

# HerbO2 เม็ดฟูลแลททำ

ชาญัญพัชญ์ ชาญศิริธนาวัฒน์

## บทคัดย่อ

### 1. บทนำ

แนวโน้มของโลกปัจจุบันกระแสในด้านความตื่นตัวเรื่องสุขภาพมีเพิ่มมากขึ้น ผู้คนหันมาใส่ใจการดูแลสุขภาพของตนเอง นำไปสู่พฤติกรรมแสวงหาวิธีการตัวช่วยหรือผลิตภัณฑ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่การดูแลสุขภาพสำหรับร่างกายส่วนต่างๆ ซึ่ง "เท้า" ก็เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของร่างกายที่มีความสำคัญยิ่ง นับตั้งแต่วัยเด็กจะใช้เท้าตั้งไข่ ยืน เดิน หลังจากนั้น "เท้า" จะทำงานหนัก จะถูกใช้ตลอดชีวิต จึงจำเป็นต้องรู้จักดูแล ป้องกัน "เท้า" ให้ดีและถูกต้องมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ศาสตร์การแพทย์แผนตะวันออกยังมีความเห็นตรงกันเกี่ยวกับเท้าว่าเป็นศูนย์รวมประสาทและสะท้อนถึงการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกาย ดังจะเห็นได้จากเมื่อเราใช้บริการสปา ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะแช่เท้าเพื่อเป็นการดูแลเท้าก่อน ถ้าเป็นสมัยโบราณการดูแลเท้าโดยใช้ตำรับสมุนไพร เช่น สมุนไพรเพื่อกระตุ้นการไหลเวียน กระตุ้นระบบประสาท จะต้องนำสมุนไพรในตำรับยานั้นมาต้มกับน้ำ จนน้ำต้มสมุนไพรนั้นงวดลงจาก 3 ส่วนเหลือ 1 ส่วน แล้วนำมาผสมเพื่อให้อุ่นๆพอจะแช่เท้าได้แต่ปัจจุบันด้วยความเร่งรีบ น้อยรายมากที่สถานบริการจะแช่เท้าผู้รับบริการด้วยน้ำต้มสมุนไพร เนื่องจากความยุ่งยากในการเตรียมน้ำต้มสมุนไพร HerbO2 จึงเห็นโอกาสในการพัฒนานวัตกรรมสมุนไพรเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวและวิจัยและพัฒนาจนได้ผลิตภัณฑ์ HerbO2 นวัตกรรมสมุนไพรตำรับเพื่อการแช่เท้าที่สะดวกและได้รับคุณค่าสมุนไพรตำรับครบถ้วนเช่นเดียวกับวิธีดั้งเดิม

## 2. รายละเอียดผลิตภัณฑ์

### ตราสินค้า – ผลิตภัณฑ์ เม็ดสมุนไพรขนาดบรรจุเม็ดละ 30 กรัม



“HerbO2” เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรตำรับอัดเม็ดเมื่อละลายน้ำให้ฟองฟู บรรจุอยู่ในซองสุญญากาศ รูปแบบเม็ดกลมแบน ขนาด 30 กรัม ประกอบไปด้วยสมุนไพรสำคัญ เช่น ไพล ขมิ้นอ้อย ดีปลี น้ำมันงา น้ำมันมะพร้าว สมุนไพรแต่งกลิ่น และสมุนไพรอื่นๆ ที่มีสรรพคุณตำรับเพิ่มการไหลเวียนเลือด ลดการปวดกล้ามเนื้อ ลดการติดเชื้อมีศาสตร์การตั้งตำรับยาหลักยารองตามองค์ความรู้ทางการแพทย์แผนไทยประยุกต์และตำรายาแผนโบราณ เช่น ตำรายาโอสถพระนารายณ์ ตำราแพทย์ศาสตร์สงเคราะห์



