เอกสารโครงงานนวัตกรรมเครือสหพัฒน์ ประจำปี 2565 (ปีที่ 18) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม ..... 95% NATURAL HAIR & BODY WASH .....

ประเภทนวัตกรรม

☑ Product ☐ Production ☐ System & Process ☐ Sales & Marketing

☐ Services & Personality ☐ Energy Saving& Global Warming & Environment

☐ Corporate Social Responsibility (CSR)

☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ....บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด(มหาชน).....

ผู้สร้างนวัตกรรม

1) ..นางสาว ภัควิภา สร้อยทอง...**ตำแหน่ง**..เจ้าหน้าที่วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระดับ 2...

สถานที่ติดต่อ .. 600/4 ม.11 ถ.สุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230....

โทรศัพท์ ....0-2676-2727 EXT. 2735, 2552... **มือถือ (ต้องระบุ)**..081-1951027..

E-mail...pakwipha_s@snjinter.com...

(***ต้องมีลายเซ็นทุกครั้ง***) **ลงชื่อ**.....**ผู้อนุมัติ**

(ศ.ดร.ภญ.มาลิน อังสุรังษี)

กรรมการฝ่ายเทคนิค

.....

กรุณาตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. **นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ**.....

☐ สิทธิบัตร เลขที่..... ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่.....

☐ รออนุมัติสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร ☑ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร

☐ รางวัลอื่นๆ (ระบุ).....

2. **นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่**

☐ มีการริเริ่มมาก่อน ☑ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน

☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)

☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)

.....

☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)

.....

3. **สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด**

☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด

☐ นำมาใช้จริง ตั้งแต่..... ☑ วางตลาด ตั้งแต่...ตุลาคม พ.ศ. 2564...

บทคัดย่อ

ณ ปัจจุบันปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเริ่มทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยส่งผลกระทบโดยตรงต่อมนุษย์และสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ทำให้ผู้บริโภคเริ่มตระหนักและหันกลับมาใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการที่ผู้บริโภคหันมาใส่ใจในเรื่องของสุขภาพและความปลอดภัยของการอุปโภคและบริโภคเพิ่มมากขึ้น ปลุกให้เกิดกระแสของ “Green Beauty” หรือความงามที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมกับกระแส ECO ที่มี ที่มาจากคำว่า Ecology หรือ นิเวศวิทยา และ LOHAS (Lifestyles of Health & Sustainability) ผู้บริโภคจึงมีความสนใจและต้องการสินค้าที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้สินค้าที่มาจากธรรมชาติเป็นที่นิยมและขยายตัวอย่างมากตั้งแต่สินค้าประเภทอาหาร เสื้อผ้า ของใช้อำนวยความสะอาดต่างๆ รวมถึงสินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ โดยในตลาดเครื่องสำอางค์มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างชัดเจน

นำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 95% Natural hair & body wash ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเอนกประสงค์ที่มากด้วยประสิทธิภาพการทำความสะอาดที่สามารถใช้ทำความสะอาดได้ทั้งเส้นผม หนังศีรษะและผิวกายในผลิตภัณฑ์เดียวเพื่อลดปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยบริโภคและลดขยะพลาสติกโดยการบรรจุในผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือสามารถเติมผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (refill) โดยเน้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมที่มีแหล่งกำเนิดจากธรรมชาติมากกว่า 95% ตามมาตรฐาน ISO 16128 โดยสารทำความสะอาดที่มาจากธรรมชาติ 100% มาช่วยลดการใช้สารทำความสะอาดสังเคราะห์ และต้องเป็นสารที่มีกระบวนการผลิตแบบยั่งยืน ไม่บุกรุก ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมทั้งปราศจาก 30 สารเคมีรุนแรง (harsh ingredient) เป็นมิตรกับผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

จากการพัฒนาองค์ความรู้ 95% NATURAL HAIR & BODY WASH ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ UPLIFTING HAIR & BODY WASH และ RELAXING HAIR & BODY WASH ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเส้นผม, หนังศีรษะและผิวกาย ไม่มีส่วนผสมที่มาจากสัตว์ (Vegan), ใช้ส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติมากกว่า 95% ตามมาตรฐาน ISO16128, ใช้วัตถุดิบที่มาจากการปลูกปาล์มอย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน RSPO ในรูปแบบของเนื้อเจลใสเข้มข้น ผสานสารสกัดน้ำมันมะกอกเข้มข้น และกลิ่นหอมของผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลายหลังใช้งาน ผู้บริโภคมากกว่า 80% พึงพอใจในประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และผ่านการรับรองจาก safety assessor ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกออกแบบโครงสร้างของตำรับให้สามารถรองรับน้ำมันสกัดและน้ำหอมในปริมาณที่มากกว่า 2% ได้โดยปราศจาก PEG ที่ทำหน้าที่เป็นตัวทำละลาย ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ทำให้ผลิตภัณฑ์นี้มีจุดเด่นที่มากกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปในตลาด จากการพัฒนาดังกล่าวสร้างความภาคภูมิใจเป็นอย่างมากให้กับผู้พัฒนาที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนำความรู้ กระบวนการคิด และเทคนิคการพัฒนาไปทำการต่อยอด เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาสินค้าที่เป็น Green concept อื่นๆ เกิดเป็นทางเลือกในเชิงธุรกิจ ช่วยสร้างเสริมศักยภาพงานวิจัยของบริษัท เพิ่มแรงดึงดูดให้บริษัทคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศหันมาสนใจผลิตสินค้ากับบริษัท ก่อให้เกิดยอดขายผลิตภัณฑ์ให้กับบริษัทมากกว่า 25 ล้านบาท