



การเพิ่มมูลค่าเสื้อผ้ามือสองผ่านการออกแบบ ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากนกในอ่าวปัตตานี

Enhancing Secondhand Clothing Value Through Designs
Inspired by Birds of Pattani Bay

โดย: ศุภราภรณ์ ทวนน้อย

สารสังเขป

บทความนี้เป็นการเสนอแนวทางการเพิ่มมูลค่าเสื้อผ้ามือสองผ่านการออกแบบลวดลายที่ได้รับแรงบันดาลใจจากนกในอ่าวปัตตานี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง กระบวนการออกแบบเริ่มจากการศึกษาลักษณะของนกที่พบในพื้นที่ คัดเลือกประเภทของนกโดยใช้นกที่พบเห็นได้ทั่วไปและรูปร่างของนกที่มีความแตกต่างกันเพื่อนำมาพัฒนาลวดลายที่สะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์ของอ่าวปัตตานี ทำการร่างแบบและออกแบบชุดกราฟิกของนกในอ่าวปัตตานีโดยใช้ชุดสี Natural ของ Kobayashi's Image Color Scale และพิมพ์ลงบนผ้าใบโดยใช้ระบบดิจิทัลนำมาปะติดกับเสื้อผ้ามือสองโดยใช้เทคนิคแพตช์เวิร์กคือการนำผ้าตั้งแต่ 2 ชิ้นขึ้นไป มาเย็บต่อกันเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของจังหวัดปัตตานีให้กับเสื้อผ้ามือสอง เป็นการเสนอแนวทางใหม่ในการพัฒนาเสื้อผ้ามือสองให้มีมูลค่าเพิ่ม พร้อมกับเป็นแนวทางในการสร้างความตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การออกแบบที่ยั่งยืน, การเพิ่มมูลค่าสินค้ามือสอง, นกในอ่าวปัตตานี, ลวดลายผ้า, เสื้อผ้ามือสอง

This article aims to increase the value of second-hand clothing by designing patterns inspired by birds in Pattani Bay, an area with high biodiversity. The design process begins with studying the characteristics of birds found in the area, selecting bird types using common birds and their different shapes to develop patterns that reflect the richness of Pattani Bay. Sketched and designed graphics of the birds of Pattani Bay using Kobayashi's Image Color Scale's Natural color set and printed them on canvas using a digital system. They are then applied to second-hand clothing using a patchwork technique, which involves sewing two or more pieces of fabric together to create a unique identity for Pattani Province for second-hand clothing. This is a new method for developing second-hand clothing with added value. Simultaneously, it sustainably enhances awareness of the environment and culture in the region.

Keywords: Birds of Pattani Bay, Fabric patterns, Secondhand clothing, Sustainable design, Value-added secondhand products

