

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย

Creation of contemporary Muslim jewelry from Melayu motifs.

โดย

รองศาสตราจารย์ ดร. ธนกฤต ใจสุตา

ธันวาคม 2568



ได้รับทุนสนับสนุนงานจาก
ทุนสนับสนุนการวิจัยเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประจำปี 2566

บทสรุปผู้บริหาร

งานวิจัยเรื่อง “ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย” เป็นการศึกษาที่มุ่งสร้างองค์ความรู้ใหม่ในการนำทุนทางศิลปวัฒนธรรมของชาวมลายูมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัย เพื่อให้เกิดผลงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนมุสลิมภาคใต้ของประเทศไทย พร้อมทั้งตอบสนองต่อรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภคมุสลิมในยุคปัจจุบันที่ให้ความสำคัญทั้งด้านความงาม คุณภาพ และหลักศาสนาอิสลาม

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน แนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับของไทยมีการพัฒนาไปในทิศทางที่สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น โดยเน้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศไทยในด้านอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry) ตามรายงานของ GIT Information Center (2020) รูปแบบเครื่องประดับไทยในปัจจุบันมักสะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือศิลปวัฒนธรรมเฉพาะถิ่น โดยสามารถเล่าเรื่องราวและคุณค่าของวัตถุดิบผ่านชิ้นงานได้ ทำให้เกิดกระแสการเล่าเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ สัตว์ วัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่สอดคล้องกับการบริโภคสินค้าและบริการที่เน้นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าทั่วไป การสร้างเอกลักษณ์ในชิ้นงานจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยดึงดูดผู้บริโภคและสร้างความยั่งยืนต่อความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์

จากรูวรรณ เจตเกษกิจ (2555) เห็นว่า การนำวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบต้องอาศัยความเข้าใจเชิงลึกในวัฒนธรรมนั้น ๆ พร้อมทั้งปรับให้สอดคล้องกับบริบทโลกและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเฉพาะตัว แตกต่าง และโดดเด่น ด้วยทุนทางวัฒนธรรมที่ yak ต่อการเลียนแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ดังนั้น การสร้างเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์จากทุนทางวัฒนธรรมจึงไม่เพียงเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ยังเสริมสร้างอัตลักษณ์ของประเทศในระดับสากล

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะนักออกแบบเครื่องประดับมีความสนใจที่จะนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และน่าสนใจในประเทศไทยมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับ โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มสตรีมุสลิม ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่น่าสนใจและมีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูง ข้อมูลจาก Pew Research Center ระบุว่า จำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลกคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2,200 ล้านคนภายในปี 2030 หรือคิดเป็น 26.4% ของประชากรโลก และปัจจุบันมีถึง 49 ประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ในประเทศไทยเอง การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับประชากรมุสลิมได้รับการเน้นย้ำจากรัฐบาล เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะตัวที่เกิดจากข้อจำกัดทางศาสนา นอกจากนี้ การคาดการณ์ของ Adroit Market Research ระบุว่าตลาดสินค้าฮาลาลทั่วโลกจะเพิ่มจาก 7.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2020 เป็น 11.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2028 หรือเติบโตเฉลี่ย 5.6%

ต่อไป ขณะเดียวกัน ชาวมุสลิมยังมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูง โดยคิดเป็นร้อยละ 8 ของรายจ่ายทั้งหมด โดยไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับความนิยมสูงจากนักท่องเที่ยวมุสลิมจากทั่วโลก โดยเฉพาะจากกลุ่ม Non-OIC ซึ่งสะท้อนศักยภาพด้านภูมิศาสตร์และความสะดวกในการเดินทางจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ในบริบทนี้ การพัฒนารูปแบบเครื่องประดับสำหรับกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมจึงเป็นโอกาสในการนำเสนอวัฒนธรรมไทยโดยไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม และสามารถสร้างจุดขายเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาวัฒนธรรมมลายูในประเทศไทยผ่านลวดลายมลายู ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของเอกลักษณ์วัฒนธรรมมุสลิมไทย โดยยงยุทธ ชูแว่น (2550) ระบุว่า วัฒนธรรมมลายูเป็นของกลุ่มคนที่นับถือศาสนาอิสลาม มีภาษา ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่แตกต่างจากชาวไทยพุทธ แม้จะอยู่ร่วมกันที่เดียวกัน โดยเฉพาะในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ครอบคลุม 5 จังหวัด ได้แก่ ปัตตานี ยะลา นราธิวาส สงขลา และสตูล ลวดลายมลายูปรากฏในสถาปัตยกรรม งานหัตถกรรม และเครื่องใช้ต่าง ๆ และมีอิทธิพลจากความเชื่อศาสนาอิสลาม ซึ่งหลีกเลี่ยงการสร้างรูปสัตว์หรือมนุษย์ ทำให้ลวดลายส่วนใหญ่เป็นลายพฤกษชาติ ลายเรขาคณิต และลายอักษรประดิษฐ์

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาลวดลายมลายูเพื่อบูรณาการสู่การออกแบบเครื่องประดับสำหรับสตรีมุสลิม โดยเป็นงานวิจัยสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ สะท้อนเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย และตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพสูงในตลาดเครื่องประดับมุสลิม ซึ่งไม่เพียงเป็นการยกระดับคุณค่าเชิงวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ แต่ยังส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องประดับไทยและการออกแบบที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความแตกต่างและความยั่งยืนในตลาดสากล

ดังนั้น งานวิจัยเรื่อง “ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย” จึงมีความสำคัญทั้งในแง่ของการอนุรักษ์และต่อยอดเอกลักษณ์วัฒนธรรมมลายู การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับไทย และการตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการเฉพาะตัวของกลุ่มผู้บริโภคมุสลิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มเศรษฐกิจสร้างสรรค์และตลาดเครื่องประดับระดับสากล

ผลลัพธ์และประโยชน์ของงานวิจัย

ผลลัพธ์

งานวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลวดลายมลายู มีลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบร่วมสมัยได้อย่างมีศักยภาพ โดยลวดลายส่วนใหญ่มีโครงสร้างแบบเรขาคณิตและพฤกษศาสตร์ เช่น ลายดอกพิกุล ลายกรอบหน้าต่างสุเหร่า และลายใบไม้ซ้อน ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรม ความศรัทธา และความงามในวิถีชีวิตของชาวมุสลิม

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของเครื่องประดับมากที่สุด รองลงมาคือรูปลักษณ์และราคา นอกจากนี้ยังนิยมเครื่องประดับที่มีดีไซน์ร่วมสมัย เรียบหรู แต่แฝงด้วยความหมายทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม ผลลัพธ์นี้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของผู้บริโภคมุสลิมรุ่นใหม่ที่ต้องการเครื่องประดับซึ่งผสานความงามกับคุณค่าทางจิตวิญญาณ

ในส่วนของการสร้างสรรค์ ได้ออกแบบต้นแบบเครื่องประดับร่วมสมัยจำนวน 12 ชิ้น โดยนำแรงบันดาลใจจากลวดลายมลายูมาถ่ายทอดในรูปแบบของต่างหู แหวน และสร้อยคอ ซึ่งมีการใช้วัสดุที่สื่อถึงความบริสุทธิ์ เช่น ไข่มุก เงิน และทองเหลือง ผลการประเมินต้นแบบจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้บริโภคพบว่า ผลงานมีความงดงาม สื่อถึงอัตลักษณ์มลายูได้ชัดเจน และมีความเหมาะสมต่อการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน รวมถึงมีศักยภาพในการพัฒนาเชิงพาณิชย์ต่อไป

งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. องค์ความรู้ด้านอัตลักษณ์ของลวดลายมลายู ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างทางศิลป์และสุนทรียศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับหลักศาสนาและความงามตามคติอิสลาม
2. องค์ความรู้ด้านการประยุกต์ลวดลายสู่การออกแบบร่วมสมัย โดยสามารถนำลวดลายดั้งเดิมมาผสมผสานกับแนวคิดและวัสดุสมัยใหม่ได้อย่างกลมกลืน
3. องค์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิม ที่ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับค่านิยมและความต้องการในการบริโภคเครื่องประดับที่สอดคล้องกับหลักศาสนาและแฟชั่น
4. องค์ความรู้ด้านกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์จากทุนวัฒนธรรม ที่บูรณาการการวิจัยทางศิลปวัฒนธรรมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จริง
5. องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่แสดงให้เห็นว่าการออกแบบเครื่องประดับจากลวดลายมลายูสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า “ลวดลายมลายู” เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยในระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การผสมผสานองค์ประกอบทางศิลป์กับแนวคิดทางศาสนาและความงามสมัยใหม่ทำให้เกิดเครื่องประดับที่มีคุณค่าทั้งในเชิงศิลปะและเชิงจิตวิญญาณ งานวิจัยนี้ยังสะท้อนให้เห็นแนวโน้มของการออกแบบเครื่องประดับไทยที่กำลังเคลื่อนจากความสวยงามเชิงรูปธรรมไปสู่ “ความงามเชิงความหมาย” ที่มีมิติทางวัฒนธรรมและศรัทธาเป็นแก่นสำคัญ

ประโยชน์

- 1) เกิดองค์ความรู้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ที่แสดงถึงแนวทางการออกแบบเครื่องประดับโดยใช้ลวดลายทางวัฒนธรรมเป็นแรงบันดาลใจ
- 2) เกิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่แสดงถึงเอกลักษณ์กลุ่มคนและพื้นที่ ทำให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้นผ่านผลงานเครื่องประดับ
- 3) เกิดได้ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาด นำไปสู่การผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย และการขอจดลิขสิทธิ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และใช้เป็นตัวอย่างและแรงบันดาลใจให้แก่ศิลปิน นักออกแบบ ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนสามารถนำแนวคิด กระบวนการในการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องประดับไปพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับของตนเอง

ข้อเสนอแนะในการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ได้หลายด้าน ได้แก่

- ด้านการศึกษา: ใช้เป็นองค์ประกอบการเรียนการสอนในสาขาศิลปกรรมศาสตร์และการออกแบบเครื่องประดับ เพื่อสร้างความเข้าใจในการผสมผสานศิลปะวัฒนธรรมกับงานร่วมสมัย
- ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์: ใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์เครื่องประดับหรือสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และสามารถแข่งขันได้ในตลาดมุสลิม
- ด้านชุมชน: นำผลการวิจัยไปใช้พัฒนากลุ่มอาชีพในท้องถิ่น เช่น กลุ่มช่างฝีมือ กลุ่มสตรี และกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อสร้างรายได้และส่งเสริมความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น
- ด้านการท่องเที่ยว: ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับงานหัตถศิลป์และเครื่องประดับมลายู

บทคัดย่อภาษาไทย

งานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เรื่อง “ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบเอกลักษณ์ของลวดลายมลายู นำไปสู่แนวทางการสร้างสรรค์เครื่องประดับ โดยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับพฤติกรรม ความต้องการของผู้บริโภคเครื่องประดับสตรีชาวไทยมุสลิม สร้างเครื่องประดับที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมุสลิมภาคใต้ของประเทศไทย การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน ทั้งการศึกษาข้อมูลเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในทางศิลปะ และการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิม

ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายมลายูมีลักษณะทางศิลปะที่โดดเด่น เช่น ลวดลายพฤกษชาติ ลายเรขาคณิต และลายอักษรอาหรับ ซึ่งสะท้อนอิทธิพลของหลักคำสอนอิสลามที่หลีกเลี่ยงการแสดงภาพมนุษย์และสัตว์จริง นอกจากนี้ ผู้บริโภคสตรีมุสลิมให้ความสำคัญกับคุณภาพของเครื่องประดับ รูปแบบการออกแบบที่สวยงามและเหมาะสมกับการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน โดยนิยมอัญมณีพลอยเนื้ออ่อน สีโทนอบอุ่น และรูปแบบร่วมสมัยที่มีแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยได้สร้างสรรค์ผลงานเครื่องประดับต้นแบบภายใต้แนวคิด “Elegance in Modesty – ความงามแห่งความเรียบง่าย” โดยใช้แรงบันดาลใจจากดอกพิกุล กรอบหน้าต่างสุเหร่า และลวดลายมลายูถ่ายทอดออกมาในรูปแบบเครื่องประดับร่วมสมัยสำหรับสตรีมุสลิมวัยทำงานที่มีกำลังซื้อระดับปานกลาง ผลการประเมินแบบร่างและต้นแบบพบว่าผลงานอยู่ในระดับ “เหมาะสมมากที่สุด” ในด้านความงาม ความร่วมสมัย และความเหมาะสมกับศาสนาอิสลาม

งานวิจัยนี้เสนอแนวทางใหม่ในการใช้ทุนทางวัฒนธรรมมลายูเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในเชิงสร้างสรรค์ สร้างคุณค่าใหม่ให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังส่งเสริมการอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้ดำรงอยู่คู่สังคมร่วมสมัย

คำสำคัญ : ลวดลายมลายู, เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย, การออกแบบร่วมสมัย, การออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์

Abstract

The creative research study, “Creation of contemporary Muslim jewelry from Melayu motifs,” aims to examine the distinctive forms of Malay patterns and apply them as a guideline for jewelry design. The study focuses on creating products that align with the behaviors and preferences of Thai Muslim women consumers, resulting in jewelry that reflects the cultural identity of Southern Thai Muslims. This research employed a mixed-methods approach, including document analysis, in-depth interviews, artistic analysis of sample groups, and a consumer behavior survey of Muslim women.

The findings indicate that Malay patterns possess prominent artistic characteristics, such as floral motifs, geometric designs, and Arabic calligraphy, reflecting the influence of Islamic teachings that avoid depicting humans and animals. Moreover, Muslim women consumers emphasize the quality of jewelry, aesthetically pleasing designs, and suitability for daily wear. They prefer soft-toned gemstones, warm colors, and contemporary styles inspired by nature. Based on these insights, the researcher developed prototype jewelry under the concept “Elegance in Modesty”, drawing inspiration from Pikul flowers, mosque window frames, and Malay patterns, expressed in contemporary designs for working Muslim women with mid-level purchasing power. Evaluation of sketches and prototypes revealed that the designs were rated “highly suitable” in terms of aesthetics, contemporariness, and compatibility with Islamic principles.

This study presents a novel approach to utilizing Malay cultural heritage for the creative development of the Thai gem and jewelry industry, generating new value for local wisdom while offering potential for sustainable commercialization. Additionally, it contributes to the preservation of cultural identity within a contemporary societal context.

Keywords: Malay patterns, Contemporary Muslim jewelry, Contemporary design, Commercial jewelry design.

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	[1]
บทคัดย่อภาษาไทย	[5]
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	[6]
สารบัญ	[7]
สารบัญตาราง	[9]
สารบัญภาพ	[13]
บทที่ 1 บทนำ	
1. หลักการและเหตุผล	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
3. ขอบเขตของการวิจัย	4
4. สมมติฐานงานวิจัย	4
5. กรอบแนวคิดการวิจัย	5
6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	6
7. นิยามศัพท์	7
8. วิธีดำเนินงานวิจัย	9
9. ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานวิจัย	10
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1. บริบทมลายูปาตานี	12
2. ลวดลายมลายู ปาตานี	24
3. มุสลิมกับอาหารและเครื่องประดับ	38
4. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	48
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	58
บทที่ 3 งานแกะสลักไม้ลวดลายมลายู	
1. ที่มาของงานแกะสลักไม้ลวดลายมลายู	61

หัวข้อ	หน้า
2. แนวคิดในการสร้างสรรค์ลวดลาย	68
3. การสร้างสรรค์ลวดลายมลายู	77
4. ข้อมูลสรุปบทสัมภาษณ์อัตลักษณ์ลวดลายมลายู	84
บทที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องประดับของสตรีมุสลิม	
1. การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง	89
2. การวิเคราะห์อรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance Weight)	96
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	99
4. การสรุปผลข้อมูลเพื่อการนำไปใช้ในงานออกแบบ	128
บทที่ 5 การออกแบบเครื่องประดับของสตรีมุสลิม	
1. แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย (Design Concept)	132
2. กระบวนการออกแบบ (Design Process Model)	134
3. เงื่อนไขการออกแบบเครื่องประดับมลายูร่วมสมัยสำหรับผู้หญิงมุสลิม	138
4. การกำหนดกลุ่มผู้บริโภค (Target Consumer Segment)	142
5. แบบร่างเครื่องประดับ (Jewelry Design)	144
6. การคัดเลือกแบบร่างเครื่องประดับเพื่อผลิตต้นแบบ	156
7. การประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบเครื่องประดับ	161
บทที่ 6 บทสรุป	
1. สรุปผลการวิจัย	163
2. อภิปรายและวิจารณ์ผล	168
3. ข้อเสนอแนะ	170
บรรณานุกรม	
บรรณานุกรม	162
ภาคผนวก	
ก เอกสารรับรองการพิจารณาจริยธรรมในมนุษย์	177
ข การตีพิมพ์เผยแพร่	179

หัวข้อ	หน้า
ค ประมวลภาพการดำเนินงานวิจัย	195
ประวัติย่อผู้วิจัย	203



สารบัญตาราง

	หัวข้อ	หน้า
ตาราง 3-1	การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักกลดลายมลายู	68
ตาราง 4-1	จำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	89
ตาราง 4-2	จำนวนร้อยละของข้อมูลการบริโภคเครื่องประดับ	91
ตาราง 4-3	ค่าอรรถประโยชน์รูปแบบของเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลของกลุ่มสตรีมุสลิม	96
ตาราง 4-4	ค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของรูปแบบของเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลของกลุ่มตัวอย่าง	98
ตาราง 4-5	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	99
ตาราง 4-6	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่ คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสี เครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติ วิเคราะห์ One Way ANOVA	100
ตาราง 4-7	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	101
ตาราง 4-8	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่อง รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	102
ตาราง 4-9	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องแนว ทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	103

	หัวข้อ	หน้า
ตาราง 4-10	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสี เครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ วิเคราะห์ One Way ANOVA	104
ตาราง 4-11	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	105
ตาราง 4-12	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสี เครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	106
ตาราง 4-13	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับสิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	107
ตาราง 4-14	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับสิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	108
ตาราง 4-15	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับสิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	109
ตาราง 4-16	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับสิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	110
ตาราง 4-17	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยม จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	111
ตาราง 4-18	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยม จำแนกตามการศึกษา โดยใช้ สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	113
ตาราง 4-19	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	114

	หัวข้อ	หน้า
ตาราง 4-20	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยม จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	115
ตาราง 4-21	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจ ใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	116
ตาราง 4-22	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจ ใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	117
ตาราง 4-23	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจ ใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	118
ตาราง 4-24	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจ ใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	119
ตาราง 4-25	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่ สนใจจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	120
ตาราง 4-26	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่ สนใจ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	121
ตาราง 4-27	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่ สนใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	122
ตาราง 4-28	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่ สนใจ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	123
ตาราง 4-29	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	124
ตาราง 4-30	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	125
ตาราง 4-31	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ วิเคราะห์ One Way ANOVA	126

	หัวข้อ	หน้า
ตาราง 4-32	การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA	127
ตาราง 5-1	องค์ประกอบการออกแบบเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย “Elegance in Modesty”	133
ตาราง 5-2	กรอบแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย “Elegance in Modesty”	140
ตาราง 5-3	ผลการประเมินแบบร่างเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิม	156
ตาราง 5-4	คะแนนประเมินแบบร่างเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิมแบบร่างที่ 3 ในรายประเด็น	157
ตาราง 5-5	คะแนนเฉลี่ยการประเมินแยกรายการ : เครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิม	161
ตาราง 6-1	สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยและแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์	166

สารบัญภาพ

	หัวข้อ	หน้า
ภาพที่ 1-1	แนวคิดการสร้างสรรค์เครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับหญิงมุสลิม	5
ภาพที่ 2-1	ชาวพื้นเมืองปัตตานี ซึ่งสืบเชื้อสายมาจากชาติพันธุ์มลายู	12
ภาพที่ 2-2	ดินแดน “รัฐปาตานี”	14
ภาพที่ 2-3	มัสยิดกรือเซะ เป็นมัสยิดประจำเมืองอดีตของปาตานี สร้างในรัชสมัยสุลต่านมูฮัมหมัด ชาร์ เป็น เจ้าเมืองปัตตานี (พ.ศ. 2073-2017)	19
ภาพที่ 2-4	กิจกรรมแข่งขันประชันเสียงนกเขาและนกกรงหัวจุก	21
ภาพที่ 2-5	โรตีสี่และมะตะบะ : อาหารท้องถิ่นยอดนิยมที่หาทานได้ในภาคใต้	22
ภาพที่ 2-6	นาซิดาแซ : อาหารเอกลักษณ์คนมลายูปาตานี	22
ภาพที่ 2-7	ลวดลายมลายูในผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	24
ภาพที่ 2-8	ลวดลายมลายูบนเรือกอลและ	25
ภาพที่ 2-9	ลวดลายศิลปะอิสลาม	26
ภาพที่ 2-10	กระต่ายขูดมะพร้าวตกแต่งด้วยลวดลายมลายูปาตาน	28
ภาพที่ 2-11	ลวดลายมลายูปาตานีที่แสดงการผสมผสานศิลปะอิสลาม	30
ภาพที่ 2-12	ลวดลายมลายูปาตานีในงานสถาปัตยกรรมที่แสดงลักษณะสมมาตรและการซ้ำ	30
ภาพที่ 2-13	ลวดลายนกฟังกะ (ซ้าย), ลวดลายเถาวัลย์ (ขวา)	31
ภาพที่ 2-14	งานไม้แกะสลักไม้ ฆาฮาร์ หรือที่วางคัมภีร์อัล-กุรอาน	32
ภาพที่ 2-15	ลวดลายมลายูบนด้ามกริช	33
ภาพที่ 2-16	ลวดลายมลายูบนภาชนะดินเผา	33
ภาพที่ 2-17	พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นชุมชนละหาร จัดแสดงข้าวของเครื่องใช้และงานหัตถกรรมมลายู	37
ภาพที่ 2-18	วังยะหริ่ง: สถานที่เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและวัฒนธรรมของชาวไทยมลายู	37
ภาพที่ 2-19	การสวมผ้าคลุม (Hijab) ของสตรีมุสลิม	39

	หัวข้อ	หน้า
ภาพที่ 2-20	แหวนทองลวดลายอิสลาม (Islam Khalili)	40
ภาพที่ 2-21	การแต่งกายของสตรีมุสลิมในปัจจุบัน	44
ภาพที่ 2-22	เครื่องประดับจากแบรนด์ Pandora (แพนดอร่า)	50
ภาพที่ 2-23	เครื่องประดับจากแบรนด์ Swarovski (สวารอฟสกี)	51
ภาพที่ 2-24	เครื่องประดับจากแบรนด์ Chow Tai Fook (โจวไท่ฟุก)	51
ภาพที่ 3-1	ลวดลายเรขาคณิตศิลปะมลายู	62
ภาพที่ 3-2	ลวดลายดอกไม้ศิลปะมลายู	62
ภาพที่ 3-3	ลวดลายอักษรอารบิก	63
ภาพที่ 3-4	ไม้แกะสลักรูปนกในตำนานเพื่อใช้ในพิธีกรรม	63
ภาพที่ 3-5	การผสมผสานลวดลายอักษรอารบิกกับลวดลายพรรณพฤกษาเพื่อตกแต่งบริเวณजूุ่มประตู	64
ภาพที่ 3-6	การใช้ไม้แกะสลักตกแต่งบ้านและอาคาร	65
ภาพที่ 3-7	บล็อกไม้สำหรับแม่พิมพ์ขนม (ซ้าย) และกระต่ายขูดมะพร้าว (ขวา)	65
ภาพที่ 3-8	กรงคั่นกรงหัวจุก	66
ภาพที่ 3-9	แท่นวางคัมภีร์อัลกุรอาน	66
ภาพที่ 3-10	บล็อกไม้พิมพ์ผ้าปาเต๊ะ	67
ภาพที่ 3-11	งานศิลปะที่แสดงเอกลักษณ์พื้นที่ ชาดิพันธ์ กระบวนการออกแบบลวดลายของศิลปินชาวมลายู ไทย	78
ภาพที่ 3-12	เส้นที่ใช้ในการออกแบบลาย	79
ภาพที่ 3-13	ลวดลายพืชในท้องถิ่น	80
ภาพที่ 3-14	ลักษณะและโครงสร้างของลวดลาย	81
ภาพที่ 3-15	ลายที่เกิดจากจุดศูนย์กลางที่สมดุล (ก) และลายที่เกิดจากมุมไม่สมมาตร (ข)	82
ภาพที่ 3-16	การจัดองค์ประกอบลายแบบทำซ้ำเป็นแถว	83
ภาพที่ 3-17	การจัดองค์ประกอบลายแบบโฟกัสกึ่งกลาง	83
ภาพที่ 3-18	การจัดองค์ประกอบลายแบบเอกภาพ	84
ภาพที่ 5-1	กระบวนการออกแบบเครื่องประดับ (Design Process Model) ในงานวิจัย	135

	หัวข้อ	หน้า
ภาพที่ 5-2	Mood Board การออกแบบเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย แนวคิด "Elegance in Modesty — ความงามแห่งความเรียบง่าย"	141
ภาพที่ 5-3	การกำหนดเงื่อนไขการออกแบบสำหรับเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย แนวคิด "Elegance in Modesty — ความงามแห่งความเรียบง่าย"	143
ภาพที่ 5-4	แบบร่างเครื่องประดับ แบบร่างที่ 1	144
ภาพที่ 5-5	องค์ประกอบของลวดลายในแบบร่างที่ 1	145
ภาพที่ 5-6	รายละเอียดของงานออกแบบ แบบร่างที่ 1	145
ภาพที่ 5-7	แบบร่างเครื่องประดับ แบบร่างที่ 2	148
ภาพที่ 5-8	องค์ประกอบของลวดลายในแบบร่างที่ 2	149
ภาพที่ 5-9	รายละเอียดของงานออกแบบ แบบร่างที่ 2	149
ภาพที่ 5-10	แบบร่างเครื่องประดับ แบบร่างที่ 3	152
ภาพที่ 5-11	องค์ประกอบของลวดลายในแบบร่างที่ 3	153
ภาพที่ 5-12	รายละเอียดของงานออกแบบ แบบร่างที่ 3	153
ภาพที่ 5-13	การกำหนดขนาดและสัดส่วนแบบเพื่อการผลิตต้นแบบ	159
ภาพที่ 5-14	ชุดเครื่องประดับ Pikul Noor Series3 ภายใต้แนวคิด Elegance in Modesty — ความงามแห่งความเรียบง่าย	160

บทที่ 1

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

แนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับของไทยในปัจจุบันเริ่มมีการสร้างเอกลักษณ์ของตนโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานมากขึ้น สอดรับกับทิศทางในการพัฒนาประเทศไทยที่มุ่งสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry) GIT Information Center (2020) กล่าวว่า รูปแบบของเครื่องประดับไทยในปัจจุบันมีรูปแบบที่สะท้อนความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม นำไปสู่การเล่าเรื่องผ่านชิ้นงานไปพร้อม ๆ กับมูลค่าของวัตถุดิบ กระแสการเล่าเรื่องราวของเครื่องประดับแต่ละชิ้น การค้นหาประวัติความเป็นมาการเชื่อมโยงกับธรรมชาติและสัตว์ วัฒนธรรม ประเพณี ในประเด็นเหล่านี้เป็นคลื่นกระแสหลักที่ก้าวเข้ามาพร้อมกับลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความโดดเด่นแตกต่างจากสินค้าและบริการทั่วไป การสร้างเอกลักษณ์ของชิ้นงานไม่อาจมองข้ามได้ ผลงานแต่ละชิ้นงานจึงมีความสำคัญด้วยแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานให้ดึงดูดใจผู้บริโภค จารุวรรณ เจตเกษกิจ, (2555) กล่าวว่า การนำวัฒนธรรมไปใช้ควรต้องมีความเข้าใจในวัฒนธรรมที่จะนำมาใช้อย่างถ่องแท้ และปรับให้สอดคล้องกับบริบทโลกและวิถีผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมามีความเฉพาะ เกิดความแตกต่าง และโดดเด่นด้วยการใส่ทุนทางวัฒนธรรมอันยากต่อการเลียนแบบ และเป็นที่จับใจของกลุ่มลูกค้าอย่างยั่งยืน สินค้าเชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะนักออกแบบเครื่องประดับจึงมีความสนใจที่จะนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และน่าสนใจในประเทศไทยมาถ่ายทอดเป็นเครื่องประดับเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จากการศึกษาพบว่า แนวทางของการพัฒนาเครื่องประดับจากลวดลายทางวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์มีปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่อง เช่นในงานวิจัยของ ศิริณา ชันเพชร (2562) ได้ทำการศึกษาลวดลายศิลปะฮูปแต้ม ฝาผนังสิมอีสาน สกูลช่างเมืองอำนาจเจริญ ที่มีลักษณะศิลปะแบบไทลาว มาพัฒนาเป็นเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ เป็นการพัฒนาปรับเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมพื้นถิ่นเข้ากับยุคสมัย ทำให้สามารถใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน หรือในงานวิจัยของ ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์ (2566) ได้ทำการพัฒนาเครื่องประดับถม โดยการประยุกต์ลวดลายศิลปะแบบศรีวิชัย มาสร้างสรรค์เป็นเครื่องประดับถมให้มีความทันสมัย ให้เกิดการพัฒนาและการต่อยอดเครื่องถมโบราณ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าลวดลายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมเครื่องประดับได้อย่างดี

ลวดลายทางวัฒนธรรมในประเทศไทยมีพบเห็นได้ทุกภูมิภาค เป็นสิ่งสะท้อนศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา สภาพพื้นที่ วิถีชีวิต สังคม และพัฒนาการของผู้คนได้อย่างยอดเยี่ยม ไม่ว่าจะเป็นลายคำ ล้านนาของภาคเหนือ ลายศิลปอีสานของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลายนกของภาคกลาง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีลวดลายที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ และกลุ่มคน โดยการรับรู้ของการมีตัวตนของ

ศิลปวัฒนธรรมนั้นดูเหมือนว่า ทางเหนือ และทางอีสานจะค่อนข้างได้เปรียบกว่าทางใต้ เนื่องจากภาวะปัจจัยทางสังคม ศาสนา และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทำให้การศึกษาลวดลายทางใต้ โดยเฉพาะลวดลายในแถบสามจังหวัดชายแดนใต้ ไม่เป็นที่แพร่หลายและถูกนำมาพัฒนามากนัก ในการนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเอกลักษณ์มลายูผ่านลวดลายเพื่อถ่ายทอดออกมาเป็นเครื่องประดับสำหรับสตรีชาวมุสลิม โดยมองว่าสินค้าสำหรับชาวมุสลิมเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่น่าสนใจและมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง จากผลสำรวจของ Pew Research Center คาดว่า จำนวนชาวมุสลิมทั่วโลกจะเพิ่มเป็น 2,200 ล้านคน ภายในปี 2030 หรือคิดเป็น 26.4% ของประชากรโลก ซึ่งในปัจจุบันมีถึง 49 ประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ในโอกาสนี้ นายกรัฐมนตรีได้สั่งการให้ประเมิน วางแผนแนวทางการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับประชากรมุสลิม ซึ่งมีพฤติกรรมผู้บริโภค การจับจ่ายใช้สอย ที่ค่อนข้างเป็นเอกลักษณ์ เนื่องจากระเบียบข้อบังคับของศาสนา สอดคล้องกับการประเมินของ Adroit Market Research ที่คาดว่า ตลาดสินค้าฮาลาลทั่วโลกจะเพิ่มจาก 7.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2020 เป็น 11.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2028 หรือขยายตัวเฉลี่ย 5.6 % ต่อปี นอกจากนี้ ชาวมุสลิมยังมีการใช้จ่ายในเรื่องการท่องเที่ยวสูง คิดเป็น 8 % ของรายจ่ายทั้งหมด ซึ่งไทยถือเป็นอีกจุดหมายที่ชาวมุสลิมให้ความสนใจเดินทางมาเที่ยว จากข้อมูลจากการจัดอันดับโดย Global Muslim Travel Index (GMTI) ปี 2022 ไทยติด 1 ใน 5 ประเทศที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิมนอกกลุ่มประเทศองค์การความร่วมมืออิสลาม (Non-OIC) ประกอบกับ ศักยภาพด้านภูมิศาสตร์ของประเทศ ซึ่งชาวมุสลิมส่วนใหญ่อยู่ในเอเชียแปซิฟิก ใกล้เคียงไทย จึงเดินทางมาเที่ยวสะดวก โดยจากการประเมิน ในปี 2026 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมถึง 230 ล้านคน (สยามรัฐ, 2566)

การพัฒนารูปแบบเครื่องประดับเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคข้างต้นที่มีความเป็นไปได้ในการจะนำเสนอวัฒนธรรมของประเทศสอดแทรกไปด้วยโดยไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลามก็คือการนำอัตลักษณ์ของมุสลิมไทยมาเป็นจุดขาย ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาวัฒนธรรมมลายูในประเทศไทยผ่านลวดลายมลายู ยุทธ ชูแว่น (2550) กล่าวว่า วัฒนธรรมมลายูเป็นของกลุ่มคนที่นับถือศาสนาอิสลาม มีภาษา ความเชื่อ การดำเนินวิถีชีวิตที่แตกต่างจากชาวไทยพุทธแม้จะอาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ถือเป็นชนกลุ่มน้อยในดินแดนดั้งเดิมที่บรรพบุรุษของตนเองอาศัยอยู่ก่อน นั่นคือกลุ่มคนในบริเวณจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ที่ครอบคลุมในห้าจังหวัด โดยในอดีตได้แบ่งศูนย์อำนาจที่สำคัญ 2 แห่ง นับเป็นเมืองสำคัญในบริเวณตอนกลางของคาบสมุทรมลายู โดยแบ่งได้เป็นปัตตานีทางฝั่งตะวันออก คือ ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และบางส่วนของจังหวัดสงขลาและไทรบุรีทางฝั่งตะวันตก ซึ่งจังหวัดสตูล ลวดลายมลายู เป็นลวดลายประดับตกแต่งไม่ว่าจะเป็นในงานสถาปัตยกรรม งานหัตถกรรม และข้าวของเครื่องใช้ จึงถึงเป็นเอกลักษณ์ของชาวมลายู ลวดลายมลายูเกิดจากอิทธิพลทางความเชื่อของศาสนาอิสลามมีผลอย่างมากต่อรูปแบบของลาย ซึ่งศาสนาอิสลามมีข้อถือสาในเรื่องของการทำรูปปั้นและวาดรูปคนและสัตว์ ลวดลายที่พบจึงมักจะเป็นลวดลายพฤกษชาติ ลายเรขาคณิต ลวดลายที่เลียนแบบธรรมชาติและลวดลายอักษร ประดิษฐ์เสียเป็นส่วนใหญ่ สุลมาน เจ๊ะแม, นักวิชาการท้องถิ่น (2567) กล่าวว่า งานแกะสลักไม้ลวดลายมลายู เกี่ยวข้องและปรากฏในการดำเนินชีวิตของชาวมลายู 3 จังหวัดชายแดนใต้ ความงดงามของการแกะสลัก ไม้ลวดลายมลายูมีเสน่ห์และแสดงให้เห็นเอกลักษณ์ของคนในพื้นที่ชายแดนใต้ได้เป็นอย่างดี ในเรื่องของความอ่อนน้อม ลวดลายแกะสลักไม้ มักจะมีที่มาจากธรรมชาติ อาทิ ลายดอกไม้ พันธุ์ไม้ซึ่งแฝงไว้ด้วยปรัชญา แนวคิด คติคำสอนทางศาสนาอิสลามสร้างสรรค์เป็นลวดลายแกะสลัก อันงดงาม

จากที่มาและความสำคัญข้างต้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาถอดลายมลายูเพื่อบูรณาการสู่งานออกแบบเครื่องประดับสำหรับสตรีมุสลิม เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์สะท้อนเอกลักษณ์วัฒนธรรม ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมและการออกแบบโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางที่ตอบสนองกับกลุ่มผู้บริโภค

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา วิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลายมลายู ผ่านงานแกะสลักไม้ที่ปรากฏในสถาปัตยกรรม หัตถกรรม และข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตรประจำวัน นำไปสู่แนวทางการสร้างสรรค์เครื่องประดับ โดยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับพฤติกรรม ความต้องการของผู้บริโภคเครื่องประดับสตรีชาวไทยมุสลิม
2. เพื่อสร้างสรรค์เครื่องประดับจากเอกลักษณ์ลวดลายมลายู ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเครื่องประดับสตรีชาวไทยมุสลิม และสามารถผลิตได้ในเชิงพาณิชย์



3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเอกลักษณ์ลวดลายมลายูผ่านงานแกะสลักไม้ โดยมุ่งเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการลงพื้นที่สำรวจ ลวดลายมลายูที่ประดับตกแต่งสถาปัตยกรรม หัตถกรรม และข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน จากพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นขุนละหาร จังหวัดนราธิวาส

3.2 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยออกเป็น 2 ด้าน คือ

ด้านการศึกษาและรวบรวมข้อมูล และด้านการสร้างสรรค์เครื่องประดับ

1. ขอบเขตด้านการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

- ทำการศึกษา เอกลักษณ์ลวดลายมลายูผ่านงานแกะสลักไม้ โดยการศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร การสัมภาษณ์ ร่วมกับการลงพื้นที่สำรวจ เก็บข้อมูลลวดลายประดับตกแต่งสถาปัตยกรรม งานหัตถกรรม และข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาวิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลาย

- วิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลาย ใน 3 ประเด็น คือ 1. ลักษณะลวดลาย 2. ลักษณะโครงสร้างของลาย และ3.การจัดองค์ประกอบของลวดลาย

- ทำการศึกษา วิเคราะห์ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเครื่องประดับสตรีชาวไทยมุสลิม โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์แบบคอนจอยท์ (Conjoint Analysis)

2. ด้านการสร้างสรรค์เครื่องประดับ

- กำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับที่แสดงเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิม ออกแบบร่างเครื่องประดับ จำนวน 3 ชุด

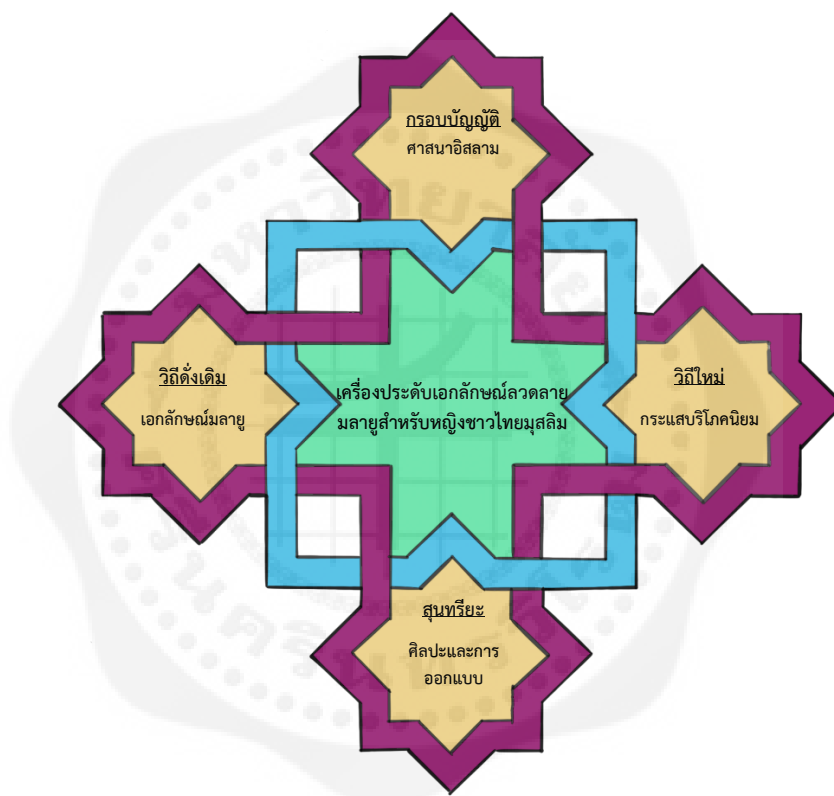
- ผลิตต้นแบบเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิม จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วยเครื่องประดับ 3 ชิ้น

4. สมมติฐานงานวิจัย

ลวดลายมลายูเป็นลวดลายที่มีเอกลักษณ์ เป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม หัตถกรรม และวิถีชีวิตของชาวมลายู ลวดลายบ่งบอกถึงสภาพสังคม ฐานะทางเศรษฐกิจ และสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอิทธิพลของศาสนา และต่างชาติที่เข้ามาในเวลานั้น แสดงถึงภูมิปัญญาทางความคิด และทักษะทางช่าง ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าสามารถนำมาบูรณาการเข้ากับการสร้างสรรค์เครื่องประดับสำหรับสตรีชาวมุสลิมได้ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ และการนำเสนอคุณค่าของวัฒนธรรมของชาวมลายูได้ ก่อให้เกิดการพัฒนาและการต่อยอดให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ช่วยผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

เครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับหญิงชาวไทยมุสลิม ผู้สร้างสรรค์เลือกใช้แนวคิดการออกแบบร่วมสมัย โดยกำหนดให้งานผลงานจะต้องสะท้อนความสมัยเก่า คือ สะท้อนวิถีชีวิตดั้งเดิม แสดงออกผ่านลวดลายมลายู และสะท้อนความสมัยใหม่ คือ กระแสบริโภคนิยม ของผู้บริโภคเครื่องประดับในปัจจุบัน เป็นการผสมผสานแนวคิดที่แสดงออกผ่านตัวเรือนและรูปแบบของชิ้นงาน ซึ่งการออกแบบเครื่องประดับอยู่ภายใต้แนวทางและข้อบัญญัติของศาสนาอิสลามร่วมกับหลักการออกแบบและสุนทรียะทางความงาม โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์



ภาพที่ 1-1 แนวคิดการสร้างเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับหญิงมุสลิม

องค์ประกอบของเครื่องประดับในงานวิจัย มี 2 องค์ประกอบ คือ

- 1) ส่วนเนื้อหา เครื่องประดับแสดงคุณค่าของเนื้อหาผ่านการศึกษาเอกลักษณ์ลวดลายมลายู ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนในอดีต ตลอดจนแสดงถึงการประยุกต์ใช้วัสดุ แนวคิด และอิทธิพลความเชื่อ
- 2) ส่วนรูปทรง เครื่องประดับแสดงคุณค่าของรูปทรงและทัศนธาตุ ผ่านการจัดวางตามแบบ เอกลักษณ์ของลวดลาย และรูปแบบการสร้างสรรค์ลาย ที่นำเสนอร่วมกับสี และวัสดุ ถูกพัฒนาไปสู่เครื่องประดับที่มีรูปทรงที่ตอบสนองกับผู้บริโภค

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1) เกิดองค์ความรู้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ที่แสดงถึงแนวทางการออกแบบเครื่องประดับโดยใช้ลวดลายทางวัฒนธรรมเป็นแรงบันดาลใจ

2) เกิดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่แสดงถึงเอกลักษณ์กลุ่มคนและพื้นที่ ทำให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้นผ่านผลงานเครื่องประดับ

3) เกิดได้ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาด นำไปสู่การผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย และการขอจดลิขสิทธิ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และใช้เป็นตัวอย่างและแรงบันดาลใจให้แก่ศิลปินนักออกแบบ ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนสามารถนำแนวคิด กระบวนการในการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องประดับไปพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับของตนเอง

งานวิจัยการสร้างสรรคเครื่องประดับจากเอกลักษณ์ลวดลายมลายู สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบเครื่องประดับให้มีเอกลักษณ์และมีความหลากหลายได้ นอกจากนี้องค์ความรู้เรื่องเอกลักษณ์ลวดลายสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการ เพื่อใช้ในการประยุกต์พัฒนาลวดลาย ไปสู่ผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่น ๆ ทั้ง ลายผ้า สิ่งทอ งานสื่อกราฟฟิก อีกทั้งรูปแบบกระบวนการในการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับจากทุนทางวัฒนธรรมในลักษณะใกล้เคียง ในพื้นที่อื่น ๆ ได้

ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับ สามารถนำมาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สามารถแยกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ด้านวิชาการ

- เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์และพัฒนารูปแบบเครื่องประดับจากทุนทางวัฒนธรรม
- เป็นส่วนหนึ่งของการระดมองค์ความรู้ทางวิชาการ

2. ด้านนโยบาย

- สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล การส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมในการผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

3. ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์

- พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับให้เกิดความต่าง สร้างเอกลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ สามารถแข่งขันกับตลาดได้

- ส่งเสริมช่องทางการตลาดใหม่ๆ ในการผลักดันสินค้าเชิงวัฒนธรรม

- สร้างโอกาสด้านอาชีพ และเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนได้

4. ด้านสังคม/ชุมชน

- สร้างกระแสการรับรู้ เป็นส่วนในการอนุรักษ์ ต่อยอด วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น

7. นิยามศัพท์

เครื่องประดับเชิงพาณิชย์ หมายถึง เครื่องประดับที่ผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายในเชิงธุรกิจ โดยมีการออกแบบ ผลิต และจัดจำหน่ายในปริมาณมากเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ลักษณะสำคัญของเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ ได้แก่ 1. ผลิตจากวัสดุที่หลากหลาย เช่น โลหะมีค่า อัญมณี หรือวัสดุทดแทน เพื่อให้มีความสวยงามและราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2. ดีไซน์ทันสมัย สอดคล้องกับแฟชั่นและความนิยมของตลาด มีการออกแบบให้มีรูปแบบ สี และขนาดที่หลากหลาย 3. ผลิตด้วยเทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ทันสมัย ทำให้สามารถผลิตได้ในปริมาณมากและมีคุณภาพสม่ำเสมอ และ 4. วางจำหน่ายอย่างแพร่หลาย ทั้งในร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า หรือช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย มีการสร้างแบรนด์และทำการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ ความน่าเชื่อถือ และดึงดูดลูกค้าให้เกิดการซื้อ กล่าวได้ว่า เครื่องประดับเชิงพาณิชย์จึงเป็นเครื่องประดับที่ผลิตขึ้นเพื่อขายและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ โดยเน้นที่คุณภาพ ความสวยงาม และความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

แดนใต้ หมายถึง พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่ทางตอนล่างของประเทศไทย ครอบคลุมจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส รวมถึงจังหวัดใกล้เคียง เช่น พัทลุง ตรัง และนครศรีธรรมราช ลักษณะสำคัญของดินแดนใต้ของไทย มีดังนี้ 1. ภูมิประเทศเป็นคาบสมุทรแคบและยาว มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลอ่าวไทยและทะเลอันดามัน มีภูเขา ป่าไม้ และที่ราบชายฝั่ง 2. มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีประชากรนับถือศาสนาพุทธ อิสลาม และศาสนาอื่น ๆ อาศัยอยู่ร่วมกัน 3. มีภาษาท้องถิ่นที่แตกต่างจากภาษาไทยกลาง เช่น ภาษายาวี ภาษามลายูถิ่น และภาษาไทยใต้ 4. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สำคัญ มีชายหาด แหล่งปะการัง วนอุทยาน รวมถึงโบราณสถานและศาสนสถานที่สำคัญ และ 5. มีความขัดแย้งและความไม่สงบในบางพื้นที่ โดยเฉพาะในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เนื่องจากความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม กล่าวได้ว่า ดินแดนใต้ของไทยเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทั้งในเชิงภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม แต่ในขณะเดียวกันก็มีความท้าทายในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในพื้นที่

ชาวมุสลิม หมายถึง ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งเป็นศาสนาเอกเทวนิยมที่เชื่อในพระเจ้าองค์เดียว คือ อัลลอฮ์ และศรัทธาในศาสนตามุฮัมมัดเป็นศาสนาดวงค์สุดท้าย ลักษณะสำคัญของชาวมุสลิม มีดังนี้ 1. ปฏิบัติตามหลักศรัทธา 6 ประการ ได้แก่ การศรัทธาต่ออัลลอฮ์ บรรดาทูตของอัลลอฮ์ คัมภีร์ ศาสนทูต วันโลกหน้า และกฎสถานะของอัลลอฮ์ 2. ปฏิบัติตามหลักปฏิบัติ 5 ประการ คือ การปฏิญาณตน การละหมาด การจ่ายซะกาต การถือศีลอด และการประกอบพิธีฮัจญ์ ณ นครมักกะฮ์ 3. ใช้คัมภีร์อัลกุรอานและแบบฉบับของท่านศาสดามุฮัมมัด (ซุนนะฮ์) เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต 4. ปฏิบัติตามข้อบัญญัติอิสลาม (ชะรีอะฮ์) ซึ่งครอบคลุมทุกมิติของวิถีชีวิต ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และจริยธรรม และ 5. มีความเป็นพี่น้องกันในหมู่มุสลิมด้วยกัน (อุคฺวะฮ์อิสลามียะฮ์) โดยไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว หรือสถานะทางสังคม กล่าวได้ว่า ชาวมุสลิมจึงเป็นผู้ที่ยึดมั่นในหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม โดยมี

จุดมุ่งหมายเพื่อการรักดีต่ออัลลอฮ์และการดำเนินชีวิตตามแบบฉบับของท่านศาสดามุฮัมมัด เพื่อความสันติสุขทั้งในโลกนี้และโลกหน้า

รัฐปาตานี หมายถึง รัฐที่เคยปกครองตนเองและมีอำนาจอธิปไตยในดินแดนบริเวณจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยในอดีต ก่อนที่จะถูกผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสยามประเทศในสมัยรัชกาลที่ 5 แห่งราชวงศ์จักรี ลักษณะสำคัญของรัฐปาตานี มีดังนี้ 1. เป็นรัฐมุสลิมที่มีการปกครองในระบอบสุลต่านและมีกษัตริย์ที่สืบเชื้อสายมาจากราชวงศ์ลองกอนหรือลังกาสุกะ 2. มีพื้นที่ครอบคลุมเขตจังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส สตูล และบางส่วนของจังหวัดสงขลาในปัจจุบัน 3. ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมลายูมุสลิมที่ใช้ภาษามลายูท้องถิ่น (ยาวิ) และมีวัฒนธรรมประเพณีที่ผสมผสานระหว่างอิสลามและมลายู 4. เคยเป็นศูนย์กลางการค้าและการเผยแผ่ศาสนาอิสลามที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีความสัมพันธ์กับรัฐและดินแดนมุสลิมอื่น ๆ และ 5. มีประวัติศาสตร์การต่อต้านและการต่อสู้เพื่อเรียกร้องเอกราชจากสยามและไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้เกิดความขัดแย้งและความรุนแรงในพื้นที่ กล่าวได้ว่า รัฐปาตานีจึงเป็นรัฐที่มีประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากส่วนอื่น ๆ ของประเทศไทย แม้ปัจจุบันจะไม่ได้มีสถานะเป็นรัฐอธิปไตยแล้ว แต่ชาวมลายูมุสลิมบางส่วนยังคงมีความปรารถนาที่จะธำรงรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมและเรียกร้องการปกครองตนเอง

ลวดลายมลายู หมายถึง ลวดลายประดับตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะและวัฒนธรรมมลายู ซึ่งพบได้ในงานหัตถกรรม สถาปัตยกรรม และงานศิลปะต่าง ๆ ในดินแดนที่มีวัฒนธรรมมลายูรวมถึงจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย ลักษณะสำคัญของลวดลายมลายู มีดังนี้ 1. มีรูปแบบที่เป็นนามธรรม (Abstract) และรูปธรรม (Figurative) โดยได้รับอิทธิพลจากธรรมชาติ เรขาคณิต และศาสนาอิสลาม 2. ใช้ลายเส้นโค้ง (Curve) และลายเส้นตรง (Straight) ในการสร้างลวดลายที่มีความสมดุลและสมมาตร (Symmetry) 3. มีการใช้ลายดอกไม้ (Floral Pattern) ลายใบไม้ (Leaf Pattern) และลายผลไม้ (Fruit Pattern) ที่มีความอ่อนช้อยงดงาม สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ 4. มีการใช้ลายเรขาคณิต (Geometric Pattern) ที่มีความซับซ้อน เช่น ลายดาว (Star) ลายวงกลม (Circle) และลายสี่เหลี่ยม (Square) ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นเอกภาพและความศรัทธาในพระเจ้า และ 5. มีการใช้สีที่สดใส โดยเฉพาะสีเขียว สีเหลือง และสีทอง ซึ่งเป็นสีที่มีความหมายมงคลในวัฒนธรรมมลายูและอิสลาม กล่าวได้ว่า ลวดลายมลายูจึงเป็นงานศิลปะที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ผสมผสานความงดงามของธรรมชาติ ความประณีตของเรขาคณิต และคติความเชื่อทางศาสนาเข้าไว้ด้วยกัน สะท้อนถึงวิถีชีวิต จิตวิญญาณ และภูมิปัญญาของชาวมลายูได้เป็นอย่างดี

8. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ดำเนินงานวิจัยในแบบผสม (Mixed Method Research) ใช้วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ได้แบ่งการดำเนินงานวิจัยวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษา วิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลายมลายู ผู้วิจัยศึกษาข้อมูล 2 ประเภท คือ ข้อมูลเอกสาร โดยวิเคราะห์จากผู้ให้ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : ประชากรในการให้ข้อมูลเอกลักษณ์ลวดลายมลายู ทำการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 3 ท่าน
2. เครื่องมือในการวิจัย : แบบสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์เก็บข้อมูลเชิงลึก แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายมลายู
3. การวิเคราะห์ข้อมูล : วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลายมลายู โดยวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างลวดลายมลายูจากกลุ่มตัวอย่างลวดลายแกะสลักไม้ในงานสถาปัตยกรรม งานหัตถกรรม และข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : กลุ่มตัวอย่างงานแกะสลักไม้ในงานสถาปัตยกรรม งานหัตถกรรม และข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ที่เก็บรักษาโดยพิพิธภัณฑ์จากพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นขุนละหาร จังหวัดนราธิวาส
2. เครื่องมือในการวิจัย : แบบวิเคราะห์
3. การวิเคราะห์ข้อมูล : วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบมุ่งประเด็น มีการกำหนดประเด็นในการวิเคราะห์ลวดลาย คือ 1.ลักษณะและโครงสร้างของลาย 2.การจัดองค์ประกอบของลวดลาย และ3.อิทธิพลและความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในลวดลาย

ขั้นตอนที่ 3 ทำการศึกษา วิเคราะห์ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเครื่องประดับชาวมุสลิม เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคเครื่องประดับหญิงมุสลิม

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : ประชากรในการให้ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ทำการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้บริโภคเครื่องประดับสตรีชาวไทยมุสลิม จำนวน 300 คน อ้างอิงจากจำนวนประชากรมุสลิมหญิงในกรุงเทพฯ โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดประชากรตามหลักของ Taro Yamane ค่าความคาดเคลื่อน 10
2. เครื่องมือในการวิจัย : แบบสอบถาม
3. การวิเคราะห์ข้อมูล : วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างสรรค์เครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิม ผู้วิจัยทำการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับ จำนวน 3 ชุด ทำการคัดเลือกและผลิตเป็นเครื่องประดับต้นแบบตลอดจนประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ผู้ให้ข้อมูลประเมินแบบร่างเพื่อผลิตเครื่องประดับ ทำการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนั้นออกแบบเครื่องประดับ จำนวน 3 ท่าน

1.2 ผู้ประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบเครื่องประดับ ทำการคัดเลือกแบบสุ่มแบบ ivo้ตัว จากผู้บริโภคเครื่องประดับหญิงมุสลิม จำนวน 100 คน

2. เครื่องมือในการวิจัย :

2.1 แบบประเมินแบบร่างเครื่องประดับ

2.2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบเครื่องประดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล : วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพพร้อมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา



9. ระยะเวลาการดำเนินงานโครงการวิจัย

ระยะเวลาโครงการ 12 เดือน

ลำดับ	แผนงาน / กิจกรรม	ระยะเวลา 1 ปี ตามสัญญาทุน												ร้อยละของกิจกรรม	ผลผลิต
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	ดำเนินการยื่นขอรับการพิจารณาจริยธรรมวิจัยในมนุษย์													5	ใบรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์
2	การศึกษาข้อมูลลวดลายมลายู													5	ข้อมูลลวดลายมลายู
3	การลงพื้นที่ศึกษา/วิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลายมลายู													20	ผลการวิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลายมลายู
4	การเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับชาวมุสลิมและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค													20	ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับชาวมุสลิม
5	การกำหนดกลยุทธ์และแนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับ													5	เงื่อนไขและข้อกำหนดในการออกแบบ
6	การออกแบบร่างและการคัดเลือกแบบร่าง													10	แบบร่าง 3 แบบร่าง
7	การผลิตต้นแบบเครื่องประดับ													20	เครื่องประดับ 1 ชุด
8	การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อต้นแบบเครื่องประดับ													10	ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ
9	สรุปผลและจัดทำเล่มรายงานวิจัย													5	เล่มรายงานวิจัย

บทที่ 2

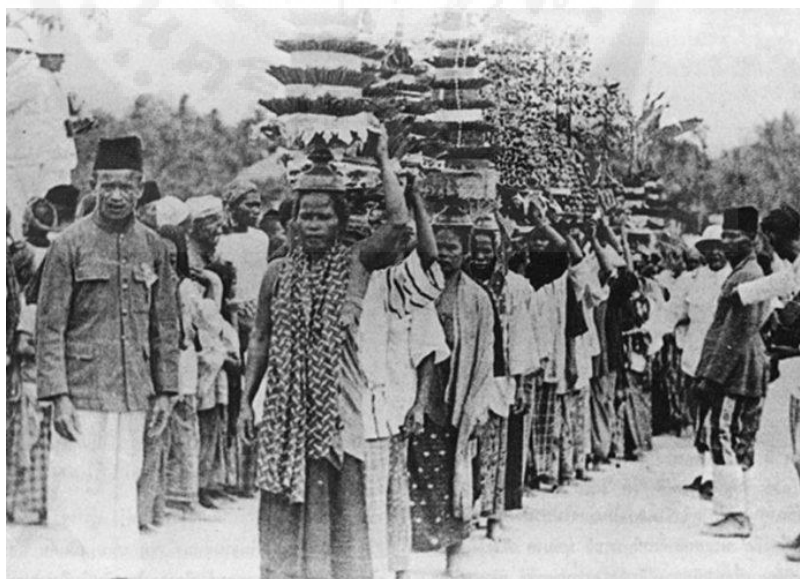
การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย” เป็นงานวิจัยที่มุ่งเน้นการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับในเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์สะท้อนเอกลักษณ์วัฒนธรรม ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมและการออกแบบโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางที่ตอบสนองกับกลุ่มผู้บริโภค มีการศึกษาทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. บริบทมลายูปาตานี

1.1 คนมลายู ปาตานี : ประวัติศาสตร์ พื้นที่ และทรัพยากร

ปาตานีเป็นดินแดนที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น ผู้คนในพื้นที่นี้ส่วนใหญ่เป็นชาวมลายูมุสลิมที่มีวิถีชีวิต ภาษา ศาสนา และประเพณีที่แตกต่างจากคนไทยส่วนใหญ่ในประเทศ บทความนี้มุ่งศึกษาประวัติศาสตร์ พื้นที่ และอัตลักษณ์ของคนมลายูปาตานี เพื่อทำความเข้าใจถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมและสถานการณ์ปัจจุบันของผู้คนในพื้นที่ อันจะนำไปสู่การสร้างสังคมพหุวัฒนธรรมที่เข้าใจและเคารพความแตกต่างหลากหลาย



ภาพที่ 4-1 ชาวพื้นเมืองปัตตานี ซึ่งสืบเชื้อสายมาจากชาติพันธุ์มลายู

ที่มา : อหัมมัด สมบูรณ์ บัวหลวง. (2563). วิถีมลายู คนพื้นเมืองอุษาคเนย์. สืบค้นจาก https://www.silpa-mag.com/history/article_6553

1.1.1 ประวัติศาสตร์ปัตตานี: จากรัฐมลายูมุสลิมสู่ส่วนหนึ่งของประเทศไทย

รัฐปัตตานีมีประวัติศาสตร์ยาวนานและมีความซับซ้อน โดยมีการตั้งถิ่นฐานของชาวมลายูในภูมิภาคนี้ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ปัตตานีเคยเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรสุลต่านที่มีอำนาจ โดยเฉพาะในศตวรรษที่ 15-17 ซึ่งเป็นช่วงที่รัฐปัตตานีมีความรุ่งเรืองในด้านการค้าและวัฒนธรรม รัฐปัตตานีได้รับอิทธิพลจากศาสนาอิสลาม ซึ่งเข้ามาผ่านการค้าและความสัมพันธ์กับอาณาจักรอื่น ๆ เช่น มลายู และอาณาจักรเปอร์เซีย พวกเขาได้นำเอาวัฒนธรรม ภาษา และศิลปะต่าง ๆ มาผสมผสานในท้องถิ่นอย่างมีสีสัน นอกจากนี้ ปัตตานียังมีตลาดการค้าที่เคยเป็นที่รู้จักในภูมิภาคนี้ โดยมีการซื้อขายสินค้าหลายประเภท เช่น เครื่องเทศ ผ้าไหม และทองคำ

ตามประวัติศาสตร์รัฐปัตตานีเป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะในภาคใต้ของประเทศไทย ประวัติของรัฐปัตตานีมีหลากหลายมิติ แบ่งออกเป็นหลายช่วงเวลา ในอดีต ช่วงศตวรรษที่ 15 ปัตตานีได้ก่อตั้งอาณาจักรสุลต่านซึ่งมีความสำคัญในด้านการค้าและวัฒนธรรม วัฒนธรรมมลายูและการเผยแพร่ศาสนาอิสลามในภูมิภาคนี้เริ่มก่อตัวขึ้น และมีบทบาทสำคัญในสังคมท้องถิ่น (สุชาติ เศรษฐมาลินี, 2560) โดยแบ่งออกเป็นช่วงยุคหลัก ๆ ได้ดังนี้

ในช่วงยุคโบราณ แหล่งโบราณคดีหลายแห่งในปัตตานี เช่น อำเภอบัตตานี มีหลักฐานว่าเป็นพื้นที่ที่มีการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ โดยเฉพาะการค้าและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับชาติอื่น เช่น จีนและอินเดีย (วงศ์สว่าง, 2560) เครื่องมือและวัตถุโบราณที่พบรวมถึงเครื่องเงินและเครื่องปั้นดินเผา แสดงให้เห็นถึงอารยธรรมที่เจริญรุ่งเรือง

ในศตวรรษที่ 18 รัฐปัตตานีต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง เมื่ออังกฤษเริ่มเข้ามามีอิทธิพลในภูมิภาคนี้ ส่งผลให้รัฐปัตตานี ต้องพยายามรักษาเอกราชในฐานะรัฐอิสระ ทว่ามีการควบคุมที่แข็งแกร่งของ ไทย และในปี 1902 รัฐปัตตานีก็กลายเป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทย อย่างเต็มรูปแบบ (ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, 2558) แบบแผนการปกครองและการบริหารเปลี่ยนไปมาก ส่งผลต่อโครงสร้างสังคมและการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

ในปี 1902 รัฐปัตตานีถูกประกาศให้เป็นจังหวัดหนึ่งของสยาม (ไทย) ซึ่งนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในโครงสร้างการปกครอง ทำให้มีการบริหารรัฐโดยรัฐบาลกลางของไทยมากขึ้น การปรับระบบการศึกษาก็เกิดขึ้น เพื่อพัฒนาให้ทันสมัยตามยุคสมัย นอกจากนี้ในช่วงเวลานั้นมีการส่งเสริมการใช้ภาษาไทย ทำให้ภาษาและวัฒนธรรมของชาวมลายูในปัตตานีเริ่มหายไป

ในปี 1932 รัฐไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย และการเมืองในภาคใต้เริ่มมีความตึงเครียดมากขึ้น ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลไทยมีการพยายามสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในสังคมไทย ซึ่งรวมถึงการบังคับให้ชาวมลายูใช้ภาษาไทย (สุชาติ เศรษฐมาลินี, 2560)

ในปี 2000 เป็นต้นมา พื้นที่ปัตตานีได้กลายเป็นที่สนใจจากเหตุการณ์ความไม่สงบ ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มต่าง ๆ ที่เรียกร้องสิทธิและความเท่าเทียม รวมถึงอิสรภาพของประชาชนในพื้นที่ (จันทรา, 2564) เหตุการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นได้สร้างผลกระทบต่อชีวิตของ

ประชาชน และยังคงเป็นปัญหาที่ท้าทายรัฐบาลไทยในการสร้างความสงบสุขและการพัฒนาในพื้นที่

กล่าวได้ว่า รัฐปัตตานีมีประวัติศาสตร์อันยาวนานที่สะท้อนถึงเปลี่ยนแปลงทางการเมือง สังคม และวัฒนธรรม ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้ว่าในช่วงหลังจะประสบกับปัญหาความไม่สงบ แต่รัฐปัตตานียังคงมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีบทบาทสำคัญในฐานะพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่หลากหลาย

1.1.2 พื้นที่ปาตานี: ภูมิศาสตร์ ทรัพยากร และความหลากหลายทางชีวภาพ

รัฐปาตานี เป็นรัฐหนึ่งที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีพื้นที่ส่วนใหญ่ครอบคลุมในประเทศมาเลเซียและประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสงขลา มีพื้นที่ประมาณ 13,000 ตารางกิโลเมตร



ภาพที่ 4-2 ดินแดน “รัฐปาตานี”

ที่มา : ฐานเศรษฐกิจ. (2566). เข้าใจแนวคิด แบ่งแยกดินแดน “รัฐปาตานี” วาทกรรมที่ถูกผลิตซ้ำ ผ่านงานวิจัย. สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/news/general-news/567711>

ลักษณะภูมิศาสตร์

พื้นที่ป่าตานิตั้งอยู่ในภาคใต้ของประเทศไทย โดยมีเขตแดนติดกับจังหวัดยะลา นราธิวาส และสงขลา รวมถึงมีแนวชายฝั่งติดทะเลอันดามัน โดยมีพื้นที่รวมประมาณ 1,944 ตารางกิโลเมตร ป่าตานิมีลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลาย จากภูเขาสูงในเขตตะวันตก จนถึงที่ราบขนาดใหญ่ในส่วนกลางและเหนือของป่าตานิ ทำให้บริเวณนี้มีระบบนิเวศที่แตกต่างกันไปตามลักษณะภูมิประเทศ (กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2564)

สภาพภูมิอากาศในพื้นที่ป่าตานิเป็นแบบเขตร้อน มีฤดูฝนที่ยาวนานและฤดูร้อน โดยปกติแล้ว ปริมาณฝนตกเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ประมาณ 2,500 มิลลิเมตร โดยมักจะมีฤดูฝนตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม ซึ่งส่งผลให้มีความอุดมสมบูรณ์ในด้านทรัพยากรธรรมชาติ (สำนักอนุรักษ์มัตวิทยา, 2564)

ทรัพยากร

ในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ป่าตานิมีทรัพยากรที่มีคุณค่าและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายประเภท เช่น ป่าไม้ แหล่งน้ำ และทรัพยากรสัตว์น้ำ โดยเฉพาะในทะเลอันดามัน ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสัตว์น้ำที่สำคัญ เช่น ปลา กุ้งและหอย (สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดปัตตานี, 2565) โดยทรัพยากรหลักมีดังนี้

- 1) ทรัพยากรป่าไม้: ป่าตานิมีป่าไม้ที่หลากหลาย รวมถึงป่าเบญจพรรณ ป่าฝนชื้นเขตร้อน และป่าชายเลน ซึ่งอุดมไปด้วยพืชและสัตว์ต่าง ๆ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นแหล่งอนุรักษ์ชีวภาพ แต่ยังเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ เช่น การเก็บผลไม้ป่า การทำเกษตรกรรมแบบยั่งยืน เป็นต้น (กรมป่าไม้, 2563)
- 2) ทรัพยากรน้ำ: แหล่งน้ำในป่าตานิประกอบด้วยแม่น้ำ บ่อน้ำ และแหล่งน้ำธรรมชาติอื่น ๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเกษตรและการดำรงชีวิตของประชาชน (สถาบันวิจัยและพัฒนา, 2564)
- 3) ทรัพยากรสัตว์น้ำ: พื้นที่ทะเลอันดามันรอบป่าตานิเป็นแหล่งเพาะพันธุ์และที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำมากมาย เช่น แนวปะการัง ปลาหมึก และสัตว์น้ำอื่น ๆ ซึ่งมีความสำคัญต่อระบบนิเวศทางทะเลและเศรษฐกิจในพื้นที่ (ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงทะเล, 2565)

ความหลากหลายทางชีวภาพ

ความหลากหลายทางชีวภาพในป่าตานิเป็นหนึ่งในข้อได้เปรียบที่สำคัญ โดยมีทั้งพืชและสัตว์ที่มีความหลากหลายสูง ซึ่งบางชนิดเป็นพืชและสัตว์เฉพาะถิ่นที่ไม่สามารถพบได้ในที่อื่น ๆ นอกจากนี้ สถานที่ต่าง ๆ ในป่าตานิยังเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าหายาก รวมถึงนกชนิดต่าง ๆ เช่น นกกระเรียน และสัตว์เลื้อยคลานด้วยนมเช่น เสือโคร่ง (กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2564) การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ป่าตานิจึงมีความสำคัญ เนื่องจากจะช่วยรักษาสมดุลของระบบนิเวศ รวมถึงส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในภูมิภาค การสร้างพื้นที่คุ้มครอง การส่งเสริมกิจกรรมอนุรักษ์ และการ

มีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ จะช่วยให้ความหลากหลายทางชีวภาพในป่าดงดิบได้รับการปกป้องอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาค 16, 2563)

1.1.3 พื้นที่ป่าดงดิบในฐานะส่วนหนึ่งของไทย: พลวัตและการเปลี่ยนแปลง

พื้นที่ป่าดงดิบเป็นหนึ่งในจังหวัดชายแดนใต้ของประเทศไทยที่มีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานและวัฒนธรรมที่หลากหลาย ชาวมลายูเป็นกลุ่มชาติพันธุ์หลักในพื้นที่นี้ และมีการดำรงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามซึ่งมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในชุมชนอย่างมาก ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา พื้นที่ป่าดงดิบเผชิญกับพลวัตและการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผลมาจากการมีอิทธิพลจากชาติต่าง ๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงภายในประเทศเอง อาณาจักรปัตตานีเคยเป็นอาณาจักรที่รุ่งเรืองในศตวรรษที่ 15-16 ที่มีการค้าขายกับสยาม มลายู และจีน อาณาจักรนี้ก้าวข้ามขอบเขตของเขตแดนและวัฒนธรรม สร้างบรรยากาศที่หลากหลาย เมื่อสยามเข้ามามีอิทธิพลในการเมืองปัตตานีในปี 1902 เขตรัฐปัตตานีกลายเป็นจังหวัดหนึ่งของไทย ทำให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประชาชนในพื้นที่นี้ถูกปรับเปลี่ยน (มนตรี, 2565) การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้ไปกับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนและรัฐบาลกลาง แต่ยังส่งผลให้เกิดความตึงเครียดทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งสะท้อนผ่านการกลับคืนสู่รากเหง้าทางวัฒนธรรมของชาวมลายู โดยจะสามารถสรุปความเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดที่เป็นพลวัตได้ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

พลวัตทางสังคม

พลวัตทางสังคมของพื้นที่ปัตตานีได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและนโยบายของประเทศไทย ชาวมลายูในปัตตานีมีวัฒนธรรม ภาษา และความเชื่อที่แตกต่างจากชาวไทยทั่วไป ทำให้เกิดความรู้สึกแปลกแยกและความไม่พอใจต่อการบริหารจัดการของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันชุมชนท้องถิ่นในปัตตานีกำลังพยายามสร้างสำนึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของตนเอง โดยการฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรม รวมถึงการสร้างความรู้ในหมู่คนรุ่นใหม่เกี่ยวกับความสำคัญของวัฒนธรรมมลายู (สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดปัตตานี, 2565) นอกจากนี้ ความไม่สงบในพื้นที่ยังส่งผลกระทบต่อระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในปัตตานี สถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้นทศวรรษ 2000 ส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องเผชิญกับความยากลำบากทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในเรื่องการศึกษาและการหางานทำ นโยบายรัฐบาลที่ไม่ได้เข้าใจบริบทของชาวมลายูในปัตตานีทำให้เกิดความขัดแย้งที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น (สมาคมนักวิชาการอิสลามศึกษา, 2564)

พลวัตทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจในพื้นที่ปัตตานีมีความหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับภาคเกษตรกรรมและการประมง พื้นที่ปัตตานีมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เช่น ป่าไม้ แหล่งน้ำ และทรัพยากรสัตว์น้ำที่มีความหลากหลาย สินค้าเกษตรที่มีชื่อเสียง เช่น ข้าว มันสำปะหลัง และผลไม้ท้องถิ่น ดึงดูดตลาดในประเทศและต่างประเทศ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) การพัฒนาเศรษฐกิจในปัตตานียังคงถูกจำกัดโดยปัญหาความไม่สงบและความขัดแย้งทางสังคม ทำให้การลงทุนในพื้นที่ยังต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้ของประเทศไทย ความไม่แน่นอนทางการเมืองและความมั่นคงทำให้ผู้ประกอบการลังเลที่จะเข้าไปลงทุน ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่ขาดโอกาสในการทำงานและการพัฒนา ฐานะเศรษฐกิจ

จึงยังคงอยู่ในลักษณะท้องถิ่นไม่สามารถเติบโตได้เท่าที่ควร (ฐานข้อมูลข้อมูลเศรษฐกิจและสังคมจังหวัดชายแดนใต้, 2565)

พลวัตทางการเมือง

การบริหารจัดการทางการเมืองในพื้นที่ปัตตานีได้รับอิทธิพลจากรัฐไทยในหลายด้าน โดยเฉพาะในเรื่องนโยบายการพัฒนาที่มักจะมีการกำหนดจากส่วนกลางมากกว่าที่จะให้ประชาชนในพื้นที่เป็นคนกำหนด นโยบายที่มุ่งเน้นการปกครองและการปฏิบัติการของรัฐหวังลดความขัดแย้ง แต่กลับกลายเป็นว่าทำให้ชาวมลายูรู้สึกถึงการถูกกดขี่มากยิ่งขึ้น (กองศึกษาวิจัยและพัฒนามลายู, 2564) ความพยายามในการสร้างความสงบสุขในพื้นที่ปัตตานีจึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน รวมถึงการส่งเสริมการสร้าง ความเข้าใจระหว่างรัฐไทยและชุมชนมลายู การให้ประชาชนมีบทบาทในการกำหนดนโยบายจะช่วยให้การพัฒนาที่มีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ความร่วมมือระหว่างชุมชนในการสร้างความเข้าใจและการพัฒนามีความสำคัญในการลดความตึงเครียดระหว่างกลุ่มต่าง ๆ (รัฐบาลไทย, 2565)

การพัฒนานาคตของปัตตานี

การพัฒนาพื้นที่ปัตตานีในอนาคตจำเป็นต้องคำนึงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ควรมีการสร้างกลไกที่เปิดให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการวางแผนพัฒนา การลงทุนในด้านการศึกษา การสร้างงาน และการพัฒนาท้องถิ่นจะช่วยให้ชาวมลายูในปาตานีรู้สึกมีคุณค่าในสังคมและสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้ แนวทางการพัฒนาสามารถรวมถึงการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเน้นการส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว และยังเป็นการสร้าง ความเข้าใจระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น โดยอาจจะมี การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานเทศกาลการแสดงศิลปวัฒนธรรม และการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำอาหารท้องถิ่น

กล่าวได้ว่า พื้นที่ปัตตานีมีพลวัตและการเปลี่ยนแปลงที่สามารถมองเห็นได้จากประวัติศาสตร์และการพัฒนาตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและความสัมพันธ์ระหว่างรัฐไทยและชุมชนมลายูในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน จำเป็นต้องมีการตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเข้าใจและการเคารพต่อวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกระดับจึงเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความสงบสุขและความเจริญรุ่งเรืองให้กับพื้นที่ปัตตานีในอนาคต

1.2 เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมลายูปาตานี

ปาตานีเป็นดินแดนที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เก่าแก่และโดดเด่น ผู้คนในแถบนี้มีวิถีชีวิต ประเพณี และความเชื่อที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งหล่อหลอมขึ้นจากการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมมลายู วัฒนธรรมอิสลาม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ก่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและน่าสนใจ บทความนี้มุ่งศึกษาและวิเคราะห์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมลายูปาตานี โดยพิจารณาจากมิติต่างๆ ทั้งภาษา ศาสนา ประเพณี ศิลปะ และวิถีชีวิต เพื่อให้เกิดความเข้าใจและความซาบซึ้งในมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่านี้

1.2.1 ภาษามลายูปาตานี: เอกลักษณ์และการสืบทอด

ภาษามลายูปาตานีเป็นภาษาที่ใช้พูดกันอย่างแพร่หลายในหมู่ชาวมลายูปาตานี และเป็นภาษาแม่ของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ ภาษามลายูปาตานีมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากภาษามลายูกลาง โดยมีสำเนียง คำศัพท์ และสำนวนที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (Ahmad, 2018) ภาษามลายูปาตานียังได้รับอิทธิพลจากภาษาอาหรับและภาษาไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่ยาวนาน

ภาษามลายูปาตานีไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของ อัตลักษณ์และความภาคภูมิใจของชาวมลายูปาตานี การใช้ภาษามลายูปาตานีในชีวิตประจำวัน ในพิธีกรรมทางศาสนา และในงานวรรณกรรมท้องถิ่น ช่วยธำรงรักษาและสืบทอดวัฒนธรรมมลายูปาตานี ให้คงอยู่ (Joll, 2011) อย่างไรก็ตาม ภาษามลายูปาตานีกำลังเผชิญกับความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์และการครอบงำทางวัฒนธรรม จึงจำเป็นต้องมีความพยายามในการอนุรักษ์และส่งเสริมการใช้ภาษานี้ในหมู่คนรุ่นใหม่

1.2.2 ศาสนาอิสลาม: รากฐานของวัฒนธรรมมลายูปาตานี

ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาหลักของชาวมลายูปาตานี และมีบทบาทสำคัญในการกำหนดวิถีชีวิต ค่านิยม และประเพณีของผู้คน การเข้ามาของอิสลามในปาตานีเริ่มขึ้นตั้งแต่ราวคริสต์ศตวรรษที่ 15 และได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์มลายูปาตานีนับแต่นั้นเป็นต้นมา (Madmarn, 2009) ชาวมลายูปาตานีให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามหลักคำสอนของอิสลาม ทั้งในเรื่องของการละหมาด การถือศีลอด การบริจาคทาน และการประกอบพิธีฮัจญ์



ภาพที่ 4-3 มัสยิดกรือเซะ เป็นมัสยิดประจำเมืองอดีตของปัตตานี สร้างในรัชสมัยสุลต่านมูซัฟฟาร์ ชาร์ เป็นเจ้าเมืองปัตตานี (พ.ศ. 2073-2017)

ศาสนาอิสลามยังมีอิทธิพลอย่างมากต่อขนบธรรมเนียมประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ ของชาวมลายูปัตตานี เช่น พิธีเข้าสู่หนัต พิธีแต่งงาน และพิธีศพ ซึ่งล้วนแล้วแต่ผสมผสานระหว่างหลักปฏิบัติของอิสลามกับประเพณีท้องถิ่น (Satha-anand, 1987) นอกจากนี้ สถาบันทางศาสนา เช่น มัสยิด โรงเรียนสอนศาสนา และสำนักจริยธรรม ยังเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ การถ่ายทอดวัฒนธรรม และการสร้างความสามัคคีในชุมชนมลายูปัตตานีอีกด้วย

1.2.3 ประเพณีและพิธีกรรม: การผสมผสานระหว่างอิสลามและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ชาวมลายูปัตตานีมีประเพณีและพิธีกรรมที่หลากหลาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างหลักปฏิบัติของศาสนาอิสลามกับความเชื่อและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น ประเพณีเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในหมู่ชาวมลายูปัตตานี (Horstmann, 2011) ตัวอย่างของประเพณีและพิธีกรรมที่สำคัญ ได้แก่

- ประเพณีมะโรง (Maulid Nabi): เป็นพิธีเฉลิมฉลองวันประสูติของศาสดามุฮัมมัด โดยมีการอ่านบทสวดมนต์ การเล่าประวัติศาสตร์ และการเลี้ยงอาหารแก่ผู้ร่วมงาน (Satha-anand, 1987)
- พิธีกินเหนียว (Hari Raya Aidilfitri): เป็นประเพณีเฉลิมฉลองเนื่องในวันสิ้นสุดการถือศีลอดในเดือนรอมฎอน มีการละหมาดร่วมกัน การเยี่ยมเยียนญาติมิตร และการรับประทานอาหารร่วมกัน (Madmarn, 2009)
- พิธีเข้าสู่หนัต (Khitan): เป็นพิธีขลิบหนังหุ้มปลายอวัยวะเพศชาย ซึ่งถือเป็นการเข้าสู่วัยหนุ่มและการเป็นสมาชิกที่สมบูรณ์ของชุมชนมุสลิม มักจัดขึ้นเมื่อเด็กชายมีอายุประมาณ 7-12 ปี (Horstmann, 2011)

- พิธีกินอกบ้าน (Aqiqah): เป็นพิธีเฉลิมฉลองการให้กำเนิดบุตร โดยมีการเชือดสัตว์เป็นพลีกรรมและการตั้งชื่อให้แก่ทารก เพื่อแสดงความขอบคุณต่อพระเจ้าและต้อนรับสมาชิกใหม่สู่ครอบครัว (Joll, 2011)

ประเพณีและพิธีกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงความศรัทธาและการยึดมั่นในหลักคำสอนของอิสลามเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงคุณค่าและวิถีชีวิตของชาวมลายูปาตานีที่มีความสำคัญกับครอบครัว ชุมชน และการแบ่งปัน การสืบสานประเพณีเหล่านี้จึงเป็นการธำรงรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคมมลายูปาตานี

1.2.4 ศิลปะและหัตถกรรม: ภูมิปัญญาและฝีมือชาวมลายูปาตานี

ศิลปะและหัตถกรรมของชาวมลายูปาตานีเป็นอีกหนึ่งมิติที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น งานศิลปหัตถกรรมของปาตานีมีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน โดยได้รับอิทธิพลทั้งจากศิลปะอิสลามและวัฒนธรรมท้องถิ่นของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Nurulhuda, 2019) ตัวอย่างของงานศิลปหัตถกรรมที่สำคัญ ได้แก่

- ผ้าบาติก: เป็นผ้าที่มีลวดลายซึ่งเกิดจากการใช้เทียนเขียนลายและย้อมสี ผ้าบาติกปาตานีมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ลายเกอแบ๊ะ ลายตาเป๊ะ และลายลีเล๊ะ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น (Syed Mahdzar, 2018)
- เครื่องเงิน เครื่องทอง: ปาตานีมีชื่อเสียงในด้านการทำเครื่องเงินมาแต่โบราณ ช่างฝีมือชาวมลายูปาตานีสามารถสร้างสรรค์เครื่องประดับและของใช้ที่ทำจากเงินได้อย่างประณีตและสวยงาม โดยมีการตกแต่งด้วยลวดลายอิสลามและลายเรขาคณิตที่ซับซ้อน (Abdullah, 2015)
- อาหารพื้นเมือง: อาหารพื้นเมืองของชาวมลายูปาตานีมีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งเกิดจากการผสมผสานวัตถุดิบและเครื่องปรุงท้องถิ่น เช่น ข้าวยาปักซี่ได้ แกงเหลื่อง และโรตีสกรอบ อาหารเหล่านี้ไม่เพียงแต่มีคุณค่าทางโภชนาการเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงวิถีชีวิตและภูมิปัญญาด้านการปรุงอาหารของชาวมลายูปาตานีอีกด้วย (Sari et al., 2017)
- หัตถกรรมไม้แกะสลัก: งานศิลปหัตถกรรมและอาหารพื้นเมืองเหล่านี้ไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงทักษะและความคิดสร้างสรรค์ของชาวมลายูปาตานีเท่านั้น แต่ยังเป็นการสืบทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน การส่งเสริมและพัฒนาศิลปหัตถกรรมและอาหารพื้นเมืองจึงเป็นส่วนสำคัญในการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของมลายูปาตานีให้คงอยู่สืบไป

1.2.5 วิถีชีวิตชุมชน: ความสามัคคีและการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

วิถีชีวิตของชาวมลายูปาตานีมีลักษณะเป็นชุมชนที่เหนียวแน่นและมีความสามัคคี ผู้คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (Jory, 2013) ในชุมชนมลายูปาตานี ครอบครัวและเครือญาติมีบทบาทสำคัญในการให้การสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นในยามทุกข์ยากหรือในโอกาสพิเศษต่าง ๆ นอกจากนี้ ชุมชนมลายูปาตานียังมีระบบการช่วยเหลือพึ่งพากันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลงแขกทำนา การช่วยกันสร้างบ้าน และการระดมทุนเพื่อสาธารณประโยชน์ (Yusuf, 2007) กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยแบ่งเบาภาระและสร้างความเป็นปึกแผ่นให้แก่ชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ร่วมของชาวมลายูปาตานีอีกด้วย



ภาพที่ 4-4 กิจกรรมแข่งขันประชันเสียงนกเขาและนกกรงหัวจุก



ภาพที่ 4-5 โรตีสีและมะตะบะ : อาหารท้องถิ่นยอดนิยมที่หาทานได้ในภาคใต้



ภาพที่ 4-6 นาซิดาแม : อาหารเอกลักษณ์คนมลายูปาดานี

อย่างไรก็ตาม วิถีชีวิตชุมชนแบบดั้งเดิมของชาวมลายูปาดานีกำลังเผชิญกับความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ การอพยพย้ายถิ่นของคนรุ่นใหม่เพื่อไปทำงานในเมืองใหญ่ การเข้ามาของวัฒนธรรมบริโภคนิยม และความขัดแย้งทางการเมือง ล้วนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความสัมพันธ์ในชุมชน (Joll, 2011) ดังนั้น การธำรงรักษาและปรับตัวของวิถี

ชีวิตชุมชนจึงเป็นความท้าทายสำคัญในการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมลายูปาตานีในบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

กล่าวได้ว่า เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมลายูปาตานีเป็นมรดกอันล้ำค่าที่สั่งสมและสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน เอกลักษณ์นี้เกิดจากการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมมลายู วัฒนธรรมอิสลาม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ก่อให้เกิดเป็นภาษา ศาสนา ประเพณี ศิลปะ และวิถีชีวิตที่โดดเด่นและมีเสน่ห์ การศึกษาและทำความเข้าใจเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมลายูปาตานีจึงมีความสำคัญในการสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในรากเหง้าทางวัฒนธรรมของผู้คนในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมลายูปาตานีกำลังเผชิญกับความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ และความขัดแย้งทางการเมือง การธำรงรักษาและสืบสานเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นภารกิจสำคัญที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งจากชุมชนมลายูปาตานีเอง หน่วยงานภาครัฐ และภาคประชาสังคม ควรมีการส่งเสริมการเรียนรู้และการสืบทอดวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น การจัดการเรียนการสอนภาษามลายูปาตานีในโรงเรียน การอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม การสนับสนุนการสร้างสรรคผลงานศิลปะและหัตถกรรม และการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้มีส่วนร่วม

นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ปาตานีก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการอนุรักษ์และสร้างคุณค่าให้กับเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมลายูปาตานี โดยการนำเสนอวิถีชีวิต ประเพณี ศิลปะหัตถกรรม และอาหารพื้นเมืองให้เป็นที่ยึดเหนี่ยวแก่ผู้คนภายนอก ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้และความภาคภูมิใจให้แก่ชุมชน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและการจัดการที่ยั่งยืน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น ในขณะเดียวกัน การแก้ไขปัญหาความขัดแย้งและส่งเสริมสันติภาพในพื้นที่ปาตานีก็มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการธำรงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมลายูปาตานี ความรุนแรงและความไม่สงบไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้คนเท่านั้น แต่ยังบั่นทอนพลังของชุมชนในการสืบสานและพัฒนาวัฒนธรรมอีกด้วย ดังนั้น การสร้างสันติภาพที่ยั่งยืนจึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำรงอยู่และแบ่งบานของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมลายูปาตานี

2. ลวดลายมลายู ปาตานี

2.1 พัฒนาการลวดลายมลายู ปาตานี

ลวดลายมลายูปาตานีมีพัฒนาการมาอย่างยาวนาน โดยได้รับอิทธิพลจากศิลปะและวัฒนธรรมของชาติพันธุ์มลายูที่อาศัยอยู่ในแถบคาบสมุทรมลายูและหมู่เกาะอินโดนีเซีย ชาวมลายูเริ่มเข้ามาตั้งถิ่นฐานในดินแดนปาตานีตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 13 และได้นำเอาศิลปะและวัฒนธรรมของตนเข้ามาเผยแพร่ในพื้นที่ ต่อมาในราวพุทธศตวรรษที่ 18-19 อาณาจักรปาตานีได้รับอิทธิพลจากศาสนาอิสลามอย่างเข้มข้น ส่งผลให้ลวดลายมลายูปาตานีมีพัฒนาการไปในทิศทางที่สอดคล้องกับหลักคำสอนและศิลปะของศาสนาอิสลาม (Rahman, 2016)

ในช่วงแรก ลวดลายมลายูปาตานีถูกใช้เพื่อตกแต่งอาคารทางศาสนา เช่น มัสยิด และสุเหร่า รวมถึงสิ่งของเครื่องใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา เช่น พรหมละหมาด และผ้าคลุมศพ ต่อมา ลวดลายเหล่านี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในงานหัตถกรรมและศิลปะประยุกต์ต่างๆ เช่น ผ้าบาติก เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และงานตกแต่งบ้านเรือน ซึ่งช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนและเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปพร้อมกัน (Sani, 2020)



ภาพที่ 4-7 ลวดลายมลายูในผลิตภัณฑ์สิ่งทอ

ในปัจจุบัน ลวดลายมลายูปาตานียังคงได้รับการสืบสานและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบของงานหัตถกรรมแบบดั้งเดิม และการประยุกต์ใช้ในงานศิลปะร่วมสมัย เช่น การออกแบบกราฟิก และการตกแต่งภายใน การผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมและความคิดสร้างสรรค์ร่วมสมัยช่วยให้ลวดลายมลายูปาตานียังคงความสำคัญและมีชีวิตชีวาในสังคมปัจจุบัน



ภาพที่ 4-8 ลวดลายมลายูบนเรือกอลและ

ศิลปะมลายูหรือ Seni Melayu เป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมของชาวมาเลเซียที่มีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ของศิลปะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ศิลปะมลายูได้รับความรุ่งเรืองและมีการพัฒนาขึ้นเป็นอย่างมากตลอดช่วงเวลาหลายร้อยปี ลวดลายมลายูที่ปรากฏในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ เป็นการแสดงออกด้วยรูปแบบที่เป็นธรรมชาติผสมผสานกับรูปแบบของศิลปะอิสลาม (Islamic Art) เป็นลวดลายที่ไม่ได้สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความเชื่อทางศาสนา หรือศาสนาบัญญัติให้สร้างขึ้น แต่เป็นลวดลายที่สร้างขึ้นภายใต้กรอบของศาสนา ลักษณะเด่นของลวดลายอิสลาม ลวดลายอิสลามมีลักษณะเด่นที่สำคัญหลายประการ ได้แก่

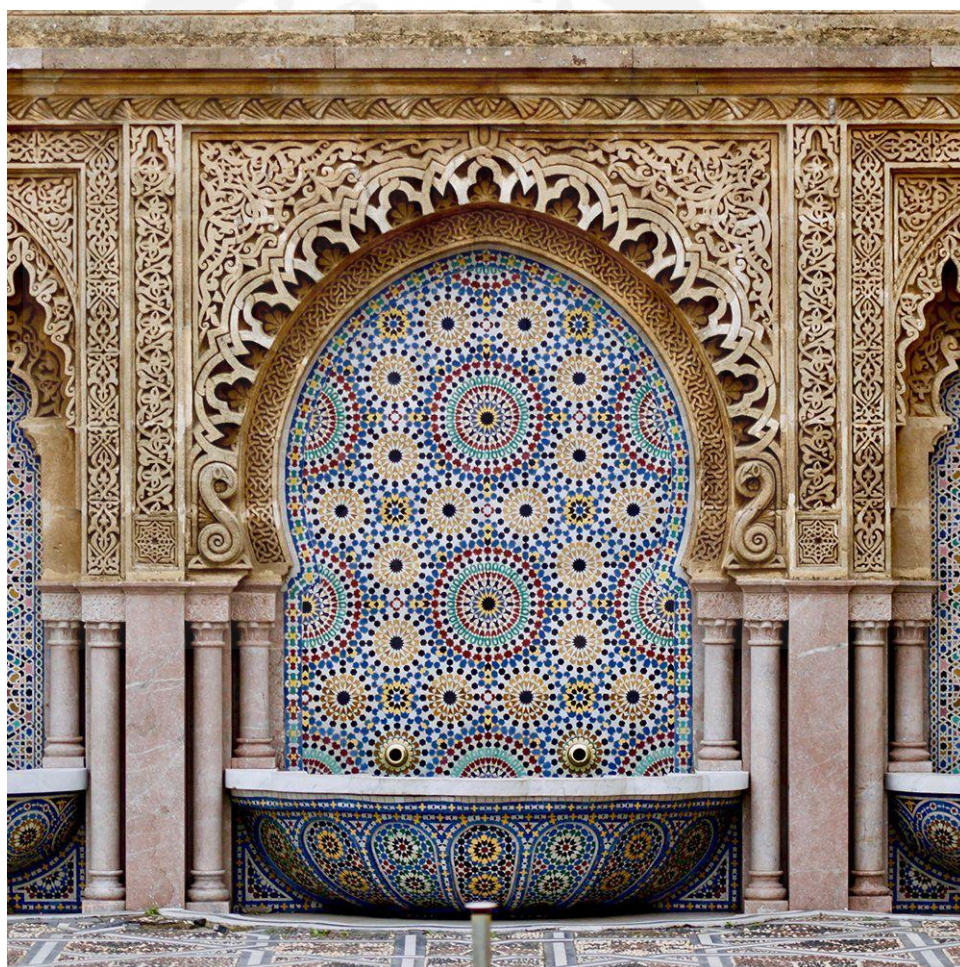
1) การไม่นำเสนอรูปเคารพ: ศิลปินมุสลิมหลีกเลี่ยงการวาดหรือปั้นรูปมนุษย์และสัตว์ เนื่องจากเชื่อว่าการสร้างรูปเคารพเป็นสิ่งต้องห้ามในศาสนาอิสลาม (Esposito, 2004) แทนที่จะเป็นรูปเคารพ ลวดลายอิสลามจึงเน้นไปที่การใช้รูปทรงเรขาคณิต ลวดลายพืชพรรณ และตัวอักษรอาหรับ

2) ความสมมาตรและการทำซ้ำ: ลวดลายอิสลามมักมีโครงสร้างที่สมมาตรและมีการทำซ้ำของรูปแบบ สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นระเบียบและความสมบูรณ์แบบของการสร้างสรรค์ของพระเจ้า (Critchlow, 1976) ลวดลายที่ทำซ้ำกันเป็นจังหวะก่อให้เกิดความรู้สึกนึกถึงอนันตภาพและความไม่สิ้นสุดของพระเจ้า

3) การใช้รูปทรงเรขาคณิต: ลวดลายอิสลามมักประกอบด้วยรูปทรงเรขาคณิตที่ซับซ้อน เช่น วงกลม สี่เหลี่ยม ดาว และรูปหลายเหลี่ยม รูปทรงเหล่านี้ถูกจัดวางอย่างสมดุลและกลมกลืน สะท้อนถึงความเป็นเอกภาพและความกลมเกลียวกันของสรรพสิ่ง (Abas & Salman, 1992)

4) การใช้ลวดลายพืชพรรณ: นอกจากรูปทรงเรขาคณิตแล้ว ลวดลายอิสลามยังมักประกอบด้วยลวดลายพืชพรรณที่อ่อนช้อยงดงาม เช่น ใบไม้ ดอกไม้ และเถาวัลย์ ลวดลายเหล่านี้สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์และความงดงามของธรรมชาติที่พระเจ้าทรงสร้าง (Denny, 1991)

5) การใช้ตัวอักษรอาหรับ: ลวดลายอิสลามมักมีการใช้ตัวอักษรอาหรับเป็นส่วนประกอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อความจากคัมภีร์อัลกุรอานหรือคำสอนของศาสนาอิสลาม การใช้ตัวอักษรอาหรับในลวดลายแสดงถึงความสำคัญของภาษาอาหรับในฐานะภาษาศักดิ์สิทธิ์ของศาสนาอิสลาม (Schimmel, 1984)



ภาพที่ 4-9 ลวดลายศิลปะอิสลาม

ที่มา : Self Quarantour. (2022). *The Art of Islamic Pattern* จักรวาลความสมมาตรและลวดลายแห่งธรรมชาติ ใน โลกตะวันออกกลาง. สืบค้นจาก <https://groundcontrolth.com/blogs/306>

ลวดลายอิสลามไม่ได้มีเพียงความงดงามทางสุนทรียภาพเท่านั้น แต่ยังมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่ลึกซึ้งอีกด้วย ลวดลายอิสลามสะท้อนให้เห็นถึงแก่นแท้ของหลักคำสอนและปรัชญาในศาสนาอิสลาม ดังนี้

1) เอกภาพของพระเจ้า (Tawhid): ลวดลายอิสลามที่เน้นความสมมาตรและการทำซ้ำ สื่อถึงเอกภาพและความเป็นหนึ่งเดียวของพระเจ้า ซึ่งเป็นหลักคำสอนสำคัญของศาสนาอิสลาม (Nasr, 1987) ลวดลายที่กลมกลืนและประสานกันอย่างลงตัวแสดงให้เห็นว่าสรรพสิ่งล้วนมาจากพระเจ้าองค์เดียวและกลับคืนสู่พระองค์ในที่สุด

2) อนันตภาพของพระเจ้า: ลวดลายอิสลามที่ดำเนินไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดสะท้อนถึงอนันตภาพและความไม่มีขอบเขตจำกัดของพระเจ้า (Burckhardt, 2009) ลวดลายที่ทอดยาวไปเป็นอนันต์แสดงให้เห็นว่าพระเจ้าทรงเป็นนิรันดร์และไม่มีที่สิ้นสุด

3) ความศรัทธาและการภักดีต่อพระเจ้า: การใช้ตัวอักษรอาหรับในลวดลายอิสลาม โดยเฉพาะข้อความจากคัมภีร์อัลกุรอาน แสดงถึงความศรัทธาและการภักดีต่อพระเจ้าของศิลปินและผู้ชม (Faruqi, 1973) การผนวกคำสอนศักดิ์สิทธิ์เข้ากับลวดลายงดงามเป็นการแสดงความเคารพและยกย่องต่อพระวามะของพระเจ้า

4) ความงดงามและความสมบูรณ์แบบของการสร้างสรรค์: ลวดลายอิสลามที่งดงามและประณีตบรรจงสะท้อนให้เห็นถึงความงดงามและความสมบูรณ์แบบของการสร้างสรรค์ของพระเจ้า (Nasr, 1987) ความกลมกลืนและความสมดุลของลวดลายแสดงให้เห็นว่าทุกสิ่งในจักรวาลล้วนถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์แบบตามพระประสงค์ของพระเจ้า

5) การไตร่ตรองและการพิจารณาไตร่ตรอง: ลวดลายอิสลามที่ซับซ้อนและละเอียดอ่อน กระตุ้นให้ผู้ชมไตร่ตรองและพิจารณาไตร่ตรองถึงความงดงาม ความเป็นระเบียบ และความหมายเชิงจิตวิญญาณที่แฝงอยู่ (Critchlow, 1976) การพิจารณาลวดลายอย่างลึกซึ้งนำไปสู่การเข้าใจและเข้าถึงสัจธรรมทางจิตวิญญาณ

กล่าวได้ว่า ลวดลายมลายูได้รับอิทธิพลอย่างลึกซึ้งจากลวดลายอิสลาม ทั้งในแง่ของรูปแบบเนื้อหา สัญลักษณ์ และความหมาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของศาสนาอิสลามในศิลปะและวัฒนธรรมมลายู อย่างไรก็ตาม ลวดลายมลายูก็มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น ซึ่งเกิดจากการผสมผสานระหว่างอิทธิพลของศิลปะอิสลามกับบริบททางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมท้องถิ่นของดินแดนมลายู ลวดลายมลายูจึงเป็นศิลปะที่งดงามและทรงคุณค่า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรมของชาวมลายูมุสลิมได้เป็นอย่างดี

2.2 ลักษณะเด่นของลวดลายมลายูปัตตานี

ลวดลายมลายูปัตตานีเป็นเอกลักษณ์ทางศิลปะที่มีความสำคัญอย่างมากในวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของชาวมลายูในพื้นที่ปัตตานี จังหวัดในภาคใต้ของประเทศไทย ลวดลายเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่สัญลักษณ์ทางศิลปะ แต่ยังสะท้อนถึงอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และความเชื่อของชาวมลายู ในพื้นที่นี้จะสำรวจลักษณะเด่นของลวดลายมลายูปัตตานี โดยแบ่งออกเป็นหลายส่วน ได้แก่ ลักษณะทั่วไปของลวดลาย รูปแบบและเทคนิคที่ใช้ในการสร้างสรรค์ และความหมายและความสำคัญทางวัฒนธรรม



ภาพที่ 4-10 กระต่ายขูดมะพร้าวตกแต่งด้วยลวดลายมลายูปัตตานี

2.2.1 ความสำคัญทางวัฒนธรรมของลวดลายมลายูปัตตานี

ลวดลายมลายูปัตตานีไม่ได้เป็นเพียงแค่รูปแบบศิลปะ แต่ยังมี ความหมายลึกซึ้งที่แสดงถึง ความเชื่อและค่านิยมของสังคม เครื่องหมายและลวดลายที่ใช้อาจส่งผ่านสัญลักษณ์ที่แสดงถึงคุณธรรม ความเชื่อ และวัฒนธรรมในสังคม เช่น ลายที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ การออกแบบ ลวดลายจะมีองค์ประกอบของความเชื่อที่นำเสนอในศิลปะของคนในชุมชน (วิทยาลัยนานาชาติปัตตานี, 2565)

ลวดลายเหล่านี้มีความหลากหลายและสีสันสดใส ซึ่งมักจะเชื่อมโยงกับการเฉลิมฉลอง และพิธีกรรมทางศาสนา การประดับลวดลายลงในอาคารหรือผลิตภัณฑ์ที่ชาวมลายูใช้ไม่เพียงแต่เป็นการ ตกแต่ง แต่ยังสร้างความรู้สึถึงความเป็นมิตรและการต้อนรับที่อบอุ่น เช่น ลวดลายที่ประดับอยู่ในบ้าน และสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่น มัสยิด ซึ่งสื่อถึงความศรัทธาและความเคารพต่อศาสนา

2.2.2 ลักษณะเด่นและอิทธิพลทางศิลปวัฒนธรรมที่มีต่อลวดลาย

ลวดลายมลายูปาตานีมีลักษณะเฉพาะที่เกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมและอิทธิพลต่าง ๆ ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ตั้งแต่อดีตที่ชุมชนมลายูในพื้นที่นี้มีการติดต่อค้าขายกับชนชาติและวัฒนธรรมอื่น ๆ ในภูมิภาค เช่น อินเดีย จีน และตะวันออกกลาง การเคลื่อนไหวของศิลปินในพื้นที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ในลวดลายที่ใช้ได้ เช่น การนำรูปทรงเรขาคณิตมาประยุกต์ใช้ การสร้างสรรค์ลวดลายที่มีความละเอียดอ่อนและมีมิติ การสร้างสรรค์ลวดลายมลายูปาตานี มักจะมีลวดลายซ้ำ ๆ ที่เป็นตัวแทนของธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ ใบไม้ และรูปทรงที่มีความหมาย เช่น มงกุฏ การใช้สีสดใสที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ หรือการเลือกใช้สีที่สะท้อนถึงอารมณ์และความรู้สึกของศิลปินในขณะนั้น อย่างเช่น สีแดงที่สื่อถึงความรักและชีวิต ในขณะที่สีน้ำเงินอาจสื่อถึงความสงบหรือความเยือกเย็น (ศูนย์การศึกษาของมลายู, 2563)

สีสันท: ลวดลายมลายูปาตานีมักใช้สีสดใส เช่น แดง เขียว น้ำเงิน และเหลือง สีเหล่านี้มีความหมายที่แตกต่างกันในวัฒนธรรม โดยสีแดงแสดงถึงความเข้มแข็งและความกล้าหาญ สีเขียวหมายถึงความเจริญรุ่งเรืองและความสงบ สีเหลืองเป็นสีของความมั่งคั่ง และสีน้ำเงินสัมพันธ์กับความสงบและการสงบสุข (สุทธิชัย ทับทิม, 2564)

