



งานแถลงข่าว  
กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน จังหวัดนราธิวาส และ มหาวิทยาลัยทักษิณ  
เปิดตัวโครงการ  
“เพิ่มมูลค่าและการสร้างแบรนด์ของสินค้าระดับพรีเมียมของจังหวัดชายแดนภาคใต้”  
เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ภายใต้ยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0  
วันศุกร์ ที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2559 เวลา 14.00 – 17.00 น.  
ณ Water Garden ชั้น 5 The Helix Building ห้างสรรพสินค้า The EmQuatier

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ Creative Lab Center (CLC) มหาวิทยาลัยทักษิณ ศูนย์ที่รวบรวมผู้เชี่ยวชาญแต่ละสาขาเข้าทำงานเป็นทีมเพื่อพัฒนาประเทศไทยโดยมุ่งเน้นไปที่การนำองค์ความรู้และประสบการณ์ เข้าพัฒนาเพิ่มศักยภาพเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อการสนับสนุนชุมชน สังคม เศรษฐกิจฐานราก และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ สืบค้นลักษณะเฉพาะของทรัพยากรพื้นถิ่น นำการออกแบบมาประยุกต์ใช้ควบคู่ไปกับเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนายกระดับคุณภาพฝีมือ กระบวนการผลิต และคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะโดดเด่นทรงคุณค่าได้มาตรฐานสากลเพื่อป้อนเข้าสู่ตลาดสินค้าเกรดพรีเมียม อย่างบูรณาการ โดยทำความตกลงร่วมมือกับทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงสื่อมวลชน เพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน

ศูนย์ CLC ร่วมกับ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน กระทรวงมหาดไทย รับผิดชอบทำให้เป็นผู้รับผิดชอบโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก คุณภาพชีวิตชุมชนและสังคมจังหวัดชายแดนใต้ เพื่อลดปัญหาช่องว่างและปัญหาในทุกๆ มิติ โดยได้จัดทำโครงการนำร่องในการใช้และเพิ่มมูลค่าทรัพยากรพื้นถิ่นด้วยการสร้างแบรนด์สินค้าระดับพรีเมียมของจังหวัดชายแดนใต้จากสิ่งที่มี และขณะนี้คณะทำงานฯ จากการรวมตัวของนักวิจัย นักวิชาการด้านต่างๆ นักธุรกิจท้องถิ่น เข้าสู่กระบวนการคัดสรรและคัดกรอง นักธุรกิจรุ่นใหม่ที่บ้านเกิดจากห้าจังหวัดชายแดนใต้ ฝึกรูปร่างการเมืองความไม่สงบในพื้นที่เข้าห่มเท พื้นฟูเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพให้พี่น้องที่บ้านเกิด เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ไม่ละทิ้งถิ่นฐาน หยิบยกทรัพยากรพื้นถิ่น ที่ประสบปัญหา เช่น รังนกหรือเศษรังนก ยางพารา พืชเศรษฐกิจหลักของภาคใต้ สร้างสรรค์ขึ้นเป็นเวชสำอางค์คุณภาพดีเกรดพรีเมียม และผลิตภัณฑ์ประเภท Lifestyle ของตกแต่งบ้านและโรงแรม จากยางพารา กอปรกับต้องการธรรมาภิบาลให้ประชาคมรู้จักและรู้ค่าทรัพยากรพื้นถิ่นของจังหวัดชายแดนใต้และประเทศไทย

วัตถุประสงค์หลักของโครงการ คือการธรรมาภิบาลให้คนในชุมชนทุกภาคส่วนหันมาร่วมมือกันอย่างเป็นระบบ ชักชวนให้เกิดการเพิ่มมูลค่าให้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากลทั้งในด้านคุณภาพและดีไซน์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด โดยมีผลิตภัณฑ์ 2 แบรินด์นี้เป็นตัวต้นแบบ ซึ่งศูนย์ CLC หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะจะเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลง หรือ “CHANGE” ซึ่งในการ “CHANGE” นี้ จะสร้างผลกระทบต่อคนในชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น เศรษฐกิจ ความมั่นคง ความเชื่อมั่นระหว่างประชาชนกับภาครัฐ โดยศูนย์ CLC มีบทบาทในการเข้ามาช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อต้องการ “CHANGE” ให้เกิดสิ่งสร้างสรรค์ในสังคมเรา

ในโครงการนี้ ศูนย์ CLC เล็งเห็นความสำคัญของแนวโน้มการตลาดโลกมีทิศทางขยายตัวสูงไปในทิศทางในการบริโภคและบริการสินค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการของสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) เช่น ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพและความงาม (Health and Beauty Products) ผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน (Environmental Friendliness and Energy Conservation) เช่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัตถุดิบธรรมชาติที่ย่อยสลายได้เอง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการใช้ขยะและพลังงาน ผลิตภัณฑ์ที่สร้างและเพิ่มอาชีพ แรงงาน



