

เอกสารโครงการนวัตกรรมหรือสหพัฒน์ ประจำปี 2567 (ปีที่ 20) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม : แปรงสีฟัน ชีสเต็มมา สลิมเทค

เทคโนโลยีหัวบางคอเล็ก ชอกซอนสะอาดลึก ถึงที่ในสุด

ประเภทนวัตกรรม

- ☒ Product ☐ Production ☐ System & Process ☐ Sales & Marketing
☐ Services & Personality ☐ ESG : Environment, Social & Governance
☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ บริษัท ไลออน (ประเทศไทย) จำกัด

ผู้สร้างนวัตกรรม

1) นางสาวสิริลักษณ์ อินทริวิชา ตำแหน่ง นักพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรงสีฟัน

สถานที่ติดต่อ บริษัท ไลออน (ประเทศไทย) จำกัด

โทรศัพท์ 02-294 0191 # 221 มือถือ (ต้องระบุ) 081-372 4886

E-mail sirilak@lion.co.th

ลงชื่อ..........ผู้อนุมัติ

(นายชาติ จันทรวิจิตร)

กรรมการผู้จัดการ

กรุณาดูตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ.....

- ☒ สิทธิบัตร เลขที่ 2202001441 ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่.....
- ☐ รออนุมัติสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร ☐ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร
- ☐ รางวัลอื่นๆ (ระบุ).....

(19)  กรมทรัพย์สินทางปัญญา
กระทรวงพาณิชย์

(11) เลขที่ประกาศโฆษณา 2202001441D
(43) วันประกาศโฆษณา 5 กุมภาพันธ์ 2567

(12) ประกาศโฆษณาการรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

(21) เลขที่คำขอ 2202001441 (22) วันที่ยื่นคำขอ 5 เมษายน 2565	(51) สัญลักษณ์จำแนกการออกแบบผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ 04-02
(31) เลขที่คำขอที่ยื่นครั้งแรก - (32) วันที่ยื่นคำขอครั้งแรก - (33) ประเทศที่ยื่นคำขอครั้งแรก -	(71) ผู้ขอรับสิทธิบัตร บริษัท ไอออน (ประเทศไทย) จำกัด (72) ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ นางสาวสิริลักษณ์ อินทรวินา (74) ตัวแทน -

(54) ชื่อที่แสดงถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ คำแดงปริงสีเงิน




2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

☐ มีการริเริ่มมาก่อน ☒ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน

☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)

☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)

.....

☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)

.....

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด

☐ นำมาใช้จริง ตั้งแต่..... ☒ วางตลาด ตั้งแต่ ธันวาคม 2564

บทคัดย่อ

เมื่อย้อนดูยอดขายแปรงสีฟันซีสเท็มมา รุ่นซอฟแอนด์สลิมนุ่มพิเศษ ซึ่งเป็นรุ่นที่ขายในไทยเป็นหลักและเป็นรุ่นที่มีสัดส่วนการขายเป็นอันดับ 1 ของแปรงสีฟันซีสเท็มมาทั้งหมด พบว่ามียอดขายลดลงมาโดยตลอดตั้งแต่ปี 2559 มียอดขายอยู่ที่ 192 ล้านบาทต่อปี จนถึงปี 2563 ยอดขายลดลงมาอยู่ที่ 163 ล้านบาทต่อปี และในทำนองเดียวกันยอดขายของแปรงสีฟันซีสเท็มมา รุ่นซูเปอร์ทิน ที่ได้วางขายในปี 2559 ก็มีแนวโน้มลดลง โดยปีแรกที่วางตลาดมียอดขายอยู่ที่ 17 ล้านบาทต่อปี และลดลงมาอยู่ที่ 11 ล้านบาทต่อปี ในปี 2563

สาเหตุหลักๆ ที่ยอดขายแปรงสีฟันซีสเท็มมา รุ่นซอฟแอนด์สลิมนุ่มพิเศษ ลดลงเรื่อยๆ เนื่องมาจากอยู่ในตลาดมานาน และไม่ได้มีการเปลี่ยนโฉมใดๆ เพื่อ Relaunch มาสักพักใหญ่ แต่ด้วยจุดแข็งของด้ามแปรงเองคือ ด้ามแปรงจับถนัดมือ ขนแปรงนุ่ม จึงทำให้ยังคงยอดขายไว้ได้ประมาณหนึ่ง ส่วนสาเหตุที่ยอดขายของแปรงสีฟันซีสเท็มมา รุ่นซูเปอร์ทิน ลดลงเรื่อยๆ ถึงแม้จะมีจุดขายที่ค่อนข้างชัดเจน คือเน้นการเข้าทำความสะอาดฟันกรามซี่ในสุด เนื่องด้วยที่ตัวแปรงสีฟันถูกออกแบบให้มีหัวและคอแปรงที่บางลง แต่มีจุดด้อยคือ ด้ามแปรงถูกออกแบบและพัฒนาจากญี่ปุ่น ทำให้ด้ามจับมีขนาดเล็กและเรียวส่งผลให้จับไม่ถนัดสำหรับผู้ที่มีมือค่อนข้างใหญ่ จึงเหมาะกับผู้ใช้แค่บางกลุ่มเท่านั้น

