

การมอบหมายโจทย์งานจากสถานประกอบการ
เพื่อฝึกปฏิบัติงานในรายวิชา
ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิญญาพัทธ์ กุสิยารังสีทิธิ์

ลักษณะรายวิชากลยุทธ์การสร้างสรรค์ และการผลิตงานประชาสัมพันธ์

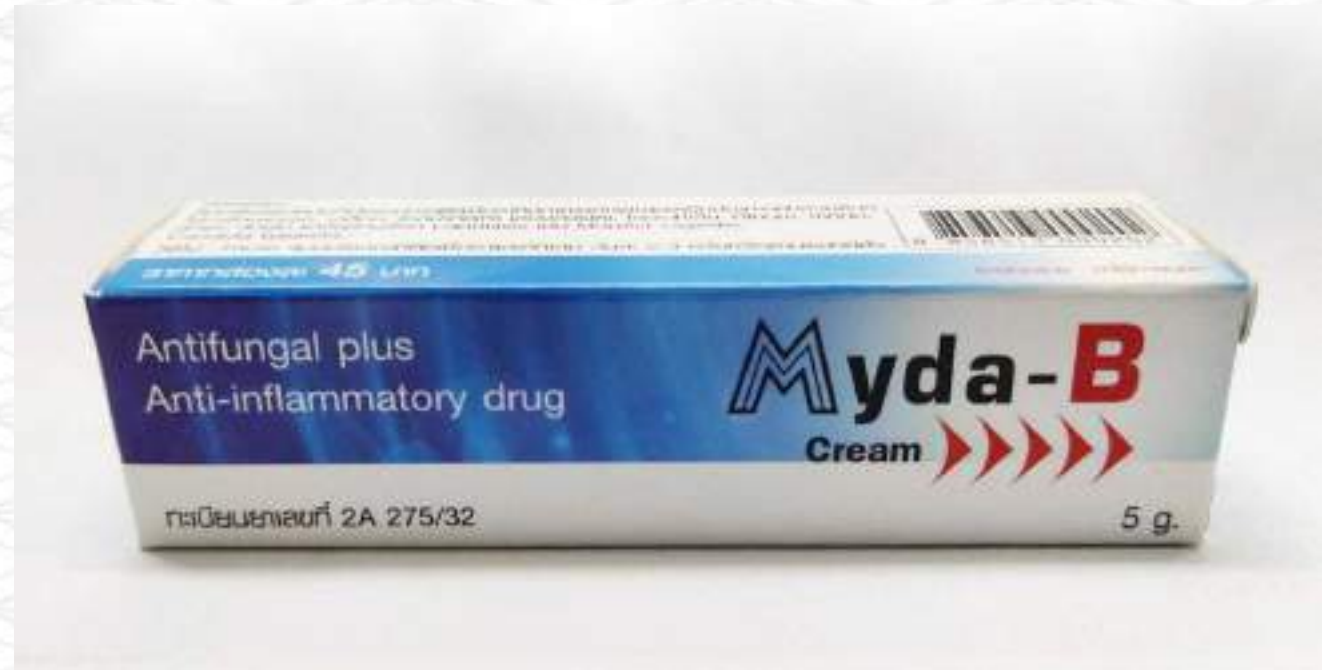
- เป็นรายวิชาทฤษฎี และปฏิบัติ 3(2-2-5)
- เนื้อหาสอนเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ การประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า การกำหนดกลยุทธ์ กลวิธีการสร้างสร้งงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการการผลิตงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร และกระบวนการผลิตประชาสัมพันธ์เพื่อหวังผลทางการตลาด