ลวดลาย: ลวดลายทั่วไปที่มักจะใช้คือ ลายดอกไม้ ลายใบไม้ และลายเรขาคณิต ซึ่งลวดลายเหล่านี้มีความสวยงามและซับซ้อน และมักจะได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ เช่น ลายดอกกล้วยไม้ ลายใบขนุน รวมถึงลวดลายที่แสดงถึงสัตว์ เช่น นกและปลา (เดลินิวส์, 2562)

ลักษณะสมมาตรและการซ้ำ: ลวดลายมลายูปาตานีมักมีลักษณะสมมาตรและการซ้ำซากของรูปแบบ ลวดลายถูกออกแบบให้มีความสมดุลและกลมกลืน โดยการใช้การซ้ำของรูปทรงและองค์ประกอบ เพื่อสร้างความรู้สึถึงความเป็นระเบียบและความงดงาม (Yusof, 2017) การจัดวางลวดลายแบบสมมาตรยังช่วยสร้างความรู้สึถึงความสงบและความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม (Rahman, 2016)

นอกจากนี้ อิทธิพลทางศาสนาได้นำพาแนวคิดเกี่ยวกับความงามและความถูกต้องมาสู่งานศิลปะมลายูที่มีลวดลายซับซ้อนมากขึ้น เช่น การสร้างลวดลายที่เชื่อมโยงกับแนวคิดทางศาสนาอิสลามหรือวัฒนธรรมอินเดีย เช่น การใช้ลวดลายที่นำเสนอภาพของความสงบและความร่มเย็น ยกตัวอย่างเช่น ลวดลายที่แสดงถึงการฟื้นฟูจิตใจเมื่ออยู่ท่ามกลางธรรมชาติ (สมชาย มณีงาม, 2565)



ภาพที่ 4-11 ลวดลายมลายูปัตตานีที่แสดงการผสมผสานศิลปะอิสลาม

ตัวอย่างของลวดลายตามภาพนี้ แสดงถึงความอ่อนช้อยผ่านลายพฤกษาประยุกต์ใช้สีสันสดใสที่มีความคมชัดในตัวเอง และการใช้อักษรอาหรับซึ่งแสดงออกถึงวัฒนธรรมอิสลามและความวิจิตรในรูปแบบของงานไม้แกะสลักได้อย่างเด่นชัด



ภาพที่ 4-12 ลวดลายมลายูปัตตานีในงานสถาปัตยกรรมที่แสดงลักษณะสมมาตรและการซ้ำ

ตัวอย่างของลวดลายในสถาปัตยกรรมที่ปรากฏการใช้ลวดลายมีลักษณะสมมาตรและการซ้ำ การใช้ลักษณะสมมาตรและการซ้ำช่วยสร้างความรู้สึกถึงความสงบ ความเป็นระเบียบ และความกลมกลืน ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของศิลปะอิสลาม



ภาพที่ 4-13 ลวดลายนกฟังกะ (ซ้าย), ลวดลายเถาว์ลย์ (ขวา)

ตัวอย่างของลวดลายที่ได้รับอิทธิพลจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ลายดอกขบาลายดอกกุหลาบสำหรับ ลายใบไม้และเถาว์ลย์ ซึ่งพบได้ทั่วไปในป่าฝนของภาคใต้ และลายนกยูงหรือนกฟังกะ ซึ่งเป็นสัตว์ที่ชาวมลายูถือว่ามีความสง่างามและเป็นมงคล (Musa, 2018) การนำเอาลวดลายเหล่านี้มาใช้ในการศิลปะช่วยสร้างความรู้สึถึงความผูกพันกับท้องถิ่น และเป็นการแสดงความเคารพต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.2.3 การสร้างสรรค์ลวดลายและการใช้งาน

การออกแบบลวดลายมลายูในจังหวัดปัตตานีเป็นกระบวนการที่มีลักษณะเฉพาะและมีความละเอียดในการสร้างสรรค์ โดยศิลปินจะใช้เทคนิคการวาดที่แตกต่างกัน เช่น การใช้สีธรรมชาติในการระบาย การใช้หมึกขุบน้ำในการเขียนลายเทคนิคการพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งการสร้างลวดลายนั้นมักจะเริ่มต้นจากการวาดร่างหรือตัวอย่างลวดลายบนกระดาษก่อนที่จะลงมือสร้างสรรค์จริง



ภาพที่ 4-14 งานไม้แกะสลักไม้ ฆาฮาร์ หรือที่วางคัมภีร์อัล-กุรอาน

ที่มา: สุทธิศักดิ์ น้ำทิพย์ และคณะนักวิจัย. (2565). งานไม้แกะสลักชายแดนใต้ . สืบค้นจาก <https://thaiartisan.org/article/19>

ลวดลายมลายูปัตตานีมีการนำไปใช้อย่างหลากหลายในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในพื้นที่ ตั้งแต่การผลิตเสื้อผ้า ไปจนถึงการตกแต่งที่อยู่อาศัยและสถานประกอบกิจการ ลวดลายในผ้าทอและเสื้อผ้าของชาวมลายูเป็นที่รู้จักและได้รับการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องจากศิลปินและช่างทอในพื้นที่ การผสมผสานระหว่างวัตถุประสงค์และความสวยงามทำให้เสื้อผ้าและผ้าทอมีเสน่ห์และเป็นที่ยอมรับ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) นอกจากนี้ ลวดลายยังถูกนำไปใช้อย่างกว้างขวางในงานศิลปะ เช่น ภาพวาดและงานประติมากรรมที่มีความหมายลึกซึ้ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับศาสนาและความเชื่อของชาวมลายู ลวดลายเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างองค์ประกอบทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตประจำวัน เช่น งานเทศกาลและพิธีกรรม ซึ่งลวดลายเป็นเครื่องหมายของความเชื่อและความสัมพันธ์ในชุมชน (ชุดบริการวัฒนธรรม, 2564)



ภาพที่ 4-15 ลวดลายมลายูบนด้ามกริช



ภาพที่ 4-16 ลวดลายมลายูบนภาชนะดินเผา

ในทางปฏิบัติ ลวดลายมลายูยังมีการนำมาใช้ในการสร้างความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยมีการสร้างฐานการท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์และส่งเสริมลวดลายมลายู ด้วยการจัดกิจกรรมและเวิร์กช็อปที่จะให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสกับการออกแบบลวดลายและการสร้างสรรค์ในแบบฉบับของตนเอง การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับมรดกวัฒนธรรมนี้จะช่วยสร้างคุณค่าทางจิตใจและเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างกันระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว (ศูนย์ศึกษาวิจัยและพัฒนาวัฒนธรรม, 2565)

2.3 ความเหมือนและความต่างของลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายู

ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ศิลปะและวัฒนธรรมของชาวมลายูได้สร้างสรรค์ลวดลายที่งดงามและมีเอกลักษณ์โดดเด่น นั่นคือ ลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายู แม้ทั้งสองลวดลายจะมีรากฐานมาจากวัฒนธรรมเดียวกัน แต่ก็มี ความแตกต่างที่น่าสนใจ ซึ่งเกิดจากปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ชาติพันธุ์ และอิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่น ๆ บทความนี้จะนำเสนอการเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายู พร้อมทั้งอธิบายที่มาและพัฒนาการของลวดลายทั้งสอง

1) ความเหมือนของลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายู

ต้นกำเนิดจากวัฒนธรรมมาเลย์ : ลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายูมีรากฐานมาจากวัฒนธรรมและศิลปะของชาวมลายูในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ชาวมลายูเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานและมีอารยธรรมที่รุ่งเรืองในภูมิภาคนี้ ศิลปะและงานฝีมือของชาวมลายูได้รับการพัฒนาและสืบทอดมาเป็นเวลาหลายศตวรรษ จนกลายเป็นส่วนสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน

อิทธิพลจากศาสนาอิสลาม : ทั้งลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายูได้รับอิทธิพลอย่างมากจากศิลปะอิสลาม เนื่องจากชาวมลายูส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ศิลปะอิสลามมีลักษณะเด่น คือ การใช้ลวดลายเรขาคณิตและพืชพรรณ โดยหลีกเลี่ยงการวาดภาพสิ่งมีชีวิต เพื่อเคารพต่อหลักคำสอนของศาสนา ลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายูจึงเน้นการใช้รูปทรงเรขาคณิต เส้นโค้ง และลายดอกไม้ ซึ่งสะท้อนถึงความงามและความศรัทธาในศาสนา

ลักษณะสมมาตรและการซ้ำ : ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายู คือความสมมาตรและการซ้ำของรูปแบบ ลวดลายมักถูกออกแบบให้มีความสมดุลและกลมกลืน โดยใช้การซ้ำของรูปทรงและองค์ประกอบ เพื่อสร้างความรู้สึกถึงความเป็นระเบียบและความงาม การจัดวางลวดลายแบบสมมาตรยังช่วยสร้างความรู้สึกถึงความสงบและความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม

2) ความแตกต่างของลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายู

พื้นที่และชาติพันธุ์ : แม้ลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายูจะมีรากฐานร่วมกัน แต่ก็มี ความแตกต่างในแง่ของพื้นที่และชาติพันธุ์ ลวดลายมาเลย์พบได้ในประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรชาวมลายูเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ลวดลายมลายูเป็นของชาวมลายูในภาคใต้ของประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ชาวมลายูในพื้นที่เหล่านี้มีวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างจากชาวมลายูในประเทศอื่น ๆ จึงทำให้ลวดลายมลายูมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

อิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่น : นอกจากอิทธิพลจากศาสนาอิสลามแล้ว ลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายูยังได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่น ๆ ในภูมิภาค ลวดลายมาเลย์ได้รับอิทธิพลจากศิลปะจีนและอินเดียมากกว่า เนื่องจากมาเลเซียและสิงคโปร์มีประวัติศาสตร์การค้าขายและการอพยพของชาวจีนและอินเดียมาอย่างยาวนาน ส่งผลให้ลวดลายมาเลย์มีการผสมผสานองค์ประกอบจากศิลปะจีนและอินเดีย เช่น การใช้ลายเส้นที่อ่อนช้อยและการตกแต่งด้วยสีทอง ในทางกลับกัน ลวดลายมลายูได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมไทยและชนพื้นเมืองในท้องถิ่นมากกว่า เนื่องจากชาวมลายูในภาคใต้ของไทย

อาศัยอยู่ร่วมกับชาวไทยและชนพื้นเมืองมาเป็นเวลานาน จึงเกิดการแลกเปลี่ยนและผสมผสานทางวัฒนธรรม ลวดลายมลายูจึงมีการนำเอาองค์ประกอบจากศิลปะไทยและศิลปะพื้นบ้านมาประยุกต์ใช้ เช่น การใช้โทนสีที่สดใสและการผสมผสานลวดลายจากธรรมชาติ

การใช้สีสັນ : ความแตกต่างอีกประการหนึ่งของลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายู คือ การใช้สีสັນ ลวดลายมาเลย์มักใช้สีสັນที่สดใสและหลากหลายกว่า โดยเฉพาะสีทอง สีแดง และสีเขียว ซึ่งสะท้อนถึงความรุ่งเรืองและความมั่งคั่งของวัฒนธรรมมาเลย์ในมาเลเซียและสิงคโปร์ การใช้สีสັນที่ฉูดฉาดยังช่วยดึงดูดสายตาและสร้างความโดดเด่นให้กับลวดลาย ในทางกลับกัน ลวดลายมลายูมักใช้สีที่เรียบง่ายและสงบนิ่งกว่า เช่น สีน้ำตาล สีเขียว และสีเหลือง ซึ่งสะท้อนถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและใกล้ชิดธรรมชาติของชาวมลายูในภาคใต้ของไทย การใช้สีโทนอบอุ่นและสีธรรมชาติยังช่วยสร้างความรู้สึถึง ความสงบและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับสิ่งแวดล้อม

การประยุกต์ใช้ : ลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายูมีการประยุกต์ใช้ในงานศิลปะและหัตถกรรมที่แตกต่างกัน ลวดลายมาเลย์มักปรากฏในงานสถาปัตยกรรมและงานตกแต่งภายใน เช่น ในมัสยิด พระราชวัง และอาคารสำคัญต่าง ๆ นอกจากนี้ ลวดลายมาเลย์ยังถูกนำมาใช้ในงานหัตถกรรม เช่น ผ้าบาติก เครื่องเรือน และเครื่องประดับ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยว และผู้ที่ชื่นชอบศิลปะ ในขณะที่ลวดลายมลายูมักถูกใช้ในงานหัตถกรรมพื้นบ้านและงานฝีมือท้องถิ่น เช่น ผ้าปาเต๊ะ ซึ่งเป็นผ้าพันคอหรือผ้าคลุมไหล่ที่มีลวดลายมลายูประดับประดา นอกจากนี้ ลวดลายมลายูยังปรากฏในงานจักสาน เครื่องปั้นดินเผา และงานแกะสลักไม้ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน การประยุกต์ใช้ลวดลายมลายูในงานหัตถกรรมเหล่านี้ช่วยสร้างรายได้และอนุรักษ์ วัฒนธรรมท้องถิ่นไปพร้อมกัน

กล่าวโดยสรุป ลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายูเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าของชาวมลายูในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แม้ทั้งสองลวดลายจะมีรากฐานมาจากวัฒนธรรมและศาสนาเดียวกัน แต่ก็มี ความแตกต่างที่น่าสนใจ ซึ่งเกิดจากปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ชาติพันธุ์ และอิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่น ๆ ความเหมือนของลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายู ได้แก่ ต้นกำเนิดจากวัฒนธรรมมาเลย์ อิทธิพลจากศาสนาอิสลาม และลักษณะสมมาตรและการซ้ำซากของรูปแบบ ในขณะที่ความแตกต่างของทั้งสองลวดลาย ได้แก่ พื้นที่และชาติพันธุ์ อิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่น การใช้สีสັນ และการประยุกต์ใช้ในงานศิลปะและหัตถกรรม การศึกษาเปรียบเทียบลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายูช่วยให้เราเข้าใจถึงความหลากหลายและความงดงามของศิลปะและวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยให้เราตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้ เพื่อให้คงอยู่คู่กับสังคมต่อไปในอนาคต การส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ ลวดลายมาเลย์และลวดลายมลายูจะช่วยให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าและร่วมกันรักษามรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่านี้สืบไป

2.4 แนวทางในการอนุรักษ์และสืบสานลวดลายมลายูปาตานี

เพื่อให้ลวดลายมลายูปาตานียังคงดำรงอยู่และมีบทบาทในสังคมต่อไป จึงควรมีแนวทางในการอนุรักษ์และสืบสานลวดลายเหล่านี้ ดังนี้

1) การศึกษาและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับลวดลายมลายูปาตานี : การศึกษาและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับลวดลายมลายูปาตานีเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมนี้ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ (Sani, 2020) การจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับลวดลายมลายูปาตานีในโรงเรียนและสถาบันการศึกษา การจัดทำหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์ การเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณะ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือ สารคดี และสื่อออนไลน์ จะช่วยให้เกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับลวดลายมลายูปาตานีในวงกว้าง

2) การส่งเสริมการใช้ลวดลายมลายูปาตานีในงานหัตถกรรมและศิลปะประยุกต์ : การส่งเสริมการใช้ลวดลายมลายูปาตานีในงานหัตถกรรมและศิลปะประยุกต์เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน (Musa, 2019) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการและช่างฝีมือในการนำลวดลายมลายูปาตานีมาใช้ในการออกแบบและผลิตสินค้า เช่น การให้ความรู้และคำปรึกษาด้านการออกแบบ การสนับสนุนวัตถุดิบและอุปกรณ์ และการช่วยประชาสัมพันธ์และทำการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายมลายูปาตานีเป็นจุดขาย

3) การวิจัยและพัฒนาลวดลายมลายูปาตานี : การวิจัยและพัฒนาลวดลายมลายูปาตานีเป็นสิ่งจำเป็นในการรักษาความสมบูรณ์และความทันสมัยของลวดลายเหล่านี้ (Yusof, 2017) การศึกษาประวัติความเป็นมา ที่มาที่ไป และความหมายของลวดลายแต่ละชนิด การวิเคราะห์องค์ประกอบและโครงสร้างของลวดลาย รวมถึงการทดลองประยุกต์ใช้ลวดลายในรูปแบบใหม่ๆ จะช่วยให้เกิดการต่อยอดและพัฒนาลวดลายมลายูปาตานีให้คงอยู่และสอดคล้องกับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

4) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับลวดลายมลายูปาตานี ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ จะช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาและสืบสานลวดลายมลายูปาตานีอย่างยั่งยืน (Abdullah, 2019) ความร่วมมือระหว่างช่างฝีมือ ศิลปิน นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน จะช่วยสร้างพลังในการขับเคลื่อนและผลักดันให้ลวดลายมลายูปาตานีเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในวงกว้าง

กล่าวโดยสรุป ลวดลายมลายูปาตานีเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าและมีเอกลักษณ์โดดเด่น สะท้อนถึงประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชาวมลายูในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย ลวดลายเหล่านี้มีลักษณะเด่นที่ได้รับอิทธิพลจากศาสนาอิสลาม มีลักษณะสมมาตรและการซ้ำซาก ใช้สีสันทันทีเรียบง่าย และได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ลวดลายมลายูปาตานีมีความสำคัญในแง่ของการเป็นมรดกทางวัฒนธรรม การสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการสร้างรายได้ให้กับชุมชน

การอนุรักษ์และสืบสานลวดลายมลายูปัตตานีให้คงอยู่และมีบทบาทในสังคมต่อไป จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ผ่านการศึกษาและเผยแพร่ความรู้ การส่งเสริมการใช้ลวดลายในงานหัตถกรรมและศิลปะประยุกต์ การวิจัยและพัฒนาลวดลาย และการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่องจะช่วยให้ลวดลายมลายูปัตตานียังคงความงดงามและคุณค่า และเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายมลายูสืบไป



ภาพที่ 4-17 พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นขุนละหาร จัดแสดงข้าวของเครื่องใช้และงานหัตถกรรมมลายู



ภาพที่ 4-18 วังยะหรีง: สถานที่เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและวัฒนธรรมของชาวไทยมลายู

3. มุสลิมกับอารมณ์และเครื่องประดับ

3.1 อารมณ์และเครื่องประดับโลกมุสลิม

อารมณ์และเครื่องประดับเป็นองค์ประกอบสำคัญของวัฒนธรรมการแต่งกายในโลกมุสลิม สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม ความเชื่อ และอัตลักษณ์ของชาวมุสลิมในแต่ละท้องถิ่น อีกทั้งยังแสดงถึงฐานะทางสังคม รสนิยม และความสามารถในการสร้างสรรค์งานศิลปะและหัตถกรรมของผู้คนในดินแดนอิสลาม บทความนี้มุ่งสำรวจความหลากหลายและคุณค่าของอารมณ์และเครื่องประดับในโลกมุสลิม ทั้งในแง่ของรูปแบบ วัสดุ กรรมวิธีการผลิต และความสัมพันธ์กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของเครื่องแต่งกายมุสลิมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน

3.1.1 ความหลากหลายของอารมณ์มุสลิม

ศาสนาอิสลามมีข้อบัญญัติเกี่ยวกับการแต่งกายที่มีบทบัญญัติอย่างเคร่งครัดเพื่อให้ผู้ที่ทำศิเกษาและปฏิบัติศาสนานั้นปฏิบัติตาม มุสลิมไทยโพสต์. (ม.ป.ป.) กล่าวโดยสรุปว่า แนวทางและข้อบัญญัติที่เกี่ยวข้องดังนี้:

- 1) การคลุมตัว (Hijab): หญิงอิสลามที่ปฏิบัติศาสนาจะต้องคลุมส่วนบนของร่างกายด้วยผ้าคลุมหรือผ้าปิดศีรษะและผ้าคลุมร่างกาย เพื่อปกป้องความสมัครใจและความปรารถนาที่ดีของผู้หญิง รูปแบบและสไตล์ของการคลุมตัวอาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศหรือวัฒนธรรมอิสลาม
- 2) การสวมเสื้อผ้าที่เหมาะสม: อิสลามสนับสนุนให้ผู้ชายและผู้หญิงสวมเสื้อผ้าที่มีความเหมาะสมและบริสุทธิ์ ผู้ชายมักจะสวมเสื้อผ้าที่ปกป้องกันร่างกายอย่างเคร่งครัดและไม่โชว์เส้นผม ผู้หญิงจะสวมเสื้อผ้าที่คลุมร่างกายอย่างเพียงพอและไม่โชว์ส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย เช่น แขนเปลือยหรือขาเปลือย
- 3) การห้ามสื่อและสัญลักษณ์ที่ไม่เหมาะสม: ศาสนาอิสลามห้ามผู้ที่ปฏิบัติศาสนานั้นจากการใช้สื่อหรือสัญลักษณ์ที่ไม่เหมาะสม

ในศาสนาอิสลามมีการห้ามใช้สัญลักษณ์หรือลวดลายที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอื่น ๆ ที่มีศักยภาพในการสร้างความสับสนหรือส่งผลกระทบต่ออิสลาม อีกทั้งยังมีการห้ามใช้ลวดลายหรือสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างศาสนาหรือเผ่าพันธุ์ใหม่ และการใช้ลวดลายหรือสัญลักษณ์ที่ก่อให้เกิดการมอมเมาเยาวชน หรือความไม่สงบสุขในสังคม



ภาพที่ 4-19 การสวมผ้าคลุม (Hijab) ของสตรีมุสลิม

แม้ศาสนาอิสลามจะมีข้อกำหนดพื้นฐานเกี่ยวกับการแต่งกายที่เน้นความสุภาพและการปกปิดเรือนร่าง (อิญาบ) แต่รูปแบบของเครื่องแต่งกายมุสลิมก็มีความหลากหลายตามภูมิภาค ชาติพันธุ์ และยุคสมัย สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลจากปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ และวัฒนธรรมท้องถิ่น (Stillman, 2003) ในตะวันออกกลาง ผู้ชายมักสวมเสื้อคลุมยาว (ธอบ) กางเกงหลวม (ชีรวัล) และผ้าโพกศีรษะ (คูฟียะฮ์) ส่วนผู้หญิงนิยมสวมเสื้อคลุมยาว (อาบายา) ผ้าคลุมศีรษะ (อิญาบ) และผ้าคลุมหน้า (นิกอบ) เพื่อปกปิดร่างกาย (El Guindi, 1999) ในเอเชียใต้ ผู้ชายมักสวมเสื้อยาวแขนยาว (กูรตา) กางเกงหลวม (ซูริดาร์) และผ้าพันศีรษะ (ปาการี) ขณะที่ผู้หญิงนิยมสวมชุดซาลวาร์-กามีซ ซึ่งประกอบด้วยเสื้อตัวยาว (กามีซ) และกางเกงหลวม (ซาลวาร์) พร้อมผ้าคลุมศีรษะ (ดูปัตตา) (Mohiuddin, 2016) ส่วนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น มาเลเซียและอินโดนีเซีย ผู้ชายมักสวมเสื้อแขนยาว (บาจู กูรุง) และผ้าถุง (ซารอง) ส่วนผู้หญิงนิยมสวมเสื้อคอตั้ง (บาจู กูรุง) กระโปรงยาว (ซารอง) และผ้าคลุมศีรษะ (อิญาบ) ที่มีสีสันสดใส (Mohamad Saleeh, 2019)

นอกจากนี้ ชุดแต่งกายมุสลิมยังมีความแตกต่างตามโอกาสและสถานะทางสังคม เช่น ชุดสำหรับละหมาด ชุดแต่งงาน ชุดประจำชาติ และชุดสำหรับผู้นำศาสนา ซึ่งมักมีความประณีตและหรูหราเป็นพิเศษ (Vogelsang-Eastwood, 2016) ในปัจจุบัน เครื่องแต่งกายมุสลิมได้รับอิทธิพลจากกระแสแฟชั่นสมัยใหม่ ก่อให้เกิดการผสมผสานระหว่างเอกลักษณ์ดั้งเดิมกับรูปแบบร่วมสมัย เช่น แบรินด์แฟชั่นมุสลิมที่ได้รับความนิยมในหมู่คนรุ่นใหม่ (Janmohamed, 2016) อย่างไรก็ตาม การปรับตัวของเครื่องแต่งกายมุสลิมยังคงยึดโยงกับหลักการพื้นฐานของศาสนาและวัฒนธรรมอิสลามเสมอ

3.1.2 เครื่องประดับมุสลิม: งานศิลปะและหัตถกรรมชั้นสูง

เครื่องประดับถือเป็นส่วนสำคัญของการแต่งกายในโลกมุสลิม ทั้งในแง่ของการเสริมความงามและการแสดงสถานะทางสังคม (Folsach & Bernsted, 2013) เครื่องประดับมุสลิมยังสะท้อนให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมอิสลามกับอารยธรรมอื่น ๆ ผ่านการค้าขายและการเผยแพร่ของศาสนา ตัวอย่างเช่น เครื่องประดับมุสลิมในสเปนและโปรตุเกสได้รับอิทธิพลจากศิลปะมัวร์และศิลปะยุโรป (Rosser-Owen, 2010) ส่วนเครื่องประดับมุสลิมในอินเดียก็ได้รับอิทธิพลจากศิลปะฮินดูและศิลปะโมกุล (Bala Krishnan & Kumar, 1999) การผสมผสานทางวัฒนธรรมดังกล่าวนำไปสู่การสร้างสรรค์เครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีคุณค่าทางศิลปะอย่างยิ่ง วัสดุที่นิยมใช้ในการทำเครื่องประดับได้แก่:

ทองคำ - ถือเป็นโลหะมงคลและมีค่าสูงสุดในวัฒนธรรมอิสลาม มักใช้ทำเครื่องประดับสำหรับโอกาสพิเศษ เช่น แหวนแต่งงาน

เงิน - นิยมใช้ทำเครื่องประดับที่สวมใส่ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากราคาไม่สูงมากนัก

อัญมณี - เช่น ทับทิม มรกต ไพฑูริ และเพชร ซึ่งมีความเชื่อว่ามีคุณสมบัติในการปกป้องคุ้มครองผู้สวมใส่

ไข่มุก - ถือเป็นอัญมณีที่มีความบริสุทธิ์และมีค่าในอิสลาม มักใช้ร้อยเป็นสร้อยคอหรือต่างหู

หินสีต่าง ๆ - เช่น หินอาเกต หินคาร์เนเลียน และหินเทอร์ควอยซ์ ซึ่งมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับความเชื่อและศรัทธาในอิสลาม



ภาพที่ 4-20 แหวนทองลวดลายอิสลาม (Islam Khalili)

ที่มา: myjewelryrepair. (nd.). *The History of Jewelry Around the World Series*. Retrieve from <https://myjewelryrepair.com/2022/02/middle-east-jewelry-history/>

ตัวอย่างเครื่องประดับที่พบได้ทั่วไปในดินแดนมุสลิม เช่น ต่างหู สร้อยคอ กำไล แหวน และเข็มกลัด ซึ่งมีรูปแบบที่หลากหลายตามยุคสมัยและท้องถิ่น เครื่องประดับมุสลิมมักมีลวดลายที่ซับซ้อนและประณีต สะท้อนถึงฝีมือชั้นสูงของช่างฝีมือและศิลปินมุสลิม ลวดลายที่นิยมใช้ ได้แก่:

ลวดลายเรขาคณิต (ชาคาริฟ) - เป็นลวดลายที่ประกอบด้วยรูปทรงเรขาคณิตต่างๆ เช่น วงกลม สี่เหลี่ยม ดาว และลายตาราง

ลวดลายพืชพรรณ (อาราเบสก์) - เป็นลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากใบไม้ ดอกไม้ และพืชพรรณต่างๆ ซึ่งถูกตีความและตกแต่งอย่างอิสระ

การใช้อักษรอาหรับ (คาลิกราฟี) - ในการจารึกข้อความจากคัมภีร์กุรอ่านหรือคำกล่าวของท่านนบีมุฮัมมัด (ศ็อลลา) ซึ่งถือเป็นการเพิ่มคุณค่าและความศักดิ์สิทธิ์ให้กับเครื่องประดับ

นอกจากนี้ เครื่องประดับมุสลิมยังมีเทคนิคการผลิตที่หลากหลาย เช่น การหล่อ การแกะสลัก การฝัง และการลงยา ซึ่งอาศัยความรู้และภูมิปัญญาที่สั่งสมมาอย่างยาวนานของช่างฝีมือในแต่ละท้องถิ่น (Gonzalez, 2001)

ในปัจจุบัน เครื่องประดับมุสลิมได้รับอิทธิพลจากกระแสแฟชั่นสมัยใหม่ ก่อให้เกิดการผสมผสานระหว่างเอกลักษณ์ดั้งเดิมกับรูปแบบร่วมสมัย (Janmohamed, 2016) อย่างไรก็ตาม การสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมยังคงยึดโยงกับหลักการพื้นฐานของศาสนาและวัฒนธรรมอิสลามเสมอ ทั้งในแง่ของสภาพเรียบร้อย การไม่สร้างมลทินต่อร่างกาย และการแสดงออกถึงความศรัทธาและมารยาทที่ดีงาม

3.1.3 บทบาทและความสำคัญของอาภรณ์และเครื่องประดับในสังคมมุสลิม

อาภรณ์และเครื่องประดับมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์และการแสดงออกทางวัฒนธรรมของชาวมุสลิม การแต่งกายตามหลักศาสนาและประเพณีนิยมเป็นการแสดงความศรัทธาและการยึดมั่นในหลักคำสอนของอิสลาม อีกทั้งยังเป็นการรักษาความสุภาพและการปกป้องเกียรติของผู้สวมใส่ โดยเฉพาะในกรณีของผู้หญิงมุสลิม การคลุมฮิญาบหรือการปกปิดร่างกายถือเป็นสัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์ การเคารพในตนเอง และการปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนา (Siraj, 2011) นอกจากนี้ เครื่องแต่งกายยังเป็นเครื่องมือในการแบ่งแยกและจำแนกสถานะทางสังคม เช่น ชุดของผู้นำศาสนา ชุดของชนชั้นสูง และชุดของสามัญชน ซึ่งมีความแตกต่างกันในแง่ของรูปแบบ วัสดุ และรายละเอียดการตกแต่ง (Osella & Osella, 2007)

เครื่องประดับก็มีบทบาทสำคัญในฐานะเครื่องบ่งชี้ฐานะและรสนิยมของผู้สวมใส่ การครอบครองเครื่องประดับที่มีค่า เช่น ทองคำและอัญมณี ถือเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่งและอำนาจในสังคมมุสลิม (Dunn, 2010) ในขณะเดียวกัน เครื่องประดับก็มีความสำคัญในเชิงจิตวิญญาณ เช่น การสวมแหวนที่จารึกคำว่า "บิสมิลลาฮ์" (ในพระนามของอัลลอฮ์) หรือการสวมสร้อยคอที่บรรจุดินจากเมืองมักกะฮ์ ซึ่งเชื่อว่าจะนำพรและปกป้องผู้สวมใส่จากสิ่งชั่วร้าย (Insoll, 1999) เครื่องประดับยังใช้ในพิธีกรรมและโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น การหมั้น การแต่งงาน และการเข้าสู่หนัต ซึ่งมีการมอบเครื่องประดับให้แก่กันเพื่อแสดงความรักและผูกพันทางครอบครัว (Cinar, 2008)

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน อาภรณ์และเครื่องประดับมุสลิมได้รับผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์และวัฒนธรรมบริโภคนิยม ส่งผลให้เกิดการผสมผสานและลดทอนความสำคัญของเครื่องแต่งกายแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะในหมู่คนรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มยอมรับแฟชั่นสมัยใหม่มากขึ้น (Gökarıksel & Secor, 2009) ในขณะเดียวกัน ก็มีกระแสการฟื้นฟูและอนุรักษ์เครื่องแต่งกายมุสลิมแบบดั้งเดิม โดยเห็นว่าเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาวมุสลิมที่พึงธำรงรักษาไว้ (Tarlo, 2010) ดังนั้น อาภรณ์และเครื่องประดับมุสลิมจึงยังคงเป็นประเด็นที่มีการถกเถียงและต่อรองกันอยู่ในสังคมมุสลิมร่วมสมัย

กล่าวได้ว่า อาภรณ์และเครื่องประดับในโลกมุสลิมสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายและความงามของศิลปะและวัฒนธรรมอิสลาม ทั้งในแง่ของรูปแบบ วัสดุ กรรมวิธีการผลิต และคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ เครื่องแต่งกายมุสลิมไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ปกปิดร่างกายเท่านั้น แต่ยังเป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ ศรัทธา และรสนิยมของผู้สวมใส่ อีกทั้งยังสะท้อนถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชาวมุสลิมในแต่ละท้องถิ่น ในขณะที่กระแสโลกาภิวัตน์นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายต่ออาภรณ์และเครื่องประดับมุสลิมแบบดั้งเดิม แต่ชาวมุสลิมก็ยังคงพยายามธำรงรักษาและสืบสานมรดกอันล้ำค่านี้ควบคู่ไปกับการปรับตัวและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน การศึกษาอาภรณ์และเครื่องประดับมุสลิมจึงมีความสำคัญในการทำความเข้าใจประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และสังคมของโลกมุสลิมที่มีความเป็นพลวัตและมีปฏิสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ของโลกมาโดยตลอด

3.2 รูปแบบเครื่องประดับและพฤติกรรมการใช้งานเครื่องประดับของมุสลิมในปัจจุบัน

เครื่องประดับถือเป็นส่วนสำคัญของการแต่งกายในโลกมุสลิมมาอย่างยาวนาน ทั้งในแง่ของการเสริมความงามและการแสดงสถานะทางสังคม (Folsach & Bernsted, 2013) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันเครื่องประดับมุสลิมได้มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับกระแสแฟชั่นและวิถีชีวิตสมัยใหม่มากขึ้น ก่อให้เกิดการผสมผสานระหว่างเอกลักษณ์ดั้งเดิมกับความร่วมสมัย (Janmohamed, 2016) ในขณะเดียวกัน พฤติกรรมการเลือกซื้อและใช้งานเครื่องประดับของมุสลิมก็มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งในแง่ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และคุณค่าที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ (Gökarıksel & Secor, 2009) บทความนี้จะมุ่งศึกษารูปแบบเครื่องประดับและพฤติกรรมการใช้งานเครื่องประดับของมุสลิมในปัจจุบัน โดยอาศัยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจถึงแนวโน้มและปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างสรรค์และการบริโภคเครื่องประดับในสังคมมุสลิมร่วมสมัย

3.2.1 รูปแบบเครื่องประดับมุสลิมในปัจจุบัน

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบเครื่องประดับของมุสลิมในปัจจุบันมีความหลากหลายและผสมผสานระหว่างแบบดั้งเดิมกับแนวโน้มแฟชั่นสมัยใหม่ โดยมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับไลฟ์สไตล์และรสนิยมของคนรุ่นใหม่มากขึ้น (Janmohamed, 2016) อย่างไรก็ตาม เครื่องประดับมุสลิมยังคงยึดโยงกับหลักการพื้นฐานของศาสนาและวัฒนธรรมอิสลาม เช่น ความสุภาพเรียบร้อย การไม่สร้างมลทินต่อร่างกาย และการแสดงออกถึงความศรัทธา (Tarlo, 2010)

รูปแบบเครื่องประดับมุสลิมที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ได้แก่ เครื่องประดับที่มีการผสมผสานระหว่างโลหะมีค่า เช่น ทองคำและเงิน กับอัญมณีและหินสีต่าง ๆ เพื่อสร้างความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Mohamad Saleeh, 2019) นอกจากนี้ ยังมีการออกแบบเครื่องประดับที่ทันสมัย เช่น มีรูปทรงเรขาคณิตหรือลวดลายกราฟิกที่เรียบง่าย แต่ยังคงความเป็นมุสลิมผ่านการใช้สีหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ (Gökarıksel & Secor, 2009)

อีกรูปแบบที่น่าสนใจ คือ เครื่องประดับที่มีการประยุกต์ใช้อักษรอาหรับหรือคำสอนจากคัมภีร์กุรอานในการออกแบบ ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความศรัทธาและอัตลักษณ์ทางศาสนา (Osella & Osella, 2007) และเครื่องประดับที่ทำจากวัสดุทางเลือก เช่น เซรามิก ไม้ หรือหนัง ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เรียบง่ายตามหลักคำสอนของอิสลาม (Mohiuddin, 2016)

3.2.2 พฤติกรรมการใช้งานเครื่องประดับของมุสลิมในปัจจุบัน

ในด้านพฤติกรรมการใช้งานเครื่องประดับของมุสลิมในปัจจุบัน พบว่ามีความแตกต่างหลากหลายตามปัจจัยด้านเพศ วัย การศึกษา และระดับรายได้ โดยผู้หญิงมุสลิมมีแนวโน้มที่จะใช้เครื่องประดับมากกว่าผู้ชาย และมักเลือกเครื่องประดับที่มีดีไซน์และคุณภาพดี สอดคล้องกับรสนิยมและฐานะทางสังคม (Gökarıksel & Secor, 2009) ในขณะที่ผู้ชายมุสลิมนิยมสวมแหวนหรือนาฬิกาที่มีลักษณะเรียบง่ายและสุภาพ

นอกจากนี้ยังพบว่ามุสลิมรุ่นใหม่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับแบรนด์และการนำเสนอเรื่องราวเบื้องหลังผลิตภัณฑ์ ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงให้คุณค่ากับเครื่องประดับที่สะท้อนอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรมของตน (Janmohamed, 2016) มุสลิมบางกลุ่มเริ่มหันมาสนใจเครื่องประดับที่ผลิตจากวัสดุจากธรรมชาติหรือผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับหลักคำสอนในอิสลามที่ให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาโลก (Mohiuddin, 2016) อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายบางประการในการสร้างสมดุลระหว่างเทรนด์แฟชั่นกับหลักปฏิบัติทางศาสนา เช่น การหลีกเลี่ยงเครื่องประดับที่อาจนำไปสู่การอวดโอ้หรือสร้างมลทินต่อร่างกาย รวมถึงข้อจำกัดบางประการในการสวมใส่เครื่องประดับระหว่างประกอบพิธีกรรมทางศาสนา (Tarlo, 2010) ดังนั้น การสร้างสรรค์และเลือกใช้เครื่องประดับของมุสลิมในปัจจุบันจึงต้องอาศัยทั้งความเข้าใจในบริบททางสังคมวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการตีความหลักคำสอนทางศาสนาอย่างสมดุลและสอดคล้องกับวิถีชีวิตร่วมสมัย



ภาพที่ 4-21 การแต่งกายของสตรีมุสลิมในปัจจุบัน

ที่มา: Elizabeth Bucar. (2017). *Pious Fashion: Designing Modern Muslim Citizen*. Retrieve from <https://contendingmodernities.nd.edu/theorizing-modernities/designing-modern-muslims/>

กล่าวได้ว่า รูปแบบเครื่องประดับและพฤติกรรมการใช้งานเครื่องประดับของมุสลิมในปัจจุบัน พบว่ามีการปรับเปลี่ยนและผสมผสานระหว่างเอกลักษณ์ดั้งเดิมกับแนวโน้มแฟชั่นสมัยใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและรสนิยมของมุสลิมรุ่นใหม่ โดยรูปแบบเครื่องประดับมีความหลากหลาย ทั้งการผสมผสานวัสดุ การออกแบบทันสมัย การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์ทางศาสนา และการใช้วัสดุทางเลือก ในขณะที่พฤติกรรมการใช้งานมีความแตกต่างตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยมุสลิมรุ่นใหม่มีแนวโน้มซื้อเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และให้ความสำคัญกับคุณค่าด้านแบรนด์ เรื่องราว และความยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การสร้างสมดุลระหว่างเทรนด์แฟชั่นกับหลักปฏิบัติทางศาสนา ยังคงเป็นความท้าทายสำคัญ ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้บริโภคเครื่องประดับมุสลิมจึงต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทั้งในมิติทางสังคมวัฒนธรรมและศาสนา เพื่อสร้างสรรค์และเลือกใช้เครื่องประดับที่สะท้อนอัตลักษณ์ ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ และสอดคล้องกับหลักคำสอนอิสลามได้อย่างลงตัว การศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตอาจมุ่งเน้นไปที่การสำรวจทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมของผู้บริโภคมุสลิมต่อเครื่องประดับประเภทต่างๆ ในเชิงลึก เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของตลาดเครื่องประดับมุสลิมในยุคปัจจุบันต่อไป

3.3 ทิศทางการพัฒนารูปแบบเครื่องประดับสำหรับกลุ่มตลาดมุสลิมในอนาคต

ตลาดเครื่องประดับมุสลิมเป็นหนึ่งในตลาดที่มีการเติบโตสูงและมีศักยภาพมากที่สุดในอุตสาหกรรมแฟชั่นโลก ด้วยจำนวนประชากรมุสลิมที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.2 พันล้านคนภายในปี 2030 (Pew Research Center, 2015) ประกอบกับกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นและการขยายตัวของชนชั้นกลางในประเทศมุสลิม ส่งผลให้ความต้องการเครื่องประดับที่สะท้อนอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของมุสลิมเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Thomson Reuters, 2018) อย่างไรก็ตาม การแข่งขันที่รุนแรงและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้แบรนด์เครื่องประดับมุสลิมจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายมากขึ้น (Janmohamed, 2016) ทิศทางการพัฒนารูปแบบเครื่องประดับสำหรับกลุ่มตลาดมุสลิมในอนาคต โดยอาศัยการทบทวน

วรรณกรรมและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการและนักออกแบบในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดเครื่องประดับมุสลิมในอนาคตได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพดังนี้

1) การสร้างสมดุลระหว่างความร่วมมือและคุณค่าดั้งเดิม

ทิศทางสำคัญของการพัฒนาเครื่องประดับมุสลิมในอนาคต คือ การสร้างสมดุลระหว่างการออกแบบที่ทันสมัยและสอดคล้องกับเทรนด์แฟชั่นโลก กับการคงไว้ซึ่งคุณค่าและความหมายตามหลักศาสนาและวัฒนธรรมอิสลาม (Tarlo, 2010) โดยการผสมผสานองค์ประกอบและสัญลักษณ์ดั้งเดิม เช่น ลวดลายเรขาคณิต อักษรอาหรับ หรือความเชื่อเรื่องการปกป้องและโชคลาภ เข้ากับการออกแบบที่เรียบง่าย ร่วมสมัย และเหมาะกับการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน (Gökarıksel & Secor, 2009)

นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการผลิตเครื่องประดับ ก็จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้กับแบรนด์ได้ เช่น การใช้เทคโนโลยี 3D printing ในการสร้างเครื่องประดับที่มีรูปทรงซับซ้อนหรือเป็นชิ้นเดียวในโลก การพัฒนาวัสดุใหม่ที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น การกันน้ำ การเปลี่ยนสีตามอุณหภูมิ หรือการใช้ระบบสัมผัสและเซ็นเซอร์เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้สวมใส่ (Rashid, 2017) ซึ่งจะทำให้เครื่องประดับมุสลิมมีความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น

2) การใช้วัสดุและกระบวนการผลิตที่ยั่งยืน

แนวโน้มสำคัญที่จะมีอิทธิพลต่อการพัฒนาเครื่องประดับมุสลิมในอนาคต คือ กระแสความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับหลักคำสอนในศาสนาอิสลามที่ให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและการบริโภคอย่างพอเพียง (Mohamad Saleeh, 2019) ดังนั้น แบรนด์เครื่องประดับมุสลิมในอนาคตจึงควรให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุที่มาจากแหล่งที่มีจริยธรรม เช่น ทองคำและเงินที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน Fairtrade หรืออัญมณีที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน Kimberley Process เพื่อป้องกันการค้าอัญมณีที่ผิดกฎหมาย (Mohamad Saleeh, 2019)

นอกจากนี้ การนำวัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ไม้ เซรามิก หรือพลาสติกรีไซเคิล มาใช้ในการผลิตเครื่องประดับ ก็จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและตอบโจทย์ผู้บริโภคกลุ่ม Eco-conscious ได้ดียิ่งขึ้น (Mohiuddin, 2016) รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและลดการสร้างของเสีย เช่น การใช้เทคโนโลยีการผลิตสะอาด (Clean technology) การนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ (Recycling) หรือการลดการใช้สารเคมีและพลังงานในกระบวนการผลิตล้วนเป็นแนวทางที่จะช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมเครื่องประดับมุสลิมในระยะยาว

3) การสร้างเรื่องราวและอัตลักษณ์ให้กับแบรนด์

การสร้างเรื่องราวและอัตลักษณ์ให้กับแบรนด์เครื่องประดับมุสลิม จะเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความโดดเด่นและความผูกพันกับผู้บริโภคในอนาคต โดยอาจอาศัยการเชื่อมโยงเรื่องราวของแบรนด์เข้ากับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของโลมุสลิม เพื่อสะท้อนถึงรากเหง้าและคุณค่าดั้งเดิมที่สืบทอดมาจากอดีต (Temporal, 2011) หรืออาจนำเสนอเรื่องราวของบุคคล

ต้นแบบ เช่น ศิลปิน ดีไซน์เนอร์ หรือผู้นำทางความคิด ที่มีอิทธิพลต่อวงการแฟชั่นมุสลิม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ (Janmohamed, 2016)

นอกจากนี้ การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวผ่านรูปแบบการออกแบบ การเลือกใช้วัสดุ สี และลวดลายที่มีเอกลักษณ์ รวมถึงการสื่อสารคุณค่าหลักและปรัชญาของแบรนด์ผ่านผลิตภัณฑ์และสื่อต่างๆ ก็จะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำและเชื่อมโยงกับแบรนด์ได้ง่ายขึ้น (Temporal, 2011) ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีและการบอกต่อในระยะยาว อย่างไรก็ตาม การสร้างเรื่องราวของแบรนด์จะต้องมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับพฤติกรรมและการดำเนินงานจริงของแบรนด์ และสามารถเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้ง จึงจะสามารถสร้างการรับรู้และความประทับใจที่ยั่งยืนได้

4) การขยายตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล

จากพฤติกรรมของผู้บริโภคใหม่ที่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้การขยายตลาดสู่ช่องทางดิจิทัลเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับแบรนด์เครื่องประดับมุสลิมในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันของแบรนด์เอง การร่วมมือกับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำ หรือการทำการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียและบล็อกเกอร์ที่มีอิทธิพลในกลุ่มมุสลิม (Janmohamed, 2016) ซึ่งจะช่วยให้นักแบรนด์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น สามารถนำเสนอข้อมูลสินค้าได้อย่างละเอียดและน่าสนใจมากขึ้น รวมถึงสามารถสร้างการมีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าได้โดยตรง

นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality) หรือความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) เพื่อให้ลูกค้าสามารถทดลองสวมใส่เครื่องประดับแบบเสมือนจริง การใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิเคราะห์และให้คำแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย หรือการสร้างประสบการณ์แบบ Omnichannel ที่เชื่อมต่อการซื้อขายสินค้าทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน ก็ล้วนเป็นเทรนด์ใหม่ที่จะช่วยยกระดับการให้บริการและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้ายุคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี (Rashid, 2017)

5) การตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย

ปัจจุบัน ผู้บริโภคมุสลิมมีความต้องการและรสนิยมที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งในแง่ของอายุ ไลฟ์สไตล์ ระดับรายได้ และการให้ความสำคัญกับศาสนา ดังนั้น การพัฒนาเครื่องประดับมุสลิมในอนาคตจึงต้องคำนึงถึงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะกลุ่มให้ได้มากที่สุด (Janmohamed, 2016) เช่น การออกแบบเครื่องประดับสำหรับมุสลิมวัยรุ่นที่ชื่นชอบแฟชั่น การสร้างสรรค์เครื่องประดับที่เรียบง่ายและสวมใส่สบายสำหรับมุสลิมวัยทำงาน หรือการพัฒนาเครื่องประดับที่มีดีไซน์หรูหราและใช้วัสดุพรีเมียมสำหรับมุสลิมที่มีกำลังซื้อสูง

นอกจากนี้ การออกแบบเครื่องประดับให้สอดคล้องกับเทศกาลและโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น เครื่องประดับสำหรับเทศกาลอีดิ้ลฟิตรี การแต่งงาน หรือของขวัญในโอกาสพิเศษ ก็จะช่วยสร้างความต้องการซื้อและกระตุ้นยอดขายให้กับแบรนด์ได้ (Mohamad Saleeh, 2019) อย่างไรก็ตาม การตอบสนองความต้องการที่หลากหลายนี้ ต้องอาศัยความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับพฤติกรรม ทัศนคติ และการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ผ่านการวิจัยตลาดและการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกอย่าง

ต่อเนื่อง เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปได้ อย่างรวดเร็วและแม่นยำ

6) การรักษามาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

แม้ว่าการพัฒนารูปแบบและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จะเป็นสิ่งสำคัญ แต่ในการแข่งขันของตลาดเครื่องประดับมุสลิมในอนาคต แต่สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญควบคู่กันไป คือ การรักษา มาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความสม่ำเสมอและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (Akou, 2007) ทั้งในแง่ของการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การควบคุมกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน การตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่ดี เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ การสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพและมาตรฐานของแบรนด์ผ่านการสื่อสาร การตลาด เช่น การได้รับรางวัลหรือการรับรองมาตรฐานจากสถาบันที่มีชื่อเสียง การให้ข้อมูลที่ชัดเจน เกี่ยวกับแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตของสินค้า หรือการรับประกันคุณภาพและการเปลี่ยนสินค้าใน กรณีที่มีปัญหา ก็จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับแบรนด์ได้มากขึ้น (Temporal, 2011) ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าและการบอกต่อในเชิงบวกต่อไป

7) การสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค

การสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคมุสลิมอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง จะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้กับแบรนด์เครื่องประดับมุสลิมในอนาคต ผ่านการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม (Engagement marketing) ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีปฏิสัมพันธ์และแสดงความคิดเห็นกับแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ (Melewar & Alwi, 2017) ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมและการประกวดออกแบบเครื่องประดับ การเปิดพื้นที่ให้ลูกค้าได้แชร์ประสบการณ์และเรื่องราวการใช้งานผลิตภัณฑ์ผ่านโซเชียลมีเดีย หรือการสร้างชุมชนออนไลน์ของแบรนด์ที่เป็นพื้นที่ให้ลูกค้าได้พูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน

นอกจากนี้ การสื่อสารคุณค่าและจุดยืนของแบรนด์ในประเด็นที่ผู้บริโภคมุสลิมให้ความสำคัญ เช่น การส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ การสนับสนุนการศึกษาและการพัฒนาเยาวชน หรือการร่วมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ผ่านกิจกรรมเพื่อสังคมหรือแคมเปญการตลาดต่างๆ ก็จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคได้ (Temporal, 2011) อย่างไรก็ตาม การสื่อสารของแบรนด์จะต้องมีความจริงใจ โปร่งใส และสอดคล้องกับการกระทำที่แท้จริง ไม่เช่นนั้นอาจส่งผลเสียต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของแบรนด์ในระยะยาวได้

กล่าวได้ว่า การพัฒนารูปแบบเครื่องประดับสำหรับกลุ่มตลาดมุสลิมในอนาคต จะเป็น การผสมผสานกันระหว่างการคงไว้ซึ่งคุณค่าและเอกลักษณ์ดั้งเดิมของศาสนาและวัฒนธรรมอิสลาม กับการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคยุคใหม่ ผ่านการออกแบบที่ร่วมสมัย การใช้วัสดุและกระบวนการผลิตที่ยั่งยืน การสร้างเรื่องราวและอัตลักษณ์ให้กับแบรนด์ การขยายตลาดสู่ช่องทางดิจิทัล และการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวจะต้องอาศัยความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับพฤติกรรม ทัศนคติ และความต้องการที่

เปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มผู้บริโภคมุสลิม ควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จที่ยั่งยืนให้กับแบรนด์เครื่องประดับมุสลิมในอนาคตได้อย่างแท้จริง

4. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์

การออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ เป็นการผสมผสานระหว่างศิลปะและการออกแบบ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่มีคุณค่าทางสุนทรียภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ (สุภาพร ศิริเวชกุล, 2560) โดยต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ทั้งด้านการใช้งาน ความสวยงาม คุณภาพ ราคา และกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น แตกต่าง และเป็นที่ต้องการของตลาด (Lim, 2015) ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมเครื่องประดับได้รับความนิยมและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากกระแสแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) การออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์จึงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้

แนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ การออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ เป็นการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านศิลปะ การออกแบบ การตลาด และการผลิต เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทั้งด้านสุนทรียภาพและประโยชน์ใช้สอย สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และสร้างกำไรให้กับธุรกิจได้ (Lim, 2015) โดยอาศัยหลักการสำคัญ ดังนี้

1) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target group analysis) เป็นการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อทำความเข้าใจความต้องการ รสนิยม และไลฟ์สไตล์ของพวกเขา ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงใจผู้บริโภค (ปิยะนุช เนตรนิยม, 2558)

2) การกำหนดคอนเซ็ปต์ (Concept development) เป็นการสร้างแนวคิดหลักในการออกแบบ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแบรนด์ ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับเทรนด์แฟชั่น โดยอาจได้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม หรือวัสดุที่น่าสนใจ (Faerm, 2010)

3) การเลือกใช้วัสดุ (Material selection) เป็นการคัดเลือกวัสดุที่มีคุณภาพเหมาะสมกับสไตล์ของงานออกแบบและงบประมาณ โดยคำนึงถึงความสวยงาม ความคงทน ความสะดวกในการผลิต และความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน (ชนิดา จิตต์สุทธีผล, 2561)

4) การออกแบบรูปร่างและลวดลาย (Form and pattern design) เป็นการสร้างสรรค์รูปร่าง รูปร่าง สัดส่วน และลวดลายของเครื่องประดับ ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และสื่อถึงคอนเซ็ปต์ของงาน โดยอาจใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบและเขียนแบบ (สุทิดา แก้วมุงคุณ และคณะ, 2559)

5) การกำหนดสีและพื้นผิว (Color and texture specification) เป็นการเลือกใช้สีและพื้นผิววัสดุให้เหมาะสมกับรูปแบบของเครื่องประดับ โดยพิจารณาจากความหมายของสี บุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย และเทรนด์สีประจำฤดูกาล ซึ่งจะช่วยเพิ่มความโดดเด่นและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ (วารัณ จิตรุติพงศ์, 2561)

6) การคำนวณต้นทุนและกำหนดราคา (Cost calculation and pricing) เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ทั้งวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพื่อกำหนดราคาขายที่เหมาะสม สามารถแข่งขันในตลาดได้ และมีกำไรตามเป้าหมายของธุรกิจ (ศศิธร ธนะภพ, 2562)

กระบวนการออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ ในการออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ มีกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพและตรงตามวัตถุประสงค์ โดยมีขั้นตอนหลัก ดังนี้ (สุภาพร ศิริเวชกุล, 2560)

1) การวิจัยและกำหนดกรอบแนวคิด (Research and conceptual framework) เริ่มจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย คู่แข่ง เทรนด์แฟชั่น และโอกาสทางการตลาด จากนั้นนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดหลักในการออกแบบ

2) การสร้างสรรค์และพัฒนาแบบร่าง (Sketch and design development) เป็นการร่างแบบเครื่องประดับตามแนวคิดที่วางไว้ ทั้งการวาดมือและใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีการพัฒนาและปรับปรุงแบบหลายๆ ครั้ง จนได้แบบที่สมบูรณ์

3) การเลือกวัสดุและกำหนดรายละเอียด (Material selection and detailing) เป็นการกำหนดชนิด คุณสมบัติ สี พื้นผิว และรายละเอียดต่างๆ ของวัสดุที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับให้สอดคล้องกับแบบที่ออกแบบไว้

4) การสร้างต้นแบบและทดสอบ (Prototyping and testing) เป็นการสร้างชิ้นงานต้นแบบ เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ในการผลิต ความสวยงาม ความแข็งแรง และความสะดวกในการใช้งาน รวมถึงการทดสอบตลาดเบื้องต้นกับกลุ่มเป้าหมาย

5) การผลิตและควบคุมคุณภาพ (Production and quality control) เมื่อแบบและต้นแบบได้รับการอนุมัติแล้ว จึงนำเข้าสู่กระบวนการผลิตจริง โดยมีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพในทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน

6) การตลาดและการขาย (Marketing and sales) เป็นการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในตลาด

กรณีศึกษาการออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์

Pandora (แพนดอร่า) เป็นแบรนด์เครื่องประดับชั้นนำจากเดนมาร์ก ที่มีจุดเด่นในการออกแบบจี้และกำไลข้อมือแบบสะสม ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกประกอบชิ้นส่วนต่างๆ ได้ตามใจชอบ โดยมีคอลเลกชันหลากหลายสไตล์ให้เลือกสรร และมีการออกแบบลายใหม่ทุกเดือน ทำให้ลูกค้ามีความผูกพันและกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 4-22 เครื่องประดับจากแบรนด์ Pandora (แพนดอร่า)

ที่มา: สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2561). ทำไมแพนดอร่าถึงได้ชื่อว่าเป็นแบรนด์เครื่องประดับที่ขายดีที่สุดในโลก. สืบค้นจาก <https://thaitextile.org/th/insign/detail.169.1.0.html>

Swarovski (สวารอฟสกี) เป็นแบรนด์เครื่องประดับคริสตัลชั้นนำจากออสเตรีย ที่มีชื่อเสียงในด้านการเจียระไนคริสตัลให้มีประกายงดงาม และการออกแบบที่ทันสมัย หรรษา โดยมีการร่วมงานกับดีไซเนอร์ระดับโลกมาสร้างสรรค์คอลเลกชันพิเศษอยู่เสมอ รวมถึงการขยายสายผลิตภัณฑ์ไปสู่เครื่องประดับแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ เพื่อเข้าถึงลูกค้าในวงกว้าง



ภาพที่ 4-23 เครื่องประดับจากแบรนด์ Swarovski (สวารอฟสกี)

ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์. (2567). สวารอฟสกีฉลองคอลเลกชันใหม่ ปีแห่งมังกรทางมงคล. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/celebonline/detail/9670000007655>

Chow Tai Fook (โจวไท่ฟุก) เป็นแบรนด์เครื่องประดับที่ใหญ่ที่สุดของจีน ที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบทองคำและเครื่องประดับอัญมณี โดยผสมผสานศิลปะจีนร่วมสมัยเข้ากับเทรนด์แฟชั่นระดับสากล มีการสร้างนวัตกรรมด้านการออกแบบและการผลิตอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างประสบการณ์การซื้อที่ดีให้กับลูกค้า ผ่านการออกแบบร้านค้าที่ทันสมัยและการบริการที่เป็นเลิศ



ภาพที่ 4-24 เครื่องประดับจากแบรนด์ Chow Tai Fook (โจวไท่ฟุก)

ที่มา: Chow Tai Fook. (nd.). CTF ROUGE COLLECTION. Retrieve From <https://www.chowtaifook.com/en-hk>

กล่าวได้ว่า การออกแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานคุณค่าทางสุนทรียภาพ ประโยชน์ใช้สอย และมูลค่าทางการตลาดเข้าด้วยกัน โดยอาศัยการบูรณาการความรู้ทางด้านการออกแบบ การผลิต และการตลาด ผ่านกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ ตั้งแต่การวิจัยตลาด การสร้างแนวคิด การออกแบบ การพัฒนาต้นแบบ ไปจนถึงการผลิตและการขาย ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับมีคุณภาพ ตรงใจผู้บริโภค และสามารถสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

4.2 แนวคิดการศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น ทำให้การแข่งขันในตลาดทวีความรุนแรง ธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017) การศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจผู้บริโภคและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด นำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในระยะยาว

การศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในหลายประการ ได้แก่ (1) ช่วยให้เข้าใจความต้องการ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง (2) ช่วยให้สามารถแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม (3) ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด (4) ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ และ (5) ช่วยในการประเมินผลการดำเนินงานและปรับปรุงให้ดีขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) แนวคิดการศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคมีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ยุคแรกๆ ที่เน้นการผลิตและการขายเป็นหลัก โดยมองว่าผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าที่เหมือนกัน และจะซื้อสินค้าที่มีราคาถูกและหาซื้อได้ง่าย (Kotler & Keller, 2016) ต่อมาในยุคที่เน้นการตลาด เริ่มให้ความสำคัญกับการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และพยายามผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการ โดยอาศัยเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ในการกระตุ้นการซื้อ (McCarthy, 1960)

ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญ ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจมากขึ้น สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และมีทางเลือกที่หลากหลาย จึงเกิดแนวคิดการตลาดยุคใหม่ที่เน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง (Customer-Centric) และให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า (Customer Experience) ผ่านการเชื่อมโยงทุกจุดสัมผัส (Touchpoints) และสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (Customer Engagement) เพื่อสร้างความผูกพันและความภักดีในระยะยาว (Kotler et al., 2017) นอกจากนี้ ยังเกิดแนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing) ที่เน้นการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Sheth & Sisodia, 2015) และแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) ที่มุ่งแก้ไขปัญหาสังคมควบคู่ไปกับการสร้างกำไร ผ่านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้พึงประสงค์ (Kotler & Lee, 2008) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในปัจจุบัน

กระบวนการศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ (Malhotra, 2019; ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555)

1) การกำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์การวิจัย เป็นการระบุประเด็นปัญหาหรือโอกาสทางการตลาดที่ต้องการศึกษา และกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าต้องการทราบข้อมูลอะไรบ้าง เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ

2) การออกแบบงานวิจัย เป็นการวางแผนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ วิธีการสุ่มตัวอย่าง

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการดำเนินการเก็บข้อมูลตามแผนที่วางไว้ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจ การสังเกต การทดลอง และการสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น หนังสือ บทความ และฐานข้อมูลออนไลน์ (Burns & Bush, 2014)

4) การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาประมวลผล วิเคราะห์ และสรุปผลด้วยวิธีการทางสถิติ เช่น การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

5) การรายงานผลและให้ข้อเสนอแนะ เป็นการนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบที่เข้าใจง่าย พร้อมให้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อช่วยในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาด้านการตลาด (Aaker, Kumar, & Day, 2007)

ในการศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค นักการตลาดสามารถใช้เครื่องมือที่หลากหลาย ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และทรัพยากรที่มี โดยเครื่องมือที่นิยมใช้ ได้แก่ (Malhotra, 2019; ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2554)

- การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ ผ่านการใช้แบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณที่สามารถอ้างอิงไปยังประชากรได้ เช่น การสำรวจความพึงพอใจ การสำรวจการรับรู้ตราสินค้า และการสำรวจพฤติกรรมการซื้อ
- การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นการสนทนากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบบตัวต่อตัว เพื่อเจาะลึกประเด็นที่สนใจ ให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ละเอียดและครอบคลุม เช่น การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม การสัมภาษณ์ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) และการสัมภาษณ์ลูกค้าที่ภักดีต่อตราสินค้า
- การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นการจัดการสนทนาแบบกลุ่มย่อยประมาณ 6-10 คน ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยมีผู้ดำเนินการสนทนาเป็นผู้ควบคุมทิศทางให้เป็นไปตามประเด็นที่ต้องการศึกษา เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและมุมมองที่หลากหลาย (Morgan, 1997)

- การสังเกต (Observation) เป็นการเฝ้าดูพฤติกรรมของผู้บริโภคในสถานการณ์จริง เช่น การสังเกตพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้า การสังเกตปฏิกิริยาตอบสนองต่อสื่อโฆษณา และการสังเกตการใช้ผลิตภัณฑ์ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ผู้บริโภคไม่สามารถบอกเล่าได้ (Underhill, 2009)
- การทดลอง (Experiment) เป็นการจัดสถานการณ์ให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ แล้วสังเกตพฤติกรรมและเก็บข้อมูลการตอบสนอง เพื่อประเมินประสิทธิภาพและความเป็นไปได้ในการนำสินค้าออกสู่ตลาด (Shadish, Cook, & Campbell, 2002)
- การวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ (Online Data Analytics) เป็นการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ผ่านการใช้เทคโนโลยีบิ๊กดาต้าและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคดิจิทัล และนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า (Kannan & Li, 2017)

ในอนาคต การศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยมีแนวโน้มสำคัญ ได้แก่ (Grewal, Roggeveen, & Nordfält, 2017; Kotler et al., 2017)

1. การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยอาศัยเทคโนโลยีการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อค้นหารูปแบบและความสัมพันธ์ที่ซ่อนอยู่ในข้อมูล และนำมาใช้ในการทำนายพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

2. การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิจัยตลาด เช่น การใช้ระบบการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทำนายแนวโน้ม การใช้ภาษาธรรมชาติ (Natural Language Processing) ในการวิเคราะห์ข้อความและการสนทนา และการใช้ภาพเสมือน (Virtual Reality) ในการทดสอบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

3. การเพิ่มบทบาทของการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเจาะลึกเข้าใจความรู้สึก ทศนคติ และแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของผู้บริโภค ผ่านการสังเกต การสัมภาษณ์ และการมีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค (Ethnography) เพื่อค้นพบ Pain Points และ Insights ใหม่ ๆ

4. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ Real-time ผ่านการติดตามข้อมูลจากอุปกรณ์ดิจิทัลที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (Internet of Things) เช่น สมาร์ทโฟน สมาร์ทวอชและอุปกรณ์อัจฉริยะอื่นๆ ที่สามารถเก็บข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้ได้ตลอดเวลา ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะบุคคลได้อย่างทันท่วงที

5. การให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการบริโภคที่รับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Consumption) และส่งเสริมการตลาดเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Transformative Marketing) ที่สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการสร้างกำไรให้กับธุรกิจ (Varadarajan, 2017)

การศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจความต้องการ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่การวางกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพและสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน ในปัจจุบัน แนวคิดการศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคได้มีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาเชิงลึก การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการคำนึงถึงความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะยังคงเป็นแนวโน้มสำคัญในอนาคต ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันท่วงที อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

4.3 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะทางวัฒนธรรม และทรัพย์สินทางปัญญา ในการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด สร้างรายได้ และคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้คนในสังคม ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์การพัฒนา จากการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ มาสู่การใช้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น อันได้แก่ ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (เดชา พวงดาวเรือง, 2560)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เริ่มก่อตัวขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 1990 จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีในหลายประเทศ ที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ มากกว่าการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ (Landry & Bianchini, 1995) โดยในปี ค.ศ. 1997 รัฐบาลอังกฤษภายใต้การนำของนายกรัฐมนตรีโทนี แบลร์ ได้จัดตั้งหน่วยงาน Creative Industries Task Force (CITF) เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเชิงนโยบาย (BOP Consulting, 2010) ต่อมาในปี ค.ศ. 2001 John Howkins นักเขียนชาวอังกฤษ ได้เผยแพร่หนังสือ The Creative Economy: How People Make Money from Ideas ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นผลงานชิ้นสำคัญที่ช่วยวางรากฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเวทีโลก โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ผ่านการผลิตสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ ที่มีเอกลักษณ์และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ (Howkins, 2001) ขณะเดียวกัน ในปี ค.ศ. 2004 UNCTAD ได้จัดการประชุม United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD XI) ณ นครเซาเปาลู ประเทศบราซิล ภายใต้หัวข้อ Creative Industries and Development ซึ่งนำไปสู่ความร่วมมือระหว่างประเทศในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้ การพัฒนาเชิงนโยบาย และความช่วยเหลือทางวิชาการ (UNCTAD, 2004) ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นของการผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับสากล

หลังจากนั้น UNESCO ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในมิติของการเชื่อมโยงกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ผ่านการประกาศ "ปฏิญญาสากลว่าด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม" (UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity) ในปี ค.ศ. 2001 ที่ระบุถึง

ความสำคัญของความหลากหลายทางวัฒนธรรมในฐานะมรดกร่วมของมนุษยชาติ และเป็นรากฐานของการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (UNESCO, 2001) รวมถึงการจัดทำรายงาน "Creative Economy Report" ร่วมกับ UNCTAD ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008 เพื่อติดตามพัฒนาการของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับโลก (UNESCO & UNDP, 2013) นอกจากนี้ OECD ก็ได้ผลักดันการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกลุ่มประเทศสมาชิก ผ่านการศึกษาวิจัย การจัดเวทีแลกเปลี่ยนนโยบาย และการพัฒนาดัชนีวัดระดับความคิดสร้างสรรค์ เช่น โครงการ Creative Industries and Local Economic Development ในปี ค.ศ. 2005 และการจัดทำรายงาน The Creative Economy: A Feasible Development Option ในปี ค.ศ. 2010 ที่ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการสร้างการเติบโตและการจ้างงาน (OECD, 2014)

สำหรับประเทศไทย แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เริ่มเข้ามามีบทบาทในช่วงทศวรรษ 2000 โดยรัฐบาลได้บรรจุประเด็นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) เป็นครั้งแรก และจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ OKMD ในปี พ.ศ. 2547 เพื่อส่งเสริมการจัดการความรู้และภูมิปัญญาไทย (เดชา พวงดาวเรือง, 2560) ต่อมาในปี พ.ศ. 2552 รัฐบาลได้ประกาศให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นวาระแห่งชาติ และจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ เพื่อกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาในภาพรวม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563) อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยในระยะแรกยังขาดเอกภาพและการบูรณาการ เนื่องจากมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก รวมถึงยังไม่มีกลไกสนับสนุนที่ชัดเจน (ปาริชาติ คุณปลื้ม, 2562) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2561 รัฐบาลได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA ขึ้น เพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการอำนวยความสะดวก เชื่อมโยง และบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการผลักดันให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยการผลิตหลัก ในการสร้างสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ มีคุณค่า และสามารถจำหน่ายในตลาดได้ โดยอาศัยการผสมผสานระหว่างความรู้ ทักษะ และความสามารถของบุคลากร ผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการยกระดับมูลค่าของสินค้าและบริการ (UNCTAD, 2018) ซึ่งสามารถจำแนกองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ ดังนี้

1) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) คือ กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และความสามารถเฉพาะทาง ในการสร้างงานที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) มรดกทางวัฒนธรรม เช่น งานฝีมือ เทศกาล 2) ศิลปะ เช่น ทัศนศิลป์ ศิลปะการแสดง 3) สื่อ เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี และ 4) งานสร้างสรรค์เชิงฟังก์ชัน เช่น การออกแบบ สถาปัตยกรรม (UNESCO, 2013)

2) แรงงานสร้างสรรค์ (Creative Workforce) คือ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน ทั้งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยตรง และในสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น

นักร้องแบบในอุตสาหกรรมยานยนต์ นักการตลาดในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ (Howkins, 2001)

3) ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneurs) คือ ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการรับรู้โอกาสทางการตลาด กล้าเสี่ยง และสามารถแปลงความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นสินค้าและบริการที่สร้างรายได้ โดยมีทั้งผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และบริษัทขนาดใหญ่ (OECD, 2014)

4) พื้นที่สร้างสรรค์ (Creative Places) คือ ย่านหรือเมืองที่มีการรวมกลุ่มของกิจกรรมสร้างสรรค์ แหล่งทุนทางวัฒนธรรม และบรรยากาศที่เอื้อต่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เช่น ย่านศิลปะ แหล่งมรดกทางประวัติศาสตร์ พื้นที่ Co-working Space ซึ่งเป็นแหล่งดึงดูดแรงงานสร้างสรรค์ สร้างเครือข่ายความร่วมมือ กระตุ้นการแลกเปลี่ยนความคิด และการสร้างนวัตกรรม (Landry, 2008)

5) ผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ (Creative Products and Services) คือ ผลผลิตที่ได้จากกระบวนการสร้างสรรค์ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของสินค้าที่จับต้องได้ เช่น หนังสือ ของที่ระลึก หรือบริการที่จับต้องไม่ได้ เช่น การท่องเที่ยว กิจกรรมบันเทิง ซึ่งมีเนื้อหาเชิงสัญลักษณ์ สนุกสนาน และอรรถประโยชน์ในตัวเอง สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้ (UNCTAD, 2018)

จากองค์ประกอบข้างต้น จะเห็นได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นพลวัต ระหว่างกระบวนการสร้างสรรค์ การผลิต การกระจายสินค้าและบริการ ที่อาศัยความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์เป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ผ่านการยกระดับคุณค่าและมาตรฐานการครองชีพของผู้คนในสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563) กล่าวได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ผ่านการผลิตสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์มีคุณค่า และตอบสนองต่อความต้องการของตลาด โดยอาศัยการผสมผสานความรู้ ทักษะ และความสามารถของมนุษย์ ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการยกระดับมูลค่าและคุณค่าของสินค้าและบริการ แนวคิดนี้ได้รับการผลักดันจากองค์การระหว่างประเทศ เช่น UNCTAD UNESCO และ OECD ในฐานะกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ที่สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน กระจายรายได้ และเสริมสร้างเอกลักษณ์ท้องถิ่น ผ่านการสร้างสรรค์สินค้าและบริการจากฐานทรัพยากรและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แรงงานสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ พื้นที่สร้างสรรค์ และผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ ที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัยเป็นหัวข้อที่มีความสำคัญและได้รับความสนใจจากนักวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถแบ่งออกเป็น 3 แนวทางการศึกษาหลัก ได้แก่ การศึกษาลวดลายมลายูอิสลาม การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

1) การศึกษาลวดลายมลายูอิสลาม

การศึกษาด้านลวดลายมลายูอิสลามเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำความเข้าใจเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ งานวิจัยของ Abdullahi และ Embi (2013) ได้ศึกษาเรื่อง "Evolution of Islamic geometric patterns" โดยติดตามการพัฒนาของลวดลายเรขาคณิตอิสลามตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายเรขาคณิตอิสลามมีการวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่อง โดยมีรากฐานมาจากหลักการทางคณิตศาสตร์และปรัชญาอิสลาม ลวดลายเหล่านี้ไม่เพียงแต่มีความสวยงามทางสุนทรียะ แต่ยังสะท้อนความเชื่อทางศาสนาและวิถีชีวิตของชาวมุสลิม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Schetnikov (2024) ที่ศึกษาเรื่อง "Islamic geometric patterns, its history and design methodology" ซึ่งเจาะลึกเข้าไปในประวัติศาสตร์และวิธีการออกแบบลวดลายเรขาคณิตอิสลาม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ลวดลายเรขาคณิตอิสลามมีระบบการออกแบบที่ซับซ้อนและมีหลักการเฉพาะ โดยใช้หลักการทางเรขาคณิตและสัดส่วนที่แสดงถึงความสมบูรณ์และความไม่รู้จักจบ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความเชื่อทางศาสนาอิสลาม การเข้าใจในหลักการเหล่านี้จะช่วยให้นักออกแบบสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่มีความถูกต้องตามหลักศาสนาและมีคุณค่าทางสุนทรียะ

ในบริบทของลวดลายมลายูโดยเฉพาะ Kamarudin, Kassim และ Abdullah (2020) ได้ศึกษาเรื่อง "The variants and meanings of Malay motif ornamentation in the urban context: A case study of Putrajaya" โดยวิเคราะห์ความหลากหลายและความหมายของลวดลายมลายูในบริบทเมือง ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายมลายูมีความหลากหลายและมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่ลึกซึ้ง โดยสะท้อนความเชื่อ ค่านิยม และวิถีชีวิตของชาวมลายู ลวดลายเหล่านี้ไม่เพียงแต่ใช้เป็นองค์ประกอบการตกแต่ง แต่ยังเป็นสื่อในการส่งผ่านความหมายทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Silah, P., T. และ Ambarwati (2021) ที่ศึกษาเรื่อง "The beauty of Malay woodcarving motif ornamentation" ได้เน้นการศึกษาความงามของลวดลายมลายูที่ปรากฏในงานแกะสลักไม้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า งานแกะสลักไม้มลายูมีเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น โดยมีการใช้ลวดลายธรรมชาติ เช่น ลวดลายใบไม้ ดอกไม้ และลวดลายเรขาคณิต ที่มีความซับซ้อนและประณีต ลวดลายเหล่านี้ไม่เพียงแต่สวยงาม แต่ยังมีความหมายเชิงปรัชญาและจิตวิญญาณที่สำคัญ ซึ่งการศึกษานี้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของลวดลายมลายูที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยได้

2) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่ตอบสนองความต้องการของตลาด งานวิจัยของ Rafiki, Hidayat และ Nasution (2023) ที่ศึกษาเรื่อง

"An extensive effect of religiosity on the purchasing decisions of halal products" ได้วิเคราะห์ผลของความศรัทธาทางศาสนาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล ผลการวิจัยพบว่า ความศรัทธาทางศาสนามีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมุสลิม โดยผู้บริโภค จะให้ความสำคัญกับการที่ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับหลักศาสนา มีความหมายทางจิตวิญญาณ และ สะท้อนอัตลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรมของตนเอง เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Wandira และ Rahman (2021) ที่ศึกษาเรื่อง "Islamic branding, viral marketing, online consumer review, and purchasing decision: The mediating role of purchase intention" ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อิสลาม ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การสร้างแบรนด์อิสลาม การตลาดแบบไวรัล และรีวิวออนไลน์มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ โดยความตั้งใจซื้อ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางสำคัญ ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคมุสลิมมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มี เอกลักษณ์อิสลามที่ชัดเจน และการสื่อสารทางการตลาดที่เหมาะสมมีความสำคัญต่อความสำเร็จของ ผลิตภัณฑ์

การศึกษาเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคเครื่องประดับมุสลิมมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างจาก ผู้บริโภคทั่วไป โดยให้ความสำคัญกับความสอดคล้องกับหลักศาสนา ความหมายทางสัญลักษณ์ และการ สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่นักออกแบบและผู้ผลิตเครื่องประดับต้องนำมา พิจารณาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3) การออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

การประยุกต์ใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยเป็นแนวทางที่ ได้รับความนิยมและมีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ ในต่างประเทศ มีงานวิจัยของ Murat และ Yüksel (2018) ที่ศึกษาเรื่อง "The use of Islamic geometric patterns in contemporary jewelry design" ซึ่งมุ่งเน้นการศึกษาการนำลวดลายเรขาคณิตอิสลามมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัย โดยวิเคราะห์รูปแบบและโครงสร้างของลวดลายเรขาคณิตอิสลามจากสถาปัตยกรรมและงานศิลปะใน วัฒนธรรมอิสลาม และนำมาออกแบบเครื่องประดับต้นแบบด้วยเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ลวดลายเรขาคณิตอิสลามมีศักยภาพในการสร้างสรรค์เครื่องประดับร่วมสมัยที่มีเอกลักษณ์และ สอดคล้องกับวัฒนธรรมอิสลาม ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดมุสลิมทั่วโลกนอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ Syed Mahdzar และ Chuah (2016) ที่ศึกษาเรื่อง "Islamic influence in Malaysian contemporary jewelry design" โดยมุ่งเน้นการศึกษาอิทธิพลของศิลปะอิสลามที่มีต่อการออกแบบเครื่องประดับร่วม สมัยในมาเลเซีย ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักออกแบบเครื่องประดับชาวมาเลเซีย และการวิเคราะห์ ผลงานการออกแบบเครื่องประดับที่ได้รับรางวัล ผลการวิจัยพบว่า ศิลปะอิสลาม โดยเฉพาะลวดลาย เรขาคณิตและลวดลายพืชพรรณ มีอิทธิพลอย่างมากต่อการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยในมาเลเซีย ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและศาสนาของชาวมาเลเซีย และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรม เครื่องประดับของประเทศ

ในบริบทของประเทศไทย Phanijphand และ Kanlaya (2019) ได้ศึกษาเรื่อง "Contemporary jewelry design inspired by traditional Thai patterns: A case study of young designers" โดยการวิเคราะห์การใช้ลวดลายไทยดั้งเดิมในการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยของนักออกแบบรุ่นใหม่

ผลการวิจัยพบว่า นักออกแบบรุ่นใหม่มีแนวทางในการประยุกต์ใช้ลวดลายดั้งเดิมที่หลากหลาย โดยการแยกแยะองค์ประกอบของลวดลายมาใช้ใหม่ การปรับขนาดและสัดส่วน การใช้วัสดุใหม่ และการผสมผสานกับลวดลายสมัยใหม่ ซึ่งสร้างผลงานที่มีเอกลักษณ์และสามารถดึงดูดผู้บริโภครุ่นใหม่ได้

สำหรับการศึกษาเฉพาะในจังหวัดชายแดนใต้ มีงานวิจัยของ Meelarp และ Saengchai (2022) ที่ศึกษาเรื่อง "Cultural identity in jewelry design: A study of Muslim artisans in Southern Thailand" โดยการศึกษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการออกแบบเครื่องประดับของช่างฝีมือมุสลิมในภาคใต้ของไทย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ช่างฝีมือมุสลิมในภาคใต้มีความเชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์เครื่องประดับที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและศาสนา โดยการใช้เทคนิคการผลิตแบบดั้งเดิมผสมผสานกับแนวคิดสมัยใหม่ แต่ยังคงการพัฒนาในด้านการตลาดและการสื่อสารกับผู้บริโภคในวงกว้าง นอกจากนี้ งานวิจัยของ Thongchai และ Siriporn (2023) ที่ศึกษาเรื่อง "Design development of contemporary Islamic jewelry for Muslim women in Thailand" ได้มุ่งเน้นการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับอิสลามร่วมสมัยสำหรับสตรีมุสลิมในประเทศไทย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า สตรีมุสลิมในไทยมีความต้องการเครื่องประดับที่สอดคล้องกับหลักศาสนา มีความสวยงาม และเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเครื่องประดับที่มีลวดลายอิสลามหรือลวดลายมลายูที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรมได้

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 แนวทางการศึกษา พบว่า การศึกษาลวดลายมลายูอิสลามให้ความรู้พื้นฐานที่สำคัญเกี่ยวกับเอกลักษณ์และความหมายของลวดลาย การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคช่วยให้เข้าใจความต้องการและแรงจูงใจในการซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภคมุสลิม ส่วนการศึกษาการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แนวทางและวิธีการในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ยังมีช่องว่างการวิจัยที่สำคัญ คือ การศึกษาเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัยจากเอกลักษณ์ลวดลายมลายูในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะการผสมผสานระหว่างความรู้ด้านลวดลายมลายู ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ และสามารถแข่งขันในตลาดได้ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญสำหรับการวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3

งานแกะสลักไม้ลวดลายมลายู

การศึกษาวិเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลายมลายูในงานวิจัยนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างลวดลายจากไม้แกะสลักโบราณที่เก็บรักษา รวบรวม และจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นชุมชนละหาร จังหวัดนราธิวาส จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างลวดลายผู้วิจัยได้จำแนกกลุ่มไม้แกะสลัก ออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักประดับสถาปัตยกรรม
2. กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักสำหรับอาหารและงานครัว
3. กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักสำหรับงานพิธีกรรม ศาสนา และความเชื่อ
4. กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักสำหรับกีฬา ดนตรี และเกมการละเล่น

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ลวดลายร่วมกับการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ โดยมีข้อค้นพบดังนี้

1. ที่มาของงานแกะสลักไม้ลวดลายมลายู

ศิลปะการแกะสลักไม้ลวดลายมาเลย์ทางภาคใต้ของประเทศไทยถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่แสดงให้เห็นถึงงานฝีมืออันประณีตและประเพณีทางศิลปะของพื้นที่ ศิลปะรูปแบบนี้ได้รับอิทธิพลอย่างมากจากวัฒนธรรมมลายู โดยงานแกะสลักไม้มาเลย์มีความโดดเด่นเป็นพิเศษในจังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย เช่น ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส (Sitthiporn Piromruen, 2018) พื้นที่เหล่านี้เป็นที่รู้จักกันดีในด้านการผลิตสิ่งทอในท้องถิ่นที่หลากหลาย โดยประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม ประเพณีทางวัฒนธรรมของพวกเขารวมทั้งศิลปะและสถาปัตยกรรม ได้รับอิทธิพลจากศิลปะอิสลาม ซึ่งได้รับอิทธิพลจากมาเลเซียและอินโดนีเซีย ลวดลายมักประกอบด้วยรูปทรงเรขาคณิต ดอกไม้ และตัวอักษรอารบิก การวิจัยพบว่าไม้ที่นิยมใช้ในการแกะสลัก ได้แก่ ไม้สัก ไม้ยางพารา ไม้ชิงชัน และไม้ชิงชัน เนื่องจากมีความแข็งแรงและแกะสลักได้ง่ายในท้องถิ่น ส่งผลให้สินค้า เช่น เฟอร์นิเจอร์ กรอบรูป ของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวและผู้ชื่นชอบงานศิลปะ รูปแบบศิลปะได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นโดยช่างฝีมือผู้ชำนาญสร้างสรรค์ผลงานแต่ละชิ้นอย่างพิถีพิถัน เปี่ยมด้วยความหมายเชิงสัญลักษณ์และความสำคัญทางวัฒนธรรม

“ลายมลายู” ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่สืบทอดกันมาจากรบพรุช ลวดลายมลายูเป็นลวดลายที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ พันธุ์ไม้ และแฝงไปด้วยปรัชญา ความเชื่อ และคติคำสอนทางศาสนาของชาวไทย – มุสลิม แต่เดิมพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้เป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรมลายูโบราณ มีการรับวัฒนธรรมมาจากศาสนาฮินดูในช่วงแรก และต่อมาก็เป็นศาสนาพุทธ รูปแบบของลวดลายมลายูในช่วงแรกจึงเกี่ยวปรากฏรูปสัตว์ สิ่งมีชีวิต และต่อมามีการเปลี่ยนแปลงการนับถือศาสนา ในช่วง 200 ปี ที่ผ่านมา ข้อห้ามของศาสนาทำให้รูปแบบลวดลายรูปสัตว์หายไป หรือถูก

พัฒนาไปจนไม่เห็นเค้าร่างเดิม ผสมกับแนวคิดแบบอิสลาม (สุไลมาน เจ๊ะนะ, สัมภาษณ์) จากการศึกษา และรวบรวมข้อมูลพบว่า ลวดลายมลายูได้รับอิทธิพลจากศาสนาอิสลามและศิลปะของภูมิภาค Eshma & Chaisart (2015) กล่าวว่า ลวดลายมลายูเป็นการแสดงออกทางศิลปะที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และวิถีชีวิต ของชุมชนมุสลิมมลายูทางภาคใต้ของประเทศไทย ลวดลายเหล่านี้มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมมลายู โบราณ ผสมผสานกับอิทธิพลของประเพณีอิสลาม ซึ่งสร้างสรรค์ขึ้นด้วยแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมโดยรอบ ลักษณะเด่นของลวดลายมลายู ได้แก่ การออกแบบทางเรขาคณิตที่ซับซ้อน ลวดลาย ตามธรรมชาติ เช่น ใบไม้และดอกไม้ และบางครั้งก็มีการใช้อักษรอาหรับ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสัญลักษณ์ของ ความเชื่อทางวัฒนธรรมและศาสนาของชุมชนมุสลิมมลายู

1. ลวดลายเรขาคณิต: ลวดลายที่ประกอบด้วยรูปทรงเรขาคณิต เช่น วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม แสดงถึงแนวคิดเรื่องความสมดุลและความสมบูรณ์แบบของธรรมชาติ



ภาพที่ 3-1 ลวดลายเรขาคณิตศิลปะมลายู

2. ลวดลายดอกไม้: การออกแบบคล้ายดอกไม้ ใบไม้ และลำต้น แสดงถึงความซาบซึ้งในความงามของธรรมชาติและความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ



ภาพที่ 3-2 ลวดลายดอกไม้ศิลปะมลายู

3. การประดิษฐ์ตัวอักษรอารบิก: การนำอักษรอารบิกจากอัลกุรอานมาผสมผสานเข้ากับรูปแบบ แสดงถึงความเคารพและความจงรักภักดีต่อศรัทธาในศาสนาอิสลาม



ภาพที่ 3-3 ลวดลายอักษรอารบิก

4. ลวดลายสัตว์: แม้ว่าการวาดภาพสิ่งมีชีวิตจะไม่ได้รับการสนับสนุนในศิลปะอิสลาม แต่ ลวดลายมลายูมักนำเสนอสัตว์ต่างๆ อย่างมีสไตล์ เช่น นกในตำนาน พญานาคในตำนาน



ภาพที่ 3-4 ไม้แกะสลักรูปนกในตำนานเพื่อใช้ในพิธีกรรม

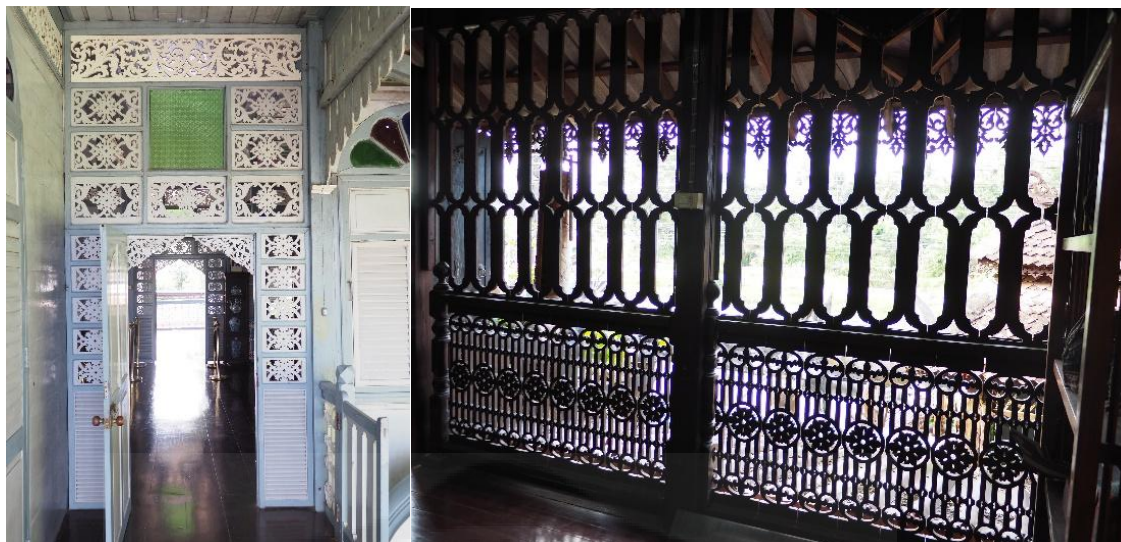
ลวดลายมลายูปราภูเป็นงานศิลปะในหลากหลายรูปแบบ โดยมีพื้นฐานจากการใช้วัสดุในท้องถิ่น และแรงบันดาลใจจากพื้นที่เป็นตัวหลักต้น ลวดลายมลายูมีการประดับตกแต่งในงานศิลปกรรมหลากหลายประเภท เช่น งานแกะสลักไม้ กริช เรือกอและ ผ้า ของใช้ในพิธีกรรม และชีวิตประจำวัน โดยมากเป็นลวดลายพรรณพฤกษาและลายเรขาคณิต เนื่องจากไม่มีข้อห้ามในการใช้ประดับ แต่ในส่วนของการใช้อักษรอารบิกมีข้อกำหนดว่าจะต้องอยู่ในตำแหน่งที่สูงเหนือศีรษะเนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของข้อความในพระคัมภีร์อัลกุรอาน



ภาพที่ 3-5 การผสมผสานลวดลายอักษรอารบิกกับลวดลายพรรณพฤกษาเพื่อตกแต่งบริเวณจั่วซุ้มประตู

การแกะสลักไม้ลวดลายมลายู เป็นงานหัตถกรรมที่แสดงเอกลักษณ์ของคนในพื้นที่ชายแดนใต้ได้อย่างชัดเจน ช่างแกะสลักไม้จะสร้างสรรค์งานแกะลวดลายแฝงลงไปในข้าวของเครื่องใช้ของคนในท้องถิ่นมลายู ช่างแกะสลักไม้สร้างลวดลายแกะสลักอันประณีตและรวมเข้ากับสิ่งของและเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของชุมชนมลายูในท้องถิ่น อาทิเช่น:

1) สถาปัตยกรรม : ไม้แกะสลักใช้ตกแต่งบ้านและอาคารของชาวมุสลิม พบได้ในบ้านแบบดั้งเดิม การประดับปลายจั่ว แผงข้างเรือ แผงระบายอากาศ บานประตู ลวดลายเพดาน และอื่น ๆ อีกมากมาย



ภาพที่ 3-6 การใช้ไม้แกะสลักตกแต่งบ้านและอาคาร

2) อาหาร: ลวดลายไม้แกะสลักใช้เป็นแม่พิมพ์สำหรับขนมหวานที่เรียกว่า "คมโก" หรือ "ตัวพุงปูด" บริโภคในพิธีและเป็นของว่างในชีวิตประจำวันโดยมักคู่กับชา ที่ชุมมะพร้าวไม้แกะสลักก็มีอยู่ทั่วไปเช่นกัน



ภาพที่ 3-7 บล็อกไม้สำหรับแม่พิมพ์ขนม (ซ้าย) และกระต่ายชุมมะพร้าว (ขวา)

3) ความบันเทิงและเกม: ไม้แกะสลักตกแต่งกรงดักนกหัวจุก เครื่องดนตรีก็ประดับด้วยงานแกะสลักเช่นกัน นอกจากนี้ กระดานไม้แกะสลักยังใช้สำหรับเกมหมากล่ออีกด้วย



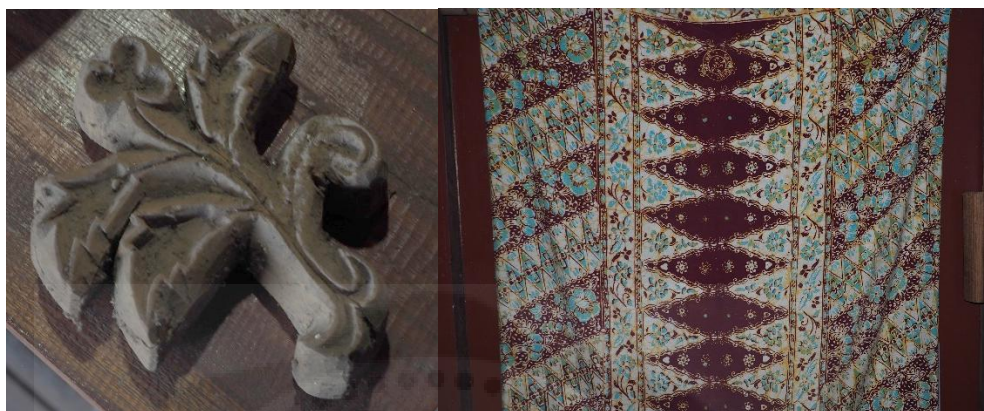
ภาพที่ 3-8 กรงตักนกกรงหัวจุก

4) พิธีกรรมและศาสนา: ไม้แกะสลักรูปนกฟังกาใช้ทำด้ามกริช ส่วนหัวเรือเป็นรูปพญานาคประดับอาคารทางศาสนามีการแกะสลักอักษรวิจิตรแบบอิสลามอย่างวิจิตรงดงาม และแท่นที่ทำด้วยไม้แกะสลักเพื่อวางคัมภีร์อัลกุรอาน



ภาพที่ 3-9 แท่นวางคัมภีร์อัลกุรอาน

- 5) สิ่งทอ: บล็อกไม้แกะสลักใช้สำหรับพิมพ์ลวดลายที่ซับซ้อนบนผ้า เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับงานหัตถกรรมการผลิตผ้าปาเต๊ะ และผ้าบาติก



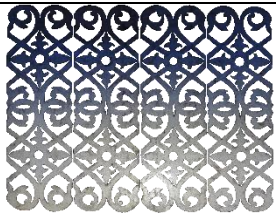
ภาพที่ 3-10 บล็อกไม้พิมพ์ผ้าปาเต๊ะ

2. การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักลวดลายมลายู

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างลวดลายผู้วิจัยได้จำแนกกลุ่มไม้แกะสลัก ออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1. กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักประดับสถาปัตยกรรม 2. กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักสำหรับอาหารและงานครัว 3. กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักสำหรับงานพิธีกรรม ศาสนา และความเชื่อ และ 4. กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักสำหรับกีฬา ดนตรี และเกมการละเล่น ทำการวิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลาย ใน 3 ประเด็น คือ 1. ลักษณะลวดลาย 2. ลักษณะโครงสร้างของลาย และ 3.การจัดองค์ประกอบของลวดลาย มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตาราง 3-1 การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างไม้แกะสลักลวดลายมลายู

ตัวอย่างลวดลาย	ลักษณะลวดลาย					ลักษณะโครงสร้างลาย			การจัดองค์ประกอบลาย							
	พืช	สัตว์	เรขาคณิต	อักษรอิสลาม	ลายประดิษฐ์	สี่เหลี่ยม	สามเหลี่ยม	วงกลม/ตามกรอบรูปทรง	สมมาตร			จุดโฟกัส		การทำซ้ำ	สีเส้น	เอกภาพ
									ซ้ายขวา	บนล่าง	รัศมี	กึ่งกลาง	มุม			
	✓					✓			✓			✓				✓
				✓		✓		✓	✓			✓				✓

ตัวอย่างลวดลาย	ลักษณะลวดลาย					ลักษณะโครงสร้างลาย			การจัดองค์ประกอบลาย							
	พืช	สัตว์	เรขาคณิต	อักษร อิสลาม	ลาย ประดิษฐ์	สี่เหลี่ยม	สามเหลี่ยม	วงกลม/ ตาม กรอบ รูปทรง	สมมาตร			จุดโฟกัส		การทำซ้ำ	สีเส้น	เอกภาพ
									ซ้าย ขวา	บน ล่าง	รัศมี	กึ่งกลาง	มุม			
	✓					✓			✓			✓				✓
	✓					✓			✓			✓			✓	✓
					✓	✓			✓			✓		✓		✓
				✓			✓		✓			✓				✓

ตัวอย่างลวดลาย	ลักษณะลวดลาย					ลักษณะโครงสร้างลาย			การจัดองค์ประกอบลาย							
	พืช	สัตว์	เรขาคณิต	อักษร อิสลาม	ลาย ประดิษฐ์	สี่เหลี่ยม	สามเหลี่ยม	วงกลม/ ตาม กรอบ รูปทรง	สมมาตร			จุดโฟกัส		การทำซ้ำ	สีเส้น	เอกภาพ
									ซ้าย ขวา	บน ล่าง	รัศมี	กึ่งกลาง	มุม			
					✓	✓		✓				✓		✓	✓	✓
					✓	✓		✓	✓			✓				✓
	✓						✓				✓		✓	✓		✓

ตัวอย่างลวดลาย	ลักษณะลวดลาย					ลักษณะโครงสร้างลาย			การจัดองค์ประกอบลาย							
	พืช	สัตว์	เรขาคณิต	อักษร อิสลาม	ลาย ประดิษฐ์	สี่เหลี่ยม	สามเหลี่ยม	วงกลม/ ตาม กรอบ รูปทรง	สมมาตร			จุดโฟกัส		การทำซ้ำ	สีเส้น	เอกภาพ
									ซ้าย ขวา	บน ล่าง	รัศมี	กึ่งกลาง	มุม			
		✓			✓		✓	✓				✓				✓
		✓			✓	✓			✓				✓			✓
		✓						✓	✓							✓

ตัวอย่างลวดลาย	ลักษณะลวดลาย					ลักษณะโครงสร้างลาย			การจัดองค์ประกอบลาย							
	พืช	สัตว์	เรขาคณิต	อักษร อิสลาม	ลาย ประดิษฐ์	สี่เหลี่ยม	สามเหลี่ยม	วงกลม/ ตาม กรอบ รูปทรง	สมมาตร			จุดโฟกัส		การทำซ้ำ	สีเส้น	เอกภาพ
									ซ้าย ขวา	บน ล่าง	รัศมี	กึ่งกลาง	มุม			
					✓		✓		✓			✓				✓
					✓		✓		✓			✓				✓
	✓			✓		✓	✓		✓			✓			✓	✓

ตัวอย่างลวดลาย	ลักษณะลวดลาย					ลักษณะโครงสร้างลาย			การจัดองค์ประกอบลาย							
	พืช	สัตว์	เรขาคณิต	อักษร อิสลาม	ลาย ประดิษฐ์	สี่เหลี่ยม	สามเหลี่ยม	วงกลม/ ตาม กรอบ รูปทรง	สมมาตร			จุดโฟกัส		การทำซ้ำ	สีเส้น	เอกภาพ
									ซ้าย ขวา	บน ล่าง	รัศมี	กึ่งกลาง	มุม			
		✓			✓		✓	✓								✓
	✓					✓			✓			✓		✓	✓	✓
	✓	✓						✓								✓

ตัวอย่างลวดลาย	ลักษณะลวดลาย					ลักษณะโครงสร้างลาย			การจัดองค์ประกอบลาย							
	พืช	สัตว์	เรขาคณิต	อักษร อิสลาม	ลาย ประดิษฐ์	สี่เหลี่ยม	สามเหลี่ยม	วงกลม/ ตาม กรอบ รูปทรง	สมมาตร			จุดโฟกัส		การทำซ้ำ	สีเส้น	เอกภาพ
									ซ้าย ขวา	บน ล่าง	รัศมี	กึ่งกลาง	มุม			
					✓		✓		✓			✓			✓	✓
					✓		✓		✓			✓		✓		✓
	✓					✓		✓	✓			✓				✓

ตัวอย่างลวดลาย	ลักษณะลวดลาย					ลักษณะโครงสร้างลาย			การจัดองค์ประกอบลาย							
	พืช	สัตว์	เรขาคณิต	อักษร อิสลาม	ลาย ประดิษฐ์	สี่เหลี่ยม	สามเหลี่ยม	วงกลม/ ตาม กรอบ รูปทรง	สมมาตร			จุดโฟกัส		การทำซ้ำ	สีเส้น	เอกภาพ
									ซ้าย ขวา	บน ล่าง	รัศมี	กึ่งกลาง	มุม			
					✓			✓					✓			✓
					✓		✓		✓			✓				✓
					✓		✓		✓			✓				✓
		✓			✓							✓				✓

ผลสรุป จากการวิเคราะห์เอกลักษณ์ลวดลาย มีการพิจารณาในสามประเด็นหลักคือ ลักษณะลวดลาย, ลักษณะโครงสร้างของลาย, และการจัดองค์ประกอบของลวดลาย ซึ่งพบว่า

ในส่วนของคุณลักษณะลวดลาย พบว่ามีการใช้ลวดลายของพืชและสัตว์ในลักษณะที่หลากหลาย รวมทั้งลวดลายเรขาคณิต ซึ่งมีความซับซ้อนและใช้องค์ประกอบที่เด่นชัด โดยเฉพาะอักษรที่สะท้อนถึงความเชื่อและวัฒนธรรมของชุมชนมลายู ในขณะที่ลวดลายอิสลามก็แสดงถึงกลิ่นอายของศิลปะมลายูอย่างชัดเจน

ลักษณะโครงสร้างของลวดลาย พบว่าลวดลายมีความละเอียด และประดิษฐ์ขึ้นอย่างพิถีพิถัน โดยมีการใช้รูปทรงต่าง ๆ เช่น สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม และวงกลม เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับงานแกะสลัก

ในด้านการจัดองค์ประกอบลวดลาย พบว่ามีการใช้สมมาตร การทำซ้ำ และจุดโฟกัส เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม สีเส้นที่สดใสและการวางองค์ประกอบในมุมต่าง ๆ ช่วยเสริมสร้างความรู้สึกละเอียดอ่อนที่หลากหลายให้กับผู้ดูโดยรวมแล้ว

การวิเคราะห์นี้ทำให้เห็นถึงความงามและเอกลักษณ์ของลวดลายมลายูที่มีอยู่ในงานไม้แกะสลัก ซึ่งไม่เพียงแต่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์ของชาวมลายู แต่ยังสื่อสารถึงวัฒนธรรมและความเชื่อที่ก่อตัวขึ้นจากประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกด้วย

3. การสร้างสรรค์ลวดลายมลายู

3.1 แนวคิดการสร้างสรรค์ลวดลาย

จากการลงพื้นที่และการสัมภาษณ์ พบว่า ศิลปะอิสลามเป็นประเพณีทางศิลปะอันยาวนานที่เกิดขึ้นภายใต้อิทธิพลของความเชื่อและหลักการของศาสนาอิสลาม แบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1) ศิลปะอิสลามทางศาสนา: สร้างขึ้นเพื่อเชิดชูและรำลึกถึงคำสอนของพระเจ้า ผลงานเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อปลูกฝังความรู้สึกรักเคารพนับถือและความจงรักภักดี

2) ศิลปะอิสลามเพื่อชีวิตประจำวัน: รังสรรค์ขึ้นเพื่อประดับสิ่งของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน สะท้อนถึงการบูรณาการคุณค่าของอิสลามเข้ากับชีวิตในด้านต่าง ๆ ศิลปะอิสลามรังสรรค์ขึ้นภายใต้กรอบความเชื่อ วัฒนธรรม และประเพณีของอิสลาม โดยยึดมั่นในแนวทางที่กำหนดไว้ โดยศาสนา ข้อจำกัดที่น่าสังเกตประการหนึ่งคือการหลีกเลี่ยงการแสดงภาพร่างของมนุษย์และสัตว์ เนื่องจากอาจนำไปสู่การบูชารูปเคารพได้ สิ่งนี้ทำให้เกิดภาษาศิลปะอันเป็นเอกลักษณ์ที่เน้นรูปแบบนามธรรม การประดิษฐ์ตัวอักษร และการออกแบบทางเรขาคณิต การใช้ลวดลายดอกไม้ที่ได้มาจากพันธุ์ไม้ในท้องถิ่นก็ถือเป็นจุดเด่นเช่นกัน โดยผสมผสานศิลปะเข้ากับธรรมชาติ ความงามในศิลปะอิสลามหยั่งรากลึกในความเชื่อมโยงกับพระเจ้าและแนวคิดทางปรัชญาเกี่ยวกับความศรัทธา

หลักการทางศิลปะของศิลปะอิสลามเกิดขึ้นจากความเชื่อในความเป็นหนึ่งเดียวของพระเจ้า (เตาฮีด) และการแสวงหาความสมบูรณ์แบบทางจิตวิญญาณ ตามที่สถาบันศิลปะอิสลาม (ประเทศไทย) (n.d.) และพิพิธภัณฑ์ศิลปะอิสลามมาเลเซีย (n.d.) กล่าวว่า หลักการพื้นฐานที่เป็นแนวทางศิลปะอิสลาม ได้แก่ :

1) เอกภาพของพระเจ้า (อิต-เตาฮิด): ความเชื่อในความเป็นหนึ่งเดียวของพระเจ้าโดยสมบูรณ์ โดยยอมรับว่าพระเจ้าเป็นผู้สร้างและผู้ค้ำจุนจักรวาลแต่เพียงผู้เดียว ปราศจากข้อบกพร่องใด ๆ

2) ความงาม: ความงามทางสุนทรียที่สอดคล้องกับคำสอนทางศาสนาและวัฒนธรรมประเพณี โดยไม่ขัดแย้งกับหลักการของศาสนาอิสลาม

3) การหลีกเลี่ยงองค์ประกอบที่ต้องห้าม: การละเว้นจากการวาดภาพรูปร่างของมนุษย์หรือสัตว์ตามคำสั่งของพระคัมภีร์และคำสอนทางศาสนา เพื่อป้องกันความเสี่ยงของการบูชารูปเคารพ

4) เจตนาดี: มีส่วนร่วมในความพยายามทางศิลปะด้วยความตั้งใจอันบริสุทธิ์และสูงส่งตามคำสอนของศาสนาอิสลาม

5) ความรับผิดชอบ: ศิลปินและช่างต้องรับผิดชอบต่อการสร้างสรรค์และการตีความของตน โดยรับรู้ว่าจะทรงรับผิดชอบต่อพวกเขา

ในขณะที่ศิลปะอิสลามแพร่กระจายไปทั่วภูมิภาคต่าง ๆ มันก็ได้ซึมซับอิทธิพลทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดการแสดงออกทางศิลปะที่หลากหลาย ในขณะที่ยังคงรักษาหลักการและสุนทรียศาสตร์หลักของศาสนาอิสลาม (Wijdan Ali 2022).