“HerbO2” จะช่วยคลายกล้ามเนื้อ ปรับการไหลเวียนเลือดแล้ว ความหอมของน้ำมันหอมระเหยเหล่านี้ยังมีผลในเรื่องการผ่อนคลายความตึงเครียดทั้งร่างกาย จิตใจ และยังช่วยการนอนหลับให้ดีขึ้นอีกด้วย

### 3. ข้อบ่งชี้ความเป็นนวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสมุนไพรแช่เท้าปรับการไหลเวียนเลือด ที่มีสรรพคุณดำรับสมุนไพรที่เหมาะสม โดยพัฒนารูปแบบให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการใช้งานแต่ยังคงคุณค่าดำรับสมุนไพร เข้ากับสภาวะของคนในยุคที่เร่งรีบเช่นปัจจุบัน แต่ยังคงคุณค่าเทียบเท่ากับการแช่เท้าด้วยน้ำต้มสมุนไพรดำรับในการเพิ่มไหลเวียนเลือด ภายใต้ตราสินค้าและสโลแกนของผลิตภัณฑ์คือ “นวัตกรรมสมุนไพรดำรับสะดวกใช้เพื่อการฟื้นฟู HerbO2 คือคำตอบ” เป็นนวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ช่วยกระตุ้นการหมุนเวียนเลือดให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น ส่วนสรรพคุณสมุนไพรดำรับที่อยู่ในผลิตภัณฑ์ HerbO2 ช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อย ทำให้รู้สึกสดชื่น ผ่อนคลาย มากไปกว่านั้นยังมีส่วนผสมของวิตามินอีและมอยส์เจอร์ไรเซอร์ ส่วนผสมที่เพิ่มความชุ่มชื้นแก่ผิว ช่วยผลัดเซลล์ผิว ลดการแห้งแตกของส้นเท้าลายช่วยให้ผิวดูเรียบเนียนสม่ำเสมอ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ HerbO2 ยังปราศจากส่วนผสมของสารเคมีที่เป็นอันตรายผู้บริโภคจึงมั่นใจได้ในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

### 4. การวิเคราะห์สถานการณ์

ตลาดสมุนไพรทั่วโลกมีมูลค่า 1 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ มีสมุนไพรไทยเป็นมูลค่าสูงถึง 6,000 ล้านเหรียญสหรัฐ การที่มูลค่าสมุนไพรไทยส่งออกไปสู่ตลาดโลกเช่นนี้บ่งบอกถึงความต้องการของตลาดเกี่ยวกับสมุนไพรไทยและสะท้อนให้เห็นความต้องการในผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยด้วยเช่นกัน เมื่อพิจารณาตลาดผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรในประเทศนั้น ส่วนหนึ่งคือการใช้เองของผู้บริโภคที่เป็นคนไทยและอีกกลุ่มคือจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นอกจากเข้ามาพักผ่อนในประเทศไทยแล้วยังมองหาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรกลับไปใช้หรือแม้แต่เป็นของขวัญของฝากอีกด้วย

HerbO2 นำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสมุนไพรเพื่อการดูแลสุขภาพเท้าในรูปแบบของสมุนไพรอัดเม็ดเพื่อการแช่เท้าซึ่งการให้บริการแช่เท้านั้นเป็นพื้นฐานของการให้บริการในธุรกิจสปา

สถานประกอบการสปาที่คิดค่าบริการตั้งแต่ 350 บาทต่อครั้งขึ้นไปมีการให้บริการแช่เท้าแก่ผู้รับบริการทุกรายที่เข้ารับบริการ HerbO2 จึงเห็นว่าน่าจะมีโอกาสทางธุรกิจจึงศึกษาแนวโน้มของสถานประกอบการสปาจากข้อมูลที่มีรายงานพบว่า สถานประกอบการจดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้นทุกปีตั้งแต่ 2509 ถึง 2555 มีสถานประกอบการสปารวมทั้งสิ้น 2,053 แห่งทั่วประเทศ เป็นสถานประกอบการในพื้นที่กรุงเทพฯ จำนวน 1,790 แห่ง และจากรายงานพบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