การนำสถานประกอบการจริงเข้ามา มอบโจทย์ฝึกปฏิบัติแก่นักศึกษา

- บริษัท ที. แมน ฟาร์มา จำกัด
- เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2515
- โดยคุณธีรวัฒน์ สุวานะโชติพันธ์ เพื่อดำเนินการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์
- จากประสบการณ์อย่างต่อเนื่องมากกว่า 40 ปี ทำให้ห้างหุ้นส่วน ที.แมน ฟาร์มา ได้รับความไว้วางใจจากบุคคลากรทางการแพทย์ในทุกสาขาและผู้บริโภคอย่างมาก จนในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงเป็น บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด และได้มีการเปิดบริษัทในเครืออีกสองบริษัท คือ บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด และ บริษัท เฮเวนเฮิร์บ จำกัด เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างครบวงจร



แบรนด์สินค้าที่บริษัทมอบหมายแก่นักศึกษา



ลักษณะชิ้นงานที่บริษัทมอบหมายแก่นักศึกษา

1. แผนความรับผิดชอบต่อสังคมของแบรนด์
2. สปอตวิทยุเพื่อการประชาสัมพันธ์แบรนด์
3. วิดีทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แบรนด์
4. สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์แบรนด์

ตัวอย่างผลงานของนักศึกษา

ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด

MYDA-B



Propoliz Mouth Spray





Myda-B (ไมด้า-บี)

S = Market Segmentation

กำหนด STP ของไม้เท้า-บี

- ประชากรศาสตร์ อายุ 25-50 ปี
อาชีพ แม่ค้า วินมอเตอร์ไซด์ คนเก็บขยะ
เพศ ทุกเพศ
รายได้ 5,000-9,000 บาท
- ด้านภูมิศาสตร์ สภาพอากาศร้อน อบอ้าวและ
อับชื้น ในช่วงฤดูร้อนและฤดูฝน

**T = Target
Market**

**P = Product
Positioning**

ตลาดผู้บริโภค

จุดยืนด้านการใช้งาน (Functional)
เป็นจุดยืนที่เน้นคุณภาพของสินค้า มีการ
พัฒนาโดยนักวิจัย และเป็นราคาที่
กลุ่มเป้าหมายจับต้องได้ (45 บาท / 1
กล่อง)

บทวิทยุ

Spot Radio

ชื่อรายการ	ไมด้า-บี
ประเภทรายการ	ให้ความรู้
กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย	ช่วงอายุ 25-50 ปี
ช่องทางออกอากาศ	ลูกทุ่งมหานคร FM 95 MHz
วันและเวลาออกอากาศ	วันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา 13.00 น. - 18.00 น.
ความยาวรายการ	30 วินาที

วัตถุประสงค์

เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้า
เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า

งบประมาณ

ค่าลงโฆษณา 8,000 บาท ต่อหนึ่งเดือน
ค่าผลิตสื่อ 30 วิ 5,000 บาท

รวม 13,000 บาท

Cue	Audio	Time (min.)
1	(F/I) “มาแล้ว ไมค์ดำบี” (F/O)	0.2
2	(F/I) ดนตรีหนุ่มวัยทอง	
3	Mod หากอากาศร้อนอบอ้าว เกิดความอับชื้นที่ทำให้เกิดอาการคันเนื่องจากเชื้อรา ต้อง “ไมค์ดำบี เป็นยาสำหรับแก้อาการคันจากเชื้อรา ช่วยรักษาโรคผิวหนัง คันในร่มผ้ากลาง กลี้อัน คันตามนิ้วมือ นิ้วเท้า ฮ่องกงฟุต ใช้ไมค์ดำบี	0.14
4.	Mod “ไมค์ดำบี เป็นยาคุณภาพระดับสากล ที่คนไทยไว้วางใจ	0.11
5.	(F/I) “ ยาแก้เชื้อราที่ดี ต้องไมค์ดำบี เนี้้น นั้น นั้น ... (F/O)	0.3