"ลวดลายมลายู" ที่พบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยเป็นตัวอย่างของการหลอมรวมทางวัฒนธรรมนี้ การออกแบบที่ประณีตเหล่านี้สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น หยั่งรากลึกในประเพณี ความเชื่อ และปรัชญาของชุมชนมลายู-มุสลิมในท้องถิ่น ในระยะแรกได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมฮินดูและพุทธ รูปแบบต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติของศาสนาอิสลาม โดยหลีกเลี่ยงการพรรณนาถึงสิ่งมีชีวิต และโอברับลวดลายนามธรรมและเรขาคณิต

ความงดงามของศิลปะอิสลามอยู่ที่ความสามารถในการก้าวข้ามเพียงสุนทรียศาสตร์และถ่ายทอดความหมายทางจิตวิญญาณและปรัชญาอันลึกซึ้ง ทำหน้าที่เป็นการนำเสนอภาพของการอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนของความศรัทธา วัฒนธรรม และการแสดงออกทางศิลปะ สะท้อนถึงความหลากหลายอันอุดมสมบูรณ์ของโลกอิสลาม



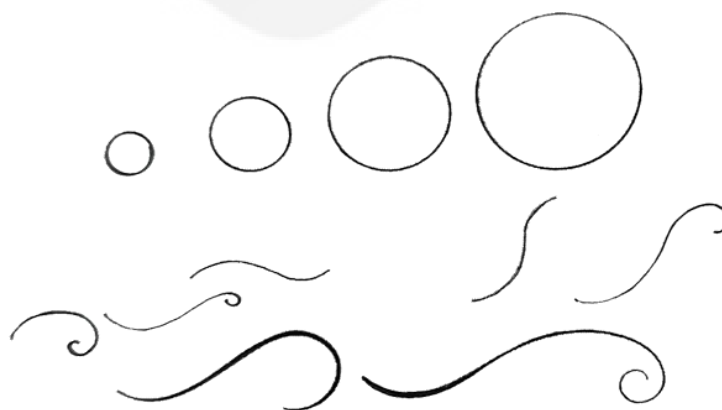
ภาพที่ 3-11 งานศิลปะที่แสดงเอกลักษณ์พื้นที่ ชาติพันธ์ กระบวนการออกแบบลวดลาย ของศิลปินชาวมลายูไทย

3.2 กระบวนแบบในการสร้างสรรค์ลาย

การออกแบบลวดลายมลายูไม่ใช่แค่การสร้างลวดลายที่สวยงาม ละเอียดอ่อน และลื่นไหลเท่านั้น แต่ยังต้องทำด้วยความเข้าใจในหลักการและความเชื่อของศาสนาอิสลามด้วย เพื่อไม่ให้เบี่ยงเบนไปจาก ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม หากเราเปรียบเทียบรูปแบบภาษามลายูกับวิถีชีวิตและประเพณี ถือว่าเป็น คำสอนที่ศาสนากำหนดซึ่งมาจากความศรัทธาและความเชื่อในหลักการของศาสนาอิสลาม ดังนั้นรูปแบบ เหล่านี้จึงมีลักษณะที่ไม่ขัดแย้งกับคำสอนทางศาสนา โดยเฉพาะข้อห้ามของศาสนาอิสลามในการแสดง ภาพพระเจ้าหรือสิ่งมีชีวิต กล่าวอีกนัยหนึ่ง ไม่มีการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ การร้องเพลงและ การเต้นรำ การวาดภาพ หรือการแกะสลักรูปร่างของมนุษย์หรือสัตว์ เนื่องจากจะเกี่ยวข้องกับการ เลียนแบบผู้สร้าง ซึ่งถือเป็นการนับถือรูปเคารพที่ดูหมิ่นศาสนา (Blair & Bloom 2003) ด้วยเหตุนี้ เราจึงไม่เห็นศิลปะอิสลามที่แสดงเรื่องราวหรือบุคคลของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ชาย ผู้หญิง เด็ก หรือ ผู้สูงอายุ แม้กระทั่งสัตว์ต่าง ๆ ก็ยังได้รับการดัดแปลงให้เรียบง่ายขึ้น โดยไม่มีรายละเอียดที่สมจริง การแสดงออกทางศิลปะอิสลามส่วนใหญ่จึงอยู่ในรูปแบบของเรื่องราวหรือการนำเสนอจากธรรมชาติ โดยเฉพาะพืชพรรณในท้องถิ่น ลวดลายเรขาคณิต และอักษรวิจิตร ส่วนประกอบของภาพล้วนเป็น รูปแบบการตกแต่งที่มีสไตล์ซึ่งไม่เหมือนกับธรรมชาติในความหมายตามตัวอักษร หรือสิ่งที่เรียกว่าศิลปะ นามธรรมหรือศิลปะที่ไม่เป็นรูปเป็นร่าง

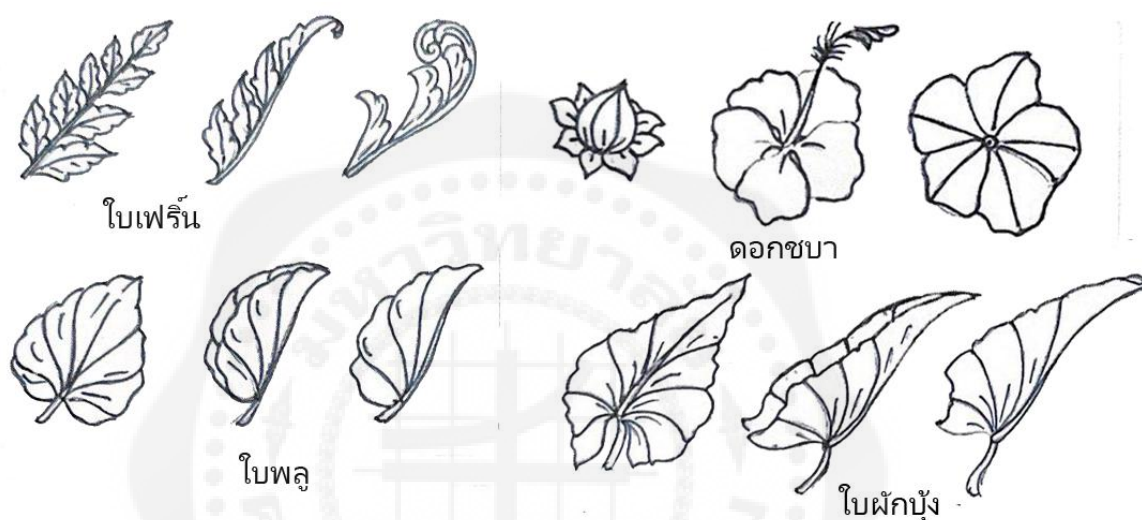
กระบวนการพื้นฐานและการทำความเข้าใจในการออกแบบลวดลายมลายูในงานไม้แกะสลัก อ้างอิงจาก เซ็ง อาแว (สัมภาษณ์) และ สุรศักดิ์ น้ำทิพย์ และฉวีวรรณ ขวัญชุ่ม (2566) มีดังนี้

1) กระบวนการคิดและจุดเริ่มต้น: การออกแบบมักเริ่มต้นด้วยกรอบของรูปร่างทางเรขาคณิตที่ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน จากนั้นฐานเรขาคณิตนี้จะถูกรวมและปรับเปลี่ยนด้วยลวดลายพืชหรือ การประดิษฐ์ตัวอักษรที่มีสไตล์ เพื่อสร้างลวดลายที่นุ่มนวล ละเอียดอ่อน และลื่นไหลยิ่งขึ้น และเพื่อให้ สอดคล้องกับแนวความคิดและแนวปฏิบัติของศาสนาอิสลาม ลวดลายจึงดูเรียบง่าย โค้งมน เส้นโค้ง เส้น C และเส้น S จึงนิยมใช้กันมาก นอกจากวงกลมและครึ่งวงกลมแล้ว ยังพบเห็นได้ทั่วไปในรูปแบบอีกด้วย



ภาพที่ 3-12 เส้นที่ใช้ในการออกแบบลาย

ลวดลายพืชได้มาจากพันธุ์ไม้ในท้องถิ่น สะท้อนถึงความเชื่อมโยงระหว่างชีวิตมนุษย์และการพึ่งพาธรรมชาติ ภูมิภาคต่าง ๆ มีพืชพื้นเมืองที่แตกต่างกัน ดังนั้นลวดลายของพืชจึงแตกต่างกันไปตามสถานที่และต้นไม้ที่ศิลปินคุ้นเคย ลักษณะเด่นของพืชท้องถิ่นถูกดัดแปลงเป็นลวดลายคล้ายเถาวัลย์ เน้นย้ำถึงลักษณะเฉพาะของมัน บางครั้งอาจมีการดัดแปลงรายละเอียดบางอย่างของพืชออกมา อย่างไรก็ตาม การออกแบบจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของศาสนาอิสลาม ปลายแหลมหรือขอบคมของใบหรือกลีบจะต้องโค้งมน และปลายจะต้องโค้งลงด้านล่างแทนที่จะขึ้นเป็นรูปเปลวไฟ



ภาพที่ 3-13 ลวดลายพืชในท้องถิ่น

2) ลักษณะและโครงสร้างของลวดลาย

พื้นที่ว่างหรือรูปร่างที่เติมลวดลายจะกำหนดลักษณะที่ปรากฏของลวดลาย ไม่ว่าจะเป็นสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม ซึ่งจะสัมพันธ์กับพื้นที่ที่จะตกแต่งลวดลาย ลายเป็นลายพืช ลวดลายมีพื้นฐานมาจากพืชหรือเถาวัลย์ในธรรมชาติ

โครงสร้างของลวดลายประกอบด้วยองค์ประกอบหลักดังนี้

ลวดลายหลักหรือตัวออกลาย - นี่คือนักประกอบหลักของลวดลาย ซึ่งอาจเป็นลวดลายดอกไม้หรือลวดลายพืชที่เป็นสัญลักษณ์ของภูมิภาคนั้น ๆ

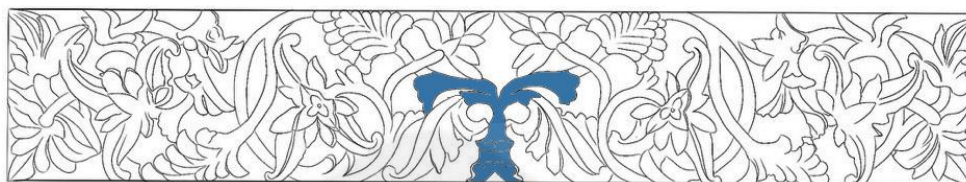
ลวดลายก้าน - นี่คือรูปแบบโค้งคล้ายเถาวัลย์ที่พันกันเพื่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับแม่ลายหลัก

ลวดลายดอกไม้ - คือลวดลายของดอกไม้หรือกลีบดอกไม้ที่รวมอยู่ในลวดลายหลักหรือลวดลายก้าน

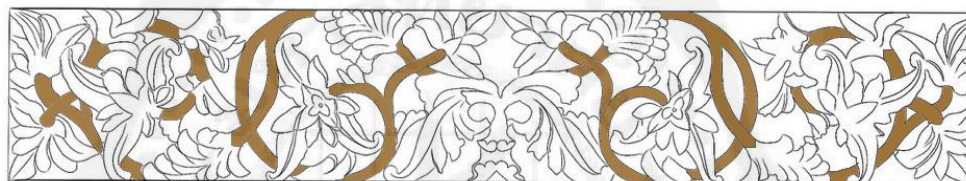
ลวดลายใบ - คือลวดลายของใบไม้ที่ผสมผสานกับลวดลายดอกไม้และก้าน

ลวดลายเสริม - ลวดลายเพิ่มเติม เช่น ลวดลายเรขาคณิต ลวดลายพืชพรรณ หรือสคริปต์อักษร
 วิจิตรที่มีสไตล์อาจถูกเพิ่มเข้ามาเพื่อเพิ่มความสวยงาม

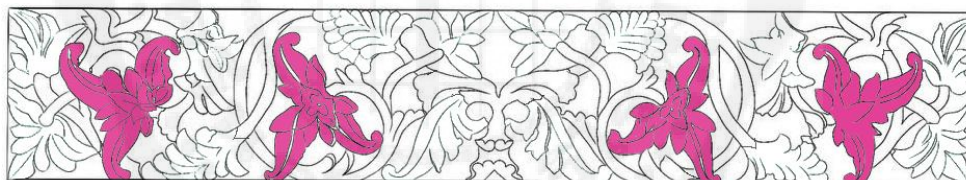
การผสมผสานลวดลายหลักอย่างเชี่ยวชาญ ลวดลายก้าน องค์ประกอบของดอกไม้ ใบไม้ และ
 องค์ประกอบตกแต่งเสริม ขณะเดียวกันก็ปฏิบัติตามแนวทางทางศาสนา ช่างฝีมือชาวมลายูจึงสร้าง
 ลวดลายที่สลับซับซ้อนแต่ลื่นไหล ผสมผสานมรดกทางศิลปะของพวกเขา



ก. ลวดลายหลักหรือตัวออกลาย



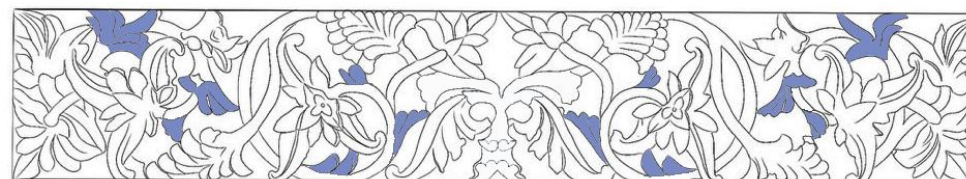
ข. ลวดลายก้าน



ค. ลวดลายดอก



ง. ลวดลายใบ



จ. ลวดลายเสริม

ภาพที่ 3-14 ลักษณะและโครงสร้างของลวดลาย

การสร้างลวดลายมี 2 แบบ คือ 1. รูปแบบที่ประกอบด้วยส่วนโค้งที่แตกแขนงออกมาจากจุดศูนย์กลางในรูปแบบสมมาตร เรียกว่า "ลายที่เกิดจากจุดศูนย์กลางที่สมดุ" และ 2. ลายที่สร้างโดยส่งลายจากมุมหนึ่ง เป็นรูปแบบไม่สมมาตร เรียกว่า "รูปแบบที่เกิดจากมุมไม่สมมาตร" แต่รูปแบบส่วนใหญ่ที่พบจากแกนกลางจะมีความสมดุมากกว่า โดยทั่วไปลวดลายจะอยู่ในกรอบหรือช่องว่างสำหรับลวดลาย ซึ่งเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น วงกลม สี่เหลี่ยม เส้นโค้ง สามเหลี่ยม เป็นต้น เพื่อใช้ในการตกแต่งส่วนต่างๆ ของสถาปัตยกรรม หรือพื้นที่ว่างในงานหัตถกรรม



ก. ลายที่เกิดจากจุดศูนย์กลางที่สมดุ



ข. ลายที่เกิดจากมุมไม่สมมาตร

ภาพที่ 3-15 ลายที่เกิดจากจุดศูนย์กลางที่สมดุ (ก) และลายที่เกิดจากมุมไม่สมมาตร (ข)

3) การจัดองค์ประกอบลวดลาย

ลายมลายูส่วนใหญ่จะพบอยู่ในรูปทรงปิดหรือลายปิดซึ่งอยู่ภายในกรอบเรขาคณิต อย่างไรก็ตาม การออกแบบลวดลายจำนวนเล็กน้อยจะแสดงเป็นรูปทรงเปิดหรือลวดลายเปิด

องค์ประกอบของรูปแบบเหล่านี้เป็นไปตามหลักการสมมาตรในการจัดเรียง การจัดวางลวดลายสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. การทำซ้ำในแถว: รูปแบบจะถูกทำซ้ำอย่างต่อเนื่องในแถวเชิงเส้น รูปแบบอาจสลับกันเป็นจังหวะเพื่อสร้างความสนใจและการเปลี่ยนแปลงทางสายตา



ภาพที่ 3-16 การจัดองค์ประกอบลายแบบทำซ้ำเป็นแถว

2. การสร้างจุดโฟกัสกลาง: รูปแบบต่าง ๆ ใช้เพื่อกำหนดและเน้นจุดศูนย์กลางของการออกแบบ โดยทำหน้าที่เป็นจุดโฟกัสและเป็นคุณลักษณะที่โดดเด่นภายในรูปแบบโดยรวม



ภาพที่ 3-17 การจัดองค์ประกอบลายแบบโฟกัสกึ่งกลาง

3. การสร้างความเป็นเอกภาพ: มีการวางแผนและจัดรูปแบบอย่างกลมกลืนและสอดคล้องกัน รายละเอียดภายในรูปแบบเชื่อมโยงกันและเกี่ยวข้องกัน ทำให้เกิดการออกแบบที่เป็นหนึ่งเดียว



ภาพที่ 3-18 การจัดองค์ประกอบลายแบบเอกภาพ

การจัดเรียงองค์ประกอบลวดลายอย่างมีโครงสร้างนี้ ไม่ว่าจะอยู่ภายในกรอบเรขาคณิตแบบปิด หรือผ่านการทำซ้ำอย่างมีกลยุทธ์ การเน้นตรงกลาง หรือองค์ประกอบที่เป็นหนึ่งเดียว มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดสุนทรียภาพโดยรวมและผลกระทบต่ออารมณ์มองเห็นของลวดลายมลายู

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า "การสร้างสรรคัลวดลายมลายู" เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดและหลักการของศิลปะอิสลาม โดยมีรากฐานจากความเชื่อในเอกภาพของพระเจ้า สอดคล้องกับคำสอนทางศาสนาและความงามทางวัฒนธรรม ทั้งยังสะท้อนถึงจิตวิญญาณและความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติ และศรัทธาในพระเจ้าอย่างกลมกลืนและสมดุล

4. ข้อมูลสรุปบทสัมภาษณ์อัตลักษณ์ลวดลายมลายู

การศึกษาลวดลายมลายูในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นการทำความเข้าใจ “ระบบความหมาย” (meaning system) ที่แฝงอยู่ในรูปแบบลวดลาย โดยมิได้พิจารณาเพียงมิติทางทัศนศิลป์ แต่ครอบคลุมถึงมิติทางศาสนา วัฒนธรรม และการใช้สอยในบริบทจริง ทั้งนี้ การวิเคราะห์อาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Thematic Analysis) เพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความหมายของลวดลาย (2) ข้อห้ามทางศาสนา และ (3) การใช้ลวดลายในบริบทจริง ผลการสัมภาษณ์มีดังนี้

4.1. ความหมายของลวดลายมลายู (Symbolic Meaning of Malay Motifs)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ลวดลายมลายูทำหน้าที่เป็น “ภาษาทางวัฒนธรรม” (cultural language) ที่ถ่ายทอดคุณค่าทางจิตวิญญาณ ความเชื่อ และอัตลักษณ์ของชุมชนมุสลิม โดยสามารถจำแนกความหมายออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ความหมายเชิงศาสนา ความหมายเชิงธรรมชาติ และความหมายเชิงสุนทรียะ

1) ความหมายเชิงศาสนา

ลวดลายมลายูมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะแนวคิดเรื่องเอกภาพของพระเจ้า (Tawhid) ซึ่งสะท้อนผ่านรูปแบบลวดลายที่มีลักษณะซ้ำและต่อเนื่อง อันแสดงถึงความไม่มีที่สิ้นสุดและความเป็นนิรันดร์ของพระผู้เป็นเจ้า ทั้งนี้ สุลัยมาน เจ๊ะนะ นักวิชาการอิสลามศึกษา ได้อธิบายว่า “ลวดลายอิสลามไม่ได้มีไว้เพียงเพื่อความสวยงาม แต่เป็นการสะท้อนความไม่มีที่สิ้นสุดของพระผู้เป็นเจ้า การซ้ำของลวดลายจึงเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นนิรันดร์” (สุลัยมาน เจ๊ะนะ, สัมภาษณ์, 2568) ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาทางทฤษฎีในบทที่ 2 ซึ่งระบุว่าลวดลายเรขาคณิตและลวดลายอักษรอาหรับเป็นรูปแบบที่ใช้แทนการแสดงออกเชิงศาสนาโดยไม่ละเมิดข้อห้ามทางอิสลาม

2) ความหมายเชิงธรรมชาติ

นอกจากมิติทางศาสนาแล้ว ลวดลายมลายูยังมีรากฐานจากธรรมชาติ โดยเฉพาะลวดลายพฤกษชาติ เช่น ดอกไม้ ใบไม้ และเถาวัลย์ ซึ่งสะท้อนแนวคิดเกี่ยวกับความเจริญเติบโต ความสมดุล และความอ่อนโยนของชีวิต เช็ง อาแว ศิลปินไม้แกะสลัก ได้ให้ความเห็นว่า “ลวดลายพฤกษชาติไม่ได้เป็นเพียงการเลียนแบบธรรมชาติ แต่เป็นการถ่ายทอดคุณค่าของชีวิต เช่น ความอ่อนโยนและความต่อเนื่อง” (เช็ง อาแว, สัมภาษณ์, 2568) เมื่อพิจารณาร่วมกับข้อมูลในบทที่ 3 พบว่า ลวดลายพฤกษชาติในศิลปะมลายูมีการลดทอนรูปทรงให้เป็นนามธรรม (abstraction) เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในบริบทต่างๆ ได้อย่างยืดหยุ่น

3) ความหมายเชิงสุนทรียะและอัตลักษณ์

ในมิติของการออกแบบร่วมสมัย ลวดลายมลายูทำหน้าที่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ (identity representation) ที่สามารถสื่อสารตัวตนของผู้สวมใส่โดยไม่ต้องพึ่งพาการแสดงภาพบุคคลหรือสิ่งมีชีวิต อารีฟ ฮาจีฮาซาน นักออกแบบเครื่องประดับมลายู ระบุว่า “ลวดลายมลายูเป็นภาษาทางสายตาที่สามารถบอกอัตลักษณ์ได้โดยไม่ต้องอธิบาย เป็นความงามที่มีความหมายแฝงอยู่” (อารีฟ ฮาจีฮาซาน, สัมภาษณ์, 2568) ดังนั้น ลวดลายจึงมิได้เป็นเพียงองค์ประกอบทางศิลปะ แต่เป็นกลไกในการสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในบริบทสมัยใหม่

4.2. ข้อห้ามทางศาสนา

การวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์พบว่า ข้อกำหนดทางศาสนาอิสลามมีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบและทิศทางของการออกแบบลวดลายมลายู โดยสามารถสรุปเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ การหลีกเลี่ยงภาพสิ่งมีชีวิต การเน้นความสุภาพ และการหลีกเลี่ยงความฟุ่มเฟือย

1) การหลีกเลี่ยงการสร้างภาพสิ่งมีชีวิต

หลักคำสอนของศาสนาอิสลามมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการหลีกเลี่ยงการสร้างภาพมนุษย์และสัตว์ในงานศิลปะ เพื่อป้องกันการบูชารูปเคารพ สุลมาน เจ๊ะนะ อธิบายว่า “การสร้างภาพสิ่งมีชีวิตในงานศิลปะอาจนำไปสู่ความเข้าใจผิดในเชิงศาสนา จึงมีการหลีกเลี่ยงและใช้รูปแบบนามธรรมแทน” (สุลมาน เจ๊ะนะ, สัมภาษณ์, 2568) ข้อจำกัดดังกล่าวส่งผลให้เกิดการพัฒนาลวดลายในรูปแบบเรขาคณิตและพฤกษชาติ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงทฤษฎีในบทที่ 2

2) การเน้นความสุภาพและความเหมาะสม

การออกแบบเครื่องประดับสำหรับสตรีมุสลิมต้องคำนึงถึงหลักความสุภาพ (modesty) ซึ่งเป็นค่านิยมสำคัญในศาสนาอิสลาม อารีฟ ฮาจีฮาซาน ระบุว่า “เครื่องประดับต้องมีความงามที่ไม่ขัดกับหลักศาสนา ไม่โดดเด่นจนเกินไป และสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน” (อารีฟ ฮาจีฮาซาน, สัมภาษณ์, 2568) แนวคิดนี้ใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับในงานวิจัยนี้

3) การหลีกเลี่ยงความฟุ่มเฟือย

หลักการที่ถือเป็นอีกหนึ่งหลักการสำคัญ คือ การหลีกเลี่ยงความฟุ่มเฟือยหรือความเกินจำเป็น ซึ่งสะท้อนแนวคิดเรื่องความพอดี (moderation) ในศิลปะอิสลาม เซ็ง อาแว ให้ความเห็นว่า “ความงามในวัฒนธรรมมลายูไม่ได้อยู่ที่ความหรูหรา แต่คือความสมดุลและความพอดี” (รัศมินทร์ นิติธรรม, สัมภาษณ์, 2568) ข้อค้นพบนี้มีนัยสำคัญต่อการเลือกวัสดุ รูปทรง และระดับรายละเอียดของลวดลายในการออกแบบ

4.3 การใช้ลวดลายในบริบทจริง

การวิเคราะห์พบว่าลวดลายมลายูมีการใช้งานในหลากหลายบริบท ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สถาปัตยกรรม หัตถกรรม และเครื่องประดับร่วมสมัย

1) บริบทสถาปัตยกรรม

ลวดลายมลายูปรากฏอย่างแพร่หลายในงานสถาปัตยกรรม เช่น มัสยิด บ้านเรือน และอาคารสาธารณะ โดยมักใช้ในการตกแต่งองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม เช่น หน้าต่าง ประตู และช่องลม ทั้งนี้ รัศมินทร์ นิติธรรม ระบุว่า “ลวดลายในสถาปัตยกรรมมีบทบาททั้งด้านความงามและการสร้าง

บรรยากาสดทางจิตวิญญาณ” (รัศมีนทร์ นิติธรรม, สัมภาษณ์, 2568) รูปแบบลวดลายในบริบทนี้มักมีลักษณะซ้ำและสมมาตร ซึ่งสอดคล้องกับหลักการออกแบบในศิลปะอิสลาม

2) บริบทหัตถกรรม

ลวดลายมลายูยังถูกนำไปใช้ในงานหัตถกรรม เช่น งานไม้แกะสลัก สิ่งทอ และเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะทางช่าง “งานแกะสลักไม้เป็นพื้นที่ที่ลวดลายมลายูแสดงเอกลักษณ์ได้อย่างชัดเจนที่สุด” (เซ็ง อาแว, สัมภาษณ์, 2568) ข้อมูลจากการลงพื้นที่ และการทบทวนวรรณกรรมสนับสนุนว่าลวดลายในงานหัตถกรรมมีการพัฒนาเชิงโครงสร้างอย่างเป็นระบบ และเป็นต้นแบบสำคัญสำหรับการออกแบบร่วมสมัย

3) บริบทเครื่องประดับร่วมสมัย

ในบริบทของการออกแบบเครื่องประดับ ลวดลายมลายูต้องผ่านกระบวนการตีความและปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับขนาดและสัดส่วนของชิ้นงาน อารีฟ ฮาจีฮาซาน อธิบายว่า “การนำลวดลายมาใช้ในเครื่องประดับต้องมีการลดทอนและปรับรูปแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับฟังก์ชันและสัดส่วน” (อารีฟ ฮาจีฮาซาน, สัมภาษณ์, 2568) ลวดลายที่เหมาะสมกับเครื่องประดับ ได้แก่ ลวดลายเรขาคณิต ลวดลายพฤกษชาติ และลวดลายอักษรอาหรับ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในรูปแบบร่วมสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทสรุป ผลการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึกแสดงให้เห็นว่า ลวดลายมลายูเป็นระบบสัญลักษณ์ที่มีความซับซ้อนและมีมิติหลากหลาย โดยเชื่อมโยงระหว่างศาสนา วัฒนธรรม และการออกแบบร่วมสมัยอย่างเป็นองค์รวม ความหมายของลวดลายมิได้จำกัดอยู่ที่รูปแบบทางทัศนศิลป์ แต่ครอบคลุมถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณและอัตลักษณ์ของชุมชน ขณะเดียวกัน ข้อจำกัดทางศาสนากลับทำหน้าที่เป็นกรอบที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบนามธรรมและเรขาคณิต สุดท้าย ลวดลายมลายูยังคงมีบทบาทสำคัญในบริบทจริง ทั้งในสถาปัตยกรรม หัตถกรรม และเครื่องประดับร่วมสมัย ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพในการต่อยอดสู่การออกแบบเชิงพาณิชย์และการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในอนาคตอย่างยิ่ง

บทที่ 4

พฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับของสตรีมุสลิม

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง “ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย” ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อ ต่างๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

P แทน ค่าร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์

f แทน ค่าความถี่ของคะแนน

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Mean แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

Min แทน ค่าคะแนนต่ำสุด

Max แทน ค่าคะแนนสูงสุด

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่ง การนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์และข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)
2. การวิเคราะห์อรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สิ่งที่มีนัยถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ ด้วยการวิเคราะห์ Conjoint Analysis
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
4. การสรุปผลข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในงานออกแบบ

1. การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลผู้บริโภครองกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ระดับการศึกษา โดยแจกแจงจำนวน (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้

ตาราง 4-1 จำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
อายุระหว่าง 20-30 ปี	96	32.0
อายุระหว่าง 31-40 ปี	125	41.7
อายุระหว่าง 41-50 ปี	48	16.0
อายุระหว่าง 51-60 ปี	25	8.3
อายุ 61 ปีขึ้นไป	6	2.0
รวม	300	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	16	5.3
อนุปริญญา/เทียบเท่า	44	14.7
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	196	65.3
สูงกว่าปริญญาตรี	44	14.7
รวม	300	100.0
รายได้ต่อเดือน(บาท)		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	57	19.0
10,001-20,000 บาท	107	35.7
20,001-30,000 บาท	40	13.3
30,001-40,000 บาท	38	12.7
40,001-50,000 บาท	33	11.0
มากกว่า 50,000 บาท	25	8.3
รวม	300	100.0
อาชีพ		
นักเรียน, นิสิต, นักศึกษา	14	4.7
แม่บ้าน	9	3.0

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	43	14.3
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	163	54.3
แม่ค้า	10	3.3
ธุรกิจส่วนตัว	19	6.3
เกษตร/ประมง	2	0.7
อื่นๆ	40	13.3
รวม	300	100.0

ตารางที่ 4-1 จากการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 300 คน พบว่า

อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา

เป็นอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี / เทียบเท่า จำนวน 196 คน คิด

เป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาเป็นระดับอนุปริญญา / เทียบเท่า และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 เท่ากัน

รายได้ต่อเดือน (บาท) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาเป็นต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างศึกษามีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตาราง 4-2 จำนวนร้อยละของข้อมูลการบริโภคเครื่องประดับ

การบริโภคเครื่องประดับ	จำนวน	ร้อยละ
การสวมใส่เครื่องประดับ		
สวมใส่ทุกวัน	126	42.0
สวมใส่ 4-5 วันต่อสัปดาห์	12	4.0
สวมใส่ 1-3 วันต่อสัปดาห์	8	2.7
สวมใส่ตามโอกาส	127	42.3
ไม่สวมใส่เลย	27	9.0
รวม	300	100.0
ประเภทเครื่องประดับที่นิยมสวมใส่		
แหวน		
สวมใส่	225	75.0
ไม่สวมใส่	75	25.0
รวม	300	100.0
ต่างหู		
สวมใส่	76	25.3
ไม่สวมใส่	224	74.7
รวม	300	100.0
เข็มกลัด		
สวมใส่	63	21.0
ไม่สวมใส่	237	79.0
รวม	300	100.0
จี้		
สวมใส่	6	2.0
ไม่สวมใส่	293	98.0
รวม	300	100.0
กำไล		
สวมใส่	82	27.3
ไม่สวมใส่	218	72.7
รวม	300	100.0

การบริโภคเครื่องประดับ	จำนวน	ร้อยละ
สร้อยข้อมือ		
สวมใส่	153	50.7
ไม่สวมใส่	147	49.3
รวม	300	100.0
สร้อยคอ		
สวมใส่	115	38.3
ไม่สวมใส่	185	61.7
รวม	300	100.0
กิ๊บติดผม		
สวมใส่	8	2.7
ไม่สวมใส่	292	97.3
รวม	300	100.0
อื่นๆ		
สวมใส่	7	2.3
ไม่สวมใส่	293	97.7
รวม	300	100.0
ความถี่ในการซื้อเครื่องประดับ		
ทุกสัปดาห์	4	1.3
ทุกเดือน	6	2.0
ทุกเทศกาล	9	3.0
ตามโอกาส	270	90.0
อื่นๆ	11	3.7
รวม	300	100.0
ลักษณะการซื้อเครื่องประดับ		
ซื้อเป็นเซตเข้าชุดกัน	43	14.3
ซื้อชิ้นเดียวๆ	257	85.7
รวม	300	100.0
แหล่งซื้อเครื่องประดับ		
ร้านค้า	180	60.0
บูธหรือร้านในศูนย์การค้า	41	13.7

การบริโภคเครื่องประดับ	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดนัด/ตลาดกลางคืน	15	5.0
สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต	45	15.0
งานแสดงสินค้า	13	4.3
อื่นๆ	6	2.0
รวม	300	100.0
ราคาเครื่องประดับที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อชิ้น		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	79	26.3
1,001 - 3,000 บาท	22	7.3
3,001 - 5,000 บาท	13	4.3
5,001 - 7,000 บาท	14	4.7
7,001 - 9,000 บาท	12	4.0
สูงกว่า 9,000 บาท	26	8.7
เท่าไรก็ได้อยู่ที่ความถูกใจและความคุ้มค่า	134	44.7
รวม	300	100.0
วัตถุประสงค์ในการซื้อ		
สำหรับสวมใส่เองในชีวิตประจำวัน	153	51.7
สำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ	131	43.7
สำหรับมอบให้เป็นของขวัญ ของกำนัล	10	3.3
แก่บุคคลอื่น	4	1.3
อื่นๆ		
รวม	300	100.0
อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ		
ตัวเอง	268	89.4
ครอบครัว/คนรอบตัว	22	7.3
สื่อโฆษณา	9	3.0
อื่นๆ	1	0.3
รวม	300	100.0

การบริโภคเครื่องประดับ	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะเครื่องประดับที่ชื่นชอบ		
เครื่องประดับแท้	132	44.0
เครื่องประดับคอสตูมและแฟชั่น	45	15.0
เครื่องประดับประเพณีนิยม	74	24.7
เครื่องประดับร่วมสมัย	35	11.6
เครื่องประดับเชิงศิลปะ	14	4.7
รวม	300	100.0

ตารางที่ 4-2 จากการวิเคราะห์ข้อมูลการบริโภคเครื่องประดับของกลุ่มตัวอย่าง 300 คน พบว่า

การสวมใส่เครื่องประดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการสวมใส่เครื่องประดับแบบสวมใส่ตามโอกาส จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นแบบสวมใส่ทุกวัน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการสวมใส่เครื่องประดับแบบสวมใส่ 1-3 วันต่อสัปดาห์น้อยที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ประเภทเครื่องประดับที่นิยมสวมใส่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมสวมใส่เครื่องประดับประเภทแหวน จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาเป็นประเภทสร้อยข้อมือ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 โดยกลุ่มตัวอย่างนิยมสวมใส่เครื่องประดับประเภทจี้จ้อยน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่นิยมสวมใส่เครื่องประดับประเภทอื่นๆ จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 97.7 รองลงมาเป็นประเภทกิ๊บติดผม จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3

ความถี่ในการซื้อเครื่องประดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อเครื่องประดับแบบตามโอกาส จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาเป็นแบบอื่นๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการซื้อเครื่องประดับแบบทุกสัปดาห์น้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ลักษณะการซื้อเครื่องประดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องประดับแบบซื้อชิ้นเดียว ๆ จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาเป็นแบบซื้อเป็นเซตเข้าชุดกัน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

แหล่งซื้อเครื่องประดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องประดับที่ร้านค้า จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาเป็นสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 โดยกลุ่มตัวอย่างซื้อเครื่องประดับจากที่อื่นๆ น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ราคาเครื่องประดับที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อชิ้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องประดับราคาโดยเฉลี่ยต่อชิ้นเป็นราคาเท่าไรก็ได้ อยู่ที่ความถูกใจและความคุ้มค่าตามโอกาส จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาเป็นแบบราคาต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 โดยกลุ่มตัวอย่าง

ซื้อเครื่องประดับราคาโดยเฉลี่ยต่อชิ้นเป็นราคา 7,001 - 9,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

วัตถุประสงค์ในการซื้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสำหรับสวมใส่เองในชีวิตประจำวัน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาเป็นการสวมใส่ในโอกาสพิเศษ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 โดยกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์อื่นๆ ในการซื้อ น้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจากตัวเอง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 89.4 รองลงมาจากครอบครัว/คนรอบตัว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 โดยกลุ่มตัวอย่างได้รับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจากอื่นๆ น้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ลักษณะเครื่องประดับที่ชื่นชอบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีชื่นชอบเครื่องประดับแท้ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาเป็นเครื่องประดับประเพณีนิยม จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 โดยกลุ่มตัวอย่างชื่นชอบเครื่องประดับเชิงศิลปะ น้อยที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

2. การวิเคราะห์อรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance Weight)

ทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สิ่งที่มีค่านึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ ด้วยการวิเคราะห์ Conjoint Analysis

ตาราง 4-3 ค่าอรรถประโยชน์รูปแบบของเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลของกลุ่มสตรีมุสลิม

รูปแบบเครื่องประดับและ ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับ	ค่า อรรถประโยชน์	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1. สิ่งที่มีค่านึงถึงในการเลือก ซื้อเครื่องประดับ	ราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ	1.20	1.34
	รูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบ เครื่องประดับ	1.27	1.29
	การใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวม ใส่เครื่องประดับ	0.22	1.31
	มาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับ	1.37	1.34
	สถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการ รับรอง	1.10	1.27
2. ประเภทอัญมณีที่นิยม	เพชร	1.22	1.45
	พลอยเนื้อแข็ง	0.24	1.22
	พลอยเนื้ออ่อน	1.66	1.16
	อัญมณีจากสิ่งมีชีวิต	0.97	1.27
	อัญมณีเลียนแบบ/สังเคราะห์	1.06	1.28
3. รูปแบบและแรงบันดาลใจ ของเครื่องประดับที่สนใจ	รูปแบบและแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ	1.20	1.18
	รูปแบบและแรงบันดาลใจจากเรขาคณิต:	1.07	1.15
	3.3 รูปแบบและแรงบันดาลใจจากกลดลาย ทางวัฒนธรรม	0.30	1.17
	3.4 รูปแบบและแรงบันดาลใจจากการ ผสมผสานที่หลากหลาย	1.59	1.16
	กลุ่มสีเดี่ยว หนึ่งเดียว	0.97	1.29

รูปแบบเครื่องประดับและ ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับ	ค่า อรรถประโยชน์	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
4. กลุ่มเครื่องประดับที่ สนใจ			
	กลุ่มสีไล่เฉด เข้มอ่อน	1.03	1.28
	กลุ่มสีคู่ตรงข้าม ตัดกัน	0.28	1.23
	กลุ่มสีโทนเดียวกัน ร้อน/เย็น	1.36	1.26
	กลุ่มสีสันสดใส หลากหลายสี	1.32	1.28
5. แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ขึ้น ชอบ	CHROMAVERSE	0.97	1.13
	MAXIMAL	1.03	1.34
	A FUTURE LAGACY	1.31	1.17
	VERY PERSONAL	0.23	1.24
	VERTUALISM	1.21	1.15
	METAMORHING	1.32	1.18
constant		40.31	1.39

จากตารางที่ 4-3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับรูปแบบของเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่าง ๆ ที่แสดงออกมาในค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ดังนี้

สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับมาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับเป็นอันดับแรก อันดับที่2 เป็นรูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบเครื่องประดับ อันดับที่ 3 เป็นราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ อันดับที่ 4 เป็นสถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรองสถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรอง และ อันดับสุดท้ายเป็นการใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวมใส่เครื่องประดับ ตามลำดับ

ประเภทอัญมณีที่นิยม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับพลอยเนื้ออ่อนเป็นอันดับแรก อันดับที่2 เป็นเพชร อันดับที่ 3 เป็นอัญมณีเลียนแบบ/สังเคราะห์ อันดับที่ 4 เป็นอัญมณีจากสิ่งมีชีวิต และ อันดับสุดท้ายเป็นพลอยเนื้อแข็ง ตามลำดับ

รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจจากการผสมผสานที่หลากหลายเป็นอันดับแรก อันดับที่2 เป็นรูปแบบและแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ อันดับที่ 3 เป็นรูปแบบและแรงบันดาลใจจากเรขาคณิต และ อันดับสุดท้ายเป็นรูปแบบและแรงบันดาลใจจากกลดลายทางวัฒนธรรม ตามลำดับ

กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกลุ่มสีโทนเดียวกัน ร้อน/เย็น เป็นอันดับแรก อันดับที่2 เป็นกลุ่มสีสดใสหลากหลายสี อันดับที่ 3 เป็นกลุ่มสีไล่เฉด เข้มอ่อน อันดับที่ 4 เป็นกลุ่มสีเดี่ยว หนึ่งเดียวและ อันดับสุดท้ายเป็นกลุ่มสีคู่ตรงข้าม ตัดกัน ตามลำดับ

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการออกแบบแบบ METAMORHING เป็นอันดับแรก อันดับที่ 2 เป็นการออกแบบแบบ A FUTURE LAGACY อันดับที่ 3 เป็นการออกแบบแบบ VERTUALISM อันดับที่ 4 เป็นการออกแบบแบบ MAXIMAL และ อันดับสุดท้ายเป็นการออกแบบแบบ VERY PERSONAL ตามลำดับ

ตาราง 4- 4 ค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของรูปแบบของเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลของของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบของเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล	ค่าความสำคัญ	ลำดับ
แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	43.6	1
สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ	31.7	2
ประเภทอัญมณีที่นิยม	31.0	3
รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ	25.7	4
กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ	21.7	5

จากตารางที่ 4-4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ลำดับความสำคัญกับรูปแบบของเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล เรียงจากระดับความสำคัญมากไประดับความสำคัญน้อย ดังนี้ แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ และ กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลที่แตกต่างกัน มีผลการวิเคราะห์แยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

3.1 สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลที่แตกต่างกัน

ตาราง 4-5 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่มีค่าในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

รูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
สิ่งที่มีค่าในการเลือกซื้อเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	110.982	4	27.746	.776	.542
	ภายในกลุ่ม	10547.298	295	35.754		
	รวม	10658.280	299			
ประเภทอัญมณีที่นิยม	ระหว่างกลุ่ม	138.994	4	34.748	1.363	.247
	ภายในกลุ่ม	7522.936	295	25.502		
	รวม	7661.930	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ	ระหว่างกลุ่ม	27.803	4	6.951	.465	.761
	ภายในกลุ่ม	4409.197	295	14.946		
	รวม	4437.700	299			
กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ	ระหว่างกลุ่ม	65.293	4	16.323	.847	.496
	ภายในกลุ่ม	5683.304	295	19.265		
	รวม	5748.597	299			
แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	ระหว่างกลุ่ม	171.904	4	42.976	1.487	.206
	ภายในกลุ่ม	8525.763	295	28.901		
	รวม	8697.667	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลที่แตกต่างกัน

ตาราง 4-6 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

รูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	968.742	3	322.914	9.865**	.000
	ภายในกลุ่ม	9689.538	296	32.735		
	รวม	10658.280	299			
ประเภทอัญมณีที่นิยม	ระหว่างกลุ่ม	32.492	3	10.831	.420	.739
	ภายในกลุ่ม	7629.438	296	25.775		
	รวม	7661.930	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ	ระหว่างกลุ่ม	148.154	3	49.385	3.408*	.018
	ภายในกลุ่ม	4288.846	296	14.489		
	รวม	4437.000	299			
กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ	ระหว่างกลุ่ม	58.374	3	19.458	1.012	.388
	ภายในกลุ่ม	5690.222	296	19.224		
	รวม	5748.597	299			
แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	ระหว่างกลุ่ม	396.758	3	132.253	4.716*	.003
	ภายในกลุ่ม	8300.909	296	28.044		
	รวม	8697.667	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล แตกต่างกันในเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้น เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล แตกต่างกันในเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจและแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ แตกต่างกันเป็นราย คูใดบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคูโดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ดังตารางที่ 4-7 – 4-9 ดังนี้

ตารางที่ 4-7 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	อนุปริญญา/เทียบเท่า	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	13.50	-	-1.02	-5.18**	-5.31**
อนุปริญญา/เทียบเท่า	14.52		-	4.16	4.29**
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	18.68			-	-0.12
สูงกว่าปริญญาตรี	18.81				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าและระดับสูงกว่าปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/เทียบเท่า มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .001

ตารางที่ 4-8 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	อนุปริญญา/เทียบเท่า	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	9.87	-	-0.03	-1.74	-1.92
อนุปริญญา/เทียบเท่า	9.90		-	-1.70*	-1.88*
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	11.61			-	-0.17
สูงกว่าปริญญาตรี	11.79				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างการศึกษาระดับอนุปริญญา/เทียบเท่า มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าและระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-9 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	อนุปริญญา/เทียบเท่า	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	16.75	-	0.75	-2.21	-0.54
อนุปริญญา/เทียบเท่า	16.00		-	-2.96**	-1.29
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	18.96			-	1.66
สูงกว่าปริญญาตรี	17.29				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างการศึกษาระดับอนุปริญญา/เทียบเท่า มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.3 สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลที่แตกต่างกัน

ตาราง 4-10 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

รูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
สิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	770.784	5	154.157	4.584**	.000
	ภายในกลุ่ม	9887.496	294	33.631		
	รวม	10658.280	299			
ประเภทอัญมณีที่นิยม	ระหว่างกลุ่ม	75.992	5	15.198	.589	.708
	ภายในกลุ่ม	7585.938	294	25.803		
	รวม	7661.930	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ	ระหว่างกลุ่ม	74.228	5	14.846	1.000	.418
	ภายในกลุ่ม	4362.772	294	24.839		
	รวม	4437.000	299			
กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ	ระหว่างกลุ่ม	26.064	5	5.213	.268	.930
	ภายในกลุ่ม	5722.532	294	19.464		
	รวม	5748.597	299			
แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	ระหว่างกลุ่ม	109.740	5	21.948	.751	.586
	ภายในกลุ่ม	8587.927	294	29.211		
	รวม	8697.667	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล แตกต่างกันในเรื่องสิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้น เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีมีการศึกษาแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล แตกต่างกันในเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับแตกต่างกันเป็นราย คุใดบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ดังตารางที่ 11 ดังนี้

ตารางที่ 4-11 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

รายได้ ต่อเดือน	ค่า เฉลี่ย	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	15.63	-	-1.35	-3.61*	-3.86*	-4.85**	-2.36
10,001-20,000 บาท	16.99		-	-2.25*	-2.50*	-3.49*	-1.00
20,001-30,000 บาท	19.25			-	-0.25	-1.23	1.25
30,001-40,000 บาท	19.50				-	-0.98	1.50
40,001-50,000 บาท	20.48					-	2.48
มากกว่า 50,000 บาท	18.00						-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า

กลุ่มตัวอย่างการศึกษาที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01

กลุ่มตัวอย่างการศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 สมมติฐานที่ 4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลที่แตกต่างกัน

ตาราง 4-12 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลเรื่องสิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ประเภทอัญมณีที่นิยม รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

รูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
สิ่งทีคำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	382.511	7	54.644	1.552	.149
	ภายในกลุ่ม	10275.769	292	35.191		
	รวม	10658.280	299			
ประเภทอัญมณีที่นิยม	ระหว่างกลุ่ม	255.504	7	36.501	1.439	.189
	ภายในกลุ่ม	7406.426	292	25.364		
	รวม	7661.930	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ	ระหว่างกลุ่ม	47.497	7	6.785	.451	.869
	ภายในกลุ่ม	4389.503	292	15.033		
	รวม	4437.000	299			
กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ	ระหว่างกลุ่ม	68.868	7	9.838	.506	.830
	ภายในกลุ่ม	5679.728	292	19.451		
	รวม	5748.597	299			
แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	ระหว่างกลุ่ม	178.000	7	25.429	.872	.529
	ภายในกลุ่ม	8519.667	292	29.177		
	รวม	8697.667	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5 สมมติฐานที่ 5 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ แตกต่างกัน

ตาราง 4-13 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	4.298	4	1.074	.587	.672
	ภายในกลุ่ม	539.953	295	1.830		
	รวม	544.250	299			
รูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	5.266	4	1.317	.782	.538
	ภายในกลุ่ม	496.881	295	1.684		
	รวม	502.147	299			
การใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวมใส่เครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	7.831	2	1.958	1.138	.339
	ภายในกลุ่ม	507.539	295	1.720		
	รวม	515.370	299			
มาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	7.672	4	1.918	1.060	.376
	ภายในกลุ่ม	533.725	295	1.809		
	รวม	541.397	299			
สถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรอง	ระหว่างกลุ่ม	2.779	4	.695	.423	.792
	ภายในกลุ่ม	483.951	295			
	รวม	486.730	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.6 สมมติฐานที่ 6 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ แตกต่างกัน

