซื้อและสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก บริการจัดส่งสินค้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ร้านที่จัดจำหน่ายกว้างขวางและสะดวก สามารถซื้อได้ตลอดเวลา และมีการจัดวางสินค้าโชว์อย่างเหมาะสม มีการประชาสัมพันธ์สื่อสารกันภายในระหว่างองค์กรสมาชิกด้วยกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ของตัวสินค้าหรืออื่นๆ จากทางบริษัท ทั้งยังเป็นการร่วมกันทำประโยชน์ต่างๆ ให้แก่สังคมและชุมชน และมีการให้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ สม่าเสมอ มีการจัดฝึกอบรม ความรู้ความสามารถ ให้การสนับสนุนกิจกรรมในสังคม มีการออกร้านสัญจรตามสถานที่ต่างๆ อีกทั้งมีการจัดกิจกรรมตอบแทนสังคม พร้อมทั้งพนักงานขายมีการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า สามารถตอบข้อสงสัยในธุรกิจได้ มีวินัยและตรงต่อเวลา และมีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

4) ปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

เมื่อสมัครเป็นสมาชิกกับบริษัทจะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และมีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่มอบให้ทันทีที่มีการสมัครสมาชิกแบบ VIP โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาธุรกิจโสมเกาหลี มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลี อุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลี การตลาดและมูลค่าการส่งออกของโสมเกาหลีในประเทศไทย สาธารณรัฐเกาหลีได้ รวมไปถึงรูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย ซึ่งจากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลสามารถสรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

- 5.1 ที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในประเทศไทย สาธารณรัฐเกาหลีได้
- 5.2 อุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีในประเทศไทย สาธารณรัฐเกาหลีได้
- 5.3 การตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีในประเทศไทย สาธารณรัฐเกาหลีได้
- 5.4 รูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

5.1 ที่มาและแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในประเทศไทย สาธารณรัฐเกาหลีได้

ผลจากการศึกษาพบว่า แต่เดิมโสมเกาหลีเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มักพบตามยอดภูเขาสูง เป็นพืชสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยาเรียกว่า “โสมภูเขา” ซึ่งมีค่าและหายากมาก โดยโสมเกาหลีนั้นมีชื่อเสียงมาจากโสมภูเขา โสมเกาหลีที่ปลูกกันในจนปัจจุบันมีความเชื่อมาจากเรื่องเล่าหรือตำนานที่เล่าสืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยอาณาจักรซิลลาว่าจุดกำเนิดของโสมเกาหลีนั้นมาจากชายหนุ่มผู้หนึ่งได้รับเมล็ดพืชสมุนไพรที่มีผลสีแดงจากเทวดาเพื่อมารักษาอาการป่วยของแม่ เมื่อแม่ของชายหนุ่มหายจากอาการป่วย เขาจึงแจกจ่ายเมล็ดแบ่งให้ชาวบ้านนำไปปลูกในหมู่บ้าน จากนั้นจึงมีการเพาะปลูกโสมกันอย่างแพร่หลายและใช้โสมเป็นยาสมุนไพรรักษาอาการเจ็บป่วยต่างๆ ชาวเกาหลีเรียกโสมว่า “อินซัม” เนื่องจากมีลักษณะคล้ายลำตัวของคน ในสาธารณรัฐเกาหลีได้มีการเพาะปลูกโสมเกือบทั่วประเทศโดยมีพื้นที่กว่า 4,000 เฮกเตอร์และให้ผลผลิตในแต่ละปีมากกว่า 7,000 ตัน เพราะเนื่องจากตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ของคาบสมุทรเกาหลีมีความเหมาะสมต่อการเจริญเติบโต