## 5. ข้อมูลสถิติการตลาด การเติบโต

แนวโน้มสถานบริการเพื่อสุขภาพและเสริมสวยเติบโตต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จาก

ตามพรบ.สถานบริการ กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย สถานประกอบการ สปา 3 ประเภท มีจำนวนรวมทั้งหมด 2,053 แห่ง ที่ได้รับมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข (ปี 2509-2555)

สปาเพื่อสุขภาพ	531 แห่ง	25.86 %
นวดเพื่อสุขภาพ	1,217 แห่ง	59.28 %
นวดเพื่อเสริมสวย	305 แห่ง	14.86 %
รวมทั้งสิ้น	2,053 แห่ง	100.00 %

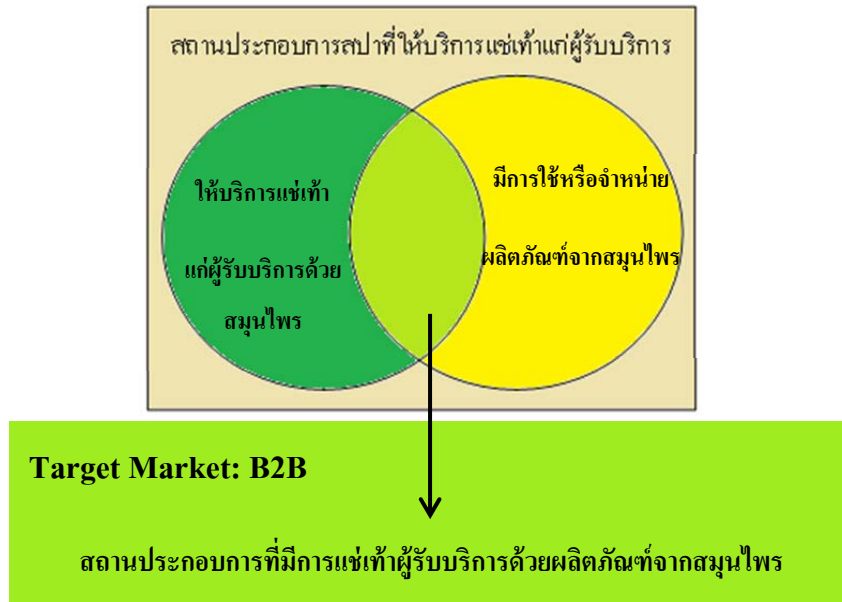
จำแนกตามสถานที่ตั้ง ดังนี้

กรุงเทพฯ	1,790 แห่ง	88.40 %
ภาคกลาง	113 แห่ง	4.24 %
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	23 แห่ง	1.09 %
ภาคใต้	124 แห่ง	6.12 %
ภาคเหนือ	3 แห่ง	0.15 %
รวม	2,053 แห่ง	100.00 %