ตาราง 4-14 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	31.636	3	10.545	6.089**	.000
	ภายในกลุ่ม	512.614	296	1.732		
	รวม	544.250	299			
รูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	43.370	3	14.457	9.327**	.000
	ภายในกลุ่ม	458.777	296	1.550		
	รวม	502.147	299			
การใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวมใส่เครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	45.758	3	15.253	9.614**	.000
	ภายในกลุ่ม	469.612	296	1.587		
	รวม	515.370	299			
มาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	32.779	3	10.926	6.359**	.000
	ภายในกลุ่ม	508.617	296	1.718		
	รวม	541.397	299			
สถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรอง	ระหว่างกลุ่ม	45.894	3	15.298	10.272**	.000
	ภายในกลุ่ม	440.836	296	1.489		
	รวม	486.730	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า

กลุ่มตัวอย่างการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับเรื่องราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ เรื่องรูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบเครื่องประดับ เรื่องการใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวมใส่เครื่องประดับ เรื่องมาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับ และเรื่องสถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรอง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/เทียบเท่าและต่ำกว่ามัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับเรื่องราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ เรื่องการใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวมใส่เครื่องประดับ เรื่องมาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับ และเรื่องสถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรอง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.7 สมมติฐานที่ 7 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ แตกต่างกัน

ตาราง 4-15 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	41.728	5	8.346	4.883**	.000
	ภายในกลุ่ม	502.522	294	1.709		
	รวม	544.250	299			
รูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	42.321	5	8.464	5.412**	.000
	ภายในกลุ่ม	459.826	294	1.564		
	รวม	502.147	299			
การใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวมใส่เครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	31.974	5	6.395	3.889**	.002
	ภายในกลุ่ม	483.396	294	1.644		
	รวม	515.370	299			
มาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	32.193	5	6.439	3.717*	.003
	ภายในกลุ่ม	509.204	294	1.732		
	รวม	541.397	299			
	ระหว่างกลุ่ม	16.191	5	3.238	2.023	.075

สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อ เครื่องประดับ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
สถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรอง	ภายในกลุ่ม	470.539	294	1.600		
	รวม	486.730	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเนื่องแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ แตกต่างกันในเรื่องราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ รูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบเครื่องประดับ การใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวมใส่เครื่องประดับ และมาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างการศึกษาที่มีรายได้รายได้มากกว่า 50,000 บาท , 40,001-50,000 บาท , 30,001-40,000 และ 20,001-30,000 บาท มีการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับในเรื่องราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ เรื่องรูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบเครื่องประดับ เรื่องการใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวมใส่เครื่องประดับ และเรื่องมาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

3.8 สมมติฐานที่ 8 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-16 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อ เครื่องประดับ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ราคาและความคุ้มค่าของ เครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	17.626	7	2.518	1.396	.207
	ภายในกลุ่ม	526.624	292	1.804		
	รวม	544.250	299			
รูปลักษณะ รูปแบบ และการ ออกแบบเครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	22.565	7	3.224	1.963	.060
	ภายในกลุ่ม	479.582	292	1.642		

สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อ เครื่องประดับ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
การใช้งาน ความสะดวกสบาย ในการสวมใส่เครื่องประดับ	รวม	502.147	299			
	ระหว่างกลุ่ม	15.465	7	2.209	1.290	.255
	ภายในกลุ่ม	499.905	292	1.712		
	รวม	515.370	299			
มาตรฐาน และคุณภาพของ เครื่องประดับ	ระหว่างกลุ่ม	15.903	7	2.272	1.262	.269
	ภายในกลุ่ม	525.494	292	1.800		
	รวม	541.397	299			
	ระหว่างกลุ่ม	12.998	7	1.857	1.144	.335
สถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรอง	ภายในกลุ่ม	473.732	292	1.622		
	รวม	486.730	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.9 สมมติฐานที่ 9 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-17 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

ประเภทอัญมณีที่นิยม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
เพชร	ระหว่างกลุ่ม	2.896	4	.724	.339	.851
	ภายในกลุ่ม	629.091	295	2.133		
	รวม	631.987	299			
พลอยเนื้อแข็ง	ระหว่างกลุ่ม	7.796	4	1.949	1.311	.266
	ภายในกลุ่ม	438.454	295	1.486		

ประเภทอัญมณีที่นิยม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
พลอยเนื้ออ่อน	รวม	446.250	299			
	ระหว่างกลุ่ม	7.330	4	1.832	1.356	.249
	ภายในกลุ่ม	398.590	295	1.351		
	รวม	405.920	299			
อัญมณีจากสิ่งมีชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	20.048	4	5.012	3.162*	.014
	ภายในกลุ่ม	467.619	295	1.585		
	รวม	487.667	299			
	รวม	487.667	299			
อัญมณีเลียนแบบ/สังเคราะห์	ระหว่างกลุ่ม	8.297	4	2.074	1.262	.285
	ภายในกลุ่ม	484.783	295	1.643		
	รวม	493.080	299			
	รวม	493.080	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมประเภทอัญมณีจากสิ่งมีชีวิตแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมประเภทอัญมณีจากสิ่งมีชีวิตมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.10 สมมติฐานที่ 10 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-18 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมจำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

ประเภทอัญมณีที่นิยม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
เพชร	ระหว่างกลุ่ม	28.647	3	9.549	4.685*	.003
	ภายในกลุ่ม	603.340	296	2.038		
	รวม	631.987	299			
พลอยเนื้อแข็ง	ระหว่างกลุ่ม	5.874	3	1.958	1.316	.269
	ภายในกลุ่ม	440.376	296	1.488		
	รวม	446.250	299			
พลอยเนื้ออ่อน	ระหว่างกลุ่ม	.970	3	.323	.236	.871
	ภายในกลุ่ม	404.950	296	1.368		
	รวม	405.920	299			
อัญมณีจากสิ่งมีชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	2.769	3	.923	.563	.640
	ภายในกลุ่ม	484.897	296	1.638		
	รวม	487.667	299			
อัญมณีเลียนแบบ/สังเคราะห์	ระหว่างกลุ่ม	2.231	3	.744	.448	.719
	ภายในกลุ่ม	490.849	296	1.658		
	รวม	493.080	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมจำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมจำแนกประเภทเพชรแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมจำแนกประเภทเพชรมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา

และ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าให้มีความสำคัญกับประเภทอณุมณีที่นิยมจำแนกประเภทเพศมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า

3.11 สมมติฐานที่ 11 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญกับประเภทอณุมณีที่นิยมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-19 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้มีความสำคัญกับประเภทอณุมณีที่นิยมจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

ประเภทอณุมณีที่นิยม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
เพชร	ระหว่างกลุ่ม	8.002	5	1.600	.754	.584
	ภายในกลุ่ม	623.985	294	2.122		
	รวม	631.987	299			
พลอยเนื้อแข็ง	ระหว่างกลุ่ม	1.697	5	.339	.225	.952
	ภายในกลุ่ม	444.553	294	1.512		
	รวม	446.250	299			
พลอยเนื้ออ่อน	ระหว่างกลุ่ม	3.504	5	.701	.512	.767
	ภายในกลุ่ม	402.416	294	1.369		
	รวม	405.920	299			
อณุมณีจากสิ่งมีชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	24.937	5	4.987	3.169*	.008
	ภายในกลุ่ม	462.730	294	1.574		
	รวม	487.667	299			
อณุมณีเลียนแบบ/สังเคราะห์	ระหว่างกลุ่ม	14.312	5	2.862	1.758	.121
	ภายในกลุ่ม	478.768	294	1.628		
	รวม	493.080	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้มีความสำคัญกับประเภทอณุมณีที่นิยมจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญกับประเภทอณุมณีที่นิยมจำแนกประเภทอณุมณีจากสิ่งมีชีวิตแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจากการทดสอบ

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมจำแนกประเภทอัญมณีจากสิ่งมีชีวิตน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท, รายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท และ รายได้ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท

3.12 สมมติฐานที่ 12 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-20 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมจำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

ประเภทอัญมณีที่นิยม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
เพชร	ระหว่างกลุ่ม	13.434	7	1.919	.906	.502
	ภายในกลุ่ม	618.552	292	2.118		
	รวม	631.987	299			
พลอยเนื้อแข็ง	ระหว่างกลุ่ม	18.861	7	2.694	1.841	.079
	ภายในกลุ่ม	427.389	292	1.464		
	รวม	446.250	299			
พลอยเนื้ออ่อน	ระหว่างกลุ่ม	12.751	7	1.822	1.353	.225
	ภายในกลุ่ม	393.169	292	1.346		
	รวม	405.920	299			
อัญมณีจากสิ่งมีชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	9.866	7	1.409	.861	.538
	ภายในกลุ่ม	477.801	292	1.636		
	รวม	487.667	299			
อัญมณีเลียนแบบ/สังเคราะห์	ระหว่างกลุ่ม	14.520	7	2.074	1.266	.267
	ภายในกลุ่ม	478.560	292	1.639		
	รวม	493.080	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยมจำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับประเภทอัญมณีที่นิยม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.13 สมมติฐานที่ 13 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-21 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

รูปแบบและแรงบันดาลใจ ของเครื่องประดับที่สนใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก ธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	6.354	4	1.588	1.141	.337
	ภายในกลุ่ม	410.563	295	1.392		
	รวม	416.917	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก เรขาคณิต	ระหว่างกลุ่ม	2.752	4	.688	.516	.724
	ภายในกลุ่ม	393.328	295	1.333		
	รวม	396.080	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก ลวดลายทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	5.023	4	1.256	.915	.455
	ภายในกลุ่ม	404.644	295	1.372		
	รวม	409.667	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก การผสมผสานที่หลากหลาย	ระหว่างกลุ่ม	1.032	4	.258	.189	.944
	ภายในกลุ่ม	401.964	295	1.363		
	รวม	402.997	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.14 สมมติฐานที่ 14 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-22 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

รูปแบบและแรงบันดาลใจ ของเครื่องประดับที่สนใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
รูปแบบและแรงบันดาลใจ จากธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	4.474	3	1.491	1.070	.362
	ภายในกลุ่ม	412.443	296	1.393		
	รวม	416.917	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจ จากเรขาคณิต	ระหว่างกลุ่ม	13.671	3	4.557	3.527*	.015
	ภายในกลุ่ม	382.409	296	1.292		
	รวม	396.080	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจ จากลวดลายทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	8.070	3	2.690	1.983	.117
	ภายในกลุ่ม	401.597	296	1.357		
	รวม	409.667	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจ จากการผสมผสานที่ หลากหลาย	ระหว่างกลุ่ม	15.332	3	5.111	3.902*	.009
	ภายในกลุ่ม	387.665	296	1.310		
	รวม	402.997	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจในรูปแบบและแรงบันดาลใจจากเรขาคณิต และ รูปแบบและแรงบันดาลใจจากการผสมผสานที่หลากหลายแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจทั้งในรูปแบบและแรงบันดาลใจจากเรขาคณิต และรูปแบบและแรงบันดาลใจจากการผสมผสานที่หลากหลาย น้อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าระดับปริญญาตรี

3.15 สมมติฐานที่ 15 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-23 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

รูปแบบและแรงบันดาลใจ ของเครื่องประดับที่สนใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก ธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	6.721	5	1.344	.963	.441
	ภายในกลุ่ม	410.196	294	1.395		
	รวม	416.917	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก เรขาคณิต	ระหว่างกลุ่ม	12.563	5	2.513	1.926	.090
	ภายในกลุ่ม	383.517	294	1.304		
	รวม	396.080	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก ลวดลายทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	3.989	5	.798	.578	.717
	ภายในกลุ่ม	405.678	294	1.380		
	รวม	409.667	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก การผสมผสานที่หลากหลาย	ระหว่างกลุ่ม	14.337	5	2.867	2.169	.058
	ภายในกลุ่ม	388.660	294	1.322		
	รวม	402.997	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.16 สมมติฐานที่ 16 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-24 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

รูปแบบและแรงบันดาลใจ ของเครื่องประดับที่สนใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก ธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	5.320	7	.760	.539	.805
	ภายในกลุ่ม	411.597	292	1.410		
	รวม	416.917	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก เรขาคณิต	ระหว่างกลุ่ม	6.352	7	.907	.680	.689
	ภายในกลุ่ม	389.728	292	1.335		
	รวม	396.080	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก ลวดลายทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	5.470	7	.781	.565	.785
	ภายในกลุ่ม	404.197	292	1.384		
	รวม	409.667	299			
รูปแบบและแรงบันดาลใจจาก การผสมผสานที่หลากหลาย	ระหว่างกลุ่ม	6.963	7	.995	.733	.644
	ภายในกลุ่ม	396.034	292	1.356		
	รวม	402.997	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.17 สมมติฐานที่ 17 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-25 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
กลุ่มสีแดง หนึ่งเดียว	ระหว่างกลุ่ม	12.736	4	3.184	1.908	.109
	ภายในกลุ่ม	492.260	295	1.669		
	รวม	504.997	299			
กลุ่มสีไล่เฉด เข้มอ่อน	ระหว่างกลุ่ม	6.443	4	1.611	.970	.424
	ภายในกลุ่ม	489.727	295	1.660		
	รวม	496.170	299			
กลุ่มสีคู่ตรงข้าม ตัดกัน	ระหว่างกลุ่ม	10.339	4	2.585	1.700	.150
	ภายในกลุ่ม	448.631	295	1.521		
	รวม	458.970	299			
กลุ่มสีโทนเดียวกัน ร้อน/เย็น	ระหว่างกลุ่ม	5.348	4	1.337	.832	.506
	ภายในกลุ่ม	474.319	295	1.608		
	รวม	479.667	299			
กลุ่มสีสันสดใส หลากหลายสี	ระหว่างกลุ่ม	4.538	4	1.135	.685	.603
	ภายในกลุ่ม	488.342	295	1.655		
	รวม	492.880	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.18 สมมติฐานที่ 18 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-26 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
กลุ่มสีแดง หนึ่งเดียว	ระหว่างกลุ่ม	9.492	3	3.164	1.890	.131
	ภายในกลุ่ม	495.505	296	1.674		
	รวม	504.997	299			
กลุ่มสีไล่เฉด เข้มอ่อน	ระหว่างกลุ่ม	15.756	3	5.252	3.236*	.023
	ภายในกลุ่ม	480.414	296	1.623		
	รวม	496.170	299			
กลุ่มสีคู่ตรงข้าม ตัดกัน	ระหว่างกลุ่ม	10.225	3	3.408	2.248	.083
	ภายในกลุ่ม	448.745	296	1.516		
	รวม	458.970	299			
กลุ่มสีโทนเดียวกัน ร้อน/เย็น	ระหว่างกลุ่ม	4.706	3	1.569	.978	.404
	ภายในกลุ่ม	474.960	296	1.605		
	รวม	479.667	299			
กลุ่มสีสันสดใส หลากหลายสี	ระหว่างกลุ่ม	5.431	3	1.810	1.099	.350
	ภายในกลุ่ม	487.449	296	1.647		
	รวม	492.880	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจในกลุ่มสีไล่เฉด เข้มอ่อนแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจในกลุ่มสีไล่เฉด น้อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและระดับสูงกว่าปริญญาตรี

3.19 สมมติฐานที่ 19 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-27 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
กลุ่มสีแดง หนึ่งเดียว	ระหว่างกลุ่ม	15.066	5	3.013	1.808	.111
	ภายในกลุ่ม	489.931	294	1.666		
	รวม	504.997	299			
กลุ่มสีไล่เฉด เข้มอ่อน	ระหว่างกลุ่ม	12.473	5	2.495	1.516	.185
	ภายในกลุ่ม	483.697	294	1.645		
	รวม	496.170	299			
กลุ่มสีคู่ตรงข้าม ตัดกัน	ระหว่างกลุ่ม	8.295	5	1.659	1.082	.370
	ภายในกลุ่ม	450.675	294	1.533		
	รวม	458.970	299			
กลุ่มสีโทนเดียวกัน ร้อน/เย็น	ระหว่างกลุ่ม	2.472	5	.494	.305	.910
	ภายในกลุ่ม	477.194	294	1.623		
	รวม	479.667	299			
กลุ่มสีสันสดใส หลากหลายสี	ระหว่างกลุ่ม	6.515	5	1.303	.788	.559
	ภายในกลุ่ม	486.365	294	1.654		
	รวม	492.880	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.20 สมมติฐานที่ 20 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-28 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
กลุ่มสีแดง หนึ่งเดียว	ระหว่างกลุ่ม	15.066	5	3.013	1.808	.111
	ภายในกลุ่ม	489.931	294	1.666		
	รวม	504.997	299			
กลุ่มสีไล่เฉด เข้มอ่อน	ระหว่างกลุ่ม	12.473	5	2.495	1.516	.185
	ภายในกลุ่ม	483.697	294	1.645		
	รวม	496.170	299			
กลุ่มสีคู่ตรงข้าม ตัดกัน	ระหว่างกลุ่ม	8.295	5	1.659	1.082	.370
	ภายในกลุ่ม	450.675	294	1.533		
	รวม	458.970	299			
กลุ่มสีโทนเดียวกัน ร้อน/เย็น	ระหว่างกลุ่ม	2.472	5	.494	.305	.910
	ภายในกลุ่ม	477.194	294	1.623		
	รวม	479.667	299			
กลุ่มสีสดใส หลากหลายสี	ระหว่างกลุ่ม	6.515	5	1.303	.788	.559
	ภายในกลุ่ม	486.365	294	1.654		
	รวม	492.880	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับกลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.21 สมมติฐานที่ 21 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-29 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
CHROMAVERSE	ระหว่างกลุ่ม	8.745	4	2.186	1.724	.145
	ภายในกลุ่ม	374.172	295	1.268		
	รวม	382.917	299			
MAXIMAL	ระหว่างกลุ่ม	10.020	4	2.505	1.390	.237
	ภายในกลุ่ม	531.700	295	1.802		
	รวม	541.720	299			
A FUTURE LAGACY	ระหว่างกลุ่ม	12.000	4	3.000	2.220	.067
	ภายในกลุ่ม	398.720	295	1.352		
	รวม	410.720	299			
VERY PERSONAL	ระหว่างกลุ่ม	4.768	4	1.192	.769	.546
	ภายในกลุ่ม	457.112	295	1.550		
	รวม	461.880	299			
VERTUALISM	ระหว่างกลุ่ม	5.369	4	1.342	1.006	.405
	ภายในกลุ่ม	393.548	295	1.334		
	รวม	398.917	299			
METAMORHING	ระหว่างกลุ่ม	7.115	4	1.779	1.264	.284
	ภายในกลุ่ม	415.205	295	1.407		
	รวม	422.320	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.22 สมมติฐานที่ 22 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-30 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
CHROMAVERSE	ระหว่างกลุ่ม	11.908	3	3.969	3.167*	.025
	ภายในกลุ่ม	371.009	296	1.253		
	รวม	382.917	299			
MAXIMAL	ระหว่างกลุ่ม	25.707	3	8.569	4.916*	.002
	ภายในกลุ่ม	516.013	296	1.743		
	รวม	541.720	299			
A FUTURE LAGACY	ระหว่างกลุ่ม	8.108	3	2.703	1.987	.116
	ภายในกลุ่ม	402.612	296	1.360		
	รวม	410.720	299			
VERY PERSONAL	ระหว่างกลุ่ม	12.466	3	4.155	2.737*	.044
	ภายในกลุ่ม	449.414	296	1.518		
	รวม	461.880	299			
VERTUALISM	ระหว่างกลุ่ม	6.454	3	2.151	1.623	.184
	ภายในกลุ่ม	392.463	296	1.326		
	รวม	398.917	299			
METAMORHING	ระหว่างกลุ่ม	14.941	3	4.980	3.619*	.014
	ภายในกลุ่ม	407.379	296	1.376		
	รวม	422.320	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบในแนว CHROMAVERSE, MAXIMAL, VERY PERSONAL และ

METAMORHING แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบแบบ CHROMAVERSE น้อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบแบบ CHROMAVERSE มากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบแบบ MAXIMAL , VERY PERSONAL METAMORHING น้อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบแบบ METAMORHING น้อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

3.23 สมมติฐานที่ 23 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-31 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
CHROMAVERSE	ระหว่างกลุ่ม	1.263	5	.253	.195	.964
	ภายในกลุ่ม	381.654	294	1.298		
	รวม	382.917	299			
MAXIMAL	ระหว่างกลุ่ม	7.861	5	1.572	.866	.504
	ภายในกลุ่ม	533.859	294	1.816		
	รวม	541.720	299			
A FUTURE LAGACY	ระหว่างกลุ่ม	7.946	5	1.589	1.160	.329
	ภายในกลุ่ม	402.774	294	1.370		
	รวม	410.720	299			
VERY PERSONAL	ระหว่างกลุ่ม	4.762	5	.952	.613	.690
	ภายในกลุ่ม	457.118	294	1.555		
	รวม	461.880	299			

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
VERTUALISM	ระหว่างกลุ่ม	14.226	5	2.845	2.174	.057
	ภายในกลุ่ม	384.691	294	1.308		
	รวม	398.917	299			
METAMORHING	ระหว่างกลุ่ม	8.341	5	1.668	1.185	.317
	ภายในกลุ่ม	413.979	294	1.408		
	รวม	422.320	299			

จากตาราง 4-31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.24 สมมติฐานที่ 24 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-32 การเปรียบเทียบความแตกต่างการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบจำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
CHROMAVERSE	ระหว่างกลุ่ม	4.955	7	.708	.547	.798
	ภายในกลุ่ม	377.961	292	1.294		
	รวม	382.917	299			
MAXIMAL	ระหว่างกลุ่ม	11.675	7	1.668	.919	.492
	ภายในกลุ่ม	530.045	292	1.815		
	รวม	541.720	299			
A FUTURE LAGACY	ระหว่างกลุ่ม	8.467	7	1.210	.878	.524
	ภายในกลุ่ม	402.253	292	1.378		
	รวม	410.720	299			

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
VERY PERSONAL	ระหว่างกลุ่ม	7.256	7	1.037	.666	.701
	ภายในกลุ่ม	454.624	292	1.557		
	รวม	461.880	299			
VERTUALISM	ระหว่างกลุ่ม	10.060	7	1.437	1.079	.377
	ภายในกลุ่ม	388.856	292	1.332		
	รวม	398.917	299			
METAMORHING	ระหว่างกลุ่ม	8.988	7	1.284	.907	.501
	ภายในกลุ่ม	413.332	292	1.416		
	รวม	422.320	299			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4-32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ One Way ANOVA ในการทดสอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. การสรุปผลข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในงานออกแบบ

การเก็บข้อมูล

1. ช่วงอายุ 20–30 ปี กลุ่มวัยรุ่นตอนปลายถึงวัยทำงานตอนต้น ลักษณะโดยรวมคือ “รุ่นใหม่ ความเป็นแฟชั่น และเปิดรับสิ่งใหม่”

พฤติกรรมผู้บริโภค

- สวมใส่เครื่องประดับ เป็นประจำหรือในโอกาสพิเศษ เพื่อเสริมบุคลิกและแสดงรสนิยม
- นิยมเครื่องประดับประเภท แหวนและสร้อยข้อมือ ที่มีดีไซน์ร่วมสมัย เรียบแต่ดูดี
- มัก ซื้อเครื่องประดับด้วยตนเอง โดยพิจารณาจากความชอบและความคุ้มค่าเป็นหลัก

ความถี่ในการซื้อค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น เนื่องจากติดตามแฟชั่นและชอบการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยที่มีอิทธิพล

- ให้ความสำคัญกับ รูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบ (Design) มากที่สุด
- รองลงมาคือ ราคาและความคุ้มค่า ซึ่งสะท้อนการตัดสินใจแบบมีเหตุผลในงบจำกัด

- ขอบชื้อผ่าน ร้านค้าออนไลน์หรือบูธในศูนย์การค้า เนื่องจากเข้าถึงง่ายและมีโปรโมชั่น

รูปแบบและแรงบันดาลใจ

ชื่นชอบเครื่องประดับที่มีแรงบันดาลใจจาก “ธรรมชาติ” เช่น ดอกไม้ น้ำ หรือคลื่น “การผสมผสานที่หลากหลาย (Fusion Design)” ให้ความสำคัญกับ **สีสดใสหลากหลายสี** และการใช้วัสดุผสม เช่น เงิน ชุบโรเดียม เรซิน หรือไข่มุก

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ

- **Metamorphing** — ดีไซน์ที่ปรับเปลี่ยนได้ มีฟังก์ชันและเทคโนโลยีใหม่
- **Virtualism** — เชื่อมโลกจริงกับดิจิทัล เช่น เครื่องประดับแนวแฟชั่นเทค (Fashion-Tech) เน้นความเบา คล่องตัว และร่วมสมัย

แนวโน้มการออกแบบที่แนะนำ

เครื่องประดับสำหรับวัย 20–30 ปี ควรออกแบบให้ดูทันสมัย เน้นแฟชั่น ผสมสัญลักษณ์อิสลามในเชิงศิลป์ เช่น ลวดลายเรขาคณิตมาลายูแบบมินิมอล หรือโทนสีทองชมพู น้ำตาลทอง เขียวมะกอก ที่ดูอ่อนโยนแต่โดดเด่น

2. ช่วงอายุ 31-40 ปี กลุ่มวัยทำงานและผู้หญิงมุสลิมที่มีรายได้มั่นคง “กลุ่มหลักของตลาดเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย”

พฤติกรรมผู้บริโภค

- เป็นกลุ่มที่ สวมใส่เครื่องประดับบ่อยที่สุด ทั้งในชีวิตประจำวันและในโอกาสพิเศษ
- นิยม แหวนและสร้อยข้อมือ มากที่สุด รองลงมาคือสร้อยคอ
- ซื้อเครื่องประดับ แบบชิ้นเดียว มากกว่าแบบเซต เพราะเน้นการมีดีไซน์แอนด์แมตช์
- ซื้อจากร้านค้าเครื่องประดับทั่วไปและออนไลน์ โดยคำนึงถึงคุณภาพและภาพลักษณ์ของแบรนด์ความถี่ในการซื้อค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น เนื่องจากติดตามแฟชั่นและชอบการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยที่มีอิทธิพล

- ให้ความสำคัญกับ มาตรฐานและคุณภาพของเครื่องประดับ (Quality & Standard) เป็นอันดับแรก
- รองลงมาคือ ดีไซน์และความคุ้มค่า
- พิจารณาจากความเหมาะสมกับการแต่งกายมุสลิม เช่น ความเรียบ สุภาพ และไม่ฉูดฉาดเกินไป

รูปแบบและแรงบันดาลใจ

นิยมเครื่องประดับที่ได้แรงบันดาลใจจาก “ธรรมชาติ” (ความอ่อนโยน ความสงบ) และ “ลวดลายวัฒนธรรมมาลายู” ที่มีความอ่อนช้อย ให้ความสำคัญกับ กลุ่มสีโทนเดียวกัน ร้อน/เย็น เช่น ทองชมพู ฟ้ามอเตา เขียวมะกอก

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ

- A Future Legacy — การออกแบบที่สืบทอดคุณค่าจากอดีตสู่อนาคต
- Metamorphing — การผสมผสานความเก่าและใหม่ในดีไซน์เดียว
- ชื่นชอบเครื่องประดับที่สื่อถึง “อัตลักษณ์หลาย” อย่างร่วมสมัย

แนวโน้มการออกแบบที่แนะนำ

เครื่องประดับสำหรับกลุ่มวัย 31-40 ปี ควรเน้น ความเรียบหรู มีคุณภาพสูง และแฝงความหมายทางวัฒนธรรม ใช้ลวดลายดอกไม้ ใบไม้ ลายเครือเถา หรือลายสถาปัตยกรรม ผสมกับรูปทรงเรขาคณิตร่วมสมัย

3. ช่วงอายุ 41-50 ปี กลุ่มวัยผู้ใหญ่ — มีประสบการณ์ทางสังคมและรสนิยมมั่นคง

พฤติกรรมผู้บริโภค

- สวมใส่เครื่องประดับ “เฉพาะโอกาสสำคัญ” เช่น งานศาสนา งานสังคม หรืองานเฉลิมฉลอง
- นิยมเครื่องประดับแท้ เช่น ทองคำ เพชร ไข่มุก มากกว่าเครื่องประดับแฟชั่น
- ให้ความสำคัญกับ ความทนทาน คุณภาพ และความหมายเชิงศาสนา

ปัจจัยที่มีอิทธิพล

- ให้ความสำคัญกับ มาตรฐาน ความคุ้มค่า และคุณภาพสูงสุด
- เลือกซื้อจากร้านค้าที่มีความน่าเชื่อถือ มีการรับรอง
- ตัดสินใจจากประสบการณ์ตรง มากกว่าการโฆษณา

รูปแบบและแรงบันดาลใจ

นิยมเครื่องประดับที่สะท้อน “ลวดลายทางวัฒนธรรม” เช่น ลายเรขาคณิตอิสลาม ลายดอกไม้โบราณ และลวดลายจากสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ ให้ความสำคัญกับ โทนสีเรียบ เช่น เงิน ทอง ขาว ดำ

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ

- A Future Legacy และ Very Personal — เครื่องประดับที่มีความหมายส่วนตัวและแสดงถึงรากทางศาสนา
- ให้ความสนใจกับเครื่องประดับที่สามารถส่งต่อหรือเก็บเป็นมรดก

แนวโน้มการออกแบบที่แนะนำ

ออกแบบเครื่องประดับที่เรียบหรู ใช้โลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน หรือทองชมพู ผสมอัญมณีแท้ ดีไซน์แบบคลาสสิกที่สะท้อนศรัทธาและวัฒนธรรม เช่น ลายโค้งของโดมสุเหร่า หรือลายอักษรอาหรับ ศิลป์

4. ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป กลุ่มผู้สูงวัย — ให้ความสำคัญกับ “คุณค่า ความเชื่อ และความศรัทธา” มากกว่าแฟชั่น

พฤติกรรมการบริโภค

- สวมใส่เครื่องประดับน้อยครั้ง มักเลือกเฉพาะ “โอกาสสำคัญทางศาสนา”
- นิยมเครื่องประดับแท้ เช่น ทองคำ เพชร หรือไข่มุกธรรมชาติ
- เลือกซื้อจากร้านที่ไว้วางใจได้หรือได้รับการแนะนำจากครอบครัว

ปัจจัยที่มีอิทธิพล

- พิจารณาจาก มาตรฐาน ความคุ้มค่า และสัญลักษณ์ทางศาสนา
- ให้ความสำคัญกับความสบายในการสวมใส่และความคงทนของวัสดุ

รูปแบบและแรงบันดาลใจ

นิยมแรงบันดาลใจจาก “วัฒนธรรมมาอยู่ดั้งเดิม” เช่น ลายดอกพิกุล ดอกจำปา เครือเถา และลายเรขาคณิตอิสลาม ใช้สีโทนอุ่น เช่น ทอง น้ำตาล และงาช้าง

แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ

- Very Personal / A Future Legacy — สื่อถึงความสงบ เรียบง่าย และความศรัทธาในศาสนา
- ชื่นชอบเครื่องประดับที่มีความหมายลึกซึ้ง เช่น สัญลักษณ์ศาสนา หรือเครื่องประดับที่ระลึกถึงครอบครัว

แนวโน้มการออกแบบที่แนะนำ

ออกแบบเครื่องประดับเน้นคุณค่าทางจิตใจ ใช้โทนเรียบหรู วัสดุคุณภาพสูง และสามารถส่งต่อเป็นของมรดก เช่น แหวนทองประดับไข่มุกดำ หรือสร้อยข้อมือเงินแกะลายอักษรอาหรับ

บทที่ 5

การออกแบบเครื่องประดับของสตรีมุสลิม

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง “ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย” ผู้วิจัยได้ทำการสร้างสรรค์เครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิมจำนวน 3 ชุด และทำการคัดเลือกและผลิตเป็นเครื่องประดับต้นแบบตลอดจนประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย (Design Concept)

"Elegance in Modesty — ความงามแห่งความเรียบง่าย"

แนวคิดนี้มุ่งเน้นให้เครื่องประดับสะท้อน **อัตลักษณ์ของผู้หญิงมุสลิม** ที่ให้ความสำคัญกับความสุภาพ เรียบหรู และมีความหมายทางวัฒนธรรม ผ่าน

1. ดอกพิกุล — ความสงบ ศรัทธา และความงามในจิตใจคนได้

เป็นไม้มงคลที่ปลูกทั้งในวัดและบ้านของชาวมุสลิมในภาคใต้ กลิ่นหอมอ่อน ๆ สื่อถึงความสงบและความเมตตา ใช้แทน “หัวใจของผู้คน” ที่อ่อนโยนแต่มั่นคง

ในเครื่องประดับ ดอกพิกุลจึงเป็น สัญลักษณ์แห่งศรัทธา ความดี และความเรียบง่ายของคนใต้

2. โครงสร้างกรอบหน้าต่าง-ประตูสุเหร่า — สัญลักษณ์แห่งความศรัทธาและสุนทรียะแห่งอิสลาม

กรอบประตูสุเหร่าหรือมัสยิดในภาคใต้ เช่น ที่ปัตตานี ยะลา นราธิวาส มีลักษณะโค้งยอดแหลม (arch) แบบอิสลามผสมลายไม้ฉลุพื้นเมือง สื่อถึง การเปิดรับแสง (แสงแห่งศรัทธา) และการเชื่อมโยงระหว่างโลกมนุษย์กับพระผู้เป็นเจ้า

ในเชิงสัญลักษณ์ “กรอบประตู” คือ ขอบเขตแห่งสันติและการอยู่ร่วมกัน

เมื่อนำรูปทรงนี้มาสร้างเป็นโครงเครื่องประดับ เช่น ต่างหูหรือจี้ ก็จะสะท้อนมิติของ “ศรัทธาและการเปิดใจ” อย่างงดงาม

3. ลวดลายมลายู — อัตลักษณ์ศิลปะพื้นถิ่นใต้

ลวดลายมลายู เช่น “ลายเครือเถา เป็นลายที่ผสมความเชื่อ อิสลามกับศิลปะพื้นบ้านเข้าด้วยกัน มักปรากฏในงานฉลุไม้ งานเครื่องเงิน ผืนผ้า และเครื่องใช้ของคนใต้ ลวดลายเหล่านี้สื่อถึง “ความประณีต ความละเอียด และจิตวิญญาณแห่งช่างใต้”

เมื่อใช้ในงานจิ๋วเวลรี่ จะสื่อถึงความเป็น craftsmanship และ cultural wisdom ของชุมชนชายแดนใต้ได้โดยตรง

4. ไข่มุก — ธรรมชาติแห่งอ่าวไทยและทะเลอันดามัน

ไข่มุก คือ อัญมณีแห่งภาคใต้โดยแท้ โดยเฉพาะ จังหวัดพังงา ภูเก็ต ระนอง เป็นแหล่งเลี้ยงหอยมุกคุณภาพสูง ไข่มุกจึงเป็น “ตัวแทนของธรรมชาติและ ความมั่งคั่งจากทะเลใต้” นอกจากนี้ ไข่มุกยังมีความหมายถึง ความบริสุทธิ์และความอดทน — เช่นเดียวกับชีวิตของคนใต้ที่ต้องผ่านคลื่นลมแต่ยังคงงามได้เสมอ

การนำไข่มุกมาเป็นวัสดุหลักจึงสะท้อนมิติของ Southern Spirit: ความงามที่เกิดจากความเข้มแข็ง

ตาราง 5-1 องค์ประกอบการออกแบบเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย “Elegance in Modesty”

องค์ประกอบ	สัญลักษณ์	ความหมายรวม
ดอกพิกุล	ความดี ความสงบ	หัวใจของผู้คนที่อ่อนโยน
กรอบหน้าต่างสุเหร่า	ศรัทธา ความเปิดกว้าง	การอยู่ร่วมอย่างกลมกลืน
ลวดลายมลายู	ศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่น	ความประณีตและภูมิปัญญา
ไข่มุก	ธรรมชาติและ ความอดทน	ความงามที่เติบโตจากคลื่นลม

การออกแบบผู้วิจัยใช้แนวคิดการออกแบบร่วมสมัย โดยกำหนดให้งานผลงานเครื่องประดับจะต้องสะท้อนออกมา 3 ส่วน คือ 1. ความสมัยเก่า 2. ความสมัยใหม่ และ 3. แนวทางและข้อบัญญัติของศาสนาอิสลาม ร่วมกับหลักการออกแบบ และสุนทรียะทางความงาม ทั้ง 3 อย่าง ใช้เป็นเงื่อนไขในการออกแบบ โดยผสมผสานแนวคิดที่แสดงออกผ่านตัวเรือนและรูปแบบของชิ้นงาน ซึ่งการออกแบบเครื่องประดับอยู่ภายใต้โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์

2. กระบวนการออกแบบ (Design Process Model)

2.1 แนวคิดของกระบวนการออกแบบ

ในการวิจัยเชิงสร้างสรรค์เรื่อง “ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย” ผู้วิจัยได้พัฒนากระบวนการออกแบบเครื่องประดับภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมกับการสร้างสรรค์เชิงรูปธรรมอย่างเป็นระบบ กระบวนการดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อแปลง “ความหมายเชิงสัญลักษณ์” (symbolic meaning) ของลวดลายมลายูไปสู่ “รูปแบบเชิงการออกแบบ” (design form) ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงทั้งในเชิงสุนทรียะและเชิงพาณิชย์ จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 และการวิเคราะห์ลวดลายในบทที่ 3 พบว่า ลวดลายมลายูมิได้เป็นเพียงองค์ประกอบตกแต่ง แต่เป็นระบบสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเชื่อทางศาสนา วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของชุมชนมุสลิม ดังนั้น การออกแบบเครื่องประดับที่ใช้ลวดลายมลายูจึงจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการที่สามารถ “ถอดรหัส” (decode) และ “แปลงความหมาย” (translate) จากบริบทวัฒนธรรมสู่รูปแบบร่วมสมัยได้อย่างเหมาะสม กระบวนการออกแบบในงานวิจัยนี้จึงถูกพัฒนาให้เป็น “Design Process Model” ที่มีลักษณะเป็นขั้นตอนต่อเนื่อง (sequential process) โดยครอบคลุมตั้งแต่การสกัดข้อมูลทางวัฒนธรรม การวิเคราะห์ลวดลาย การตีความเชิงสัญลักษณ์ การแปลงรูปทรง ไปจนถึงการพัฒนาแบบและการสร้างต้นแบบ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการบูรณาการระหว่างศาสตร์ทางศิลปะ วัฒนธรรม และการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างเป็นองค์รวม

2.2 โครงสร้างของกระบวนการออกแบบ

Design Process Model ที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (1) การสกัดข้อมูลทางวัฒนธรรม (Cultural Extraction) (2) การวิเคราะห์และจำแนกลวดลาย (Motif Analysis and Classification) (3) การตีความเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interpretation) (4) การแปลงรูปทรง (Form Transformation) (5) การพัฒนาแบบและการทดลอง (Design Development and Iteration) และ (6) การสร้างต้นแบบและประเมินผล (Prototype Development and Evaluation) โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กระบวนการออกแบบเครื่องประดับ

Jewelry Design Process Model



โมเดลกระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D Process Model)

ภาพที่ 5-1 กระบวนการออกแบบเครื่องประดับ (Design Process Model) ในงานวิจัย

1) การสกัดข้อมูลทางวัฒนธรรม (Cultural Extraction)

ขั้นตอนแรกของกระบวนการออกแบบคือการรวบรวมและสกัดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลวดลายมลายูจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ การทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจภาคสนาม และการสัมภาษณ์ผู้รู้ในชุมชน ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อระบุลักษณะเฉพาะของลวดลายในด้านรูปแบบ ความหมาย และบริบทการใช้งาน การสกัดข้อมูลในขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง “ฐานข้อมูลลวดลาย” (motif database) ซึ่งประกอบด้วยประเภทของลวดลาย เช่น ลวดลายพฤกษชาติ ลวดลายเรขาคณิต และลวดลายอักษรอาหรับ รวมถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความศรัทธา ความสมดุล และความมงคลตามธรรมชาติ ฐานข้อมูลดังกล่าวถือเป็นจุดตั้งต้นสำคัญในการพัฒนากระบวนการออกแบบในขั้นตอนถัดไป

2) การวิเคราะห์และจำแนกลวดลาย (Motif Analysis and Classification)

ภายหลังจากการสกัดข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ลวดลายในเชิงโครงสร้าง โดยพิจารณาองค์ประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ รูปทรง (form) โครงสร้าง (structure) และการจัดองค์ประกอบ (composition) การวิเคราะห์ดังกล่าวช่วยให้สามารถเข้าใจลักษณะเฉพาะของลวดลายแต่ละประเภทได้อย่างเป็นระบบ ผลการวิเคราะห์นำไปสู่การจำแนกลวดลายออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ เช่น ลวดลายแบบอินทรีย์ (organic motifs) ที่มีลักษณะอ่อนช้อยและเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายเรขาคณิต (geometric motifs) ที่เน้นความสมมาตรและความเป็นระเบียบ และลวดลายอักษร (calligraphic motifs) ที่สะท้อนความเชื่อทางศาสนา การจำแนกดังกล่าวช่วยให้สามารถเลือกใช้ลวดลายได้อย่างเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการออกแบบ

3) การตีความเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interpretation)

ขั้นตอนการตีความเชิงสัญลักษณ์เป็นกระบวนการสำคัญในการแปลงข้อมูลเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแนวคิดทางการออกแบบ โดยผู้วิจัยได้นำวลวลายที่ผ่านการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงกับความหมายเชิงสัญลักษณ์ เพื่อสร้าง “ภาษาการออกแบบ” (design language) ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเครื่องประดับ ตัวอย่างเช่น ลวดลายพฤษชาติสามารถตีความเป็นสัญลักษณ์ของความอ่อนโยนและการเจริญเติบโต ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาเป็นรูปทรงที่มีความโค้งมนและไหลลื่น ขณะที่ลวดลายเรขาคณิตสามารถสื่อถึงความสมดุลและความเป็นระเบียบ ซึ่งเหมาะสำหรับการออกแบบที่ต้องการความชัดเจนและโครงสร้างที่มั่นคง กระบวนการนี้ช่วยให้การออกแบบมิได้เป็นเพียงการนำวลวลายมาใช้โดยตรง แต่เป็นการ “แปลงความหมาย” ไปสู่รูปแบบใหม่ที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์เดิมไว้

4) การแปลงรูปทรง (Form Transformation)

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำผลจากการตีความเชิงสัญลักษณ์มาพัฒนาเป็นองค์ประกอบการออกแบบ โดยใช้เทคนิคการลดทอน (simplification) และการนามธรรม (abstraction) เพื่อแปลงวลวลายดั้งเดิมให้เหมาะสมกับการใช้งานในเครื่องประดับ การแปลงรูปทรงประกอบด้วยการปรับเปลี่ยนลักษณะของวลวลาย เช่น การลดรายละเอียด การปรับสัดส่วน และการจัดวางใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านขนาด น้ำหนัก และความเหมาะสมในการสวมใส่ นอกจากนี้ ยังมีการใช้หลักการทางเรขาคณิต เช่น การหมุน (rotation) การทำซ้ำ (repetition) และการปรับขนาด (scaling) เพื่อสร้างรูปแบบใหม่ที่มีความหลากหลาย ผลลัพธ์ของขั้นตอนนี้คือ “องค์ประกอบการออกแบบ” (design elements) ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแบบร่างในขั้นตอนถัดไป

5) การพัฒนาแบบและการทดลอง (Design Development and Iteration)

ขั้นตอนการพัฒนาแบบเป็นกระบวนการที่เน้นการสร้างและทดลองแนวคิดการออกแบบผ่านการร่างแบบ (sketching) และการปรับปรุงแบบอย่างต่อเนื่อง (iteration) โดยผู้วิจัยได้พัฒนาแบบร่างจำนวนหลายรูปแบบเพื่อสำรวจความเป็นไปได้ของการออกแบบ กระบวนการนี้ประกอบด้วยการสร้างแบบร่างเบื้องต้น การคัดเลือกแนวคิดที่เหมาะสม และการปรับปรุงรายละเอียดของแบบให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงการทดลองใช้วัสดุและสีเพื่อประเมินความเหมาะสมในเชิงสุนทรียะและการใช้งาน การมีหลายรูปแบบของแบบร่างช่วยให้สามารถเปรียบเทียบและเลือกแนวทางที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด อีกทั้งยังสะท้อนถึงกระบวนการคิดเชิงออกแบบที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง

6) การสร้างต้นแบบและประเมินผล (Prototype Development and Evaluation)

ขั้นตอนสุดท้ายคือการนำแบบร่างที่ผ่านการคัดเลือกมาพัฒนาเป็นต้นแบบจริง (prototype) โดยใช้วัสดุที่เหมาะสม เช่น เงิน ทองเหลือง และไข่มุก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย หลังจากการสร้างต้นแบบ ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้บริโภค เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในด้านความงาม ความร่วมสมัย และความสอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม ผลการประเมินถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแบบและยืนยันความเป็นไปได้ของการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์

2.3 การเชื่อมโยงกระบวนการออกแบบกับผลลัพธ์

Design Process Model ที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงข้อมูลเชิงวิเคราะห์จากบทก่อนหน้าไปสู่การสร้างสรรค์เครื่องประดับในบทนี้ โดยแต่ละขั้นตอนทำหน้าที่เป็นกลไกในการแปลงข้อมูลจากระดับนามธรรมไปสู่รูปธรรมอย่างเป็นระบบ กระบวนการดังกล่าวช่วยให้การออกแบบเครื่องประดับมิได้เป็นเพียงการสร้างสรรค์เชิงศิลปะ แต่เป็นผลลัพธ์ของการวิจัยที่มีโครงสร้างและสามารถอธิบายได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านที่มาของแนวคิด กระบวนการพัฒนา และเหตุผลในการตัดสินใจออกแบบ

3. เงื่อนไขการออกแบบเครื่องประดับมลายูร่วมสมัยสำหรับผู้หญิงมุสลิม

เงื่อนไขการออกแบบนี้มุ่งเน้นให้การสร้างสรรค์เครื่องประดับมีความงดงามทั้งในด้านศิลปะ วัฒนธรรม และศาสนา โดยคำนึงถึงอัตลักษณ์มลายูซึ่งเป็นรากฐานทางวัฒนธรรมของผู้หญิงมุสลิมในภาคใต้ของประเทศไทย พร้อมทั้งปรับให้เข้ากับวิถีชีวิตและรสนิยมร่วมสมัย เครื่องประดับจึงไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เสริมความงาม แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของความศรัทธา ความอ่อนโยน และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง

การออกแบบนี้แบ่งออกเป็น 7 หมวดหลัก ซึ่งเป็นกรอบแนวทางในการออกแบบ ดังนี้

1. Cultural Identity: การสื่อสารอัตลักษณ์มลายู

การออกแบบต้องสะท้อน “อัตลักษณ์มลายู” ที่มีความละเอียดอ่อนและงดงามในเชิงศิลป์ โดยเน้นการใช้ลวดลายดั้งเดิม ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของศิลปะมลายูที่สื่อถึงความงาม ความสงบ และความศรัทธาในพระเจ้า

การนำลวดลายเหล่านี้มาประยุกต์ในเครื่องประดับ ไม่ว่าจะเป็นรูปของการแกะสลัก โลหะฉลุ หรือการประดับอัญมณี จึงเป็นการเชื่อมโยงความงามทางวัฒนธรรมเข้ากับแฟชั่นร่วมสมัย โดยยังคงเคารพต่อความหมายดั้งเดิมของลวดลายมลายู

2. Religious Compatibility: ความเหมาะสมกับหลักศาสนา

เครื่องประดับสำหรับผู้หญิงมุสลิมต้องยึดมั่นในหลักศาสนาอิสลามเป็นสำคัญการออกแบบจึงต้องหลีกเลี่ยงสัญลักษณ์หรือรูปทรงที่ขัดต่อหลักศาสนา เช่น รูปคนหรือสัตว์ รวมถึงลักษณะที่ดูหยาบคายเกินงามหรือแสดงออกเกินความพอดี

แนวคิด “Modesty” หรือ “ความสุภาพเรียบร้อย” จึงเป็นหัวใจสำคัญของเกณฑ์นี้ เครื่องประดับควรเน้นความงดงามแบบสงบ ไม่ฉูดฉาดเกินไป แต่ให้ความรู้สึกมีคุณค่าและศักดิ์สิทธิ์

3. Aesthetic Harmony: ความงามแบบร่วมสมัย

ในยุคที่แฟชั่นมุสลิมได้รับอิทธิพลจากกระแสร่วมสมัย เครื่องประดับจึงควรสะท้อนความสมดุลระหว่าง “ความอ่อนช้อยแบบมลายู” กับ “ความเรียบหรูแบบมินิมอล” เพื่อให้เข้ากับรสนิยมของผู้หญิงรุ่นใหม่

การออกแบบในเกณฑ์นี้เน้นการลดทอนรูปแบบให้เรียบง่ายขึ้น แต่ยังคงรายละเอียดของลวดลายมลายูอย่างประณีต ใช้เส้นสายเรขาคณิตที่กลมกลืนกับโครงสร้างของเครื่องประดับ เพื่อสร้างความกลมกลืนระหว่างศิลปะดั้งเดิมและแฟชั่นร่วมสมัย

4. Material Selection: การเลือกวัสดุ

วัสดุเป็นองค์ประกอบที่สะท้อนทั้งความงามและคุณค่าทางศาสนาการเลือกวัสดุจึงต้องพิจารณาความเหมาะสมกับหลักอิสลามและอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยหลีกเลี่ยงวัสดุที่มาจากสิ่งมีชีวิตและสิ่งมีชีวิตต้องห้าม หรือวัสดุที่มีความหยาบคายเกินงาม และแสดง

วัสดุหลักที่เหมาะสม ได้แก่ ไซมุก และ วัสดุรองที่เหมาะสม ได้แก่ อัญมณีสีอ่อน เช่น เพชร, ควอตซ์หรือมูนสโตน ซึ่งให้ภาพลักษณ์อ่อนโยนและสงบ

5. Functional Comfort: ความสะดวกในการสวมใส่

ผู้หญิงมุสลิมต้องสวม ฮิญาบ (Hijab) ในชีวิตประจำวัน เครื่องประดับจึงต้องออกแบบให้เหมาะกับการใช้งานจริง การออกแบบจึงต้องให้ความสำคัญกับ ความสบายในการสวมใส่ (Ergonomics) และความปลอดภัย (Safety) ควบคู่กับสวยงาม เพื่อให้ผู้สวมใส่รู้สึกมั่นใจและเป็นธรรมชาติ

6. Symbolic Meaning: ความหมายเชิงสัญลักษณ์

เครื่องประดับในวัฒนธรรมมลายูและอิสลามมักสื่อถึงความหมายเชิงจิตวิญญาณ การออกแบบในเกณฑ์นี้จึงเน้นให้แต่ละชิ้นมีเรื่องราว สะท้อนการนำเอาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและแนวคิดพหุวัฒนธรรมมาออกแบบ ทั้ง ดอกพิกุล, ลวดลายมลายู, ไซมุก, โครงสร้างสถาปัตยกรรมสุเหร่า ทั้งหมดล้วนมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ทั้งสิ้น

7. Market Appeal: ความเหมาะสมทางการตลาด

เครื่องประดับที่ดีไม่เพียงแต่ต้องงามในเชิงศิลปะ แต่ต้องตอบโจทย์ตลาด กลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้หญิงมุสลิมรุ่นใหม่ วัย 20-40 ปี ทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน ซึ่งนิยมสไตล์ “Modest Fashion” ที่เรียบหรู มีเอกลักษณ์ และสะท้อนรสนิยมส่วนตัว

ตาราง 5-2 กรอบแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย “Elegance in Modesty”

หมวดหลัก	รายละเอียด	คำอธิบาย
1. Cultural Identity	การสื่อสารอัตลักษณ์มลายู	ใช้กระบวนการสร้างลวดลาย และแนวคิดในการออกแบบลายแบบดั้งเดิม เช่น ลายใบไม้ ลายดอกไม้
2. Religious Compatibility	ความเหมาะสมกับหลักศาสนา	หลีกเลี่ยงสัญลักษณ์ที่ขัดต่ออิสลาม มีความสุภาพ ไม่แสดงออกเกินงาม
3. Aesthetic Harmony	ความงามแบบร่วมสมัย	ผสมผสานความละเอียดอ่อนของมลายูกับดีไซน์มินิมอลหรือเรขาคณิต เพื่อเข้ากับแฟชั่นสมัยใหม่
4. Material Selection	การเลือกวัสดุ	ใช้วัสดุที่ไม่ขัดหลักศาสนาและแสดงออกถึงพื้นถิ่นได้ คือ ไข่มุก อัญมณีสีอ่อน
5. Functional Comfort	ความสะดวกในการสวมใส่	น้ำหนักเบา ไม่กระทบกับการสวมฮิญาบ เช่น เข็มกลัด ผ้าคลุม Hijab Pin, จี้เล็ก, สร้อยข้อมือหรือกำไล
6. Symbolic Meaning	ความหมายเชิงสัญลักษณ์	ทุกชิ้นมีเรื่องราว Elegance in Modesty — ความงามแห่งความเรียบง่ายสง่างาม โดยใช้การตีความเชิงสัญลักษณ์ผ่านตัวแทน เพื่อเพิ่มคุณค่าทางจิตใจ
7. Market Appeal	ความเหมาะสมทางการตลาด	สามารถเข้ากับแฟชั่นมุสลิมร่วมสมัย (Modest Fashion) ในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ทั้งในไทยและอาเซียน