ของโสมทั้งในด้านสภาพภูมิประเทศ อากาศและคุณภาพของดินที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของโสม โดยมีอากาศหนาวเย็นบริเวณละติจูดที่ 22-48 องศาเหนือ และเส้นลองจิจูด 85-140 องศาตะวันออก จึงมีความเหมาะสมมากต่อการเจริญเติบโตของโสม และดินมีความเป็นธรรมชาติปราศจากสารเคมีโดยพื้นที่เหล่านั้นเป็นดินเหนียวมีค่า pH ประมาณ 5.5-6.0 ซึ่งเป็นค่าที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูกโสม โดยมี 5 เมืองสำคัญ ที่ทำการเพาะปลูกโสมมากที่สุดในสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ได้แก่ เมืองโกซัง (고상시), เมืองคิมชัน (금산시), เมืองอึมซอง (음성시), เมืองกวิซัน (귀산시) และเมืองจินอัน (진안시)

5.2 อุตสาหกรรมการแปรรูปโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้

ผลจากการศึกษาพบว่า สาธารณรัฐเกาหลีใต้มีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมตั้งกระจายไปตามจังหวัดต่างๆ ทั้งสาธารณรัฐเกาหลีใต้ เนื่องจากมีสภาพทางภูมิประเทศที่เหมาะสมต่อปัจจัยหลักของการสร้างโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งบริเวณที่มีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมมากที่สุดคือ จังหวัดคยองกีโดมีโรงงานแปรรูปโสมจำนวน 33 แห่ง รองลงมาในจังหวัดชุงชองนัมโดมีจำนวน 23 แห่ง จังหวัดชุงชองบุกโดมีจำนวน 11 แห่ง จังหวัดคยองชานบุกโดมีจำนวน 8 แห่ง จังหวัดคังวอนโดมีจำนวน 4 แห่ง จังหวัดคยองชานนัมโดมีจำนวน 3 แห่ง และจังหวัดชอลลาบุกโด และจังหวัดชอลลานัมโด มีจังหวัดจำนวนละ 2 แห่ง ซึ่งบริเวณที่มีความหนาแน่นของโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปโสมนั้นเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยในแต่ละโรงงานมีกระบวนการขั้นตอนการแปรรูปโสมสดผ่านกระบวนการผลิต 5 ขั้นตอน ให้ออกมาเป็นโสมขาวและโสมแดง ซึ่งทั้งโสมขาวและโสมแดงนั้นมีความแตกต่างกันตรงที่ระยะเวลาในการอบไอน้ำและตากแห้ง หากใช้ระยะเวลาในการอบและตากแห้งนานขึ้นก็จะได้โสมแดง จากนั้นนำโสมทั้งสองชนิดเข้ากระบวนการแปรรูปให้อยู่ในรูปของหัวสกัดโสม ก่อนนำไปแปรรูปหรือนำไปเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ แยกต่างกันไปในแต่ละโรงงาน

แม้ว่าจะมีหลายประเทศในเอเชียและแถบอเมริกาตอนเหนือที่ทำการผลิตและส่งออกโสมอยู่เป็นจำนวนมากไม่น้อย แต่โสมที่ผู้คนรู้จักและยอมรับเชื่อถือคือ โสมจากสาธารณรัฐเกาหลีใต้ แม้แต่ประเทศที่เป็นต้นกำเนิดและมีกำลังการผลิตสูงอย่างจีน ยังไม่สามารถเป็นที่น่าเชื่อถือและขยายการตลาดโสมได้ดีเท่าสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ส่งเสริมให้สาธารณรัฐเกาหลีใต้ ประสบความสำเร็จในด้านการทำอุตสาหกรรมแปรรูปโสม อย่างในด้านภาคการเกษตรปัจจัยที่ส่งเสริมอย่างเห็นได้ชัด คือ สาธารณรัฐเกาหลีใต้มีภูมิอากาศและสภาพดินที่เหมาะสมสำหรับการเพาะปลูก

โสม มีการรวมกลุ่มและจัดตั้งสมาคมของเกษตรกรที่ปลูกโสมเพื่อร่วมกันพัฒนาการผลิตโสม และ ส่วนปัจจัยหลักที่สำคัญในการส่งเสริมในภาคอุตสาหกรรม คือ รัฐบาลสนับสนุนและให้เงินในการ วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โสมซึ่งผลของการวิจัยนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ภายใต้อายุที่มีคุณภาพสูงเป็นปัจจัยในการแข่งขัน และมีกลยุทธ์ที่ส่งเสริมการส่งออกอีกหลาย ช่องทางที่ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาล (ภัทรกร แจ่มใส,2553)