โครงการ CSR

CSR after process


กลุ่มเป้าหมาย

สถานที่

วินมอเตอรีไซต์และแม่ค้าตลาดสด

1. ตลาดคลองเตย
2. ตลาดยิ่งเจริญ
3. ตลาดบางแค
4. ตลาดวัดกลาง
5. ตลาดบางกระบือแฮปปี้แลนด์
6. ตลาดประชานิเวศน์
7. ตลาดพรานนก
8. ตลาดอ่อนนุช
9. ตลาดคลองตัน
10. ตลาดสะพานปลา
11. ตลาดอุดมผล
12. ตลาดศาลาน้ำร้อน
13. ตลาดบางขุนศรี
14. ตลาดบางกอกน้อย
15. ตลาดทรัพย์สินพัฒนา

รายละเอียด กิจกรรม

- ไม้ด้า-บี จัดกิจกรรมตรวจสอบสุขภาพเกี่ยวกับโรคผิวหนัง และมอบGift set และปลอกแขนไม้ด้าบี ให้กับผู้มาตรวจสอบสุขภาพ ที่ตลาดขนาดใหญ่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล
- ภายในกิจกรรม  ที่เกิดจากเชื้อรา

งบประมาณ

- 1.ค่าจ้างแพทย์เฉพาะทางด้านผิวหนัง 1 คน และผู้ช่วยแพทย์ จำนวน 3 คน (ใช้บุคลากรในองค์กร)
แพทย์ 8,000 บาท / 1 คน / 1 วัน รวมระยะเวลา 15 วัน
รวม 120,000 บาท
 - 2.ค่าน้ำมันรถ วันละ 1,000 บาท / 15 วัน
รวม 15,000บาท
 - 3.ค่าปลอกแขน คู่ละ 30 บาท 1,500 คู่
รวม 45,000 บาท
- รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 180,000 บาท

สื่อใหม่

New Media

เว็บหนัง



- <https://www.movie2free.com>



- <https://www.037hdd.com>

งบประมาณ

เฉลี่ยเดือนละ 10,000 บาทต่อหนึ่ง
เว็บไซต์
รวม 20,000 บาท

ตัวอย่าง



บทวิทยุโทรทัศน์

TVC Script

วัตถุประสงค์

เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้า
เพื่อกระตุ้นยอดขายของสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น
เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จัก

ช่องทางการ เผยแพร่ (ออฟไลน์)