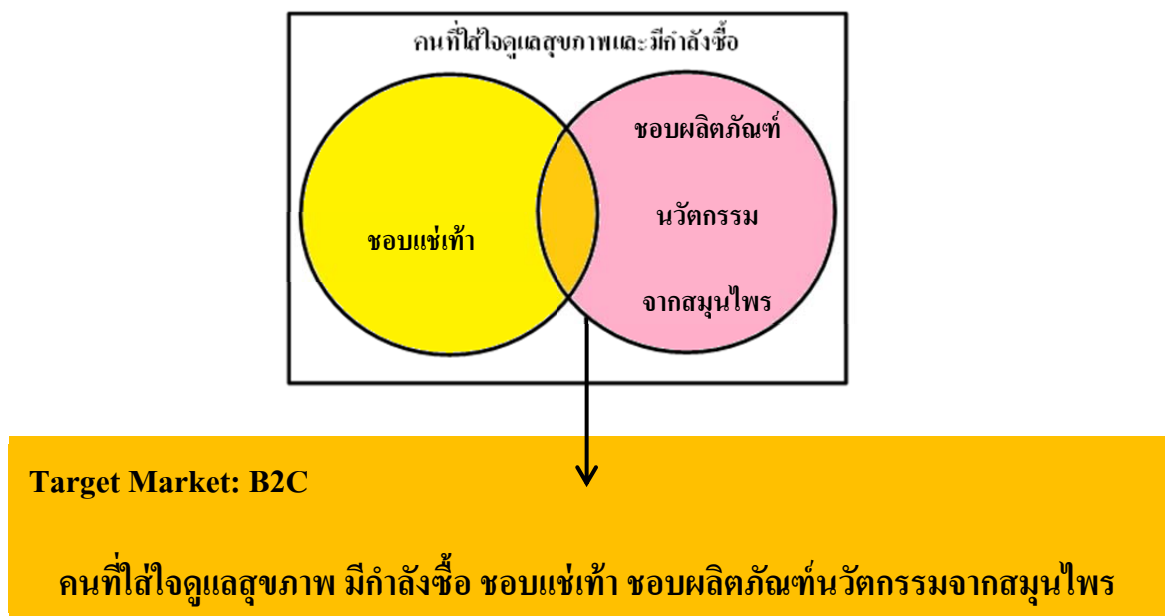
ที่มา : กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

[http://www.thaispa.go.th/spa\\_app/gen-report/rpt-020604.aspx](http://www.thaispa.go.th/spa_app/gen-report/rpt-020604.aspx)

HerbO2 จึงได้จัด Market Segmentation และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ HerbO2 เม็ดฟูลแลท้าว สำหรับการตลาดแบบ B2B ดังนี้



Market Segmentation: HerbO2 เม็ดฟูลแลท้าว สำหรับการตลาดแบบ B2C



และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นลูกค้าบุคคล ได้แก่กลุ่มคนอายุ 25-40 ปี ที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ ชอบดูแลตัวเองไม่ว่าจะเป็นการซื้อผลิตภัณฑ์มาแช่เท้าด้วยตัวเองหรือไปที่ร้านเพื่อรับบริการ การแช่เท้าเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ชื่นชอบ เป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูง มี Life Style ที่เร่งรีบและ

ชอบเข้าสังคม มีกิจกรรมที่มากมายอยากทำอะไรได้หลายอย่างจึงต้องแข่งขันกับเวลา แสวงหาความ สะดวกสบาย และเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ โดยส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในเมือง เช่น กรุงเทพฯ แม้กลุ่มนี้จะมีรสนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน แต่ก็มีทัศนคติที่ตรงกัน คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้นั้นจะต้องมีคุณภาพ สะดวก ลดขั้นตอนการใช้ผลิตภัณฑ์ แต่ได้คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์เท่าเดิม ประหยัดเวลาขึ้นกว่าเดิม

## 6. กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

### a. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

HerbO2 เป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสมุนไพรดำรับอัดเม็ดละลายน้ำให้ฟองฟู HerbO2 สูตรดำรับเพื่อการดูแลสุขภาพเท้า ปรับการไหลเวียนเลือดที่ส่วนปลาย ที่ยังไม่มีผู้จัดจำหน่าย รายใดในตลาดภายในประเทศ ใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างจากเดิม (Diversification)