กล่าวได้ว่า การออกแบบจึงควรมีความยืดหยุ่น สามารถเข้ากับแฟชั่นประจำวัน เช่น ผ้าคลุมศีรษะสีพื้น หรือชุดออกงานทางศาสนาได้อย่างลงตัว นอกจากนี้ การนำเสนอในเชิงแบรนด์ควรเน้นความเป็น “เครื่องประดับวัฒนธรรมร่วมสมัย (Contemporary Cultural Jewelry)” ที่สื่อถึงคุณค่า ความเชื่อ และศิลปะในเวลาเดียวกัน

4. การกำหนดกลุ่มผู้บริโภค (Target Consumer Segment)

การออกแบบเครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากลวดลายมลายูสำหรับผู้หญิงมุสลิม จำเป็นต้องเข้าใจลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้ผลงานออกแบบสามารถตอบโจทย์ทั้งในด้าน ความงาม, ความศรัทธา, และ วิถีชีวิตร่วมสมัย ได้อย่างสมดุล การกำหนดกลุ่มผู้บริโภคจึงแบ่งออกเป็นสองระดับหลัก ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) และ กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

กลุ่มผู้บริโภคหลักของเครื่องประดับแนวมลายูร่วมสมัย คือ ผู้หญิงมุสลิมรุ่นใหม่ อายุระหว่าง 20–40 ปี ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ภาคใต้ของประเทศไทย, มาเลเซีย, และ อินโดนีเซีย ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีประชากรมุสลิมหนาแน่นและมีอิทธิพลทางวัฒนธรรมมลายูอย่างชัดเจน ผู้หญิงกลุ่มนี้เติบโตในสังคมที่มีความศรัทธาในศาสนาอิสลาม แต่ในขณะเดียวกันก็มีความเปิดกว้างต่อโลกสมัยใหม่ โดยเฉพาะในด้าน แฟชั่นและสไตล์การแต่งกาย (Modest Fashion) ที่สามารถผสมผสานความเรียบง่ายตามหลักศาสนาเข้ากับ ความงามในเชิงสุนทรียศาสตร์ร่วมสมัยได้อย่างลงตัว พวกเขามักนิยมเลือกเครื่องประดับที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง ขณะเดียวกันก็ต้องมีความ เรียบหรู (Elegant Minimalism) และสามารถสวมใส่ได้ในหลายโอกาส เช่น การทำงาน การไปมัสยิด หรือการพบปะทางสังคม ในแง่พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้หญิงมุสลิมรุ่นใหม่เหล่านี้มักใช้ สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นช่องทางหลักในการค้นหาและซื้อสินค้า เช่น Instagram, TikTok, Shopee และ Lazada โดยให้ความสำคัญกับแบรนด์ที่มีความหมาย มีเรื่องราว และสะท้อนคุณค่าทางจิตใจ เครื่องประดับที่สื่อถึงแนวคิดทางศาสนาอย่างนุ่มนวลแต่ร่วมสมัยจึงมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมสูงในกลุ่มนี้

กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

ผู้บริโภคทั่วไปที่ชื่นชอบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN-inspired) โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักสะสมเครื่องประดับเชิงศิลปวัฒนธรรม ที่สนใจงานออกแบบที่สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่น ผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะศาสนาอิสลาม แต่ให้คุณค่ากับ งานหัตถศิลป์และความหมายเชิงสัญลักษณ์ ที่เครื่องประดับนำเสนอ เช่น ความสงบ ความอ่อนโยน หรือความเชื่อมโยงกับธรรมชาติ ซึ่งเป็นแนวคิดที่ปรากฏอย่างชัดเจนในศิลปะมลายูและอิสลาม

นอกจากนี้ ยังรวมถึง กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานและผู้บริโภควัยกลางคน ที่มองหาเครื่องประดับซึ่งมีความเรียบง่าย แฝงความหมายลึกซึ้ง และสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันอย่างไม่ขัดต่อภาพลักษณ์ทางอาชีพ เครื่องประดับมลายูร่วมสมัยที่ออกแบบด้วยแนวคิด “ความงามเชิงความเชื่อ” (Faith-based Aesthetic) จึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี

กล่าวโดยสรุป กลุ่มผู้บริโภคทั้งสองระดับสะท้อนถึงแนวโน้มสำคัญของตลาดเครื่องประดับในภูมิภาคอาเซียน ที่ให้ความสำคัญกับ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความศรัทธา และความงามร่วมสมัย การออกแบบเครื่องประดับสำหรับผู้หญิงมุสลิมที่มีแรงบันดาลใจจากลวดลายมลายูจึงไม่เพียงเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เชิงศิลป์ แต่ยังเป็น การสื่อสารคุณค่าทางจิตใจและวัฒนธรรมในระดับภูมิภาค ซึ่งสามารถต่อยอดสู่ตลาดแฟชั่นมุสลิมร่วมสมัยและสินค้าวัฒนธรรมอาเซียนได้อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 5-3 การกำหนดเงื่อนไขการออกแบบสำหรับเครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย แนวคิด "Elegance in Modesty"
— ความงามแห่งความเรียบง่าย

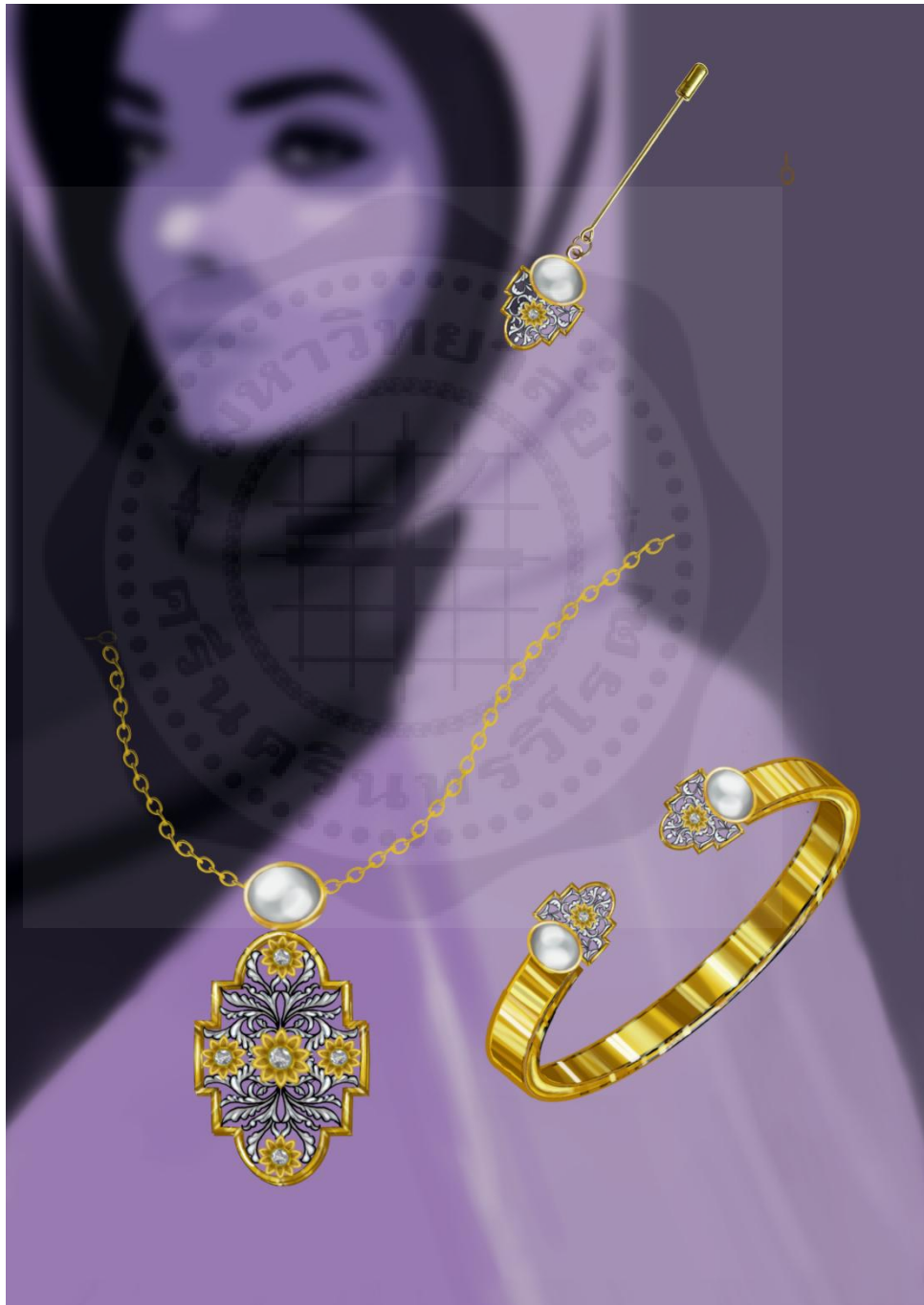
เครื่องประดับสำหรับผู้หญิงมุสลิมวัย 20-40 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มี ความศรัทธาในศาสนาแต่ก็รักแฟชั่นร่วมสมัย (Faith & Fashion) การเลือกประเภทเครื่องประดับควรคำนึงถึง ความงามที่สงบ เรียบหรู และไม่ขัดหลักศาสนา (Modesty) พร้อมทั้งสะท้อน อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย-มลายู ได้อย่างร่วมสมัย เครื่องประดับ 3 ประเภทที่เหมาะสมได้แก่

1. จี้ห้อย (Pendant)
2. เข็มกลัดผ้าคลุมฮิญาบ (Hijab Pin / Brooch)
3. สร้อยข้อมือหรือกำไล (Bracelet / Bangle)

5. แบบร่างเครื่องประดับ (Jewelry Design)

แบบร่างที่ 1

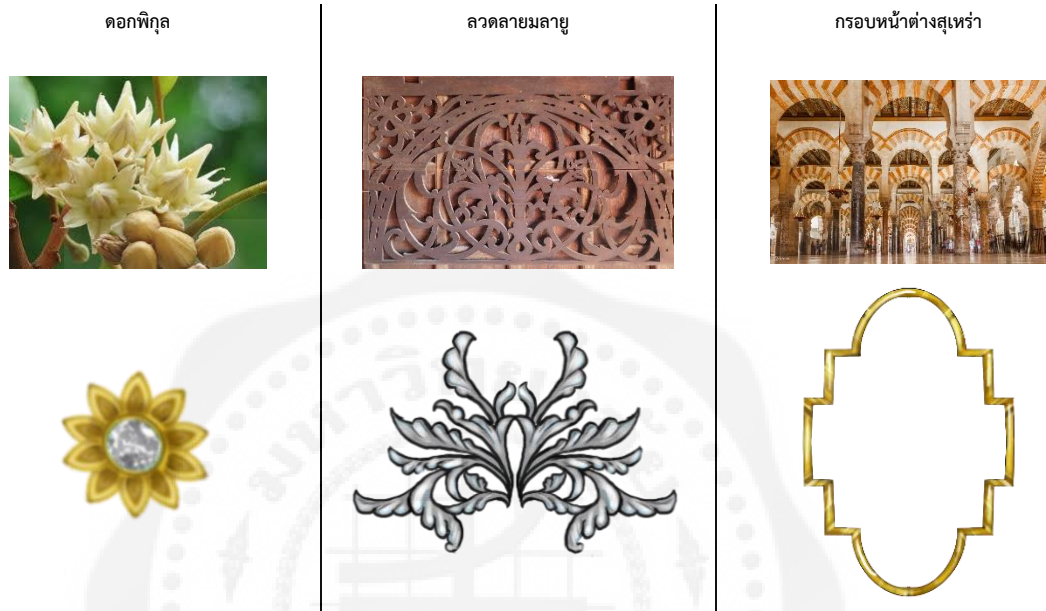
ชื่อผลงาน Pikul Noor Series1



ภาพที่ 5-4 แบบร่างเครื่องประดับ แบบร่างที่ 1

การวิเคราะห์การออกแบบแบบร่างที่ 1

รายละเอียดลวดลาย



ภาพที่ 5-5 องค์ประกอบของลวดลายในแบบร่างที่ 1



ภาพที่ 5-6 รายละเอียดของงานออกแบบ แบบร่างที่ 1

1. หลักการในการออกแบบและการจัดองค์ประกอบศิลป์ (Design Principles and Composition)

ผลงานเครื่องประดับชิ้นนี้มีโครงสร้างที่ใช้ **หลักการออกแบบอย่างสมดุล (Symmetrical Balance)** และ **เอกภาพ (Unity)** อย่างเด่นชัด โดยองค์ประกอบของดอกพิกุลทั้งห้าดอกถูกจัดเรียงในแนวตั้งแบบศูนย์กลางสมมาตร ทำให้เกิดความมั่นคงและสง่างามตามแบบศิลปะอิสลาม

เส้นสายลวดลายภายในมี **จังหวะและการเคลื่อนไหว (Rhythm and Movement)** จากลวดลายใบไม้โค้งที่แตกแขนงออกจากจุดศูนย์กลาง เกิดความอ่อนช้อยต่อเนื่องในทิศทางที่สมดุลกันทั้งสองข้าง สร้างความกลมกลืนระหว่างเส้นโค้งอ่อนกับกรอบทรงเรขาคณิตที่มีความแข็งแรง

การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Composition) ใช้หลัก “กรอบในกรอบ” หรือ Frame within Frame โดยมีกรอบรูปทรงเรขาคณิตสี่เหลี่ยมรอบลวดลายพรรณพฤกษา ทำให้ภาพรวมดูหรูหราและมีมิติ การใช้ น้ำหนักสีทอง สีเงิน และสีขาวของไข่มุก ตัดกับพื้นหลังสีม่วงเทาอ่อน ให้ความรู้สึกสงบละเมียด และมีความศักดิ์สิทธิ์เชิงสัญลักษณ์

2. แรงบันดาลใจในการออกแบบ

ผลงานนี้ได้รับแรงบันดาลใจจาก 3 แหล่งสำคัญที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของภาคใต้และศิลปะอิสลาม ได้แก่

ลวดลายมลายู (Malay Motif): เส้นสายโค้งอ่อนช้อยและการจัดลายแบบสมมาตร เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะมลายู ซึ่งนิยมใช้ลายพรรณพฤกษาแทนสัญลักษณ์ทางศาสนา

โครงสร้างกรอบหน้าต่างสุเหร่า: รูปทรงกรอบที่โค้งและเว้าช่วงกลาง มีลักษณะคล้ายกรอบช่องแสงของมัสยิด (mihrab) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แห่งการสักการะและศรัทธาในอิสลาม

ดอกพิกุล: เป็นดอกไม้ไทยที่พบในภาคใต้ มีลักษณะดอกเล็ก กลีบซ้อน และมักถูกใช้ในศิลปกรรมไทยและมลายู การนำมาผสมผสานกับลวดลายอิสลามช่วยสะท้อนการอยู่ร่วมกันของศิลปวัฒนธรรมไทย-มุสลิม

ไข่มุกอันดามัน: เป็นอัตลักษณ์สำคัญของภาคใต้ของไทย โดยเฉพาะจังหวัดที่ติดชายฝั่งอันดามัน ไข่มุกสื่อถึงความบริสุทธิ์ ความสงบ และความงามตามธรรมชาติ เป็นสัญลักษณ์ของความละเอียดอ่อนและภูมิปัญญาท้องถิ่น

3. วัสดุที่ใช้ (Materials)

วัสดุหลักที่ใช้ในผลงานมีทั้งความหรูหราและความหมายเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่

สีทอง: แทนความศักดิ์สิทธิ์และแสงแห่งศรัทธาในศาสนาอิสลาม สื่อถึงความมั่งคั่งและพลังของพระเจ้า

สีเงิน: ให้ความรู้สึกสงบ สะอาด และบริสุทธิ์ ช่วยสร้างสมดุลกับสีทองที่เข้มขรึม

ไข่มุก: เป็นสัญลักษณ์ของความงามตามธรรมชาติและอัตลักษณ์ของภาคใต้ โดยเฉพาะไข่มุกอันดามันที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ

เพชร: สื่อถึงแสงแห่งความจริง ความบริสุทธิ์ทางจิตวิญญาณ และความคงทนในศรัทธา

การผสมผสานวัสดุทั้งสี่นี้ไม่เพียงสร้างความหรูหรา แต่ยังสื่อถึงความงามที่เชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติ วัฒนธรรม และศรัทธา

4. สัญลักษณ์ที่แสดงออก (Symbolism and Cultural Meaning)

ผลงานชิ้นนี้แสดงถึงแนวคิด “พหุวัฒนธรรมและศรัทธาแห่งภาคใต้” อย่างเด่นชัดผ่านองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ดังนี้

ดอกพิกุล 5 ดอก: สื่อถึง “หลักศรัทธา 5 ประการของอิสลาม (Five Pillars of Islam)” ได้แก่ การปฏิญาณตน, การละหมาด, การถือศีลอด, การบริจาคทาน และการแสวงบุญ จึงเป็นการใช้สัญลักษณ์ของดอกไม้ไทยมาผสมกับแนวคิดของศาสนาได้อย่างลึกซึ้ง

กรอบหน้าต่างสุเหร่า: เป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ สื่อถึงการมุ่งสู่ความดี ความสงบ และศรัทธา

ลวดลายมลายู: แสดงถึงรากทางวัฒนธรรมของชาวมลายูในภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถ่ายทอดความอ่อนโยนของเส้นและความสงบของจิตใจ

การผสมผสานดอกพิกุลกับลวดลายอิสลาม: สื่อถึง “การอยู่ร่วมกันของความแตกต่าง” หรือ Cultural Coexistence อันเป็นเอกลักษณ์ของสังคมพหุวัฒนธรรมในภาคใต้ของไทย

แบบร่างที่ 2

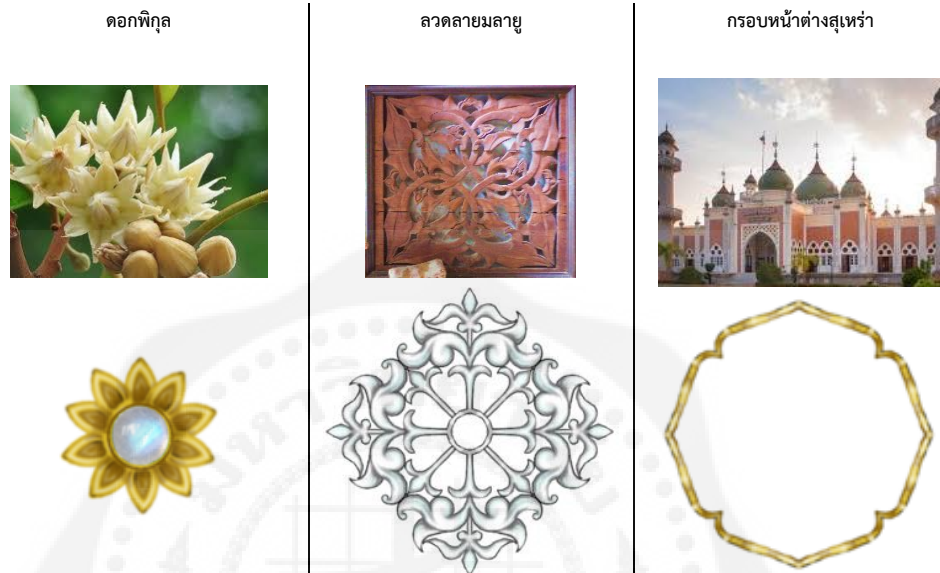
ชื่อผลงาน Pikul Noor Series2



ภาพที่ 5-7 แบบร่างเครื่องประดับ แบบร่างที่ 2

การวิเคราะห์การออกแบบแบบร่างที่ 2

รายละเอียดลวดลาย



ภาพที่ 5-8 องค์ประกอบของลวดลายในแบบร่างที่ 2



ภาพที่ 5-9 รายละเอียดของงานออกแบบ แบบร่างที่ 2

1. หลักการในการออกแบบและการจัดองค์ประกอบศิลป์ (Design Principles and Composition)

ผลงานเครื่องประดับชิ้นนี้แสดงถึงความประณีตและสมดุลในเชิงศิลป์ โดยใช้หลัก **สมมาตร (Symmetry)** เป็นหัวใจหลักของการออกแบบ ดอกพิกุลหนึ่งดอกอยู่กึ่งกลางองค์ประกอบ ซึ่งเปรียบเสมือน “ศูนย์กลางแห่งศรัทธา” หรือ Center of Faith ในขณะที่ลวดลายโดยรอบโค้งเว้าอย่างอ่อนช้อย เกิดจังหวะของเส้นโค้งซ้ำกันในสี่ทิศ สร้าง **เอกภาพ (Unity)** และ **ความกลมกลืน (Harmony)** ภายในองค์ประกอบโดยรวม

องค์ประกอบรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสที่หมุนให้เป็นทรงข้าวหลามตัด ให้ความรู้สึกสงบนุ่มนวล และแฝงความศักดิ์สิทธิ์ตามแบบศิลปะอิสลาม เส้นขอบทองของกรอบภายนอกเน้นจังหวะการมองเข้าสู่ศูนย์กลาง ขณะที่โทนสีทอง เงิน และขาวทำให้ภาพรวมดูสง่างาม อ่อนโยน และมีความสมดุลระหว่าง “ความหรูหรา” กับ “ความสงบของจิตวิญญาณ”

2. แรงบันดาลใจในการออกแบบ

แรงบันดาลใจของเครื่องประดับชิ้นนี้มาจากการผสมผสานอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้เข้ากับรูปแบบศิลปะอิสลามและธรรมชาติ ดังนี้

ลวดลายมลายู (Malay Motif): ลักษณะเส้นสายพรรณพฤกษาโค้งเว้าแผ่รัศมีออกจากศูนย์กลางเป็นลวดลายที่พบได้ในศิลปะมลายูดั้งเดิม สื่อถึงความอ่อนโยนของธรรมชาติและ ความสงบของจิตใจ ซึ่งเป็นหัวใจของความงามแบบมุสลิม

กรอบหน้าต่างสุเหร่า (Mosque Window Frame): โครงร่างของชิ้นงานมีความคล้าย “หน้าต่างสุเหร่า” หรือ Mihrab Arch ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของการมุ่งสู่พระเจ้า และเป็นพื้นที่แห่งการสวดภาวนาในศาสนาอิสลาม

ดอกพิกุล: ดอกไม้ไทยที่สื่อถึงความงาม ความเมตตา และความเจริญรุ่งเรือง ถูกนำมาเป็นศูนย์กลางขององค์ประกอบ เพื่อสื่อถึงความดีงามและความบริสุทธิ์ของจิตใจมนุษย์

ไข่มุกอันดามันและมูนสโตน (Andaman Pearl & Moonstone): สื่อถึงความงามของภาคใต้ที่รายล้อมด้วยทะเลและแสงจันทร์ มูนสโตนแทนแสงแห่งศรัทธาและพลังภายใน ขณะที่ไข่มุกแทนความบริสุทธิ์และภูมิปัญญาแห่งท้องทะเล

3. วัสดุที่ใช้ (Materials)

วัสดุที่เลือกใช้สะท้อนทั้งความงามเชิงทัศนศิลป์และความหมายเชิงสัญลักษณ์

สีทอง (Gold): แทนพลังแห่งแสง ความรุ่งเรือง และศรัทธาที่ไม่เสื่อมคลาย สีทองยังสื่อถึงความอบอุ่นและคุณค่าทางจิตวิญญาณ

สีเงิน (Silver): ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น และสมดุล เป็นตัวเชื่อมระหว่างความศักดิ์สิทธิ์กับความบริสุทธิ์ของศรัทธา

ไข่มุก (Pearl): เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภาคใต้ โดยเฉพาะฝั่งอันดามัน สื่อถึงความบริสุทธิ์ ความอ่อนนุ่ม และความงามตามธรรมชาติ

พลอยมูนส์โตน (Moonstone): เป็นอัญมณีที่เกี่ยวข้องกับความศรัทธาและความลึกลับทางจิตวิญญาณ สีของมูนส์โตนเมื่อสะท้อนกับทองและเงินให้แสงอ่อนนุ่ม คล้ายแสงจันทร์ในยามค่ำคืน สื่อถึงพลังแห่งความสงบและสมาธิ

4. สัญลักษณ์ที่แสดงออก (Symbolism and Cultural Meaning)

ผลงานนี้สื่อถึงแนวคิดของ “ศรัทธาและพหุวัฒนธรรมแห่งภาคใต้” ผ่านสัญลักษณ์สำคัญ ได้แก่

ดอกพิกุล 1 ดอก: สื่อถึง “เอกภาพของพระเจ้า” (Tawhid) ในศาสนาอิสลาม หมายถึงการยึดมั่นในพระผู้เป็นเจ้าผู้เดียว เป็นแก่นกลางของความเชื่อและศรัทธา

ลวดลายมลายูที่โค้งอ่อน: เปรียบเหมือน “การนอบน้อมต่อพระผู้เป็นเจ้า” แสดงถึงความเคารพ ความสงบ และการอยู่ร่วมกันในความหลากหลายทางวัฒนธรรม

กรอบหน้าต่างสุเหร่า: เป็นสัญลักษณ์ของการเข้าสู่พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ สื่อถึงการเปิดประตูแห่งความเข้าใจและการเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์

การผสมผสานวัสดุทอง-เงิน-ไข่มุก-พลอยมูนส์โตน: แสดงถึงการอยู่ร่วมกันของความแตกต่างอย่างกลมกลืน (Harmony in Diversity) อันเป็นหัวใจของพหุวัฒนธรรมในภาคใต้

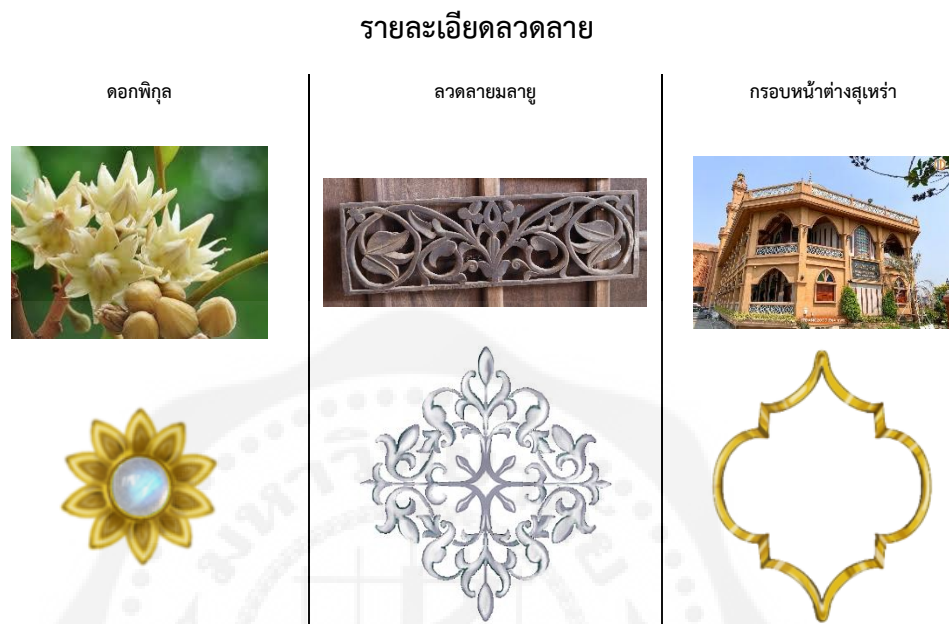
แบบร่างที่ 3

ชื่อผลงาน Pikul Noor Series3

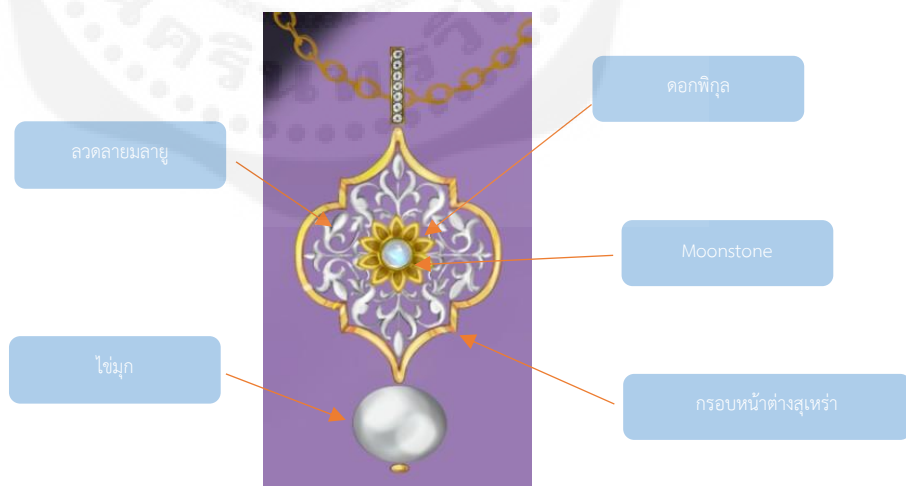


ภาพที่ 5-10 แบบร่างเครื่องประดับ แบบร่างที่ 3

การวิเคราะห์การออกแบบแบบร่างที่ 3



ภาพที่ 5-11 องค์ประกอบของลวดลายในแบบร่างที่ 3



ภาพที่ 5-12 รายละเอียดของงานออกแบบ แบบร่างที่ 3

1. หลักการในการออกแบบและการจัดองค์ประกอบศิลป์ (Design Principles and Composition)

ผลงานชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึง การออกแบบแบบสมมาตร (Symmetrical Design) ซึ่งเป็นหลักการสำคัญที่สื่อถึงความสมดุล ความสงบ และการนอบน้อมในแนวคิดอิสลาม ลักษณะการจัดวางองค์ประกอบเป็นแบบศูนย์กลาง (Radial Balance) โดยมี ดอกพิกุลสีทองอยู่ตรงกลาง เป็นจุดเน้น (Focal Point) และมีการขยายลดหลั่นออกโดยรอบในทิศทางสี่มุมเท่าๆ กัน เกิดความกลมกลืนระหว่างเส้นโค้งอ่อนช้อยของลวดลายมลายูและกรอบหน้าต่างสุเหร่า

เส้นโค้งและปลายลายที่แหลมมน ช่วยให้เกิด จังหวะและความต่อเนื่อง (Rhythm and Flow) ที่สื่อถึงความเคลื่อนไหวอย่างอ่อนโยน มีการใช้สีทองและสีเงินที่ตัดกันอย่างลงตัว เกิด ความกลมกลืนแบบขัดแย้ง (Harmony through Contrast) ที่ให้ความหรูหราและสงบในเวลาเดียวกัน

2. แรงบันดาลใจในการออกแบบ

แรงบันดาลใจของชิ้นงานมาจากการผสมผสาน ลวดลายมลายู กรอบหน้าต่างสุเหร่า ดอกพิกุล และไข่มุกอันดามัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สื่อถึง รากทางศิลปะและวัฒนธรรมของภาคใต้ของไทย

ลวดลายมลายู (Malay Motif): ใช้เส้นสายโค้งแบบอ่อนช้อย แสดงความละเอียดอ่อนและความศรัทธาในศิลปะอิสลาม

กรอบหน้าต่างสุเหร่า (Mosque Window Frame): เป็นแรงบันดาลใจในการกำหนดโครงร่างหลักของชิ้นงาน เป็นรูปทรงสี่แฉกโค้งมนแบบ Moorish Arch ที่แสดงถึงความสงบและความศักดิ์สิทธิ์

ดอกพิกุล: เป็นสัญลักษณ์แห่งความเจริญงอกงาม ความสงบ และความเป็นสิริมงคล

ไข่มุกอันดามันและ Moonstone: เชื่อมโยงกับทะเลใต้ แหล่งธรรมชาติและอัตลักษณ์ของภูมิภาค

3. วัสดุที่ใช้ (Materials)

วัสดุที่เลือกใช้สะท้อนทั้งความงามเชิงทัศนศิลป์และความหมายเชิงสัญลักษณ์

สีทอง (Gold): แทนพลังแห่งแสง ความรุ่งเรือง และศรัทธาที่ไม่เสื่อมคลาย สีทองยังสื่อถึงความอบอุ่นและคุณค่าทางจิตวิญญาณ

สีเงิน (Silver): ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น และสมดุล เป็นตัวเชื่อมระหว่างความศักดิ์สิทธิ์กับความบริสุทธิ์ของศรัทธา

ไข่มุก (Pearl): เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของภาคใต้ โดยเฉพาะฝั่งอันดามัน สื่อถึงความบริสุทธิ์ ความอ่อนน้อม และความงามตามธรรมชาติ

พลอยมูนสโตน (Moonstone): เป็นอัญมณีที่เกี่ยวข้องกับความศรัทธาและความลึกลับทางจิตวิญญาณ สีของมูนสโตนเมื่อสะท้อนกับทองและเงินให้แสงอ่อนนุ่ม คล้ายแสงจันทร์ในยามค่ำคืน ซึ่งสื่อถึงพลังแห่งความสงบและสมาธิ

4. สัญลักษณ์ที่แสดงออก (Symbolism and Cultural Meaning)

ผลงานนี้สื่อถึงแนวคิดของ “ศรัทธาและพหุวัฒนธรรมแห่งภาคใต้” ผ่านสัญลักษณ์สำคัญ ได้แก่

ดอกพิกุล 1 ดอก: สื่อถึง “เอกภาพของพระเจ้า” (Tawhid) ในศาสนาอิสลาม หมายถึงการยึดมั่นในพระผู้เป็นเจ้าผู้เดียว เป็นแกนกลางของความเชื่อและศรัทธา

ลวดลายมลายูที่โค้งอ่อน: แทนความงามของศิลปะอิสลามในภาคใต้ของไทย สื่อถึงความละเอียดอ่อนและความกลมกลืนทางวัฒนธรรม

กรอบหน้าต่างสุเหร่า: สื่อถึงพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และความสงบทางจิตวิญญาณ เป็นกรอบแห่งความศรัทธาและความนอบน้อม

ไข่มุกและ พลอยMoonstone: เป็นสัญลักษณ์แห่งความบริสุทธิ์ ความสงบ และพลังจากธรรมชาติ



6. การคัดเลือกแบบร่างเครื่องประดับเพื่อผลิตต้นแบบ

5.1 การคัดเลือกต้นแบบเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิม

ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบร่างสำหรับการผลิต โดยสร้างแบบประเมินแบบร่างเครื่องประดับจำนวน 3 แบบร่าง ซึ่งทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน แบบร่างที่มีผลการประเมินสูงสุดจะถูกนำไปผลิตเป็นชิ้นงานต้นแบบ

การประเมินใช้รูปแบบการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตาราง 5-3 ผลการประเมินแบบร่างเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิม

แบบที่	คะแนนเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
	1	2	3			
แบบที่ 1	3.50	3.63	3.00	3.37	0.76	เหมาะสมปานกลาง
แบบที่ 2	4.13	3.50	3.88	3.83	0.56	เหมาะสมมาก
แบบที่ 3	4.50	4.38	4.25	4.37	0.49	เหมาะสมมาก

จากตาราง 5-3 แบบร่างเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิม มีผลการประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องประดับ ดังนี้

แบบร่างที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 3.37 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมปานกลาง ค่าเบี่ยงเบนเฉลี่ยอยู่ที่ 0.76

แบบร่างที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.83 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนเฉลี่ยอยู่ที่ 0.56

แบบร่างที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 4.37 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนเฉลี่ยอยู่ที่ 0.49

โดยแบบร่างเครื่องประดับเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิมที่มีคะแนนการประเมินสูงสุด ได้แก่ แบบร่างที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 4.25 การประเมินความเหมาะสมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก เมื่อพิจารณาในรายประเด็นมีผลการประเมินในแต่ละประเด็นดังตาราง

ตาราง 5-4 คะแนนประเมินแบบร่างเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิมแบบร่างที่ 3 ในรายประเด็น

เครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายู สำหรับสตรีชาวไทยมุสลิมแบบร่างที่ 3	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. แบบร่างเครื่องประดับมีความสวยงาม	4.67	0.58	เหมาะสมมากที่สุด
2. แบบร่างเครื่องประดับมีความสร้างสรรค์ และความ น่าสนใจของชิ้นงาน	4.33	0.58	เหมาะสมมาก
3. แบบร่างเครื่องประดับมีความเป็นเอกลักษณ์สะท้อน ความงามของลวดลายมลายู	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
4. แบบร่างเครื่องประดับสามารถสื่อสารคุณค่าของลวดลาย มลายูผ่านงานออกแบบได้	4.33	0.58	เหมาะสมมาก
5. แบบร่างเครื่องประดับสามารถนำลวดลายมลายูมาสร้าง มูลค่าผ่านงานออกแบบได้	4.33	0.58	เหมาะสมมาก
6. แบบร่างเครื่องประดับสามารถสวมใส่ได้ ง่ายต่อการทำ ความสะอาดและเก็บรักษา	4.67	0.58	เหมาะสมมากที่สุด
7. แบบร่างเครื่องประดับสามารถตอบสนองกลุ่มตลาดสตรี ชาวไทยมุสลิมได้	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
8. แบบร่างเครื่องประดับสามารถผลิตได้ในเชิงพาณิชย์	4.67	0.58	เหมาะสมมากที่สุด
รวม	4.37	0.49	เหมาะสมมาก

จากตาราง 5-4 แบบร่างเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิมแบบร่างที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ยในแต่ละประเด็นดังนี้

1. คะแนนเฉลี่ยด้านแบบร่างเครื่องประดับมีความสวยงามมีคะแนนเฉลี่ย 4.67 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมากที่สุด ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.58
2. คะแนนเฉลี่ยด้านแบบร่างเครื่องประดับมีความสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของชิ้นงานมีคะแนนเฉลี่ย 4.33 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.58
3. คะแนนเฉลี่ยด้านแบบร่างเครื่องประดับมีความเป็นเอกลักษณ์สะท้อนความงามของลวดลายมลายู มีคะแนนเฉลี่ย 4.00 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.00
4. คะแนนเฉลี่ยด้านแบบร่างเครื่องประดับสามารถสื่อสารคุณค่าของลวดลายมลายูผ่านงานออกแบบได้ มีคะแนนเฉลี่ย 4.33 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.58
5. คะแนนเฉลี่ยด้านแบบร่างเครื่องประดับสามารถนำลวดลายมลายูมาสร้างมูลค่าผ่านงานออกแบบได้ มีคะแนนเฉลี่ย 4.33 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.58

6. คะแนนเฉลี่ยด้านแบบร่างเครื่องประดับสามารถสวมใส่ได้ ง่ายต่อการทำความสะอาดและเก็บรักษา มีคะแนนเฉลี่ย 4.67 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมากที่สุด ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.58

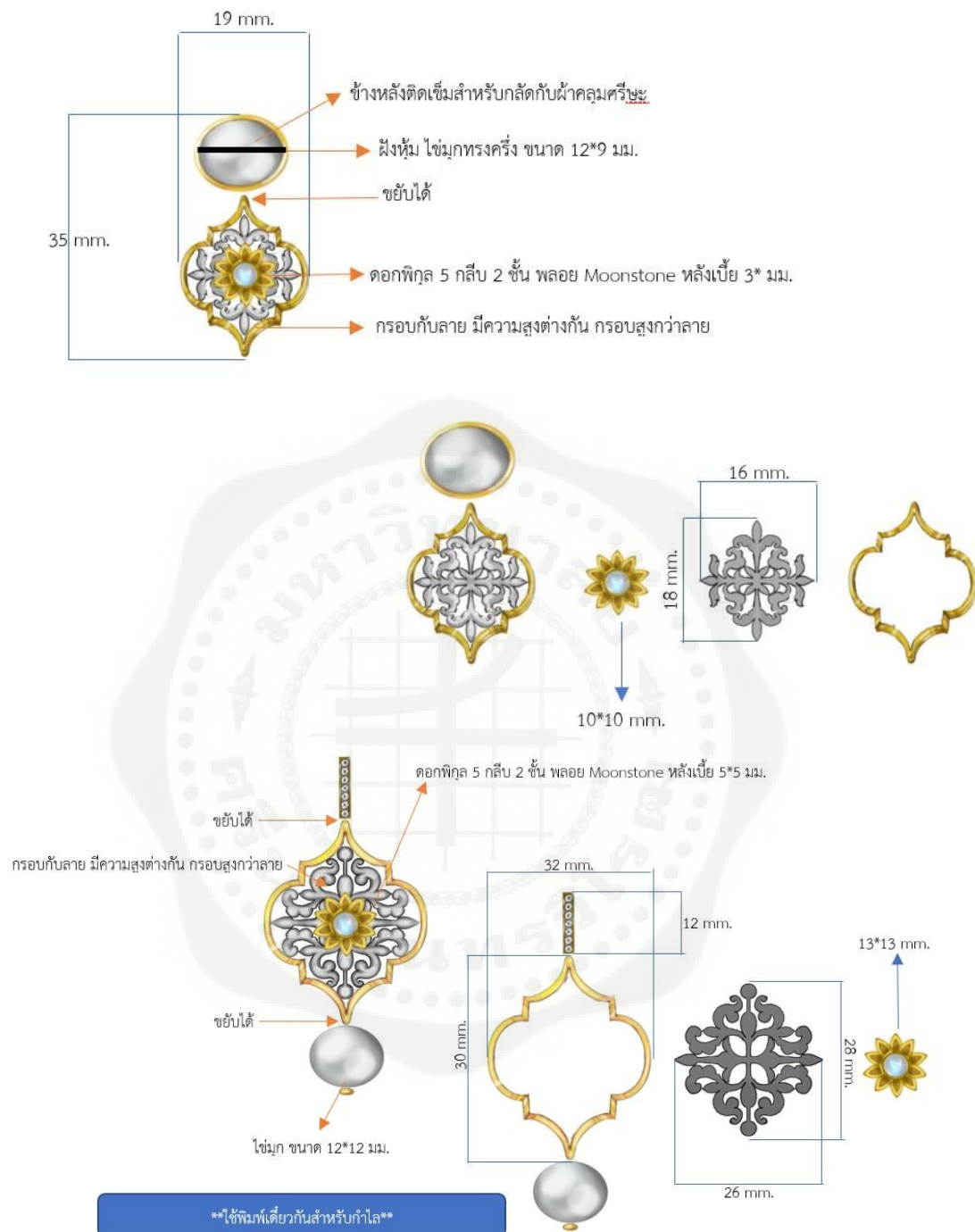
7. คะแนนเฉลี่ยด้านแบบร่างเครื่องประดับสามารถตอบสนองกลุ่มตลาดสตรีชาวไทยมุสลิมได้ มีคะแนนเฉลี่ย 4.00 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมากที่สุด ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.71

8. คะแนนเฉลี่ยด้านแบบร่างเครื่องประดับสามารถผลิตได้ในเชิงพาณิชย์ มีคะแนนเฉลี่ย 4.67 ระดับการประเมินอยู่ที่เหมาะสมมากที่สุด ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.58

โดยข้อเสนอแนะสำหรับแบบร่างเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิมแบบร่างที่ 3 คือ

- มีความเป็นมุสลิมที่สุดในบรรดาทั้ง 3 ชิ้น
- กำไลอาจไม่แข็งแรงอาจต้องพิจารณาเรื่องความแข็งแรง ปรับเป็นกำไลทั้งวงและให้เอาชิ้นงานมาเชื่อมติด
- ลวดลายให้ตรวจสอบถึงความเหมาะสมกับขนาดของชิ้นงานจริง
- ให้ใช้พิมพ์กำไลกับต่างหูเป็นพิมพ์เดียวกันเพื่อลดต้นทุนการผลิต
- อาจมีการพิจารณาปรับเปลี่ยนพลอย เพื่อเพิ่มความหลากหลายโดยยึดตามแนวทางของอิสลาม

รวม



ภาพที่ 5-13 การกำหนดขนาดและสัดส่วนแบบเพื่อการผลิตต้นแบบ



ภาพที่ 5-14 ชุดเครื่องประดับ Pikul Noor Series3 ภายใต้แนวคิด Elegance in Modesty — ความงามแห่งความเรียบง่าย

7. การประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบเครื่องประดับ

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคเครื่องประดับหญิงมุสลิม จำนวน 100 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายู พบว่า ผลคะแนนประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบเครื่องประดับมีคะแนนความพึงพอใจต่อต้นแบบเครื่องประดับในภาพรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.46 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 โดยมีผลการประเมินในแต่ละส่วนดังนี้

ตารางที่ 5-5 คะแนนเฉลี่ยการประเมินแยกรายการ : เครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายู

เกณฑ์ประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบเครื่องประดับ	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D	การแปลความหมาย
1. เครื่องประดับมีความสวยงาม โดดเด่น มีเอกลักษณ์	4.56	0.52	มากที่สุด
2. เครื่องประดับมีความสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของชิ้นงาน	4.48	0.58	มาก
3. เครื่องประดับแสดงเอกลักษณ์แสดงความงามของลวดลายมลายู	4.63	0.49	มากที่สุด
4. แบบร่างเครื่องประดับสามารถสื่อสารคุณค่าของลวดลายมลายูผ่านงานออกแบบได้	4.51	0.55	มากที่สุด
5. แบบร่างเครื่องประดับสามารถสวมใส่ได้ ง่ายต่อการทำความสะอาด และเก็บรักษา	4.26	0.64	มาก
6. แบบร่างเครื่องประดับสามารถตอบสนองกลุ่มตลาดสตรีชาวไทยมุสลิมได้	4.47	0.57	มาก
7. แบบร่างเครื่องประดับสามารถผลิตได้ในเชิงพาณิชย์	4.32	0.61	มาก
รวม	4.46	0.56	มาก

จากตาราง 5-5 จากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคเครื่องประดับสตรีมุสลิม อายุระหว่าง 20-40 ปี จำนวน 100 คน พบว่า ภาพรวมมีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.56) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความชื่นชอบและยอมรับในแนวทางการออกแบบเครื่องประดับที่ผสมผสานลวดลายมลายูเข้ากับรูปแบบร่วมสมัยได้อย่างเหมาะสม โดยสามารถแยกการวิเคราะห์เป็นรายประเด็นได้ดังนี้

1. เครื่องประดับมีความสวยงาม โดดเด่น มีเอกลักษณ์ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.56 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52

2. เครื่องประดับมีความสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของชิ้นงาน คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.48 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58

3. เครื่องประดับแสดงเอกลักษณ์ความงามของลวดลายมลายู คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.63 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

4. แบบร่างเครื่องประดับสามารถสื่อสารคุณค่าของลวดลายมลายูผ่านงานออกแบบได้ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.51 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55

5. แบบร่างเครื่องประดับสามารถสวมใส่ได้ ง่ายต่อการทำความสะอาดและเก็บรักษา คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.26 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64

6. แบบร่างเครื่องประดับสามารถตอบสนองกลุ่มตลาดสตรีชาวไทยมุสลิมได้ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.47 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57

7. แบบร่างเครื่องประดับสามารถผลิตได้ในเชิงพาณิชย์ คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.32 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61



บทที่ 6

บทสรุป

1. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยแสดงให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาเครื่องประดับโดยใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบร่วมกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคสตรีชาวมุสลิม โดยมีข้อค้นพบดังนี้

1. เอกลักษณ์ลวดลายมลายู : ลวดลายมลายูเป็นการแสดงออกทางศิลปะที่สะท้อนเอกลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชนมลายู-มุสลิมในภาคใต้ของประเทศไทย ลวดลายเหล่านี้ผสมผสานอิทธิพลทางวัฒนธรรมมลายูโบราณกับประเพณีอิสลาม ได้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติและสภาพแวดล้อม ลักษณะเฉพาะประกอบด้วยลวดลายทางเรขาคณิต ลวดลายทางดอกไม้ ลวดลายคัมภีร์ และการแสดงออกที่ได้รับการสร้างรูปแบบของสัตว์

การออกแบบของลวดลายมลายูยึดโยงกับอิทธิพลของความเชื่อและหลักการของศาสนาอิสลาม หลีกเลี่ยงการแสดงภาพร่างมนุษย์หรือรูปแบบของสัตว์ที่เป็นจริง แต่จะมีการแสดงออกที่ได้รับการสร้างรูปแบบจากธรรมชาติ ลวดลายทางเรขาคณิต และลวดลายอักษรอารบิก และ Ismail (2016) กล่าวว่า โครงสร้างประกอบด้วยลวดลายหลัก ลวดลายก้าน ลวดลายดอกไม้ ลวดลายใบไม้ และลวดลายเสริมที่ถูกผสมเข้าด้วยกันอย่างชาญฉลาดตามแนวทางศาสนา โครงสร้างนี้เป็นตามหลักการสมมาตร โดยลวดลายถูกทำซ้ำ ใช้เพื่อสร้างจุดศูนย์กลาง หรือจัดเรียงอย่างสอดคล้องเพื่อความสมดุล

2. พฤติกรรมและความต้องการของสตรีมุสลิมที่มีต่อเครื่องประดับ : จากการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 300 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล ไม่แตกต่างกัน, กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล แตกต่างกันในเรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ และแนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ, กลุ่มตัวอย่างการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล เรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าและระดับสูงกว่าปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/เทียบเท่า มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล เรื่องสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า, กลุ่มตัวอย่างการศึกษาระดับอนุปริญญา/เทียบเท่า มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพล เรื่องรูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าและระดับสูงกว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับรูปแบบของเครื่องประดับและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่าง ๆ ที่แสดงออกมาในค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ดังนี้

- สิ่งที่มีค่านึงถึงในการเลือกซื้อเครื่องประดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับมาตรฐาน และคุณภาพของเครื่องประดับเป็นอันดับแรก อันดับที่2 เป็นรูปลักษณะ รูปแบบ และการออกแบบเครื่องประดับ อันดับที่ 3 เป็นราคาและความคุ้มค่าของเครื่องประดับ อันดับที่ 4 เป็นสถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรองสถานที่ โปรโมชัน การบริการ และการรับรอง และ อันดับสุดท้ายเป็นการใช้งาน ความสะดวกสบายในการสวมใส่เครื่องประดับ ตามลำดับ

- ประเภทอัญมณีที่นิยม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับพลอยเนื้ออ่อนเป็นอันดับแรก อันดับที่2 เป็นเพชร อันดับที่ 3 เป็นอัญมณีเลียนแบบ/สังเคราะห์ อันดับที่ 4 เป็นอัญมณีจากสิ่งมีชีวิต และ อันดับสุดท้ายเป็นพลอยเนื้อแข็ง ตามลำดับ

- รูปแบบและแรงบันดาลใจของเครื่องประดับที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับรูปแบบและแรงบันดาลใจจากการผสมผสานที่หลากหลายเป็นอันดับแรก อันดับที่2 เป็นรูปแบบและแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ อันดับที่ 3 เป็นรูปแบบและแรงบันดาลใจจากเรขาคณิต และ อันดับสุดท้ายเป็นรูปแบบและแรงบันดาลใจจากกลดลายทางวัฒนธรรม ตามลำดับ

- กลุ่มสีเครื่องประดับที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกลุ่มสีโทนเดียวกัน ร้อน/เย็นเป็นอันดับแรก อันดับที่2 เป็นกลุ่มสีสดใส หลากหลายสี อันดับที่ 3 เป็นกลุ่มสีไล่เฉด เข้มอ่อน อันดับที่ 4 เป็นกลุ่มสีเดี่ยว หนึ่งเดียวและ อันดับสุดท้ายเป็นกลุ่มสีคู่ตรงข้าม ตัดกัน ตามลำดับ

- แนวทางการออกแบบ (Jewelry Trends) ที่ชื่นชอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการออกแบบแบบ METAMORHING เป็นอันดับแรก อันดับที่ 2 เป็นการออกแบบแบบ A FUTURE LAGACY อันดับที่ 3 เป็นการออกแบบแบบ VERTUALISM อันดับที่ 4 เป็นการออกแบบแบบ MAXIMAL และ อันดับสุดท้ายเป็นการออกแบบแบบ VERY PERSONAL ตามลำดับ