รายการ ไมค์หมดหนี้ ช่อง Workpoint23 วัน จันทร์-
ศุกร์

เวลา 18.20น. - 19.20น. ราคา 81,000 บาท / สปอต

รายการ ชิงร้อยชิงล้าน ช่อง Workpoint23 วัน อาทิตย์

เวลา 13.00น. - 15.00น. ราคา 70,000 บาท / สปอต

รายการ ร้องใต้ให้ล้าน ช่อง Thairath32 วัน เสาร์-
อาทิตย์

เวลา 18.20น. - 19.15น. ราคา 17,000 บาท / สปอต

งบประมาณ

ผลิตสื่อ 3 นาที 80,000 บาท

รายการ ไมค์หมดหนี้ ช่อง Workpoint23 วัน
จันทร์-ศุกร์

เวลา 18.20น. - 19.20น. ราคา 81,000 บาท /
สัปดาห์

รายการ ชิงร้อยชิงล้าน ช่อง Workpoint23 วัน
อาทิตย์

เวลา 13.00น. - 15.00น. ราคา 70,000 บาท /
สัปดาห์

รวม 248,000 บาท

รายการ ร้องไห้ให้ล้าน ช่อง Thairath32 วัน เสาร์-
อาทิตย์

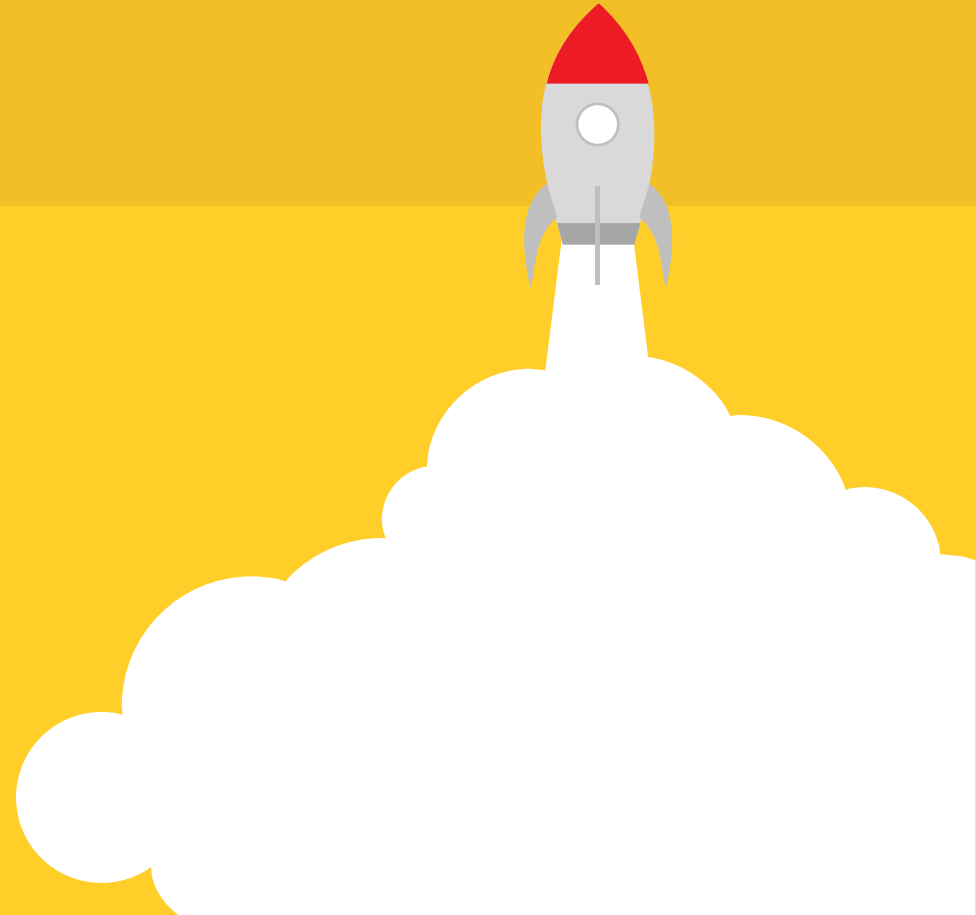
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
TVC										ลงทางเฟสบุ๊ก,รายการโทรทัศน์ ปี 2562		
Spot Radio	ลูกทุ่งมหานคร ปี 2563											
New Media		เว็บหนัง ปี 2563		เว็บหนัง ปี 2563			เว็บหนัง ปี 2563					
CSR		ตลาด ปี 2563		ตลาด ปี 2563			ตลาด ปี 2563					

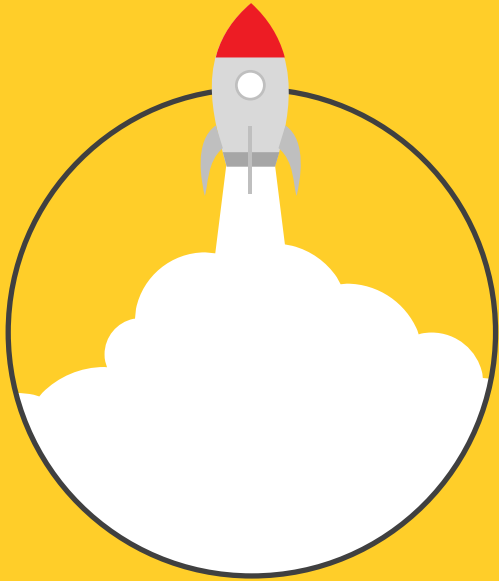
สมาชิกกลุ่ม

- ◎ 1.จักรภัทร ห้องแสง เลขที่ 1
- ◎ 2.ณัฐชา บุญครอง เลขที่ 3
- ◎ 3.ศทายุทธ์ ไหญ่โต เลขที่ 6
- ◎ 4.จิรัชยา นกเจริญ เลขที่ 8
- ◎ 5.ชนิกานต์ ตุ่มศิริ เลขที่ 29
- ◎ 6.ฐานันท์ เตวะสุข