5.3 การตลาดและมูลค่าการส่งออกโสมเกาหลีในประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้

ผลจากการศึกษาพบว่า การส่งออกโสมเกาหลีเริ่มต้นจากการส่งโสมเป็นเครื่องราชบรรณาการไปยังกษัตริย์จีนในช่วงสมัยราชวงศ์ถัง จากนั้นโสมถูกปลูกเป็นพืชสินค้าเพื่อการค้าขาย ตั้งแต่ในสมัยโชซอน แต่ต่อมาราว 100 ปี เกิดเหตุขัดแย้งระหว่างผู้ปลูกโสมกับข้าราชการผู้มีหน้าที่เก็บภาษี จึงทำให้เกิด “กบฏโสม” ขึ้น โสมจึงถูกควบคุมการเพาะปลูกและการผลิต ซ้ำยังประสบภัยจากแมลงที่ลงทำลายต้นโสม จึงทำให้การผลิตโสมเริ่มซบเซาลงนานถึง 10 ปี ต่อมารัฐบาลเกาหลีคิดแก้ปัญหาเรื่องความเดือดร้อนของผู้ปลูกโสมโดยการตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจขึ้น เพื่อปรับกำหนดการปล่อยเสรีสินค้านำเข้าของภาคการเกษตร การตลาดส่งออกโสมเริ่มแรกเมื่อ 30 ปีก่อน สาธารณรัฐเกาหลีใต้มีเป้าหมายทางการตลาดเป็นกลุ่มลูกค้าโดยรอบภูมิภาคเอเชีย โดยส่งโสมออกไปขายยังต่างประเทศผ่านทางฮ่องกงไปได้ทุกวัน ไทย สิงคโปร์ ญวนและฟิลิปปินส์ สามารถสร้างเม็ดเงินให้แก่ประเทศได้เป็นเงิน 315 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 6 เท่าภายในเวลาเพียงไม่กี่ปี และต่อมาโสมถูกส่งไปขายยังประเทศสหรัฐอเมริกาและเยอรมันตะวันตก เพื่อเจาะการตลาดฝั่งยุโรป ตัวเลขการส่งออกโสมในแต่ละปีขึ้นลงตามสภาวะเศรษฐกิจและสาเหตุปัจจัยต่างๆ ซึ่งรายได้การส่งออกโสมในระยะตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 - 2558 สูงขึ้นและตกต่ำลงเรื่อยๆ โดยเฉพาะในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมานั้นยอดการส่งออกโสมนั้นตกต่ำเป็นอย่างมาก ทั้งผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปโสมและโสมสด อย่างโสมแดง (홍삼) เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมที่ถูกส่งออกจำหน่ายไปยังต่างประเทศในปีพ.ศ. 2557 มากที่สุดถึง 86,133 ดอลลาร์สหรัฐ แต่ในปีพ.ศ.2558 กลับมียอดการส่งออกลดลงถึงร้อยละ 44.5 เป็นเม็ดเงินมูลค่า 47,459 ดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์แคปซูลโสมแดง (홍삼정) และผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมแดง (홍삼조제품) โดยโสมสด (수삼) เป็นสินค้าที่ถูกส่งออกน้อยที่สุด มียอดการส่งออกในปีพ.ศ. 2558 เพียงแค่ 1,070 ดอลลาร์สหรัฐ อีกทั้งในด้านการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าอื่นในปีพ.ศ. 2558 ประเทศจีนยังคงเป็นประเทศที่นำเข้าสินค้าโสมจากสาธารณรัฐเกาหลีใต้มากที่สุด รองลงมาคือฮ่องกงและญี่ปุ่น และประเทศสิงคโปร์มียอดการนำเข้าโสมน้อยที่สุดเพียงแค่ 980 ดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ยอดการส่งออกโสมไปยังแต่ละประเทศลดลงจากปี พ.ศ. 2557 เกือบเป็นเท่าตัว เพราะเนื่องมาจากเศรษฐกิจในปีพ.ศ. 2558 ของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ชะลอ