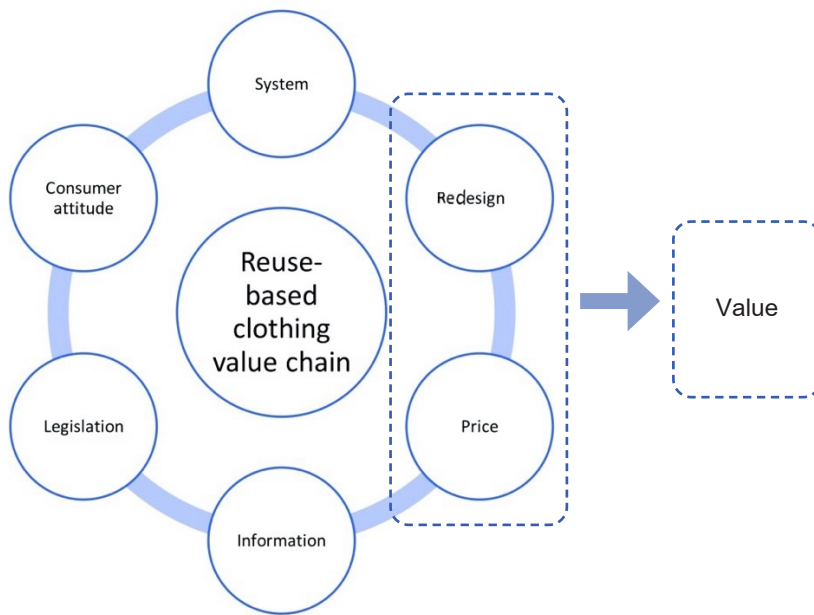
บทนำ

จังหวัดปัตตานี เป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นด้านสังคมพหุวัฒนธรรมอันประกอบด้วยชาวไทยพุทธ ไทยมุสลิมและไทยเชื้อสายจีนซึ่งนอกจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมแล้ว ปัตตานียังมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติอีกด้วยโดยเฉพาะบริเวณอำเภอปัตตานี ซึ่งเป็นแหล่งกับดักตะกอนและแร่ธาตุซึ่งเป็นแหล่งอาหารของสิ่งมีชีวิตหลายชนิด (สมศักดิ์ บัวทิพย์ และธนากร จันทสุพรรณ, 2563) นอกจากนี้จะเป็นแหล่งอาหาร แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเป็นพื้นที่ศึกษาได้ ยังเป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่าให้กับพื้นที่ได้ ปัตตานียังมีสิ่งที่จะสะท้อนถึงการผสมผสานระหว่างวิถีชีวิต

ท้องถิ่นและอิทธิพลจากภายนอก คือการเติบโตของตลาดนัดเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจของผู้บริโภค แต่ยังเป็นศูนย์กลางการสร้างสรรควัฒนธรรมย่อย (Subculture) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คนในพื้นที่ได้ประยุกต์เสื้อผ้ามือสองให้เข้ากับวิถีชีวิตและความชื่นชอบส่วนบุคคล เสื้อผ้าที่มาจากแหล่งต่างประเทศ รวมถึงสินค้าแบรนด์เนมที่ผ่านการใช้งานแล้ว ถูกนำมาตีความใหม่ในบริบทของท้องถิ่น ทำให้เกิดแฟชั่นที่สะท้อนความหลากหลายทางวัฒนธรรมทั้งในด้านสีสันทัน การออกแบบ และการใช้งานในชีวิตประจำวัน (สุกัญญา มุกดามนตรี, 2552; จูฑารีย์ ศรีสุรัตน์, 2551) ความนิยมในเสื้อผ้ามือสองยังนำไปสู่การพัฒนาอัตลักษณ์เฉพาะของผู้บริโภคในพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มองว่าการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองไม่เพียงแต่ช่วยลดค่าใช้จ่าย แต่ยังเป็นการแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์และความเป็นตัวเอง ซึ่งส่งผลให้เกิด “แฟชั่นมือสอง” (Second-hand Fashion) ที่สะท้อนถึงแนวโน้มทางสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป (สุรศักดิ์ บุญรอด และเกิดถาวา บุญปรการ, 2559)

การเติบโตของตลาดสินค้ามือสองในปัตตานีเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับโมเดล Reuse-based Clothing Value Chain โดยเมื่อวิเคราะห์การพัฒนาของการเพิ่มมูลค่าของตลาดสินค้ามือสองในจังหวัดปัตตานี ค้นพบความน่าสนใจดังนี้

ในส่วนของระบบ (System) พบว่าระบบของการนำเข้าของเสื้อผ้ามือสอง การค้าส่งและค้าปลีกในพื้นที่จังหวัดปัตตานีเกิดขึ้นเป็นระบบกว่า 50 ปี (จูฑารีย์ ศรีสุรัตน์, 2551) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะดำเนินต่อไป ด้านการออกแบบใหม่ (Redesign) พบว่า เริ่มมีแบรนด์เสื้อผ้าที่นำเสื้อผ้ามือสองมาออกแบบใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น



ภาพ 1 โมเดล Reuse-based Clothing Value Chain
ที่มา : Paras et al. (2018)