MINI PROJECT
PROPOLIZ
MOUTH SPAY



GROUP 8



SWOT STRATEGY

STRENGTHS



01

เป็นแบรนด์ของประเทศไทย ทำโดยคนไทย

02

ส่วนประกอบจากธรรมชาติ 100% (ออแกนิก) คือน้ำผึ้ง โครงการหลวง และ สารสกัดจากโพรโพลิสเข้มข้น

03

มีกลิ่นหอมของ เปปเปอร์มินท์ และ สเปียร์มินท์ ทำให้เย็น สดชื่น

04

ไม่มีสารกันบูด ไม่มีน้ำตาล แต่มีรสชาติดี หวานน้ำผึ้งอ่อนๆที่ได้จากน้ำผึ้ง

05

นอกจากจะช่วยบรรเทาอาการอักเสบของลำคอแล้ว ยังช่วยลดการอักเสบของ แผลร้อนในในปากด้วย

WEAKNESS

01

ผู้ที่แพ้เกสร หรือผลิตภัณฑ์จากรังผึ้ง ไม่สามารถใช้ได้

02

ไม่สามารถเก็บไว้ในที่ที่มีอุณหภูมิต่ำกว่า 30 องศาเซลเซียส

03

ไม่มีโฆษณาทางโทรทัศน์ ทำให้คนไม่รู้จัก และจดจำตราสินค้าไม่ได้



OPPORTUNITTIES

01

สินค้าที่เป็นออร์แกนิก ทำมาจากธรรมชาติ จะสามารถเจาะตลาดต่างประเทศได้สูง เช่น จีน ญี่ปุ่น และอาเซียน

02

ในสภาพอากาศปัจจุบันมีฝุ่นละอองปะปนอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ประชากรมีอาการเจ็บคอได้ง่าย จึงเป็น โอกาสที่ดี ที่จะสามารถกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นได้



THREATS

01

มีคู่แข่งทางการตลาดที่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน เช่น แบรินด์ Kamillosan M และ Isodine เป็นต้น

02

ผลิตภัณฑ์ PROPOLIZ มีจำหน่ายเฉพาะในร้านขายยาทั่วไป แต่ผลิตภัณฑ์ Kamillosan M มีจำหน่ายทั้งในร้านขายยา และในโรงพยาบาล



TOW's Matrix

SO = STRENGTHS x OPPORTUNITIES

การใช้จุดแข็งคว้าโอกาส คือ ใช้ความเป็นออร์แกนิกในการเพิ่มยอดขาย โดย PROPOLIZ ใส่ใจและตระหนักถึงเรื่องสุขภาพ สมุนไพรจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ผู้คนในปัจจุบันให้ความสนใจ สามารถขยายออกไปต่างประเทศได้ และสภาพอากาศประเทศไทยมีฝุ่นปะปนอยู่ในอากาศเป็นจำนวนมาก ประชากรต้องพบเจอกับอากาศที่เปลี่ยนแปลงบ่อย ทำให้เจ็บคอง่าย จึงเป็นโอกาสดีที่จะประชาสัมพันธ์แบรนด์ให้มีคนรู้จักมากยิ่งขึ้น




วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นยอดขายของสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อประชาสัมพันธ์ตัวสินค้า ให้มีคนที่รู้จัก และจดจำตราสินค้าได้มากขึ้น



กลุ่มเป้าหมาย



วัยทำงานที่ใช้เสียงมาก อายุ 25 – 40 ปี
ที่มีอาการเจ็บคอ คั่นคอ เสียงแหบ และเป็นแผลในปาก
ใช้เสียงมากในแต่ละวันเป็นอย่างมาก

การวางแผนสื่อ



เนื้อหา SPOT RADIO 30 s.