และรายได้ให้กับชุมชน เพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เนื่องจากชุมชนนั้นเป็นรากฐานความแข็งแรง มั่นคง และยั่งยืนในทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การเพิ่มมูลค่าจากทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ดั่งนั้นจากการวิเคราะห์ตลาด และปัจจัยทรัพยากรพื้นที่ที่มีราคาตกต่ำ แนวโน้มการตลาดและปัจจัยอื่นๆ จึงสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์มุ่งเป้าไปที่

### 1. ผลิตภัณฑ์เวชสำอางค์จากสารสกัดรังนก

จากปัญหาเศรษฐกิจทางภาคใต้ การสัมปทานรังนกที่ได้ผลผลิตไม่คุ้มค่า รังนกจะขายได้ราคาเฉพาะชิ้นส่วนที่สมบูรณ์เท่านั้น ส่วนที่แตกหัก หรือเศษเล็กน้อย ถูกทิ้งไปโดยไม่ได้ใช้ประโยชน์ ทั้งที่คุณค่าของรังนกที่มีค่ามหาศาลก็ไม่ได้ด้อยลงไปในส่วนที่ไม่สมบูรณ์นั้น ดั่งนั้นการนำเศษรังนกมาสกัดสารที่มีคุณสมบัติตอบสนองต่อสุขภาพและกระตุ้นบำรุงผิวพรรณให้สุขภาพดี แล้วนำสารสกัดรังนกมาเพิ่มคุณค่าเป็นส่วนประกอบในเวชสำอางค์ ทำเป็นซีรีย์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ตอบโจทย์ความต้องการทางการตลาดของกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มผู้ที่ต้องการดูแลผิวพรรณ และความงาม ในโครงการศูนย์ CLC ได้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางเวชสำอางค์ Sleeping Mask Cream เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในสังคมเมือง เนื่องจากความเร่งรีบของสังคมเมือง ในเมืองใหญ่มีมลพิษมากขึ้นเรื่อยๆเป็นลำดับ ทำให้เวลาในการดูแลตัวเอง น้อยลงด้วยเวลาอันจำกัด Sleeping Mask Cream นวัตกรรมในการดูแลผิว ล้ำลึก เพียงขั้นตอนเดียวง่ายๆ เหมาะกับจริต วิสัยและวิถีคนปัจจุบัน การดูแลผิวหน้าในยามค่ำคืนหลังล้างหน้าให้สะอาด เพียงใช้ Sleeping Mask ตัวเดียว มาส์กบางๆทิ้งไว้ทั้งคืนได้เลย โดยเราคิดค้นนำสารตั้งต้นที่มีประโยชน์มหาศาลในการปรับสภาพผิว คืนความชุ่มชื้น และบำรุงด้วยสารอาหารโปรตีนสร้างความแข็งแรง โดยแบรนด์ของผลิตภัณฑ์จากรังนกในโครงการนี้คือ NAT ซึ่งมีที่มาจากคำว่า Nature from Narathiwat ซึ่งแสดงถึงความเป็นธรรมชาติและสื่อถึงความเป็นทรัพยากรพื้นที่ที่อยู่ในจังหวัดนราธิวาส

### 2. ผลิตภัณฑ์ตกแต่งโคมไฟจากวัตถุดิบยางพาราและกากกล้วย

จากปัญหายางพาราทกต่ำ นำยางส่งไปขายต่างประเทศในปริมาณที่สูงและราคาถูก แต่กลับซื้อสินค้าแปรรูปจากยางพาราในปริมาณที่ต่ำและราคาสูง ดั่งนั้นการนำเอายางพารามาแปรรูปเป็นกาวและสารเคลือบผิวทนเชื้อราและความร้อน แล้วนำไปประกอบกับวัสดุธรรมชาติเช่น กากกล้วย เพิ่มมูลค่าทรัพยากรเหลือใช้ในท้องถิ่น สนองความต้องการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ในการใช้ทรัพยากรพื้นที่เหลือใช้ในชุมชน วัตถุดิบยางพาราและกากกล้วยสร้างสรรค์เป็นโคมไฟตกแต่งบ้านที่มีรูปร่างจาก Concept ของตัวหนอนที่ขดตัวอาศัยอยู่ในใบตองของต้นกล้วย และสร้างสรรค์ต่อยอดเป็น โคมไฟ 2 in 1 โดยมีกล่องที่ออกแบบให้ถือได้ง่ายและตัวกล่องเองก็ถูกออกแบบให้เป็นโคมไฟได้ด้วย โดยสามารถนำไปตกแต่งสถานที่ต่างๆที่เน้นบรรยากาศอบอุ่น โดยแบรนด์ของผลิตภัณฑ์นี้คือ Econi ซึ่งเป็นการรวมกันของคำว่า “Eco” ซึ่งเป็นการห่วงใยและต้องการรักษาระบบนิเวศน่อยั่งยืน และคำว่า “ni” ซึ่งเป็นคำที่ชาวใต้ของประเทศไทยจะใช้เป็นคำลงท้ายอยู่เป็นประจำในการพูด ซึ่งคำว่า “นิ” หรือ “ni” เมื่อลงท้ายคำว่า “Eco” เป็น “Econic” นั้นยังเป็นคำที่จำง่ายทั้งคนในประเทศและต่างประเทศ