ตัวลง และยอดส่งออกประจำปีลดลงมากที่สุดนับตั้งแต่วิกฤตการเงินโลก นับว่าเป็นปีที่สาธารณรัฐเกาหลีได้ประสบปัญหาจากภาวะส่งออกไปต่างประเทศซบเซาเป็นเวลา 12 เดือนติดต่อกัน รวมถึงปัญหาเงินวอนแข็งค่าขึ้น ราคาน้ำมัน โลกตกลง และโรคเมอร์สระบาดอีกด้วย ทั้งนี้สถานการณ์ส่งออกโสมในปีพ.ศ. 2559 มีแนวโน้มคาดว่าจะลดลงตั้งแต่ต้นปี และการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมในโซนส่งออกในตลาดประเทศจีนซึ่งเป็นโซนส่งออกที่ใหญ่ที่สุดนั้นค่อนข้างจะตกต่ำลง เนื่องจากการปรับราคาส่งออกผลิตภัณฑ์โสมที่แพงขึ้น จึงทำให้ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและซบเซาอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันสาธารณรัฐเกาหลีได้มีระบบการส่งออกกระจายสินค้าแปรรูปโสม โดยมีตลาดค้าโสมคิมชันเป็นจุดศูนย์กลางการค้าโสมทั้งค้าส่งและค้าปลีกซึ่งอยู่ใกล้กับพื้นที่ทำการเกษตรเพาะปลูกโสม โดยตลาดการค้าจะแบ่งออกเป็น 2 โซน คือ โซนค้าส่งออกโสมสดและโซนสินค้าโสมแปรรูป ตลาดแห่งนี้ทำหน้าที่รับซื้อโสมจากเกษตรกรและขายส่งออกโสมสดให้กับโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าโสมจากแหล่งต่างๆทั่วประเทศ นำไปแปรรูปเป็นสินค้าโสมส่งออกขายทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีกระบวนการจัดการขายโดยการกระจายเป็นร้อยละ 25-30 จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าปลีกและที่เหลือนำส่งออกต่างประเทศโดยการจัดตั้งบริษัทจำหน่ายสินค้าแปรรูปในประเทศกลุ่มลูกค้าต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีช่องทางการซื้อขายกระจายไปยังลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นหรือพ่อค้าแม่ค้าที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับโสมทั้งในและต่างประเทศจะมารับซื้อโสมจากที่นี่เพื่อนำไปขายปลีกต่อไป สาธารณรัฐเกาหลีได้มีรูปแบบทางการตลาดจำหน่ายโสมเกาหลีโดยมีแผนขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมเกาหลีในด้านสื่อประชาสัมพันธ์ใช้กลยุทธ์การกระจายข่าวสาร โปรมชั่นและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโสม เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าได้ทั่วโลก มีการขยายกลุ่มผู้บริโภคโดยการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมหรือ โปรมชั่นผ่านทางสื่อออนไลน์ รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆให้สามารถเข้ากับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย

ทั้งนี้จากผลการศึกษาข้างต้นพบว่าการค้าการส่งออกสินค้าโสมเกาหลีในสาธารณรัฐเกาหลีได้มีระบบจัดการส่งออกที่ดี มีตลาดการค้าเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าโสมและจำหน่ายผ่านทางตัวแทนจำหน่ายหรือผ่านทางตัวแทนบริษัทและเข้าไปจัดตั้งบริษัทจำหน่ายในประเทศลูกค้าเพื่อเจาะตลาดและขยายการจัดจำหน่าย หรือแม้แต่การจำหน่ายผ่านทางพ่อค้าคนกลางทั้งในและต่างชาติที่เข้ามารับซื้อในตลาดเองและนำไปจำหน่ายต่อทั้งในและต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่ทำให้สาธารณรัฐเกาหลีได้ประสบความสำเร็จในด้านการค้าการส่งออกธุรกิจโสมเกาหลี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการส่งออก ญาณเดช ทองสิมา (2518:171-182) เขียนหนังสือเรื่อง “การตลาดระหว่างประเทศ” กล่าวว่า การส่งออกสินค้าสำเร็จรูปนั้นสามารถส่งออกสินค้าได้ทั้งผ่านทางผู้แทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง และส่งออกโดยผ่านทางบริษัท โดยจำหน่ายทั้งในประเทศและประเทศลูกค้า มีผู้รับซื้อกระจายขายทั้งพ่อค้าคนกลางค้าปลีกและค้าส่ง