HerbO2 ซึ่งเป็นสมุนไพรอัดเม็ดละลายน้ำให้ฟองฟู มีลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นเม็ดรูป วงกลมแบน ขนาด 30 กรัม บรรจุ 1 เม็ด/ซอง โดยมีสมุนไพรหลักในดำรับที่ให้สรรพคุณใน HerbO2 ได้แก่ น้ำมันงา น้ำมันมะพร้าว ไพล ดีปลีและสมุนไพรแต่งกลิ่น สรรพคุณดำรับเป็น ยารสร้อน ช่วยปรับการไหลเวียนเลือด ลดอาการปวดกล้ามเนื้อ ลดการติดเชื้อ ตั้งดำรับยาด้วย ศาสตร์การตั้งดำรับยาตามหลักในตำรายาโอสถพระนารายณ์และปรับสูตรดำรับโดยแพทย์ แผนไทยประยุกต์จนได้สูตรยาที่ผสมผสานลงตัวด้วยคุณค่าสรรพคุณดำรับกับ น้ำมันหอม ระเหย เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ทั้งร่างกายและจิตใจ ปรับสมดุลสภาพจิตใจยังช่วยให้ นอนหลับสบาย กระตุ้นการไหลเวียน ปรับความดันเลือด บรรเทาอาการปวดเมื่อย ทำให้รู้สึก สดชื่น

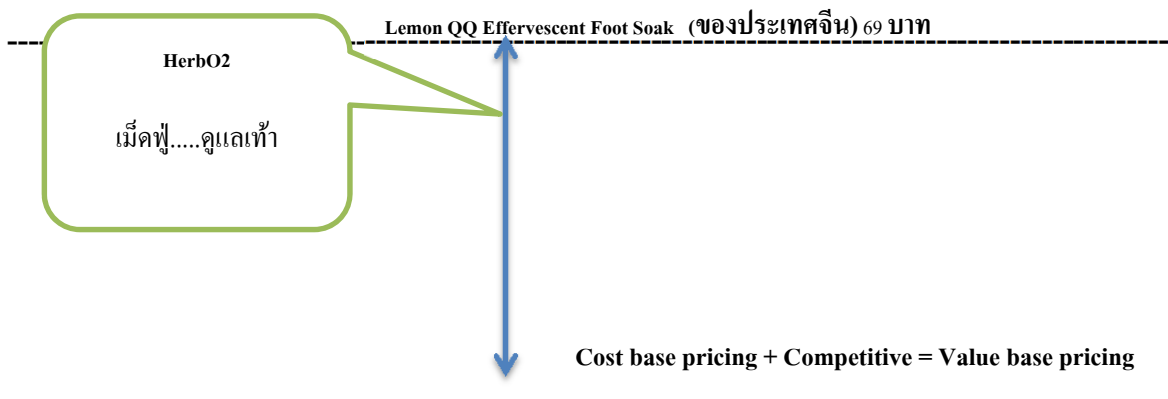
นอกจากนี้ยังมี ส่วนผสมเพื่อเพิ่มความชุ่มชื้น ได้แก่ สารกลุ่มมอยเจอร์จะช่วยปรับ ความชุ่มชื้นของผิวหนัง ลดการแห้งแตกของเท้า ปรับผิวให้เรียบเนียนสม่ำเสมอ ปรับสีผิวให้ สม่ำเสมอ HerbO2 ไม่มีส่วนผสมของสารเคมีที่เป็นอันตราย จำหน่ายในราคาเม็ดละ 59 บาท

## b. กลยุทธ์ราคา

ผลิตภัณฑ์ของ HerbO2 ใช้กลยุทธ์ **Value base on pricing** ในการกำหนดราคาโดยมีการผสมผสานกัน 2 วิธี คือ

1. การกำหนดราคาโดยพิจารณาต้นทุน (**Cost based pricing**) คือ การกำหนดราคาขายนั้น จะต้องครอบคลุมทั้งหมดของต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร อีกทั้งราคายังก่อให้เกิดกำไร ที่ต้องการให้แก่กิจการด้วย
2. การกำหนดราคาเพื่อการแข่งขัน (**Competitive pricing**) การกำหนดราคานี้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของ HerbO2 ในการเข้าสู่ตลาดและมีส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นราคาที่สามารสรสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด “สมุนไพรที่ดูแลสุขภาพเท้า” ได้อย่างเหมาะสม