แบรนด์ CONCUR. Patchwork ซึ่งเป็นแบรนด์เสื้อผ้ามือสองในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (Spring News, 2567) แต่ส่วนใหญ่ยังมีแค่การคัดแยกเกรดของเสื้อผ้ามือสองสำหรับการค้าปลีก การออกแบบใหม่เป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มคุณค่าของการนำกลับมาใช้ใหม่โดยการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์เข้ากับการพัฒนาสินค้ามือสองที่มีอยู่เดิม ในด้านราคา (Price) พบว่า ด้วยราคาเสื้อผ้ามือสองที่ไม่สูงนักทำให้เกิดแรงดึงดูดในการใช้จ่ายสินค้า แต่เมื่อมีผู้บริโภคเพิ่มขึ้น เกิดการคัดแยกเกรดของสินค้าทำให้สินค้าบางประเภท เช่น สินค้าแบรนด์เนมมือสองมีราคาสูงขึ้น ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) จากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการทำคอนเทนต์โดยอินฟลูเอนเซอร์ เช่น รายการเร่ร่อน (เร่ร่อน, 2567) ที่ช่วยเพิ่มการรับรู้และขยายขอบเขตของตลาดเสื้อผ้ามือสอง โดยการกระจายข้อมูลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมพฤติกรรม

การใช้ซ้ำและเพิ่มความสามารถในการมองเห็นตลาดสินค้ามือสอง ในด้านการจัดการของหน่วยงานภาครัฐ (Legislation) กิจกรรม Pattani Decoded ครั้งที่ 3 ภายใต้ธีม “Unparalleled” ซึ่งจัดโดยกลุ่มมลาญลิฟวิ่งร่วมกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) เทศบาลเมืองปัตตานี และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี (Pattani Decoded, 2567) เป็นตัวอย่างของการสนับสนุนที่เน้นการเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านเสื้อผ้ามือสอง กรอบแนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่าการสนับสนุนจากภาครัฐและนโยบายที่สอดคล้องกับความยั่งยืนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับ Reuse-based Clothing Value Chain และในด้านทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitude) พบว่า ผู้บริโภคในพื้นที่โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นมองว่า การเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองไม่เพียงแต่ช่วยลดค่าใช้จ่าย แต่ยังเป็นโอกาสในการแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์และความเป็นตัวเอง โดยวัยรุ่น

ในพื้นที่แต่งกายด้วยสินค้ามือสองตั้งแต่หัวจรดเท้า หรือแม้แต่วัยรุ่นจากนอกพื้นที่ที่มาศึกษาในจังหวัดปัตตานีก็มีการปรับตัวในการบริโภคสินค้ามือสองซึ่งมองว่าเป็นความสนุกและมีสไตล์ (The Cloud, 2567) ส่งผลให้เกิด “แฟชั่นมือสอง” ของวัยรุ่นในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสแฟชั่นของ Gen-Z ในปัจจุบันที่มีความเป็นตัวของตัวเอง และหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมและบริโภคแฟชั่นมือสองมากยิ่งขึ้น (กัปปล ลิขิตกาญจนกุล, 2562)

จากการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าตลาดเสื้อผ้ามือสองในจังหวัดปัตตานีมีกลไกเป็นไปตาม Reuse-based Clothing Value Chain ซึ่งสะท้อนถึงแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable Consumption) โดยมุ่งเน้นการลดของเสียและการใช้ทรัพยากรใหม่ให้น้อยที่สุด การนำเสื้อผ้ามือสองมาใช้ซ้ำ (Reuse) ไม่เพียงช่วยยืดอายุการใช้งานของเสื้อผ้าแต่ยังลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การปล่อย



ภาพ 2 แฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่นในพื้นที่สามจังหวัด
ที่มา : Pattani Decoded (2567)

คาร์บอนจากการผลิตเสื้อผ้าใหม่ และการลดปริมาณของเสียจากเสื้อผ้าที่ทิ้งไปยังหลุมฝังกลบ (Landfill) โดยขณะที่ห่วงโซ่นี้กำลังเข้าสู่วงจรแห่งการเติบโตตามเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Sustainable Development Goals : SDGs) ส่วนหนึ่งที่จะทำให้การหมุนเวียนมีมูลค่าเพิ่มขึ้นคือ การลด การนำมาใช้ซ้ำ การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (สำนักสื่อสารความเสี่ยงและพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ (สสพ.), 2566) การออกแบบใหม่ จึงเกิดเป็นอีกแนวคิดในการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้ามือสอง และการออกแบบที่ส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ของปัตตานีจะสามารถบอกถึงความจำเพาะของสินค้าในพื้นที่ได้

แนวทางการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าโดยมีแรงบันดาลใจจากนกอ่าวปัตตานี

จากเสื้อผ้ามือสองที่มีทั่วไปในท้องตลาด การสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้ามือสองสามารถสร้างการจดจำไปยังกลุ่มผู้บริโภคได้ โดยจากที่กล่าวถึงเอกลักษณ์ของปัตตานีในหลายด้านความหลากหลายทางชีวภาพในอ่าวปัตตานีซึ่งถือเป็นอีกด้านมีความโดดเด่นกว่าพื้นที่อื่น ๆ เป็นระบบนิเวศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง โดยสิ่งมีชีวิตที่เป็นตัวชี้วัดที่มีความน่าสนใจคือนกในอ่าวปัตตานี ซึ่งมีทั้งนกประจำถิ่นและนกอพยพมาจากที่อื่นในทุกปี (สมศักดิ์ บัวทิพย์และธนกร จันทสุบรรณ, 2563)

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ ออกแบบชุดกราฟิกนกอ่าวปัตตานีและแนวทางประยุกต์ใช้ชุดกราฟิกนี้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้ามือสองที่มีเอกลักษณ์ของอ่าวปัตตานี แนวคิดในการออกแบบคือ แนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของสินค้ามือสองโดยการนำมาออกแบบใหม่ โดยใช้เทคนิคการปะติดกับผ้าใบที่มีการออกแบบลวดลายกราฟิกนกอ

อ่าวปัตตานีที่สื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมในบริบทของความหลากหลายทางชีวภาพของอ่าวปัตตานี โดยมีกระบวนการออกแบบดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลของนกในอ่าวปัตตานี จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูลนกในอ่าวปัตตานี โดยนกที่เลือกเป็นตัวแทนในการออกแบบคัดเลือกจากนกที่สามารถพบเห็นได้บ่อยครั้งซึ่งเป็นนกประจำถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ใกล้ชิดกับผู้บริโภคและเนื่องจากแนวทางการออกแบบจะเป็นภาพกราฟิกที่ใช้รูปร่าง (Shape) ของนก ผู้สร้างสรรค์จึงเลือกนกที่มีลักษณะรูปร่างที่มีความแตกต่างกันมาเป็นต้นแบบ

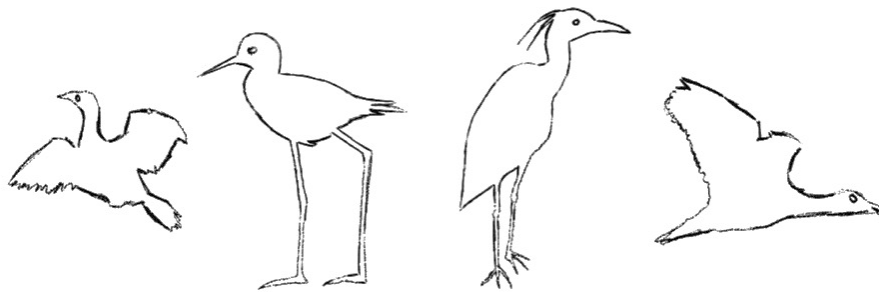


ภาพ 3 นกในอ่าวปัตตานี
ที่มา : สมศักดิ์ บัวทิพย์และธนากร จันทสุบรรณ (2563)

ตาราง 1 นกที่เลือกเป็นตัวแทนในการออกแบบโดยคัดเลือกจากนกที่สามารถพบเห็นได้บ่อยครั้ง

