

“โครงการประกวดนวัตกรรมเครื่องสัพพัตน์ 2565” (ปีที่18)

ชื่อนวัตกรรม

New Normal Bra เลือ่ง่าย ใส่สบาย ไม่อึดอัด

ประเภทนวัตกรรม

- ☒ Product ☐ Production ☐ System & Process ☐ Sales & Marketing
☐ Services & Personality ☐ Energy Saving & Global Warming & Environment
☐ Corporate Social Responsibility (CSR)
☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)

ผู้สร้างนวัตกรรม

- | | | |
|------------------|------------|-------------------------------------|
| 1) น.ส.สุภัทสรณ์ | สังข์พันธ์ | ตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกออกแบบ |
| 2) น.ส.วงเดือน | ทรงศาศรี | ตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกธุรกิจMissy |
| 3) น.ส.นริศรา | สายใหม่ | ตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกแพทเทิร์นเนอร์ |
| 4) น.ส.อาจารย์ | จิระรัตน์ | ตำแหน่ง ผู้อำนวยการด้านการออกแบบ |

สถานที่ติดต่อ 132 ซอยเจริญราษฎร์ 7 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ 0-2289-3100-9, 0-2689-8300

มือถือ 096-195-6429

โทรสาร 0-2291-1788

E-mail : supussorn.sun@wacoal.co.th

ลงชื่อ ผู้อนุมัติ

(..... คุณบุญดี อำนวยสกุล)

กรรมการผู้จัดการ หรือ ผู้รับมอบอำนาจ

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ...

- ☐ สิทธิบัตร เลขที่..... ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่คำขอ.....
- ☐ รออนุสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ☐ ยังไม่ได้จดอนุสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
- ☐ รางวัลอื่นๆ (ระบุ).....

2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

- ☐ มีการริเริ่มมาก่อน ☒ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน
- ☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)

☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)

☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

- ☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด
- ☐ นำมาใช้จริง ตั้งแต่..... ☒ วางตลาด ตั้งแต่ ค.11/2564

บทคัดย่อ

ที่มา/ความสำคัญ/วัตถุประสงค์

ในยุค New Normal เทรนด์พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป วิธีการทำงานในรูปแบบ WORK FROM HOME ทำให้ผู้บริโภคอยู่บ้านมากขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคกลุ่ม Millennial กลุ่มนี้มี Lifestyle เริงริบ ชอบความสะดวก ประหยัดเวลา ช้อปปิ้งสินค้าผ่านออนไลน์ แต่ก็ยังใส่ใจในการเลือกซื้อชุดชั้นใน กลุ่ม SMART CONSUMER ฉลาดเลือก ต้องการสินค้าที่มีนวัตกรรมสร้างสรรค์ ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น ต้องการอะไรที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน คำนึงค่าเงินและเวลา และจาก Research customer need ของผู้หญิงกลุ่มนี้ โดยผ่านช่องทาง Online survey พบว่า ปัจจัยในการเลือกชุดชั้นใน อันดับแรก คือ ต้องการชุดชั้นในที่ **สวย ใส่สบาย และไม่อึดอัด** จึงเกิดแนวความคิดพัฒนาชุดชั้นในแบบไม่มีโครงลวด และเป็นบรา Smart size ชื่อว่า **New Normal Bra “เลือกง่าย ใส่สบาย ไม่อึดอัด” เพื่อขายในช่องทางออนไลน์เท่านั้น**

รายละเอียด (หลักคิด/วิธีการพัฒนา/ปรับปรุง)

ชุดชั้นในที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ชุดชั้นในที่ **สวย ใส่สบาย และไม่อึดอัด** ได้นั้นต้องเป็นชุดชั้นในที่ไม่มีโครงลวด และสะดวกในการเลือกซื้อ เลือกใช้ หยิบจับได้ง่าย วัตถุประสงค์ต้องมีความยืดหยุ่นที่ดี จึงเป็นที่มาในการพัฒนาบราแบบไม่มีโครงลวดที่ใช้ฟองน้ำตัดต่อในรูปแบบตัว W (W-Cutting) ให้ทำหน้าที่แทนโครงลวดในการโอบอุ้ม และรองรับน้ำหนักเต้านางเก็บเนื้อเต้านางด้านข้าง แผ่นหลัง กระชับเนียนเรียบ ไม่เป็นปล้อง ให้เป็นบรา Smart size (M ,L ,XL ,XXL) ตัวแรกที่เป็นเต้านางตัดต่อฟองน้ำด้วยการ ใช้ฟองน้ำไม่ยืดหนา 4 มม. **ตัดเป็นรูปตัว W** ช่วยโอบกระชับเต้านางด้านข้างให้เรียบ ดันให้ออกซิด และยกเต้านางจากด้านล่างให้มีเนินอกอิมสวย ใช้ฟองน้ำหนา 2 มม. ที่มีแรงยืดเล็กน้อย มาประกอบเป็นเต้านางช่วยให้เต้านางกลมมนและไม่อึดอัด ลำตัวใช้ผ้า Free cut ที่มีแรงยืดหยุ่นที่ดี ช่วยให้ความกระชับ เคลื่อนเนื้อลำตัวไม่ให้เป็นปล้อง และใส่สบาย ออกมาเป็นสินค้าคลอเลชั่น **New Normal Bra “เลือกง่าย ใส่สบาย ไม่อึดอัด”**

บทสรุป (ผลที่ได้รับ)

New Normal Bra “เลือกง่าย ใส่สบาย ไม่อึดอัด” บราไม่มีโครงลวดเต้านางตัดต่อ W-Cutting แบบ Smart Size (M ,L ,XL ,XXL) บราที่ให้ความสะดวกในการเลือกซื้อ ใส่สบาย ไม่อึดอัด มียอดขาย **3 เดือน เท่ากับ 17.6 ล้านบาท คิดเป็น 15%** ของยอดขายสินค้าไม่มีโครงลวด ซึ่งขายได้ **17.29 ล้านบาท** จึงทำให้ยอดขายสินค้าในกลุ่มไม่มีโครงลวดของกลุ่มสินค้า Missy มียอดขายเพิ่มเป็น **19 ล้าน** ในปี 2564

คำสำคัญ

New Normal Bra ,Bra Smart Size, เลือกง่าย, ใส่สบาย , ไม่อึดอัด ,W-Cutting , หลัทธิญ