

เอกสารโครงการนวัตกรรมเครือข่ายพัฒนา ประจำปี 2569 (ปีที่ 22) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม ..Shokubutsu Monogatari : “Flourish with Purpose Model”....

ประเภทนวัตกรรม

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

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ.....บริษัท ไลออน (ประเทศไทย) จำกัด.....

ผู้สร้างนวัตกรรม

- 1) น.ส. วรรัช เอกอวัสดาพร ตำแหน่ง ผู้จัดการส่วนผลิตภัณฑ์ Beauty Care
2) นาย ชัยกร เดชะสุกิจ ตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกผลิตภัณฑ์ Beauty Care
3) น.ส. ธิญพร ภมรสุวรรณ ตำแหน่ง ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ Beauty Care

สถานที่ติดต่อ : บริษัท ไลออน (ประเทศไทย) จำกัด

โทรศัพท์02-294-0191 ต่อ 3362 มือถือ (ต้องระบุ) 0624636965

E-mail: Worarat_e@lion.co.th

(**ต้องมีลายเซ็นทุกครั้ง**)

ลงชื่อ..........ผู้อนุมัติ

(...ประเสริฐ สุรัตนเมธากุล...)

กรรมการผู้จัดการ หรือ ผู้รับมอบอำนาจ

กรุณาดูตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ.....

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

2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

- ☐ มีการริเริ่มมาก่อน ☐ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน
☒ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)
☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)
....."True Leader Model"
☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)
.....

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

- ☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด
☒ นำมาใช้จริง ตั้งแต่....ปี 2024-2025.... ☐ วางตลาด ตั้งแต่.....

บทคัดย่อ

แม้ว่า Shokubutsu Monogatari จะครองตำแหน่งผู้นำตลาดครีมาบน้ำในประเทศไทย ด้วยยอดขายอันดับ 1 ต่อเนื่องยาวนานกว่า 9 ปีซ้อน (2017 – 2025) แต่ยังคงมีหลายปัจจัยที่ควรกังวล 4 ประเด็น

1. ภาพรวมเศรษฐกิจปี 2024-2025 เติบโตช้าและมีความไม่แน่นอนสูงส่งผลต่อรายได้ และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
2. ภาพรวมตลาดครีมาบน้ำ ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่การเติบโตชะลอตัวลงอย่างมีนัยยะ รวมถึงพฤติกรรมซื้อสินค้าของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนไป
3. ตลาดมีการแข่งขันที่ค่อนข้างดุเดือด ทำให้ Shokubutsu ต้องพึ่งพาการทำโปรโมชั่นมากเกินไป
4. Shokubutsu ครองตำแหน่ง Top of Mind Brand แต่ด้วยงบประมาณทางการตลาดที่จำกัด ทำให้ Shokubutsu จึงต้องสร้างความแตกต่างให้ผู้บริโภคได้รับรู้และจดจำได้อย่างชัดเจน

จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น ทางทีม Shokubutsu ได้มีการต่อยอดแนวคิดของ “True Leader Model” จากปี 2023 ให้มีความครบถ้วนมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างให้ Shokubutsu มีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน โดย พัฒนา Framework “Flourish Circle” เสริมเข้ามาภายใต้ชื่อใหม่ “Flourish with Purpose Model” โมเดลที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการแบบครบวงจรอย่างเป็นรูปธรรมและครอบคลุมทั้ง Ecosystem และโมเดลนี้ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารและการมีส่วนร่วม ทำให้แบรนด์ไม่ได้เพียง “ทำการตลาด” เพื่อสร้างยอดขาย แต่เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน และขับเคลื่อนคุณค่าร่วมกันทั้งระบบ อีกทั้งยังช่วยตอกย้ำความเป็นผู้นำที่แท้จริงทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1. เป็นผู้นำส่วนแบ่งการตลาด 2. เป็น Top of Mind Brand 3. เป็นผู้นำเรื่องความใกล้ชิดกับลูกค้า 4. เป็นผู้นำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม โดยทางทีม ได้นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในปี 2024-2025 และได้ ผลลัพธ์ดังนี้

1. Shokubutsu มียอดขายอันดับ1 อย่างต่อเนื่อง สามารถตอกย้ำความเป็นผู้นำตลาดครีมาบน้ำในประเทศไทย และมีส่วนแบ่งการตลาดที่ห่างจากอันดับ 2 อยู่ 3% และมีอัตราการเติบโต 21.4%
2. Shokubutsu Men มียอดขายอันดับ1 และมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากเดิม 44% เป็น 58%
3. Shokubutsu ได้รับรางวัล Thailand's Most Admired Brand 2026 แปรณดีที่อยู่ในใจของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ครีมาบน้ำ
4. Shokubutsu ได้รับรางวัล Top 4 Thailand Brand SuperFans 2024 จาก 200 แปรณดีชั้นนำในไทย
5. Shokubutsu สามารถลดการใช้ Virgin Plastic 70 ตันต่อปี ช่วยลดขยะและผลกระทบจากพลาสติก
6. Shokubutsu ใช้มะไฟจากเกษตรกรท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบใน สูตร Orange Peel Oil เพื่อสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรชุมชน ตามแนวคิด Circular Economy
7. Shokubutsu นำขวดและฝาพลาสติกที่ใช้แล้วมา Recycle มาเป็นสินค้า Fashion Collection พิเศษร่วมกับแบรนด์ Pipatchara และมอบเงินให้กับมูลนิธิเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมและชุมชน

คำสำคัญ Shokubutsu / ผู้นำตลาด / True Leader Model / Flourish with Purpose Model