วงศ์	ชื่อ	ภาพ	อ้างอิง
วงศ์นกยาง	นกยางเปี่ย		สมศักดิ์ บัวทิพย์และธนากร จันทสุบรรณ (2563)
วงศ์เป็ดและห่าน	เป็ดแดง		สมศักดิ์ บัวทิพย์และธนากร จันทสุบรรณ (2563)
วงศ์นกกา	นกกา		สมศักดิ์ บัวทิพย์และธนากร จันทสุบรรณ (2563)
วงศ์นกตีนเทียน	นกตีนเทียน		สมศักดิ์ บัวทิพย์และธนากร จันทสุบรรณ (2563)

3. วาดภาพร่างชุดกราฟิกนกในอ่าวปัตตานีจากนกที่คัดเลือกมาเป็นตัวแทน



ภาพ 4 ภาพร่างนกในอ่าวปัตตานี

4. ออกแบบชุดกราฟิกนกในอ่าวปัตตานี เลือกใช้ชุดสี Natural ของ Kobayashi's Image Color Scale (1990) เป็นชุดสีที่แบ่งหมวดหมู่เพื่อเป็นตัวแทนบุคลิกภาพซึ่งทำให้งานออกแบบมีประสิทธิภาพในการสื่อสารและทำให้ผู้บริโภครู้สึกคล้อยตามได้ โดยชุดสี Natural เป็นชุดสีที่ให้ความรู้สึกถึงการเป็นของพื้นถิ่น (Domestic) ดุสงบ, สบาย (Peaceful) สดชื่น (Fresh) มีวัฒนธรรม (Cultured) เกี่ยวกับน้ำ (Aqueous) ผู้สร้างสรรค์ออกแบบลวดลายแบบไม่มีรอยต่อ (Seamless Pattern) ซึ่งสามารถนำมาต่อกันได้อย่างอิสระ

5. นำชุดกราฟิกนกในอ่าวปัตตานีพิมพ์ลงบนผ้าใบ (Canvas) โดยสามารถเลือกพิมพ์กราฟิกขนาดที่แตกต่างกันได้ตามความต้องการ เนื่องจากเป็นการออกแบบงานในระบบดิจิทัลซึ่งยืดหยุ่นกับการพิมพ์ลงบนวัสดุ

6. นำผ้าใบมาปะติดกับเสื้อผ้ามือสองโดยใช้เทคนิคแพตช์เวิร์ก (Patchwork) ที่เป็นศิลปะของการนำผ้าตั้งแต่ 2 ชั้นขึ้นไปมาเย็บต่อกัน (ราวีรุ่งสว่าง และศิริ อนุรักษ์นารทด. 2564) ในการผลิตเสื้อผ้ากลุ่มรีแฟชั่น (Re-fashioned) นี้สามารถทำให้



ภาพ 5 ชุดกราฟิกนกในอ่าวปัตตานีและการนำลวดลายมาต่อกันแบบ Seamless Pattern



ภาพ 6 ผ้าใบลวดลายนกในอ่าวปัตตานี



ภาพ 7 นำผ้าใบมาปะติดกับเสื้อผ้ามือสองโดยใช้เทคนิคแพตช์เวิร์ก

ขณะกลับมาามีมูลค่าอีกครั้ง ซึ่งมีเพียงร้อยละ 20-30 ของเสื้อผ้านั้นที่ถูกนำไปบริจาคหรือขายต่อได้จริง (ปรีดา ศรีสุวรรณ, 2560) เทคนิคแพตช์เวิร์กทำให้เสื้อผ้ามือสองมีความเป็นเอกลักษณ์เพราะเป็นเสื้อผ้าที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลก เช่น แบรนต์ COMME des GARÇONS แบรนต์ Yohji Yamamoto ของญี่ปุ่น หรือ Dry Clean Only แบรนต์ 'La Rocca Royalgalleryproject ของไทย (ไพรินทร์ เทียงผดุง และคณะ, 2567) โดยเป็นการรีไซเคิลสร้างองค์ประกอบเดิมเป็นแบบใหม่จึงเป็นที่นิยมในกลุ่มคนที่ชอบความวินเทจคลาสสิก (Thescreeenology, ม.ป.ป.) นอกจากลวดลายของนกในอ่าวปัตตานีแล้ว ยังเพิ่มเอกลักษณ์ของการออกแบบครั้งนี้โดยนำเอารูปร่างของนกอพยพที่เคยถูกพบเพียงครั้งเดียวในพื้นที่จังหวัดปัตตานี คือ นกอรันทะเลหางขาว (สมศักดิ์ บัวทิพย์และธนากร จันทสุพรรณ, 2563) มาปะติดเพิ่มเติม สำหรับเสื้อผ้ามือสองที่คัดเลือกมาเป็นต้นแบบคือ เสื้อแจ็คเก็ตสีเขียวมะกอก ซึ่งมีสีโทนเดียวกับชุดกราฟิกบนผ้าใบ และเป็นแฟชั่นทหาร (Military Fashion) ที่สามารถปรับใช้กับการแต่งกายได้หลาย