1. พูดถึง propoliz บ่อยๆ เพื่อให้เกิดการจดจำ

2. พูดถึงสรรพคุณว่าช่วยเรื่องเสียง

- ความยาว 26 วินาที

- ลงBTSและMRT เวลา 17:40 น. - 17:55 น.



SPOT RADIO 30 s.

Cue	Audio	Time
1	F/UN Sfx : เสียงดนตรีบรรเลงประกอบละครบุพเพสันนิวาส F/I	
2	พิธีกรชาย : เจ็บคอต้องได้ใช้ propoliz เจ็บคอต้องได้ใช้ propoliz สารสกัดจากธรรมชาติ 100 % สารสกัดจากธรรมชาติ 100 %	8 s.
3	พิธีกรหญิง : propoliz mouth spray สเปรย์จากธรรมชาติ ผสมสารสกัด propoliz เข้มข้น ไม่มีน้ำตาล ไร้สาร กันบูด รสชาติ หอม เย็น นุ่ม ชุ่มคอ ใช้ง่าย พกพาสะดวก ราคาอ่อนโยน	18 s.
4	F/UN Sfx : เสียงดนตรีบรรเลงประกอบละครบุพเพสันนิวาส F/O	26 s
		รวม 26 วินาที

VIDEO เพื่อการประชาสัมพันธ์ 1 m.

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยายภาพ	ดนตรี/เสียงประกอบ
1.	5s	แพลนบรรยากาศจากขวาไปซ้าย	Pan Left	-	F/I (SFX.) เสียงฝนตก เสียงดนตรีบรรเลงประกอบ ละครบัพเพสันนิวาส F/O
2.	5s	นักแสดงคนที่1นั่งบดยาเพื่อ บรรเทาอาการเจ็บคอ	M.L.S.	มีเสียงไอ	F/I (SFX.) เสียงคนกำลังบด ยา F/O
3	5s	นักแสดงคนที่2เดินเข้ามาหา นักแสดงคนที่1	M.L.S.	“เจ้ากำลังทำอะไรอยู่ หรือ”	F/I (SFX.) เสียงคนกำลังบด ยา F/O

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยายภาพ	ดนตรี/เสียงประกอบ
4.	6s	นักแสดงคนที่1 มีอาการเจ็บคอ	M.L.S.	“ เข้ากำลังบดยา เข้าเจ็บคอมาหลายวันแล้ว ” มีเสียงไอ	F/I (SFX.)เสียงคนกำลังบดยาF/O
5.	12s.	นักแสดงคนที่2 ถือขวด Propoliz	Zoom In	“ เจ้าลองใช้นี้สิ propoliz mouth spray สเปรย์จากธรรมชาติ ผสมสารสกัดpropoliz เข้มข้น ปราศจากน้ำตาล ไร้สารกันบูด ช่วยบรรเทาอาการเจ็บคอ และแผลร้อนในในปาก”	F/I (SFX.)เสียงนกร้อง F/O

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยายภาพ	ดนตรี/เสียงประกอบ
6.	2s.	นักแสดงคนที่1 ทำหน้า สงสัย	M.L.S.	“แล้วมันใช้อย่างไรเล่า”	F/I (SFX.)เสียงนก F/O
7.	6s.	นักแสดงคนที่2ถือขวด Propoliz	M.S.	“เพียงแค่เจ้าเปิดฝา แล้วฉีด เข้าปาก2-3ครั้ง ลองใช้ดูสิ”	F/I (SFX.)M.V.O.เสียง เปิดฝาPropoliz F/O
8.	4s.	นักแสดงคนที่1 ฉีดPropoliz เข้าปาก2ครั้ง	Zoom In	“อืม หอม เย็น นุ่ม ชุ่มคอ”	F/I (SFX.)เสียง“อืม หอม เย็น นุ่ม ชุ่มคอ”F/O