5.4 รูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย

ผลจากการศึกษาพบว่า บริษัทโสมเกาหลีอิลวาในประเทศไทยเป็นผู้เข้ามาจัดจำหน่ายเป็นเจ้าแรก ซึ่งผลิตภัณฑ์แคปซูลโสมแดงและสารสกัดโสมเป็นสินค้าประเภทแรกๆ ที่นำเข้ามาจำหน่ายพร้อมทั้งได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาไทย ปัจจุบันในประเทศไทยมีบริษัทห้างร้านซูปเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โสมเกาหลีมากกว่า 40 ร้านค้าและมีแนวโน้มค่อยๆ ขยายจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งรูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทยเป็นธุรกิจรูปแบบขายตรง มีวิธีการนำเข้าสินค้าโสมเกาหลีและทำตลาดสินค้าในลักษณะการนำเสนอขายแบบบุคคลต่อบุคคล ซึ่งมี 3 บริษัทชื่อดัง ได้แก่ บริษัท อิลวา จำกัด, บริษัทรอยัลเฮลท์แคร์ และบริษัทพอลลีน่า เน็ตเวิร์ค โดยบริษัทดังกล่าวมีปัจจัยทางการตลาดเพื่อมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพและการคืนกำไรให้แก่ผู้บริโภค แต่บริษัทรอยัลเฮลท์แคร์ และพอลลีน่า เน็ตเวิร์คไม่เพียงแค่มุ่งเน้นให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพเท่านั้น แต่ยังมุ่งเน้นให้ลูกค้าสามารถร่วมทำธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพด้วย ซึ่งรูปแบบการทำธุรกิจเช่นนี้สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพและร่วมทำธุรกิจ และมีจำนวนผู้บริโภครองลงมาต้องการซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น และมีส่วนน้อยมากที่ซื้อสินค้าเพื่อร่วมทำธุรกิจเพียงอย่างเดียวและซื้อเพราะเกรงใจคนขายที่เข้ามาเสนอขายสินค้า โดยช่องทางที่สามารถขยายเครือข่ายลูกค้าในธุรกิจขายตรงสินค้าโสมได้ง่ายและเยอะที่สุดคือเพื่อน รองลงมาเป็นการซื้อจากตัวแทนจำหน่ายและญาติเพราะเนื่องจากเพื่อนเป็นคนใกล้ชิดตัวและผู้บริโภคมีความเชื่อใจเชื่อถือกับคำแนะนำของเพื่อนมากกว่าตัวแทนจำหน่าย แต่ก็ยังมีจำนวนน้อยที่หาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทและสินค้าด้วยตนเองมาเพื่อซื้อสินค้าจากช่องทางร้านค้าและเว็บไซต์ต่างๆ ธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทยเป็นธุรกิจเครือข่ายที่ใหญ่และขยายออกไปอย่างกว้างซึ่งต้องอาศัยปัจจัยทางการตลาดในด้านต่างๆ และปัจจัยร่วมในด้านการตลาดพื้นฐานที่ธุรกิจต่างๆ ต้องมีด้วย เพื่อสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