ภาพ 10 กลยุทธ์กำหนดราคาสินค้าของ HerbO2

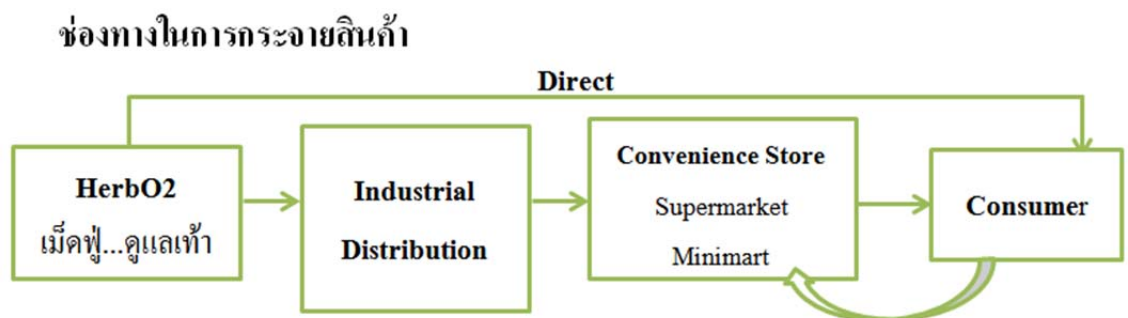


ข้อมูลของเพดานราคา ขั้นสูงและขั้นต่ำ มาจากการสำรวจตลาดเป็นราคาตามท้องตลาดที่นำมาเปรียบเทียบ โดยคำนวณในปริมาณเท่ากัน

## c. กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเป็นการกระจายตัวสินค้า ทั้ง online และ offline กล่าวคือ เพื่อเข้าสู่ลูกค้า B2B โดยใช้พนักงานขาย และเข้าถึงผู้บริโภคระดับบุคคล โดยเข้าขายในร้านค้าที่เป็นร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก

เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ในรูปแบบที่น่าสนใจ ขนาดมีความเหมาะสมต่อราคา และเป็นสินค้าที่มาจากสมุนไพรหลากหลายชนิดได้โดยธรรมชาติ 100% การจัดวางจำหน่ายในช่องทางต่างๆ จึงมีอิทธิพลในการตัดสินใจของผู้บริโภค จึงทำให้มีการกระจายสินค้าแบบเต็มขั้น (Incentive distribution) เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค (Reach) อย่างครบครันทั้งด้านตลาดผู้บริโภค (B2C) และตลาดอุตสาหกรรม (B2B)



#### d. กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดของ HerbO2 เป็นไปอย่างต่อเนื่องทั้งที่เป็น online และ offline โดยผ่านทาง Channel ต่างๆ เช่น

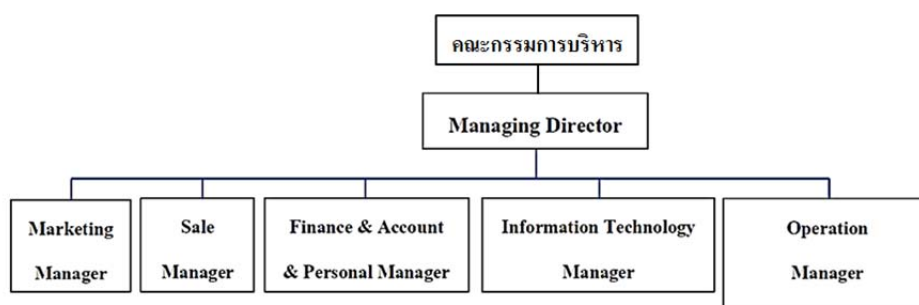
- การประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Facebook เพื่อสร้างตัวตนของตราสินค้าและให้ลูกค้าสามารถมีกิจกรรมร่วมกับตราสินค้า เช่น การให้คนดูกดไลค์ กดแชร์เพื่อชิงรางวัล
- การจัดบูช โดยเชื่อมโยงกับ online channel ให้ลูกค้าร่วมกิจกรรมเช่น ถ่ายรูปลงโซเชียลมีเดียของตนเอง แข่งกันกันว่าท่านใดได้รับโหวตมากที่สุดได้รับรางวัลจากบริษัท เป็นต้น
- ทำยอดในทีมร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วยกัน โดยบริษัทที่จะไปดูเทคโนโลยีต่าง ๆ เกี่ยวกับนวัตกรรมสมุนไพรที่ต่างประเทศ เป็นต้น