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยายภาพ	ดนตรี/เสียงประกอบ
9.	5s.	นักแสดงคนที่2 ส่งกล่อง Propoliz ให้นักแสดงคนที่1	M.S.	นักแสดงคนที่2 “นี่ ขำให้เจ้า กลับไปใช้ที่เรือน ด้วยนะ”	F/I (SFX.) เสียงนก F/O
10.	5s.	นักแสดงคนที่1 รับกล่อง Propoliz จากนักแสดงคนที่2	M.S.	นักแสดงคนที่1 “ขอบน้ำใจเจ้า มาก”	F/I (SFX.) เสียงนกF/O
11.	5s	กล่อง Propoliz Mouth Spray	Zoom In	-	F/I (SFX.)เสียงดนตรี บรรเลงประกอบละคร บุพเพสันนิวาส F/O

สื่อใหม่(ใบปลิว)

เจาะกลุ่มร้าน

ขายยา และโรงพยาบาล



ประชาสัมพันธ์องค์กรในรูปแบบของใบปลิว

ด้านหน้า

รูปผลิตภัณฑ์

ด้านหลัง

ข้อมูล

เช่น แหล่งที่มา

สรรพคุณ

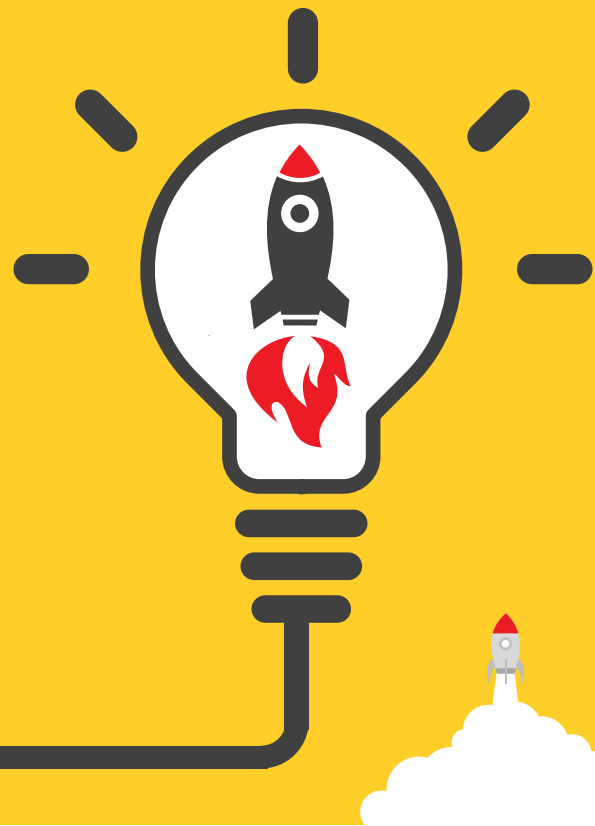
ประโยชน์

CSR

AFTER PROCESS

01

จัดกิจกรรมผ่านทางเฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์หรืออินสตาแกรม
ติด #กำลังใจในความเจียม #Propoliz โดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอัดคลิป
วิดีโอ ความยาว1-2 นาที ในหัวข้อ “กำลังใจในความเจียม” คือ การให้
ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฝึกใช้ภาษามือจากคำที่อยากให้กำลังใจผู้ที่มีภาวะหู
หนวกแต่กำเนิด และทำการกดไลค์ กดแชร์ เพื่อเป็นการบริจาค 1 ไลค์
เท่ากับ 1 บาท 1 แชร์ เท่ากับ 3 บาท



กติกา

1. ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมต้องมีผลิตภัณฑ์ **Propoliz** วิดีโอ
2. ทำการแท็กเพื่อนในเฟซบุ๊ก **3** คน เพื่อทำกิจกรรมนี้ต่อ