แนวทางและมีความร่วมสมัย เป็นสินค้ามือสองที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภคสินค้ามือสอง

7. ได้ต้นแบบของเสื้อผ้ามือสองแพตช์เวิร์ก สำหรับราคาต้นทุน เสื้อแจ็คเก็ตมือสอง ราคา 20 บาท หมวกแก๊ปมือสอง ราคา 20 บาท ต้นทุนแรงงาน ต้นทุนวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการสร้างผลงาน และ ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ลายดิจิทัล เมื่อนำมาออกแบบเพิ่มเติมแล้วสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้นตั้งแต่ 500-1,500 บาท (เปรียบเทียบกับราคาสินค้ามือสองแพตช์เวิร์กในท้องตลาด) ซึ่งมีราคามากกว่าราคาต้นทุน 2-3 เท่าตัว สามารถเพิ่มมูลค่า พร้อมทั้งสร้างเอกลักษณ์สินค้ามือสองของปัตตานีอีกด้วย สินค้าต้นแบบนี้ถูกนำไปจัดแสดงในนิทรรศการ “นวัต walk” ซึ่งเป็นหนึ่งในนิทรรศการของงาน Pattani Decoded 2024



ภาพ 8 ต้นแบบเสื้อผ้ามือสองที่ออกแบบใหม่โดยใช้เทคนิค Pathwork กับผ้าใบพิมพ์ลายนกในอ่าวปัตตานีด้านหน้า และด้านหลัง

สรุป

การเพิ่มมูลค่าให้เสื้อผ้ามือสอง โดยใช้แนวคิดการออกแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากนกในอ่าวปัตตานีถือเป็นการผสมผสานความงามของธรรมชาติเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างลงตัว ช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้กับเสื้อผ้ามือสองโดยการนำมาออกแบบใหม่เป็นแฟชั่นที่ยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ราวิณ รุ่งสว่าง และศิริ ธีรบุญนารอด (2564) และยังเป็นสื่อกลางในการสื่อสารถึงความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศในพื้นที่ โดยเฉพาะการส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทของนกซึ่งเป็นตัวชี้วัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมในอ่าวปัตตานี นอกจากนี้ยังช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้เห็นคุณค่าของการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพพร้อมเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

การออกแบบลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากนกในอ่าวปัตตานีไม่เพียงสะท้อนถึงความหลากหลายทางชีวภาพของพื้นที่ แต่ยังช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนและต่อยอดเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ของที่ระลึกจังหวัดปัตตานี ภาพกราฟิกสำหรับใช้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่อ่าวปัตตานีอื่น ๆ ได้ เช่น วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้าน การทำนาเกลือหวาน สามารถนำแรงบันดาลใจและเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมไปต่อยอดในงานสร้างสรรค์ ซึ่งขยายผลต่อไปในแง่ของเศรษฐกิจและการอนุรักษ์วัฒนธรรมได้อีกในอนาคต ●