ธุรกิจโสมเกาหลีแต่ละบริษัทที่ขายในประเทศไทยล้วนแล้วแต่มีส่วนประสมทางการตลาด (4P) ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) บริษัทมีความพิถีพิถันและใส่ใจในเรื่องของรูปลักษณะสินค้าภายนอก เนื่องจากเป็นสินค้าเพื่อบำรุงสุขภาพ ได้มาตรฐาน ISO 1401 และ GMP ส่วนผสมหลักคือโสมเกาหลีมีจำหน่ายมาแล้วกว่า 40 ปี ไม่มีส่วนผสมของสารเคมี และด้านบรรจุภัณฑ์นั้นสะดวกในการใช้และเก็บรักษา อีกทั้งด้านราคา (Price) มีความเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับและเหมาะสมกับขนาดปริมาณที่ได้ ส่วนด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Place) หาซื้อได้ง่ายสะดวกจากตัวแทนขาย ขั้นตอนการซื้อและสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก บริการจัดส่งสินค้าถึงผู้บริโภคโดยตรง มีการประชาสัมพันธ์สื่อสารกันภายในระหว่างองค์กรสมาชิกด้วยกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

ใหม่ๆ ของตัวสินค้าหรืออื่นๆ จากทางบริษัท ทั้งยังเป็นการร่วมกันทำประโยชน์ต่างๆ ให้แก่สังคม และชุมชน และมีการให้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ สม่่าเสมอ มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และในด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) มีการชักจูงลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าในครั้งแรกโดยเมื่อสมัครเป็นสมาชิกกับบริษัทจะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และมีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่มอบให้ทันทีที่มีการสมัครสมาชิกแบบ VIP โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ

ดังนั้นผลการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทยสอดคล้องกับทฤษฎีทางการตลาด Kotler (1997:10) กล่าวว่า ชุดตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาดซึ่งบริษัทนำมาผสมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมายซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place/Distribution) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) หรือที่นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า “4P”

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาพบว่า มูลค่าการส่งออกของโสมในปัจจุบันตกต่ำลงอย่างมากเนื่องจากประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจโลกและโรคเมอร์สระบาด จึงควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาการแปรรูปยาที่มีส่วนผสมของโสมให้มีคุณสมบัติสามารถต้านเชื้อไวรัสให้ตามทันโรคระบาดชนิดใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มจุดขายอีกช่องทางหนึ่งให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมเกาหลี

2. จากการศึกษาพบว่า บริษัทจำหน่ายโสมเกาหลีในประเทศไทยมีแผนการตลาดขายสินค้าเป็นธุรกิจขายตรง ซึ่งมีรูปแบบคล้ายกับธุรกิจแชร์ลูกโซ่ที่มีการหลอกลวงขายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพและไม่ได้รับมาตรฐานบ่งหน้าการทำธุรกิจ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศไทย จึงควรมีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนแผนการตลาดขายสินค้าโสมเกาหลีให้มีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายในด้านชื่อเสียงต่อตัวสินค้าโสมเกาหลีและต่อบริษัทผู้จัดจำหน่ายและผู้ผลิตเองจากการถูกเหมารวมอยู่ในกลุ่มธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ซึ่งจะส่งผลทำให้ยอดขายการจำหน่ายสินค้าโสมเกาหลีนั้นตกลงได้

ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจโสมเกาหลีในประเทศไทย เนื่องจากการค้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมเกาหลีในประเทศไทยมีทั้งรายใหญ่และรายย่อยทั้งค้าปลีกและค้าส่งจำนวนมากหลายร้าน จึงจำเป็นต้องคัดเลือกเฉพาะบริษัทนำเข้าหรือผู้ผลิตที่เป็นรายใหญ่และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชาวไทยมาวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อจำกัดของข้อมูลแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในสาธารณรัฐเกาหลีใต้ เนื่องจากเว็บไซต์องค์การเกษตรของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ไม่เปิดเผยข้อมูลสถิติการเพาะปลูกโสมเกาหลีในแต่ละพื้นที่ของแต่ละปี จึงต้องค้นหาข้อมูลเฉพาะบางปีที่มีข้อมูลสมบูรณ์ที่สุด

ข้อเสนอแนะในการศึกษาทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิเคราะห์เจาะลึกแหล่งเพาะปลูกโสมเกาหลีในสาธารณรัฐเกาหลีใต้ในแต่ละพื้นที่ให้ละเอียดมากขึ้น เช่น สภาพทางภูมิศาสตร์ การคมนาคมขนส่ง ประชากร เศรษฐกิจ เป็นต้น
2. ควรศึกษาสภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์เศรษฐกิจโลกต่างๆ อย่างต่อเนื่องให้มากขึ้นในแต่ละปีเพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติมูลค่าและการส่งออกโสมเกาหลี
3. ควรศึกษาแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโสมเกาหลีว่าจะมีการพัฒนาไปอย่างไรในอนาคตและพัฒนาไปในด้านใดบ้าง
4. ควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทธุรกิจโสมเกาหลีที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยให้ละเอียดมากยิ่งขึ้น และการเพิ่มจำนวนของบริษัทธุรกิจโสมเกาหลีที่ในประเทศไทยในอนาคต

บรรณานุกรม

ตำราและเอกสารตีพิมพ์ภาษาไทย

- ญาณเดช ทองสีมา. (2519). การตลาดระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์.
- ประพนธ์ เรืองณรงค์. (2531). **บันทึกจากเกาหลีใต้**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปวีตรา เกษมเนตร. (2552). **Healthy เกาหลี**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- พิไลวรรณ ประกอบผล. (2534). **หลักการตลาด**. ม.ป.ท.
- สถาบันเอเชียแปซิฟิกศึกษา มศว. (2546). **สารานุกรมเกี่ยวกับเกาหลี**. กรุงเทพฯ: บริษัท แดของ แฟ็คกิ่ง แอนด์พรีนติ้ง จำกัด.
- สำนักพิมพ์หน้าต่างสู่โลกกว้าง. (2549). **เกาหลี**. แปลจาก KOREA. แปลโดย พวงนิล คำปึงสู. กรุงเทพฯ: หน้าต่างสู่โลกกว้าง.
- อรชุน เลียววัฒนะผล. (2533). **ความลับของโสม จากสูตรยาต้นถึงวิจัย**. ม.ป.ท.: ธรรมสาร.
- โอ ซี. เฟอร์เรลล์ และเกอร์เฟรย์เฮิร์ท. (2548). **ธุรกิจเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- Cultural and Information Attache.(2537). **ความจริงเกี่ยวกับเกาหลี**. แปลจาก Facts about Korea. แปลโดยคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โชล: สำนักงานสารนิเทศภาคพื้นทะเล.

วิทยานิพนธ์

- ธรรมรัตน์ รัตนชัย. (2550). “พฤติกรรมการเลือกซื้อ โสมเกาหลีตั้งกัญจับของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง.” ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นิรชา แก้วสะอาด. (2557). “อุตสาหกรรมโสมในประเทศเกาหลีใต้.” ระดับปริญญาตรี ภาควิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภัทรภร แจ่มใส. (2553). “โสมกับสภาพชีวิตและเศรษฐกิจของเกาหลีใต้.” ระดับปริญญาตรี
ภาควิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ไทย

กบนอกกะลา. (2555). ตะลุยแดนโสม สมุนไพรก้องโลก [วีดิทัศน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 กันยายน 2558.
เข้าถึงได้จาก <https://www.youtube.com/watch?v=3qN6mZ0XJDk>

เจริญสุข กิจอิทธิ. (2558). สานจากท่านประธาน. เข้าถึงเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้จาก
<http://www.paulena.com/about.html>

สยามธุรกิจ. [นามแฝง]. (2550). โสมเกาหลีตั้งกฎจับอีกหนึ่งบทเรียนคนไทย. เข้าถึงเมื่อ 21 พฤศจิกายน
2558. เข้าถึงได้จาก
http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=4133255

Administrator [นามแฝง]. (2558). **GeumsanInsam Festival**. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2558.
เข้าถึงได้จาก <http://www.happytokorea.com>