หมายเหตุ : สามารถดูท่าภาษามือในการให้กำลังใจผู้ป่วยภาวะหูหนวกโดยกำเนิดได้ที่ **Fanpage Propoliz**







Gantt's Chart

ช่วงฤดูฝน – หนาว เดือนพฤษภาคม ถึง ตุลาคม ระยะเวลา 6 เดือน

สื่อ	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
spot					←→							
Video						←→						
CSR.								←→				
ใบปลิว					←→							

งบประมาณ

Spot radio 30 s.	Ads. TVC.	CSR.	ใบปลิว
			
100,000	308,000	60,000	20,000
BTSและMRT 2 เดือน เวลา 17.40 – 17.55 น.	BTSและMRT 2 เดือน	“โครงการกำลังใจใน ความเจียม”	ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ ของใบปลิวให้การร้าน ขยายตัวแทนจำหน่าย ทั่วประเทศ

รวม 450,000 บาท



รายชื่อ

- | | | |
|-------------------|-----------------|-----------|
| 1. นางสาวกนิษฐา | นิลมาก | เลขที่ 23 |
| 2. นางสาวปัญญาพร | แซ่โจ้ว | เลขที่ 24 |
| 3. นางสาววัชรพร | สุทธีวีระรงค์ | เลขที่ 25 |
| 4. นางสาวญาณิศา | โปรงสละ | เลขที่ 26 |
| 5. นางสาวณัฐศิลป์ | เรืองสิทธิรัชต์ | เลขที่ 29 |





Thank you

โพรพลิว

Propoliz
mouth
spray

โพรโพลิช แมทซ์ สเปรย์

" หอม เย็น นุ่ม ... ชุ่มคอ "

สารสกัด
จากธรรมชาติ

สารสกัดโพรพอลิส
เข้มข้น จากประเทศบราซิล

น้ำผึ้ง เมนทอล
เปปเปอร์มินท์
สเปียร์มินท์



Propoliz
mouth
spray

Propoliz Mouth Spray (โพรโพลิช แมทซ์สเปรย์)

ทางเลือกใหม่จากธรรมชาติสำหรับช่องปากและลำคอ

ด้วยพลังจากสารสกัดโพรโพลิส (propolis extract) พลาสม่า
คุณค่าจากน้ำผึ้งและสารสกัดจากธรรมชาติรวมกว่า 7 ชนิด ซึ่งมีคุณสมบัติ
ช่วยบรรเทาอาการอักเสบของช่องปากและลำคอ ช่วยลดอาการเจ็บคอ
ระคายเคืองคอ เสียงแหบและแห้ง ได้เป็นอย่างดี

ส่วนประกอบ : - น้ำผึ้ง (ตรึงการหลอม) - เมนทอล
- เปปเปอร์มินต์ออยล์ - สเปียร์มินต์ออยล์

วิธีใช้ : ฉีดสเปรย์ภายในช่องปากและลำคอ 2-3 ครั้ง บ่อยที่ต้องการ
คุณประโยชน์

บรรเทาอาการเจ็บคอ ระคายเคือง คอแห้งเสียงแหบ โดยบรรเทาอาการ
ได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ ช่วยฆ่าเชื้อแบคทีเรีย เชื้อไวรัส และเชื้อราที่ก่อโรคใน
ช่องปากและลำคอ ให้ความชุ่มชื้นกับลำคอ ช่วยลดอาการคอแห้ง เสียงแหบ
ไม่มีเสียง หลอดเสียงอักเสบ ระคายเคือง

ช่วยบรรเทาอาการปวดฟัน รวมถึงอาการ
ปวดหลังการถอนฟันหรือจัดฟัน ช่วยลด
การอักเสบและลดบวม เช่น เหงือกอักเสบ
เหงือกบวม เนื้อเยื่อรอบฟันอักเสบ
เน่าฟันอักเสบ รากฟันอักเสบสมานแผล
ในช่องปาก และลำคอ เช่น แผลร้อนใน
แผลในปาก