จากข้อมูลข้างต้นในเรื่องยอดขายที่ลดลง ร่วมกับจุดแข็ง-จุดอ่อนของแปรงสีฟันซีสเท็มมาทั้ง 2 รุ่นทำให้เกิดแนวคิดที่ว่า ควรพัฒนาและออกสินค้าแปรงสีฟันซีสเท็มมาตัวใหม่ เพื่อเป็นการกระตุ้นตลาดและเพิ่มยอดขายนั้นก็คือ แปรงสีฟันซีสเท็มมา รุ่นสลิมเทคหัวแปรงขนาดกลาง โดยเน้นการออกแบบด้ามแปรงสีฟันให้ไม่เล็กไม่ใหญ่เกินไป ต้องออกแบบและพัฒนาเพื่อผู้ใช้คนไทยให้จับถนัดมือเป็นหลัก มีขนแปรงที่นุ่มและแน่น และเพิ่มเติมจุดแข็งในเรื่องการทำความสะอาดฟันกรามซี่ในสุด ซึ่งมีความสำคัญคือมีหน้าที่หลักในการช่วยบดเคี้ยวอาหาร โดยต้องออกแบบให้แปรงสีฟันมีหัวและคอแปรงที่บางลงเพื่อสะดวกในการซอกซอนให้ถึงฟันกรามที่อยู่ลึกด้านในสุด และเพื่อให้การแปรงฟันมีคุณภาพมากขึ้น จึงมีแนวคิดพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพให้แปรงสีฟันสามารถทำความสะอาดให้ทั่วช่องปากได้ดียิ่งขึ้น

ผลจากการใช้นวัตกรรมมาพัฒนาแปรงสีฟันซีสเท็มมา รุ่นสลิมเทคหัวแปรงขนาดกลาง คือหัวแปรงถูกออกแบบให้บางลงถึง 39% เมื่อเปรียบเทียบกับแปรงสีฟันทั่วไป และบางเทียบเท่ากับหัวแปรงซีสเท็มมา ซูเปอร์ทิน ส่งผลให้สามารถเข้าทำความสะอาดถึงฟันกรามซี่ในที่อยู่ลึกและแคบได้อย่างง่ายดาย โดยเข้าถึงได้มากกว่า 257% ของแปรงสีฟันรุ่นปกติ และด้ามแปรงยังเปลี่ยนมาใช้วัสดุจากแหล่งในประเทศไทย ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบลดลงถึง 82% แต่ยังมีคุณภาพและความแข็งแรงด้ามแปรงผ่านตามาตรฐานทั้งไทยและสากล ด้ามแปรงถูกออกแบบและพัฒนาให้จับถนัดมือโดยผ่านการทำวิจัยกับอาสาสมัครคนไทยพบว่าจับถนัดมือถึง 76% นอกจากนี้การเรียงรูแปรงสีฟันใช้นวัตกรรม V-Cross Pattern ที่ช่วยเพิ่มขนาดรูแปรงทำให้พื้นที่ที่ปากขนแปรงเพิ่มขึ้นอีก 25% เมื่อเทียบกับแปรงสีฟันรุ่นมาตรฐานของซีสเท็มมา อีกทั้งการทำให้หัวแปรงสีฟันบางลงยังสามารถช่วยลดการใช้พลาสติกได้ถึง 35%

นอกจากนี้ยอดขายของแปรงสีฟันซีสเต็มมา รุ่นสลิมเทคหัวแปรงขนาดกลาง มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น หลังจากวางขายได้ 2 ปี โดยมียอดขาย 10 ล้านบาทในปี 2565 และเติบโตขึ้นเป็น 17 ล้านบาทในปี 2567 โดยสามารถเพิ่มยอดขายให้กับแบรนด์แปรงสีฟันซีสเต็มมาเฉลี่ย 2% ทั้งนี้ยังได้มีการพัฒนาต่อยอด พัฒนาหัวแปรงขนาดใหญ่และขนาดเล็กด้วยด้ามเดิมโดยใช้เทคโนโลยี Head insert mold ซึ่งสามารถลดค่าใช้จ่ายทำแม่พิมพ์ได้ถึง 54% (5.7 ล้านบาท) โดยแปรงซีสเต็มมา รุ่นสลิมเทคเอ็กซ์แอลได้วางตลาดเมื่อปลายปี 2566 นอกจากนี้มีแผนวางขายที่ประเทศฮ่องกงทั้ง 3 ขนาดหัว ด้วยยอดขายประมาณการที่ 24.8 ล้านบาท ในช่วงเดือนตุลาคม ปี 2566 นี้

คำสำคัญ : แปรงสีฟันซีสเต็มมา สลิมเทค, บางลง 40%, V-Cross Pattern, เข้าลึกถึงพุงกรามซี่ในสุด