## 7. เทคโนโลยีการผลิต

เทคโนโลยีการผลิตที่ช่วยในการกักเก็บสาระสำคัญและคุณค่าสมุนไพร เครื่องจักรหลักที่ใช้ในการผลิต HerbO2 คือ เครื่องผสม เครื่องตอกเม็ด เครื่องบรรจุ โดยบริษัทได้วางนโยบายในการบริหารการผลิตสินค้า HerbO2 โดยการจ้างผลิตกับบริษัท OEM ที่ได้มาตรฐาน โดยมีมาตรฐานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น Certificate Thai FDA, GMP certified, ISO 9001:2008, ISO 22000-2005, GMP manufacturing facility, GMP HACCP

## 8. โครงสร้างองค์กรและการบริหารในบริษัท



## 9. แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุน 2.8 ล้านบาทโดยจัดหาจากผู้ถือหุ้นทั้งหมดและมีมติที่ประชุมกรรมการบริหารอนุมัตินโยบายจ่ายปันผล เมื่อกิจการมีผลกำไรเป็นที่น่าพอใจและมีเงินสดเพียงพอหมุนเวียนภายในบริษัท HPI มีรายได้จากการขายสินค้า HerbO2 อัตราการเติบโต ปีที่ 1-5 เฉลี่ย 5% ยอดขายในปีแรก 15,413,160 บาทเฉลี่ยยอดขายต่อเดือนในปีแรก 1,284,430 บาท โดยมีราคาต้นทุนขายต่อหน่วย 15 บาท ราคาขายต่อหน่วย ราคาชิ้นละ 59 บาท

## 10. การวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต

กรณี que การวิเคราะห์คาดการณ์เป็นไปตามที่คาดหวัง บริษัทจะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1.56 ปี เมื่อสิ้นปีที่ 5 มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 3495208 บาท และ อัตราการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (IRR) เท่ากับ 54.14%

## บรรณานุกรม

ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2559) จำนวนประชากรแยกอายุทั่วประเทศเดือนธันวาคม 2559, ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2560, จาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php)

ผลของการนวดเท้าและแช่เท้าด้วยน้ำสมุนไพรต่ออาการขาเท้าในผู้ป่วยเบาหวาน โรงพยาบาล ห้วยยอด จังหวัดตรัง ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.thaicam.go.th>

สถิติประชากรไทย 2016. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2560, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014>

Nanasoft & Solution Ltd., *แรงกระทบทั้ง 5 ในการทำธุรกิจ*. ค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2560, จาก <http://nanosoft.co.th/maktip88.htm>

ตลาดสมุนไพรโลกขยายตัวตามกระแสสุขภาพ-ความงาม ชีพ 63 ภาพรวมพุ่งกว่าแสนล้าน เหรียญฯ. ค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2560, จาก <http://www.thansettakij.com/content/84270>

สมุนไพรไทย: อนาคตสดใสในปี 2000, ปีที่ 5 ฉบับที่ 769, ค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2560, จาก [www.tfrc.co.th](http://www.tfrc.co.th)

ข้อมูลการขยายตัวของตลาดสมุนไพรไทย. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2560, จาก <http://www.lhbank.co.th>