

10 รางวัลนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี'54 จีวรกันยุง ปฏิวัติวงการสิ่งทอ (4)

อกหนึ่งโอเดีย่นวัตกรรมยุคใหม่ที่ได้รับการันตีรางวัลนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี'54 จากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ นั่นคือ **จีวรพระกันยุง** เมตตาคุณจากบริษัท คัพเวอร์เนนท์ จำกัด นำประโยชน์สมุนไพรไทยปลอดสารเคมี 100 เปอร์เซ็นต์ เคลือบผิวผ้า สามารถป้องกันยุง ทนการซักล้างได้สูงสุดถึง 30 ครั้ง

วิศัลย์ วนะศักดิ์ศรีสกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท คัพเวอร์เนนท์ จำกัด กล่าวว่า จีวรพระกันยุงนับเป็นผลงานโดดเด่นหนึ่งของบริษัท ใช้เวลาการวิจัยนาน 8 เดือนร่วมกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และเนคเทค (NECTEC)

“ในการวิจัยได้ทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มที่ใช้จีวรพระกันยุงเป็นไขมาลาเรียลดลงแบบครึ่งต่อครึ่ง นอกจากนี้ยังทนการซักล้างได้ถึง 30 ครั้ง พอดีกับการใช้งานได้ประสิทธิภาพสูงสุด 1 พรรษา หรือ 3 เดือน”

ถือเป็นการปฏิวัติวงการอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ใช้เทคโนโลยีคล้ายนาโนในการเคลือบสมุนไพรกันยุง เป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของผู้ประกอบการสามารถขายได้ราคามากกว่าเจ้าอื่น เช่น ถ้าเจ้าอื่นขาย 100 บาท เราสามารถขายได้ถึง 300 บาทเลยทีเดียว

ในด้าน การทำตลาดวิศัลย์ บอกว่า เน้นการขายส่งเป็นหลัก 90 เปอร์เซ็นต์ และขายปลีกอีก

10 เปอร์เซ็นต์ หลัก ๆ ขายส่งผ่านร้านจำหน่ายสังฆภัณฑ์สำหรับนำไปถวายสังฆทานให้กับวัดป่าและพระธุดงค์

เฉพาะจีวร วางตลาด 2 ปี มียอดขายในปี'52 10 ล้านบาท ปี'53 ได้มากกว่า 20 ล้านบาท เรียกว่าเติบโตแบบ 100 เปอร์เซ็นต์ คาดว่าปี'54 จะทำรายได้ถึง 25 ล้านบาท เติบโต 30 เปอร์เซ็นต์ ขระที่ยอดขายรวมของบริษัทกว่า 200 ล้านบาทต่อปี

คัพเวอร์เนนท์ยังผลิตเครื่องนุ่งห่มอื่น ๆ อาทิ เสื้อโปโล เสื้อยืดคอกลม เสื้อแจ็กเกต ภายใต้แบรนด์ไฮโดรเทค (Hydro-Tech) เป็นการผสมผสานเส้นใย 3 รูปแบบ ได้แก่ เส้นใยพิเศษไลครา ให้ความยืดหยุ่นสูง เส้นใยไมโครไฟเบอร์กันยูวีและระบายอากาศได้ดี และฝ้ายซึ่งสามารถซับเหงื่อได้ดีโดยใช้เครื่องทอที่มีคุณสมบัติทอผ้าแบบความซับซ้อนได้ดี เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณสมบัติระบายอากาศ ดูดซับเหงื่อและความชื้น ไล่แล้วไม่ร้อน ที่สำคัญคือคุณสมบัติเหล่านี้ถูกรวมเข้าในเนื้อผ้า แม้ว่าซักล้างกี่ครั้งก็ไม่มีวันจางหายไป

ในอนาคตวิศัลย์คาดว่าจะยังคงความเป็นนวัตกรรมนี้ให้เป็นเหมือนโลโก้ของบริษัท เพื่อสร้างความเป็นแบรนด์และการยอมรับของลูกค้า โดยจะมีการขยายเข้าไปในกลุ่มสิ่งทอประเภทอื่น อาทิ เครื่องแบบทหารกันยุง เครื่องแบบยาม หน่วยกู้ภัย หรือคนทำงานกลางแจ้ง ซึ่งน่าจะได้รับการตอบรับดีเช่นกัน

นับเป็นหนึ่งนวัตกรรมเพิ่มมูลค่าจากโอเดียสร้างสรรค์ของคนไทยล้วน ๆ