เอกสารอ้างอิง

- Kobayashi, S. (1990). *Color image scale*. Tokyo: Kodansha Ltd.
- Paras, M., Pal, R., & Ekwall, D. (2017). Systematic literature review to develop a conceptual framework for a reuse-based clothing value chain. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 27(1), 1–28. <https://doi.org/10.1080/09593969.2017.1380066>
- Pattani Decoded. (2567, สิงหาคม 17). *Pattani Decoded 2024 พร้อมแล้วที่จะต้อนรับทุกคน* [ภาพประกอบ]. Facebook. <https://www.facebook.com/pattanidecoded/posts/pfbid035LegpPtf3ctaUEUpAX5iYNuRXXYABrb4BxeLsrnZWWNGbqVRpywZTrUmREcWoMp8l>
- Spring News. (2567, สิงหาคม 17). แบนด์เสื้อปะของคนรุ่นใหม่ชายแดนใต้ CONCUR: Patchwork จาก 70 คู่ 2 แขนบาท. *Springnews*. <https://www.springnews.co.th/news/hot-issue/852164thescreenology>
- thescreenology. (ม.ป.ป.). เสื้อแพตช์เวิร์ก Patchwork แฟชั่นยอดนิยมในญี่ปุ่นและเกาหลีใต้. <https://www.thescreenology.com/18054333/เสื้อแพตช์เวิร์ก-patchwork-แฟชั่นยอดนิยมในญี่ปุ่นและเกาหลีใต้>
- The Cloud. (2567, ธันวาคม 10). ท่องจักรวาลนักสำรวจเสื้อผ้ามือสองที่ปัตตานี | *Cloud Documentary*. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=P_3tC0oxeZo
- กัณณิศา ลิขิตกาญจนกุล. (2562, ตุลาคม 21). จุดเริ่มต้นของโลกแฟชั่นยุคใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเด็ก Gen Z อย่างแท้จริง. GQ. <https://www.gqthailand.com/style/article/how-gen-z-shaping-the-future-of-fashion>
- ฐิตารีย์ ศรีสุรัตน์. (2560). จากเมืองนอกสู่ปัตตานี: แหล่งช้อปปิ้งเสื้อผ้ามือสองของแบนด์เนม. *วารสารรัฐสมิแล*, 29(1), 24–27. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rusamelae/article/view/75357>
- ปรีดา ศรีสุวรรณ. (2561). *นวัตกรรมแฟชั่นเพื่อความยั่งยืน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ไพรินทร์ เทียงผดุง, กษิดิษฐ์ รัตนภรณ์, ชลิตา กิวไธสง, อาริยา เชื้อผู้ดี, อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์, และณัฐพงษ์ ปัญญาธิคุณ. (2567). การเพิ่มมูลค่าเสื้อผ้ามือสองด้วยแนวคิดดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction). *วารสารเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์และนวัตกรรม*, 3(2), 53–68.
- ราวีวัน รุ่งสว่าง และศิริวี อรัญนารอด. (2564). การสร้างสรรค์ตราสินค้าแฟชั่นจากนวัตกรรมการนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าสำหรับกลุ่มแอนโดรจีนัสเมส (Androgynous male). *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการวิจัย และงานสร้างสรรค์*, 8(1), 59–80. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/arts/article/view/252334>
- เร่วอน. (2567, กันยายน 24). จริตชายแดนใต้ EP.4 ตอน รสนิยม [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=CTy_YynXzE4
- สุกัญญา มุกตามนต์. (2560). ผ้ามือสอง: สะท้อนวิถีชีวิตของคนในสังคมเมืองปัตตานี. *วารสารรัฐสมิแล*, 30(1), 51–55. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rusamelae/article/view/75303>

สุรศักดิ์ บุญรอด และเกีตถวา บุญปราง. (2559). พลวัตของตลาดนัดเกาะหมี่: จากตลาดผลผลิตทางการเกษตร สู่ตลาดการค้าเสื้อผ้ามือสอง. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 6(1).

สมศักดิ์ บัวทิพย์ และธนกร จันทสุบรรณ. (2563). *นกน้ำ นกชายเลน และเหยี่ยวในอ่าวปัตตานี = Waterbirds, shorebirds and reports of Pattani bay area*. ปัตตานี: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

สำนักสื่อสารความเสี่ยงและพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ (สสพ.) (2566, กุมภาพันธ์ 19). เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ Sustainable Development Goals (SDGs) ฉบับเต็ม. กรมควบคุมโรค. <https://datariskcom-ddc.moph.go.th/download/เป้าหมายการพัฒนาแห่งส/>