Bangkokbiznews. [นามแฝง]. (2558). เศรษฐกิจเกาหลีใต้ชะลอตัวปี 2558. เข้าถึงเมื่อ 2 มีนาคม
2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/mobile/view/news/684251>

Ilhwa. [นามแฝง]. (2558). ผู้ผลิตส่งออกโสมอันดับ 1 จากเกาหลี. เข้าถึงเมื่อ 22 ตุลาคม 2558. เข้าถึง
ได้จาก <http://www.ilhwamart.com>

Jcapisit. [นามแฝง]. (2558). ลักษณะทั่วไปของการตลาด. เข้าถึงเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้
จาก <http://www.jcapisit.com>

Korea Happy. [นามแฝง]. (2554). โสมกิมชาน ตัวอย่างนวัตกรรมโสมเกาหลี พืชสมุนไพรพัฒนา
เศรษฐกิจ ที่ไทยควรนำเป็นแบบอย่างของการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวหอมมะลิ. เข้าถึงเมื่อ
5 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.happytokorea.com>

Paulenapower. [นามแฝง]. (2558). ตรวจสอบสายงาน. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้
จาก <http://paulenapower.blogspot.com/2010/10/check-line.html>

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

กระทรวงการเกษตรและสหกรณ์เกาหลีใต้. (2558). สถานการณ์นำเข้าและส่งออกโสม. เข้าถึงเมื่อ 22 กันยายน 2558. เข้าถึงได้จาก

http://db.gba.go.kr/sub02/sub01_view.php?info_no=385&kind_code=28

กระทรวงเกษตรและการประมงสาธารณรัฐเกาหลีใต้. (2553). พื้นที่ปลูกโสมเกาหลีใต้. เข้าถึงเมื่อ 5 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.kati.net>

กระทรวงเกษตรและการประมงสาธารณรัฐเกาหลีใต้. (2558). การส่งออกโสม. เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.kati.net>

กระทรวงเกษตรและการประมงสาธารณรัฐเกาหลีใต้. (2559). การพัฒนาการขยายการตลาดส่งออกโสม. เข้าถึงเมื่อ 17 เมษายน 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.kati.net>

กระทรวงเกษตรและการประมงสาธารณรัฐเกาหลีใต้. (2559). แนวโน้มการส่งออกโสมปี 2016. เข้าถึงเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.kati.net>

กระทรวงเกษตรและการประมงสาธารณรัฐเกาหลีใต้. (2559). แนวโน้มการตลาดโสมในประเทศไทย (태국 인삼시장 동향조사). เข้าถึงเมื่อ 17 เมษายน 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.kati.net>

กระทรวงเกษตรและการประมงสาธารณรัฐเกาหลีใต้. (2559). รายการส่งออกผลิตภัณฑ์โสมและประเทศคู่ค้า. เข้าถึงเมื่อ 5 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <https://www.kati.net/downloadEgov.do;...2015년%20>

กระทรวงเกษตรและการประมงสาธารณรัฐเกาหลีใต้. (2559). สถิติการส่งออกโสมปี 2015. เข้าถึงเมื่อ 11 เมษายน 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.kati.net>

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ – สกุล	นางสาว ภคปภา พงศ์วิเศษ
เกิดวันที่	27 สิงหาคม พ.ศ. 2536
ที่อยู่	17/2 หมู่ 1 ตำบลบางปิดล่าง อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด 23120
ประวัติการศึกษา	จบชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนคาราสุมทรภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต จบชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนมารดานุสรณ์ จังหวัดตราด จบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนตราษตระการคุณ จังหวัดตราด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า

นางสาว ภคปภา พงศ์วิเศษ

นักศึกษาชั้นปีที่ 4

วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเกาหลี

ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา 26/62 หมู่บ้านกานดาวิลล่า 2 ถนนศักดิ์เดช ตำบลวิจิตร
อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83000

หมายเลขโทรศัพท์

083-0194637

ลิขสิทธิ์ของสารนิพนธ์อันนี้เป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2547 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.