3. การออกแบบเครื่องประดับ : ผลจากการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับในกลุ่มสตรีอิสลาม และผลจากการสรุป วิเคราะห์อัตลักษณ์กลดลายมลายูในงานแกะสลักไม้ นำสู่การออกแบบเป็นเครื่องประดับเอกลักษณ์กลดลายมลายูสำหรับสตรีชาวไทยมุสลิม

การออกแบบผู้วิจัยใช้แนวคิดการออกแบบร่วมสมัย โดยกำหนดให้งานผลงานเครื่องประดับจะต้องสะท้อนออกมา 3 ส่วน คือ 1. ความสมัยเก่า 2. ความสมัยใหม่ และ 3. แนวทางและข้อบัญญัติของศาสนาอิสลาม ร่วมกับหลักการออกแบบ และสุนทรียะทางความงาม ทั้ง 3 อย่าง ใช้เป็นเงื่อนไขในการออกแบบ โดยผสมผสานแนวคิดที่แสดงออกผ่านตัวเรือนและรูปแบบของชิ้นงาน ซึ่งการออกแบบเครื่องประดับอยู่ภายใต้การสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ โดยแสดงออกในเชิงสัญลักษณ์ ดังนี้

1. ดอกพิกุล: ความสงบ ศรัทธา และความงามในจิตใจคนได้
2. โครงสร้างกรอบหน้าต่าง: ประตูละหมาด: สัญลักษณ์แห่งความศรัทธาและสุนทรียะแห่งอิสลาม
3. กลดลายมลายู: อัตลักษณ์ศิลปะพื้นถิ่นได้
4. ไข่มุก: ธรรมชาติแห่งอ่าวไทยและทะเลอันดามัน

เงื่อนไขทั้งหมดนำไปสู่การตีความในเรื่องของการออกแบบเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีมุสลิม ทำการออกแบบเครื่องประดับสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเครื่องประดับเพศหญิงอายุระหว่าง 20-40 ปี ในรูปแบบเครื่องประดับร่วมสมัยกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง ผู้วิจัยได้ตีความจากแนวคิดดังกล่าวนำไปสู่การสร้างสรรค์ ตีความจากแนวคิดพัฒนาไปสู่การออกแบบ โดยใช้แรงบันดาลใจจากดอกไม้ในท้องถิ่น คือ ดอกพิกุล ภายใต้แนวคิด “Elegance in Modesty — ความงามแห่งความเรียบง่าย” ผลการประเมินต้นแบบ พบว่า แบบร่างที่ผ่านการคัดเลือกคือ แบบร่างที่ 3 โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.46 (S.D. = 0.56) การประเมินความเหมาะสมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งแบบร่างนี้จะถูกนำไปผลิตเป็นเครื่องประดับต้นแบบและนำไปสู่การประเมินความพึงพอใจในลำดับต่อไป

ในส่วนของผลการประเมินความพึงพอใจต่อเครื่องประดับเอกลักษณ์ลวดลายมลายูสำหรับสตรีมุสลิม ในภาพรวมของการประเมินมีค่าเฉลี่ยรวม 4.46 (S.D. = 0.56) ซึ่งมีผลความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคสตรีมุสลิมมีความพึงพอใจในแนวคิดและรูปแบบการออกแบบเครื่องประดับที่ผสมผสานเอกลักษณ์มลายูกับความร่วมสมัยอย่างลงตัว ทั้งในด้านความงาม ความหมาย และความสามารถในการใช้งานจริง อีกทั้งยังเห็นศักยภาพของงานออกแบบนี้ในเชิงพาณิชย์ที่สามารถต่อยอดสู่ตลาดจริงได้อย่างเหมาะสม

จากผลลัพธ์การวิจัยนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใน 5 ด้านได้แก่

1) องค์ความรู้ด้านอัตลักษณ์ของลวดลายมลายู

งานวิจัยได้สังเคราะห์ลักษณะสำคัญของลวดลายมลายูว่าเป็นศิลปะที่เน้นความสมมาตร รูปทรงเรขาคณิต และแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ โดยมีรากฐานจากหลักคำสอนอิสลามซึ่งหลีกเลี่ยงการจำลองสิ่งมีชีวิต องค์ความรู้นี้ช่วยให้เข้าใจโครงสร้างเชิงสุนทรียะและปรัชญาความงามของศิลปะมลายูอย่างลึกซึ้ง

2) องค์ความรู้ด้านการประยุกต์ลวดลายสู่การออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัย

งานวิจัยได้พัฒนาระบบการนำลวดลายมลายูมาปรับใช้ในงานออกแบบเครื่องประดับให้สอดคล้องกับรสนิยมและการใช้งานของสตรีมุสลิมยุคใหม่ โดยคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและเพิ่มคุณค่าความร่วมมือผ่านวัสดุและเทคนิคการออกแบบที่เหมาะสม

3) องค์ความรู้ด้านพฤติกรรมและรสนิยมของผู้บริโภคมุสลิม

ผลการสำรวจสะท้อนว่าผู้บริโภคมุสลิมให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของเครื่องประดับเป็นอันดับแรก รองลงมาคือความสวยงามและราคา ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับนักออกแบบและผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อคุณค่าทางศาสนาและความงามเชิงสมัยนิยม

4) องค์ความรู้ด้านกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์จากทุนวัฒนธรรม

งานวิจัยได้เสนอแนวทางการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงข้อมูลทางวัฒนธรรมเข้ากับการสร้างต้นแบบเครื่องประดับร่วมสมัย ผ่านกระบวนการสำรวจ วิเคราะห์ สังเคราะห์แนวคิด ออกแบบ และประเมินผล ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนและงานวิจัยด้านศิลปะและการออกแบบ

5) องค์ความรู้ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากมรดกวัฒนธรรม

งานวิจัยยืนยันว่าการนำลวดลายมลายูมาสร้างสรรค์เป็นเครื่องประดับร่วมสมัยสามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนมลายูได้ องค์ความรู้นี้จึงมีคุณค่าทั้งในมิติศิลปะ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตาราง 5-1 สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยและแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์

ลำดับ	องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย	การนำไปใช้ประโยชน์
1	อัตลักษณ์ของลวดลายมลายู ลวดลายมลายูมีลักษณะโดดเด่นด้านความสมมาตร รูปทรงเรขาคณิต และแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ ซึ่งสะท้อนหลักศาสนาอิสลามและค่านิยมด้านความงาม	ใช้เป็นฐานข้อมูลทางศิลปวัฒนธรรมสำหรับการออกแบบเครื่องประดับ ศิลปะตกแต่ง และการเรียนการสอนด้านศิลปะไทย-มลายู
2	การประยุกต์ลวดลายสู่การออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัย พัฒนากระบวนการปรับลวดลายมลายูให้เข้ากับรสนิยมสมัยใหม่ โดยคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ใช้เป็นแนวทางให้กับนักออกแบบและผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมสมัยที่มีรากทางวัฒนธรรม
3	พฤติกรรมและรสนิยมของผู้บริโภคมุสลิม ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับมาตรฐาน คุณภาพ และความงามที่สอดคล้องกับหลักศาสนา	ใช้พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด การสื่อสารแบรนด์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ตลาดมุสลิม
4	กระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์จากทุนวัฒนธรรม สร้างกรอบขั้นตอนการออกแบบที่เชื่อมโยงข้อมูลทางวัฒนธรรมกับการสร้างต้นแบบเครื่องประดับร่วมสมัย	ใช้เป็นแนวทางในการสอน การฝึกอบรม และงานวิจัยเชิงออกแบบในสาขาศิลปกรรมศาสตร์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
5	การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากมรดกวัฒนธรรม แสดงให้เห็นศักยภาพของลวดลายมลายูในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน	ใช้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่มลายู สร้างรายได้และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น

งานวิจัยเรื่อง “ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย” แสดงให้เห็นถึงคุณค่าและศักยภาพของศิลปวัฒนธรรมมลายูในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ตอบสนองต่อทั้งความงามและความศรัทธาของผู้บริโภคมุสลิมในยุคปัจจุบัน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าลวดลายมลายูมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวประกอบด้วยรูปแบบเรขาคณิต การจัดจังหวะซ้ำ และองค์ประกอบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ สะท้อนแนวคิดทางศาสนาอิสลามที่เน้นความสมดุล ความสงบ และการหลีกเลี่ยงการจำลองสิ่งมีชีวิต คุณลักษณะเหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างสรรค์สุนทรียะเชิงศาสนาและศิลปะทั้งงดงามและลึกซึ้ง

นอกจากนี้ งานวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าลวดลายมลายูสามารถนำมาปรับใช้ในงานออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยได้อย่างเหมาะสม เมื่อผ่านการตีความเชิงสร้างสรรค์ที่ยังคงรักษาแก่นแท้ทางวัฒนธรรมไว้ ผลงานต้นแบบที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนระหว่างความศรัทธา ความงาม และความร่วมมือ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของการผสมผสานระหว่างมรดกวัฒนธรรมกับการออกแบบสมัยใหม่ในลักษณะที่ไม่สูญเสียอัตลักษณ์ดั้งเดิม

ในด้านผู้บริโภค งานวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นสตรีมุสลิมให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของเครื่องประดับมากที่สุด รองลงมาคือความสวยงามและราคาที่เหมาะสม สะท้อนถึงแนวโน้มของผู้บริโภคมุสลิมยุคใหม่ที่ให้คุณค่ากับความงามเชิงศาสนาและจริยธรรมในการบริโภค ข้อมูลดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวทางการออกแบบและการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มุ่งตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าชาวมุสลิมโดยเฉพาะ

ในเชิงกระบวนการสร้างสรรค์ งานวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นถึงกระบวนการออกแบบที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเข้ากับการพัฒนาเครื่องประดับร่วมสมัยอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน การวิเคราะห์สัญลักษณ์และความหมายของลวดลาย การสร้างแบบร่าง การเลือกวัสดุ ไปจนถึงการผลิตต้นแบบจริง กระบวนการดังกล่าวเป็นรูปแบบของการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ (Creative Research Process) ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนและการออกแบบผลิตภัณฑ์ในสาขาศิลปกรรมศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ที่สำคัญ งานวิจัยนี้ยังแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของลวดลายมลายูในการต่อยอดเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน การประยุกต์ลวดลายมลายูในเครื่องประดับไม่เพียงช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้ประกอบการและช่างฝีมือในพื้นที่ เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างอัตลักษณ์ทางศิลปะที่สามารถเผยแพร่สู่ระดับประเทศและภูมิภาค

โดยสรุป งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า “ลวดลายมลายู” เป็นมากกว่าการตกแต่งเชิงศิลป์ แต่เป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรม ความศรัทธา และความงามที่สามารถถ่ายทอดผ่านการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยได้อย่างทรงคุณค่า ผลการศึกษาช่วยเปิดมุมมองใหม่ให้กับการพัฒนาเครื่องประดับไทยในบริบทสังคมมุสลิม และเป็นต้นแบบของการบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต

2. อภิปรายและวิจารณ์ผล

ผลการวิจัยเรื่อง ลวดลายมลายูกับการสร้างสรรค์เครื่องประดับมุสลิมร่วมสมัย แสดงให้เห็นว่าการบูรณาการเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมกับแนวคิดการออกแบบร่วมสมัยสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม และตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสตรีมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าลวดลายมลายูมีลักษณะเฉพาะซึ่งเกิดจากการผสมผสานอิทธิพลทางศาสนา ศิลปะ และธรรมชาติ โดยเฉพาะลวดลายพฤกษชาติและเรขาคณิต ซึ่งสะท้อนถึงหลักความสมดุลและความงามแบบอิสลาม

1. เอกลักษณ์ลวดลายมลายูและรากฐานทางศาสนาอิสลาม

ผลการวิเคราะห์ลวดลายมลายูในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Abdullahi และ Embi (2013) ที่กล่าวว่า ลวดลายเรขาคณิตในศิลปะอิสลามมิใช่เพียงการตกแต่ง แต่เป็นการแสดงออกถึงระเบียบและความเป็นนิรันดร์ของพระเจ้า โดยใช้หลักสมมาตร การซ้ำ และความต่อเนื่องเป็นเครื่องมือสร้างสุนทรียภาพในเชิงจิตวิญญาณ นอกจากนี้ Schetnikov (2024) ยังอธิบายเพิ่มเติมว่าลวดลายเรขาคณิตของอิสลามพัฒนาเป็นระบบเชิงคณิตศาสตร์ที่มีระเบียบแบบแผนเฉพาะ ซึ่งสะท้อนการผสมผสานระหว่างศาสนา วิทยาศาสตร์ และศิลปะ ดังนั้น ผลการวิจัยที่พบว่าการใช้ลวดลายเรขาคณิตมลายูในเครื่องประดับช่วยสร้างความสมดุลและเอกลักษณ์ จึงเป็นการยืนยันแนวคิดของนักวิชาการทั้งสอง นอกจากนี้ การหลีกเลี่ยงภาพของมนุษย์และสัตว์ในลวดลายยังสอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลามที่เน้นความบริสุทธิ์ทางรูปแบบและเจตนา (Abdullahi & Embi, 2013) ทำให้การออกแบบเครื่องประดับในงานวิจัยนี้สามารถคงไว้ซึ่งความเคารพต่อศาสนา ขณะเดียวกันก็สร้างความร่วมสมัยผ่านการตีความเชิงสัญลักษณ์

2. ความหมายและการพัฒนาการของลวดลายมลายูในบริบทวัฒนธรรม

งานวิจัยของ Kamarudin, Kassim และ Abdullah (2020) ชี้ให้เห็นว่า ลวดลายมลายูในบริบทเมืองใหม่ เช่น ปูตราจายา มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ร่วมสมัยแต่ยังคงรักษาความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรมไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของการออกแบบเครื่องประดับในงานวิจัยนี้ที่พยายามผสมผสาน “ความสมัยเก่า ความสมัยใหม่ และหลักศาสนาอิสลาม” เข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน ขณะเดียวกัน Silah et al. (2021) อธิบายว่า ความงามของลวดลายมลายูในงานแกะสลักไม้เกิดจากความละเอียดอ่อนของเส้นและรูปทรงที่สื่อถึงคุณธรรม ความสงบ และการยึดมั่นในความศรัทธา แนวคิดนี้สะท้อนโดยตรงในผลการออกแบบเครื่องประดับที่นำลวดลายดอกพิกุลและกรอบหน้าต่างสุเหร่ามาใช้เป็นแรงบันดาลใจ เพื่อแสดงถึงความสงบ ความศรัทธา และสุนทรียะแห่งอิสลามในเชิงสัญลักษณ์

3. พฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิมกับแนวโน้มการบริโภคเครื่องประดับ

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในงานวิจัย พบว่ากลุ่มสตรีมุสลิมให้ความสำคัญกับคุณภาพมาตรฐาน และการออกแบบที่สอดคล้องกับศาสนา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Rafiki, Hidayat และ Nasution (2023) ที่พบว่า “ระดับความเคร่งครัดทางศาสนา (religiosity)” มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าฮาลาล รวมถึงสินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับ ขณะที่ Wandira และ Rahman (2021) กล่าวถึงบทบาทของ Islamic Branding ว่าสามารถสร้างความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อของ

ผู้บริโภคมุสลิมในยุคดิจิทัลได้อย่างชัดเจน ดังนั้น การออกแบบเครื่องประดับที่มีการสื่อสารอัตลักษณ์มุสลิมชัดเจน และคำนึงถึงหลักศาสนาในด้านความพอเหมาะและความสุภาพ ย่อมสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาดมุสลิมร่วมสมัย ซึ่ง Mei และ Ahmad (2023) ก็ยืนยันว่า กระแสเครื่องประดับวัฒนธรรม (cultural jewelry) กำลังเติบโต โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องราว วัฒนธรรม และความหมายมากกว่ามูลค่าวัสดุ

4. การออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมและมูลค่าเชิงพาณิชย์

ผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การตีความลวดลายมลายูในเชิงร่วมสมัยสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม ผ่านผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการวิจัยของ Jaisuda, Madlee และ Santajit (2024) ที่เสนอให้ใช้ “อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น” เป็นฐานในการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัย เพื่อสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้ Hong, Alli และ Shaari (2024) พบว่า การนำลวดลายมงคลแบบจีนดั้งเดิมมาปรับใช้ในงานออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยสามารถเพิ่มคุณค่าทางพาณิชย์ได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแนวทางนี้สะท้อนหลักการเดียวกับการออกแบบลวดลายมลายูในงานวิจัยนี้ ที่เน้นการแปลงคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นรูปแบบร่วมสมัยที่เข้าถึงได้และมีศักยภาพทางตลาด

5. การบูรณาการเชิงแนวคิดและผลกระทบทางสังคม

โดยสรุป งานวิจัยนี้สะท้อนแนวทางการออกแบบที่เชื่อมโยงศิลปะ วัฒนธรรม และความศรัทธาเข้ากับกระบวนการสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ ซึ่งไม่เพียงสร้างผลิตภัณฑ์ที่งดงาม แต่ยังเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนมลายู-มุสลิมในประเทศไทยอย่างมีคุณค่า อันเป็นแนวทางที่สามารถต่อยอดสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระดับประเทศและภูมิภาค ทั้งในด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม

3. ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับสำหรับการพัฒนาในอนาคตได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะการสร้างสรรค์และโครงการวิจัย

การสร้างสรรค์เครื่องประดับที่อ้างอิงลวดลายมลายูควรมุ่งเน้นการผสมผสานระหว่าง “รากเหง้าวัฒนธรรม” และ “นวัตกรรมร่วมสมัย” เพื่อให้เกิดผลงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ทางศิลปมลายูในมิติใหม่ได้อย่างเหมาะสม การออกแบบควรใช้กระบวนการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ (Creative Research) เพื่อสำรวจความหมายของลวดลายและถ่ายทอดออกมาในรูปแบบเครื่องประดับที่ตอบสนองต่อความงาม ความเชื่อ และการใช้งานจริง

นอกจากนี้ ควรมีการบูรณาการองค์ความรู้จากหลากหลายสาขา เช่น ศิลปะ วัฒนธรรม การตลาด และวัสดุศาสตร์ เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมตั้งแต่แนวคิด การออกแบบ ไปจนถึงการผลิตเชิงพาณิชย์ ทั้งยังควรพัฒนาต้นแบบเพิ่มเติมในหลายระดับ ตั้งแต่งานหัตถศิลป์ชุมชนไปจนถึงงานออกแบบระดับอุตสาหกรรม เพื่อขยายศักยภาพของลวดลายมลายูในมิติต่าง ๆ ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์

ในระดับยุทธศาสตร์ ควรมีการพัฒนา “โครงสร้างสนับสนุนการสร้างสรรค์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม” ที่เชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐ และภาคเอกชน เพื่อผลักดันการออกแบบเครื่องประดับจากทุนทางวัฒนธรรมมลายูให้เกิดผลจริงในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ควรมีการจัดตั้งเครือข่ายนักออกแบบและช่างฝีมือท้องถิ่น เพื่อพัฒนามาตรฐานการผลิตและสร้างระบบการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม รวมถึงการสร้าง “แบรนด์เครื่องประดับมุสลิมไทย” ที่สามารถแข่งขันในตลาดภูมิภาคอาเซียนได้

ในระยะยาว ควรกำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่มุสลิมภาคใต้ โดยบูรณาการด้านวัฒนธรรม ศิลปะ เทคโนโลยี และการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของชุมชน

ข้อเสนอแนะในการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในหลายมิติ ได้แก่

1) ด้านการศึกษาและการเรียนการสอน

– สามารถนำเนื้อหาผลการวิเคราะห์ลวดลายมลายูไปใช้ประกอบการเรียนการสอนในสาขาศิลปกรรมศาสตร์ ออกแบบเครื่องประดับ และการออกแบบวัฒนธรรม เพื่อเสริมความเข้าใจเรื่องอัตลักษณ์ทางศิลป์และแนวคิดการออกแบบร่วมสมัย

2) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

– นักออกแบบและผู้ประกอบการสามารถนำแนวทางการตีความลวดลายและข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เครื่องประดับหรือสินค้าทางวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น ของที่ระลึก เครื่องแต่งกาย หรือของตกแต่งบ้าน

3) ด้านชุมชนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

– หน่วยงานท้องถิ่นสามารถใช้ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพ สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น และเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบในชุมชน เช่น ไข่มุก โลหะ หรือวัสดุพื้นถิ่น เพื่อสร้างรายได้และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมมลายู

4) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

– สามารถนำแนวคิดการออกแบบเครื่องประดับมลายูไปผนวกกับเส้นทางการท่องเที่ยว ศูนย์ศิลปาชีพ หรือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างประสบการณ์เชิงศิลป์ให้กับนักท่องเที่ยวและขยายผลทางเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

- การเปรียบเทียบลวดลายในภูมิภาคอาเซียน เพื่อศึกษาความแตกต่างและอิทธิพลระหว่างศิลปะมลายูกับศิลปะอิสลามในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และบรูไน เพื่อสร้างฐานข้อมูลเชิงเปรียบเทียบที่ชัดเจน

- การวิจัยเชิงทดลองด้านวัสดุและเทคนิค เพื่อพัฒนาเทคนิคการผลิตที่เหมาะสมกับการออกแบบร่วมสมัย เช่น การใช้เทคโนโลยีสามมิติ วัสดุยั่งยืน หรือเทคนิคงานฝีมือผสมผสาน เพื่อเพิ่มคุณค่าและความแตกต่างของเครื่องประดับมลายู

- การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก ผ่านวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อเข้าใจแรงจูงใจ ความเชื่อ และรสนิยมที่ส่งผลต่อการเลือกเครื่องประดับในกลุ่มมุสลิมสมัยใหม่

- การวิจัยเชิงออกแบบเชื่อมโยงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาโมเดลการพัฒนาแบรนด์ การตลาดออนไลน์ และการส่งออกเครื่องประดับวัฒนธรรมในระดับภูมิภาค รวมทั้งการเชื่อมโยงกับการศึกษาเชิงศาสนาและ soft power ของไทย

บรรณานุกรม

- Abdullahi, Y., & Embi, M. (2013). Evolution of Islamic geometric patterns. *Collection of Frontiers of Architectural Research*, 2, 243-251.
<https://doi.org/10.1016/j.foar.2013.03.002>.
- Abubakar, S. Y. (2018). Fisheries in the Patani Region: A Review of their Diversity and Status. *Journal of Sustainability Science and Management*, 13(2), 1-12.
- Ahmad, N., & Yusof, M. (2019). Islamic geometric patterns in Malay traditional art: A comprehensive analysis. *Journal of Islamic Art and Architecture*, 15(2), 45-62.
- Al-Faruqi, I. R. (2018). *The cultural atlas of Islam: Art and architecture in the Muslim world*. New York: Academic Press.
- Critchlow, K. (2016). *Islamic patterns: An analytical and cosmological approach* (3rd ed.). London: Thames & Hudson.
- Hassan, A., Rahman, S., & Ibrahim, M. (2020). Consumer behavior towards halal products: Religious commitment and cultural identity. *International Journal of Consumer Studies*, 44(3), 178-195.
- Jaisuda, T., Madlee, D., & Santajit, W. (2024). Jewelry of Eastern Lanna Identity: Strategies and Approaches for Contemporary Jewelry Design from Cultural Identity. *Asian Journal of Arts and Culture*. 24(2),
<https://doi.org/10.48048/ajac.2024.263172>
- Jamal, A. (2017). Marketing in a multicultural world: The interplay between marketing, ethnicity and consumption. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1599-1620.
- Kamarudin, Z., Kassim, P., & Abdullah, A. (2020). THE VARIANTS AND MEANINGS OF MALAY MOTIF ORNAMENTATION IN THE URBAN CONTEXT: A CASE STUDY OF PUTRAJAYA. *PLANNING MALAYSIA JOURNAL*, 18.
<https://doi.org/10.21837/pm.v18i12.756>.
- Madmarn, H. (2009). *The pondok & madrasah in Patani*. Universiti Kebangsaan Malaysia Press.

- Meelarp, K., & Saengchai, P. (2022). Cultural identity in jewelry design: A study of Muslim artisans in Southern Thailand. *Asian Art and Culture Review*, 28(4), 112-128.
- Mei, L., & Ahmad, N. (2023). A Review of Current Cultural Jewellery Trend. *Journal of Law and Sustainable Development*. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i5.839>.
- Hong, Y., Alli, H., & Shaari, N. (2024). Application and Commercial Value of Traditional Chinese Auspicious Patterns in Modern Jewellery Design. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i8/22408>.
- Muhamad, N., & Mizerski, D. (2013). The constructs mediating religions' influence on buyers and consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 4(2), 124-135.
- Murat, S., & Yüksel, E. (2018). The use of Islamic geometric patterns in contemporary jewelry design. *International Journal of Art & Design Education*, 37(3), 421-435.
- Nasir, M. A., & Pereira, V. (2022). Defensive avoidance and religious commitment: The case of Islamic financial products. *International Journal of Bank Marketing*, 40(2), 285-304.
- Othman, R., & Abdullah, K. (2016). *Malay Islamic decorative patterns: Historical development and contemporary applications*. Kuala Lumpur: Islamic Arts Museum Malaysia.
- Phanijphand, W., & Kanlaya, S. (2019). Contemporary jewelry design inspired by traditional Thai patterns: A case study of young designers. *Thai Design Journal*, 12(3), 67-84.
- Rafiki, A., Hidayat, S., & Nasution, M. (2023). An extensive effect of religiosity on the purchasing decisions of halal products. *PSU Research Review*. <https://doi.org/10.1108/prr-07-2022-0093>.
- Rahman, M. K., Zailani, S., & Musa, G. (2017). What travel motivational factors influence Muslim tourists towards MMTD?, *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 607-619.

- Satha-Anand, C. (1987). *Islam and violence: A case study of violent events in the four southern provinces, Thailand, USF Monographs in Religion and Public Policy, 2. 1976-1981.*
- Schetnikov, A. (2024). ISLAMIC GEOMETRIC PATTERNS, ITS HISTORY AND DESIGN METHODOLOGY. *ΣΧΟΛΗ Ancient Philosophy and the Classical Tradition*. <https://doi.org/10.25205/1995-4328-2024-18-1-427-468>.
- Silah, S., , P., , T., & Ambarwati, D. (2021). The Beauty of Malay Woodcarving Motif Ornamentation. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i6.9181>.
- Soufi, B., & Mameche, R. (2013). The adoption of Islamic banking in emerging economies: The case of Algeria. *Humanomics*, 29(4), 282-298.
- Syed Mahdzar, S. S., & Chuah, H. W. (2016). Islamic influence in Malaysian contemporary jewelry design. *Malaysian Journal of Arts*, 8(2), 34-49.
- Thanet Aphornsuvan. (2007). *Rebellion in Southern Thailand: Contending histories*. Policy Studies: 35.
- Thongchai, S., & Siriporn, N. (2023). Design development of contemporary Islamic jewelry for Muslim women in Thailand. *Journal of Islamic Design*, 7(1), 89-105.
- Wandira, A., & Rahman, T. (2021). Islamic Branding, Viral Marketing, Online Consumer Review, and Purchasing Decision: The Mediating Role of Purchase Intention. Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB). <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.32>.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding: Navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28-42.
- กรมป่าไม้. (2563). *รายงานการสำรวจป่าไม้อย่างยิ่งย่นในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กรมป่าไม้.
- กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2564). *รายงานสถานการณ์ความหลากหลายทางชีวภาพ*. กรุงเทพฯ: กรมอุทยานแห่งชาติฯ.
- กองศึกษาวิจัยและพัฒนามลายุ. (2564). *การพัฒนาชุมชนมลายุในจังหวัดชายแดนใต้*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ชัยวัฒน์ สถาอานันท์. (2558). *ประวัติศาสตร์ปัตตานี*. กรุงเทพฯ: มติชน.

ธงชัย วินิจจะกุล. (2557). *ปัตตานี: ประวัติศาสตร์และการเมือง*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงทะเล. (2565). *สถานการณ์การประมงทะเลในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยฯ.

สถาบันวิจัยและพัฒนาน้ำ. (2564). *การศึกษาคุณภาพน้ำในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยฯ.

สมชาย มณีงาม. (2562). *ประวัติศาสตร์รัฐปัตตานี: จากอดีตถึงปัจจุบัน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดปัตตานี. (2565). *รายงานการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดปัตตานี*. ปัตตานี: สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติฯ.

สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาค 16. (2563). *แผนอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ภาคใต้*. สืบค้นจาก <http://www.epa.go.th>

สำนักอุตุนิยมวิทยา. (2564). *ข้อมูลภูมิอากาศประเทศไทย*. สืบค้นจาก <http://www.tmd.go.th>

สุชาติ เศรษฐมาลินี. (2560). ความขัดแย้งในภาคใต้ของไทย: ประวัติศาสตร์และสาเหตุ. *วารสารสังคมศาสตร์*, 45(2), 1-20.

สุรพงษ์. (2562). *อนาคตของรัฐปัตตานี: ทิศทางการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: สถาบันการพัฒนาแหล่งน้ำ.







AF20-03-03.0
May, 2023

Certificate of Ethical Committee Approval

This is to certify that:

Protocol Title: Creation of contemporary Muslim jewelry from Melayu motifs.

Principal investigator: Asst. Prof. Thanakit Jaisuda

Institution: Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University

Protocol code: SWUEC-662123

Documents approved:

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1. Submission form | version no. 2 date 3 October 2023 |
| 2. Full research proposal | version no. 1 date 11 September 2023 |
| 3. Participant information sheet and consent form | version no. 2 date 3 October 2023 |
| 4. Questionnaire/data collection form | version no. 1 date 11 September 2023 |
| 5. Investigator's biography | |

have been reviewed and approved by the Human Research Ethics Committee of Srinakharinwirot University based on Declaration of Helsinki, Belmont Report, International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP), International Guidelines for Human Research, along with laws and regulations of Thailand. Thus, the approval for conducting the study is granted.

Date of approval: 22/11/2023

Date of expiration: 21/11/2024

(Associate Professor Sittipong Wattananonsakul, Ph.D.)

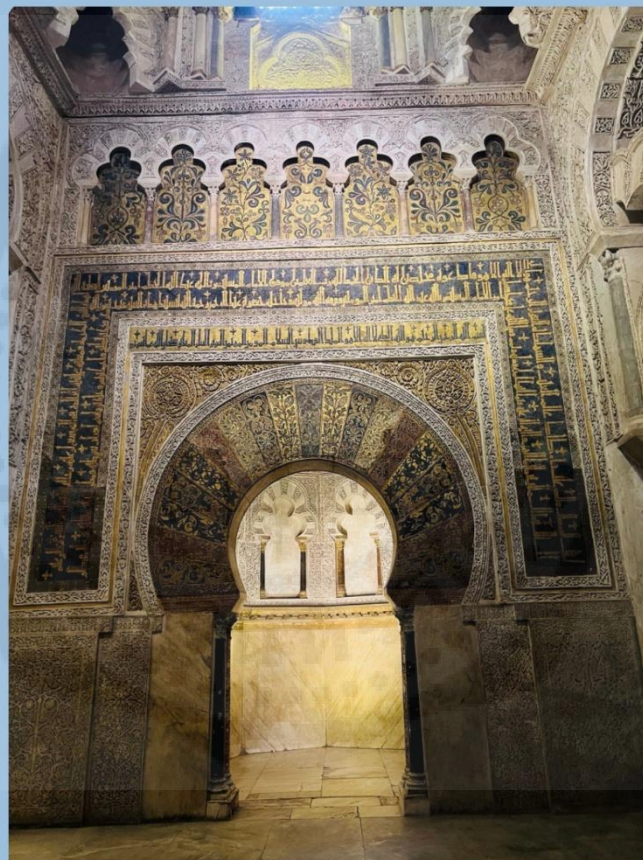
Chairman, Social Science and Behavioral Science Research Sub-Committee
of Srinakharinwirot University (Panel 2)

Ethics and Research Standards Division
Innovation Building Prof. Dr. Saroch Buasri, Floor 17
Srinakharinwirot University, 10110 Thailand
Tel.: +66-26-495000, 17503 Fax: (02) 2042590

ภาคผนวก ข
การตีพิมพ์เผยแพร่

INTERNATIONAL JOURNAL OF ISLAMIC THOUGHT

ISSN 2232-1314 Volume 26 (December) 2024 eISSN 2289-6023



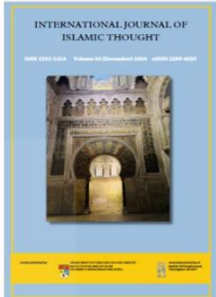
Jointly published by:



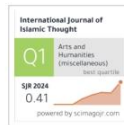
DEPARTMENT OF THEOLOGY AND PHILOSOPHY
FACULTY OF ISLAMIC STUDIES
UNIVERSITI KEBANGSAAN MALAYSIA



International Society of
Muslim Philosophers and
Theologians -ISOMPT

IJIT International Journal of Islamic Thought		+603 8921 5503 ijit@ukm.edu.my	
   			
HOME ABOUT SUBMISSION ETHICS STATEMENT REVIEWER FORM ARCHIVES INDEXING			
Home > Archives > Vol. 26, December 2024			
Vol. 26, December 2024 Preliminary Environmental Degradation and Radical Solution from Islamic Perspective Ahmad Munawar Ismail & Mohd Farhan Firas Keywords: Environment, global warming, greenhouse gases, Islam, sustainable energy. https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.297 Page 1-12 Abstract Full Article Islamic Governance in Action: Malaysia's Approach to Rohingya Refugee Islamic-Based Assistance Aizat Khairi, Andika Ab. Wahab, Mohd Na'eim Aji & Mohd Ramlan Mohd Arshad Keywords: Islamic governance, Malaysia, Jabatan Agama Islam https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.298 Page 13-23 Abstract Full Article Sublime Porte Sponsorship of Javanese Muslim Students in Ottoman Lands (1895-1913 AD): The Ottoman Archive Documents as a Source Asmahan Mostafa Tawfik Khalil Ahmed & Hassan Ahmed Hassan Abozeed Keywords: Javanese Muslim students, the Ottoman Empire, the Sublime Porte, the Sultanate Schools. https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.299 Page 24-33 Abstract Full Article The Informational Universe of Allah: An Islamic Perspective on Quantum Information Theory David Leong & Abu Saleh Keywords: Allah, All-Aware, All-Knowing, information, Islam, quantum mechanics https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.300 Page 34-54 Abstract Full Article Islamic Compromise in the Marriage of the Papuan Muslim Marind Tribe Faisal, Amri, Risman & Aisyah Keywords: Customs, compromise, Islam, Marind tribe, Wati plant https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.301 Page 55-65 Abstract Full Article Maqasid al-Shariah: Enhancing Well-being through Product Development Process in Islamic Banks of Pakistan Farah Yasser, Altaf Hussain Saqib & Zunera Khalid Keywords: Islamic banks, masalah, maqasid al-shariah, Pakistan, product development process https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.302 Page 66-75 Abstract Full Article Materials on History of Al-Farabi's Manuscripts at Al-Biruni Institute of Oriental Studies, Academy of Sciences of Uzbekistan: History and Prospects of Research Imangaliyev Almas, Dukenbayeva Zdash & Muhammad Hilmi Jalil Keywords: Al-Farabi, catalog, Institute of Oriental studies, manuscripts https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.303 Page 76-82 Abstract Full Article Disintegration of the Muslim Ummah and the Emergence of the Islamic Resurgent Movements in the Sub-continent: A Comparative Study of Ideologies of the Tablighi Jamaat and Jamaat-i-Islami		Cover of the Issue  Vol. 26, December 2024 About the IJIT INTRODUCTION AIM AND SCOPE PUBLICATION OF ARTICLE TYPES PEER REVIEW POLICY PUBLICATION ETHICS INDEXING AND ABSTRACTING TIMELINE DISCLAIMER Editor in Chief Professor Dr. Ahmad Sunawari Long ijit@ukm.edu.my Member of  COMMITTEE ON PUBLICATION ETHICS IJIT in Brief An international journal in Islamic thought and Muslim issues. Reviewed by double-blind reviewers. Published annually in June and December. Adhering to the COPE's Code of Conduct. Using APA format of writing. Enquiries and submission to: ijit@ukm.edu.my	

Kausar Ali, Huang Minxing & Hashmat Ullah Khan Keywords: Islamism, Jamaat-i-Islami, Muslim disintegration, preaching, Tablighi Jamaat https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.304 Page 83-94 Abstract Full Article
Examining the Impact of Relativism on Religious Beliefs in Postmodern Thought: An Islamic Perspective Mohd Khairul Naim Che Nordin Keywords: Absolute, Islam, modernism, postmodernism, relativism, religion https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.305 Page 95-106 Abstract Full Article
Digital Society, Muhammadiyah, and Islamism in Indonesian After Election 2024 Muhsin Hariyanto & Zuly Qodir Keywords: Citizen participation, digital era, emotional network, Islamism, social media https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.306 Page 107-115 Abstract Full Article
Integrating Traditional Wisdom and Modern Strategies: Prophet Yusuf's Legacy and SDG 2 Nurul Ilyana Muhd Adnan, Mohd Adli Zahri, Mohamad Shahrudin Samsurijan & Zahri Hamat Keywords: Agricultural sustainability, food security, Prophet Yusuf, strategic resource management, SDG 2 https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.307 Page 116-135 Abstract Full Article
Exploring the Impact of Scientific Advancements on Hadith Commentaries Sevdenur Alhattab & Khairil Husaini Jamil Keywords: Contemporary hadith interpretation, hadith, hadith commentaries, modern science, scientific advance https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.308 Page 136-145 Abstract Full Article
Unveiling the Intricate Tapestry: Malay (Melayu) Wood Carving Patterns of Southern Thailand as Reflections of Muslim Cultural Identity Thanakit Jaisuda Keywords: Cultural symbolism, Islamic art, Malay motif, Malay wood carving, Southern Thailand https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.309 Page 146-156 Abstract Full Article
The Historical, Theological and Spiritual Commonality between the Monotheistic Religions: A Comparative Approach between the Biblical Abraham and the Quranic Ibrahim Tijani Boulaouali Keywords: Abraham, Bible, Christianity, Ibrahim, Islam, Judaism, Quran https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.310 Page 157-168 Abstract Full Article
Women's Legal Protection During War in Islam and International Humanitarian Law Wael Mahmoud Fakhry Keywords: International humanitarian law, Islam, rights, war, women https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.311 Page 169-179 Abstract Full Article
Javanese Muslims in the Metropolitan Bangkok: Fiqh At-Ta'ayusy Perspective Yusdani, Januariansyah Arfaizar & Srawut Aree Keywords: Bangkok, fiqh al-ta'ayusy, Javanese Muslim, Muhammadiyah https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.312 Page 180-190 Abstract Full Article



International Journal of Islamic Thought by International Society of Muslim Philosophers and Theologians is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported License based on a work at International Journal of Islamic Thought permissions beyond the scope of this license is available at COPYRIGHT.

119497

visitors since 01 June 2012

Published by
Department of Theology and Philosophy
Faculty of Islamic Studies
Universiti Kebangsaan Malaysia
(the National University of Malaysia)
43600 Bangi, Selangor
MALAYSIA

and

International Society of Muslim Philosophers and Theologians (ISOMPT)
c/o Centre for Akidah and Global Peace
Faculty of Islamic Studies
Universiti Kebangsaan Malaysia (the National University of Malaysia)
43600 Bangi, Selangor
MALAYSIA

Copyright © 2025 IJIT - U K M | Powered by IJIT - U K M



<https://doi.org/10.24035/ijit.26.2024.309>

Received:	22 May 2024	Accepted:	30 August 2024
Revised:	16 July 2024	Published:	15 December 2024
Volume:	26 (Dec.)	Pages:	146-156

To cite:

Thanakit Jaisuda. 2024. Unveiling the intricate tapestry: Malay wood carving patterns of Southern Thailand as reflections of Muslim cultural identity. *International Journal of Islamic Thought*. Vol. 26 (Dec.): 146-156.

Unveiling the Intricate Tapestry: Malay (Melayu) Wood Carving Patterns of Southern Thailand as Reflections of Muslim Cultural Identity

THANAKIT JAISUDA¹

ABSTRACT

The art of Malay wood carving is considered an exquisite craftsmanship and is considered a cultural heritage that represents the uniqueness of Muslims in southern Thailand. These meticulously crafted carvings are used to decorate various spaces in architecture, religious buildings, furniture, and other decorations. This work of art is considered to be a profound expression of Islamic ideas, beliefs and values in the region. Expert craftsmen have passed this woodcarving craft form down from generation to generation. Each piece is decorated with symbolic meaning and cultural significance as well as responding to everyday use. This research aims to study the design of patterns found in these wood carvings, and interpret the meaning of beauty and symbolism. The corner focuses on understanding aesthetics and artwork that is connected to and understands the value of the cultural identity and beliefs of Muslim communities in Pattani, Yala, and Narathiwat provinces. It can be said that Malay wood carving is influenced by Islam. The culture of the people in the area to create products that are consistent with their traditions, way of life and reflect the abundance of local resources. Malay carvings in southern Thailand feature distinctive elements inspired by nature, such as geometric shapes. Vegetation pattern and Arabic calligraphy from the Quran and various animal patterns. The design is according to Islamic principles. The design has elements based on religious beliefs. Use words that convey humility. The composition of the pattern consists of the main motifs from which it is often inspired. Or imitate local plants with stems, flowers, leaves, and additional intricate patterns. The arrangement follows the principles of symmetry, repetition, focus and harmony. Malay wood carvings are a long-standing artistic heritage of the region, and reflects the harmonious coexistence of faith, culture and artistic expression.

Keywords: Cultural symbolism, Islamic art, Malay motif, Malay wood carving, Southern Thailand.

The art of wood carving has been a valuable tradition among various cultures for a long time serving as a channel for artistic expression, storytelling, and preservation of cultural heritage (Vallibhotama 2017). In the southern region of Thailand, the Malay Muslim community has developed rich and intricate wood carving patterns that reflect their distinct cultural identity and

¹**Thanakit Jaisuda**, Ph. D., Asst. Professor at the Department of Visual Art, Faculty of Fine Art, Srinakharinwirot University, 114 Sukhumvit, Bangkok 10110, THAILAND. Email: thanakit@gsu.ac.th [ORCID iD: 0009-0000-9986-9483].

beliefs. These exquisite carvings adorn architectural elements, furniture, and decorative objects, incorporating refined designs and patterns with symbolic meanings deeply rooted in the region's Islamic traditions (Farish A. Noor 2012). Delving into the origins of the patterns, it can be said that Malay (Melayu) patterns, although stemming from the same cultural roots, have interesting differences due to geographical, ethnic, and influences from other cultures. Malay patterns are heavily influenced by Islamic art, as the majority of Malays are adherents of Islam. Islamic art is characterized by the use of geometric and vegetal patterns, avoiding depictions of living beings to respect the teachings of the religion (Seyyed Hossein Nasr 1987). As a result, Malay patterns emphasize the use of geometric shapes, curved lines, and floral motifs, reflecting beauty and faith in religion.

Malay wood carving patterns in southern Thailand It is a handicraft that is outstanding, unique and has cultural value. Pitipat (2012) stated that Malay wood carving patterns in southern Thailand are a testament to the skill and artistic ingenuity of local craftsmen. Each sculpture is a carefully crafted narrative. It reveals an intricate tapestry of cultural symbols and artistic expressions. These patterns not only adorn the physical structure. But it is also a visual representation of the region's rich cultural heritage. which reflects the values, beliefs and worldviews of the Muslim community (ICOMOS Thailand 2019)

From the importance above Malay wood carving craftsmanship is highly regarded for its cultural significance. Malay wood carving patterns from the similarities, it is widely understood that Malay pattern and Malay pattern It's the same thing. That was the starting point for a survey to know the true identity or characteristics of Malay patterns in southern Thailand (Wibisono 2009; Hayeesamae 2007). It is stated that Malay patterns, although much studied, are still Further exploration and documentation of the symbolic meanings embedded within these complex designs is needed. By examining the intricate designs and patterns that appear in these carvings. Researchers can gain a deeper understanding of the symbolic representation of Muslim cultural identity and beliefs.

In the way of life and culture of the Malay people, now called Muslims, in southern Thailand. It often appears that wood carving permeates every aspect of life. It is a handicraft that has been passed down and developed continuously. Ismail (2016) states that these wood carvings are not just static inventions. But it is also found and used in the daily life of Muslim communities in southern Thailand. They decorate various aspects. of daily life from architectural elements to functional objects. It serves as a constant reminder of the region's cultural heritage. Exploring these everyday encounters and uses can provide valuable insights into the role these carvings play in preserving and passing on cultural traditions from generation to generation. Nowadays, in the midst of rapid changes in modernity and globalization. There is increasing concern to preserve and protect these traditional wood carving practices. According to Hosney (2020), conservation efforts are being undertaken to preserve these intricate forms. This is important to ensure that these patterns are sustained. Because this rich cultural heritage has been passed down to future generations.

As a researcher and interested in art and design, I took the initiative to study Malay patterns appearing on woodcarving handicrafts in southern Thailand. This research aims to contribute to the existing body of knowledge by unveiling the intricate tapestry of Malay wood carving patterns in southern Thailand and their role as reflections of Muslim cultural identity. Through a comprehensive analysis of the designs, motifs, and symbolic representations, as well as an investigation of their encounters and everyday uses, this study seeks to unravel the cultural narratives woven into these carvings. Additionally, it will explore the conservation efforts aimed at safeguarding these traditions, shedding light on the rich tapestry of Islamic traditions and beliefs that have shaped the artistic expressions of the region's Muslim communities.

The Art of Wood Carving with Malay (Melayu) Patterns in Southern Thailand

The art of wood carving with Malay patterns in the southern part of Thailand is an important cultural heritage that showcases the intricate craftsmanship and artistic traditions of the area. This art form is significantly influenced by Malay culture, with Malay wood carving being

particularly prominent in Thailand's southern provinces such as Pattani, Yala, and Narathiwat (Phirumruen, 2018). These areas are well-known for their diverse local textile production, with the majority of the population being Muslim. Their cultural traditions, including art and architecture, are influenced by Islamic art, which has been influenced by Malaysia and Indonesia. The patterns often include geometric shapes, flora, and Arabic letters. Research has found that the preferred woods for carving include teak, rubberwood, cedar, and rosewood, due to their hardness and ease of carving locally. The resulting products, such as furniture, picture frames, souvenirs, and home decorations, are popular among tourists and art enthusiasts. The art form is passed down from generation to generation, with skilled craftsmen meticulously creating each piece, imbued with symbolic meanings and cultural significance.

Carving art of the Malay people of southern Thailand There is a mix of cultural landscapes in two areas: the seaside area, namely Narathiwat, Pattani, and Sai Buri, will have more carvings. And has intricate, intricately carved patterns. In the past, most artisans came from the Malay or Java state. As for the inner land area Surrounded by mountains, there are the cities of Rangae, Raman, and Yala. There is no emphasis on intricate carvings patterns. It is simple but strong. Emphasizing the use of local materials and craftsmen. (Jiravatkulkul 2020). The Malay wood carving patterns of southern Thailand are a testament to the skillful craftsmanship and artistic ingenuity of the local artisans. Each carving is a meticulously crafted narrative, unveiling the intricate tapestry of cultural symbolism and artistic expression (Ismail et al. 2019). These patterns not only embellish physical structures but also serve as visual representations of the region's rich cultural heritage, reflecting the values, beliefs, and worldviews of the Muslim communities (Zakaria et al. 2016).

From studying and collecting data, it has been found that Malay patterns have been influenced by Islam and the art of the region. Eshma & Chaisart (2015) stated that Malay patterns are an expression of art that reflects the identity and lifestyle of the Malay Muslim community in the southern part of Thailand. These patterns are rooted in ancient Malay culture, blended with the influence of Islamic traditions, created with inspiration from nature and the surrounding environment. The distinctive characteristics of Malay patterns include intricate geometric designs, natural motifs such as foliage and flowers, and sometimes incorporate Arabic calligraphy, all of which symbolize the cultural and religious beliefs of the Malay Muslim community. The distinctive features of Malay patterns include:

1. Geometric Patterns: Patterns composed of geometric shapes such as circles, triangles, and squares, representing the concepts of balance and the perfection of nature.

Figure 1: Geometric Patterned Wooden Mold for Casting Concrete



2. Floral Patterns: Designs resembling flowers, leaves, and stems, showcasing an appreciation for the beauty of nature and its abundance.

Figure 2: Wooden Vents Carved with Floral Patterns



3. Quranic Calligraphy: The incorporation of Arabic calligraphy from the Quran into the patterns, demonstrating respect and devotion to the Islamic faith.

Figure 3: The Wood is Carved with Quranic Calligraphy Patterns



4. Animal Motifs: Although the depiction of living beings is discouraged in Islamic art, Malay patterns often feature stylized representations of animals, such as the mythical Bird, mythical naga serpent.

Figure 4: Wood Carvings of Mythical Bird for Use in Rituals



Malay patterns adorn architecture, everyday utensils, clothing, and various handicrafts, highlighting the integration of art and the way of life of the Malay-Muslim community. These

patterns are not merely decorative elements but also reflect the beliefs, philosophies, and cultural identity of the community.

Malay woodcarving is a craft that distinctly represents the identity of people in the southern border region. Woodcarvers create intricate carved patterns and incorporate them into the everyday objects and utensils of the local Malay community:

1. **Architecture:** Carved wood is used to decorate Muslim houses and buildings. It can be found in traditional homes, adorning gable ends, bargeboard, ventilation panels, door leaves, and ceiling patterns, among others.
2. **Food:** Carved wood patterns are used as molds for sweet desserts called "Khomko" or "Tuapungputu," consumed during ceremonies and as everyday treats, often accompanied by tea. Carved wooden coconut graters are also common.
3. **Entertainment and Games:** Carved wood decorates bird cages for bulbuls and parrots. Musical instruments are also adorned with carvings. Additionally, carved wooden boards are used for the mancala game.
4. **Rituals and Religion:** Carved wood depicting the Panka bird is used for dagger handles, while naga serpent patterns adorn boat prows. Islamic calligraphic carvings grace religious buildings, and carved wood lecterns hold the Quran.
5. **Textiles:** Carved wooden blocks are used for printing intricate patterns on fabrics.

The incorporation of Malay woodcarving into these diverse aspects of life highlights its significance as a representation of the local Malay-Muslim identity and cultural heritage in southern Thailand. The skilled artisans imbue symbolic meanings into the intricate patterns they carve.

Unraveling the Beauty of Malay Patterns in Wood Carvings

Islamic art is a rich artistic tradition that emerged under the influence of Islamic beliefs and principles. It can be categorized into two main types: 1. **Religious Islamic Art:** Created to glorify and commemorate the teachings of God. These works aim to evoke a sense of reverence and devotion. 2. **Islamic Art for Daily Life:** Crafted to adorn everyday objects and utensils, reflecting the integration of Islamic values into various aspects of life. Islamic art is created within the framework of Islamic beliefs, culture, and traditions, while adhering to certain guidelines set forth by the religion. One notable restriction is the avoidance of depicting human and animal forms, as it could potentially lead to idolatry. This has given rise to a unique artistic language that emphasizes abstract patterns, calligraphy, and geometric designs. The use of floral motifs derived from local flora is also a prominent feature, imbuing the art with a connection to nature. The beauty in Islamic art is deeply rooted in its connection to God and the philosophical concepts of the faith. The artistic principles of Islamic art stem from the belief in the oneness of God (Tawhid) and the pursuit of spiritual perfection. According to Institute of Islamic Art (Thailand) (n.d.) and Islamic Arts Museum Malaysia (n.d.) the fundamental principles guiding Islamic art include:

1. **Unity of God (Tauhid):** The belief in the absolute oneness of God, recognizing God as the sole creator and sustainer of the universe, free from any imperfections.
2. **Beauty:** Aesthetic beauty that aligns with religious teachings and cultural traditions, without contradicting Islamic principles.
3. **Avoidance of Prohibited Elements:** Refraining from depicting human or animal forms, as mandated by religious scriptures and teachings, to prevent the risk of idolatry.
4. **Good Intentions:** Engaging in artistic endeavors with pure and noble intentions, as guided by Islamic teachings.
5. **Responsibility:** Artists and interpreters must take responsibility for their creations and interpretations, acknowledging that they will be held accountable by God.

As Islamic art spread across various regions, it assimilated local cultural influences, resulting in a diverse array of artistic expressions while retaining its core Islamic principles and aesthetics. (Wijdan Ali 2022).

The "Malay Patterns" found in the southern border provinces of Thailand exemplify this cultural fusion. These intricate designs, passed down through generations, are deeply rooted in the local Malay-Muslim community's traditions, beliefs, and philosophies (Piromrueen 2018). Initially influenced by Hindu and Buddhist cultures, the patterns evolved to conform to Islamic guidelines, avoiding depictions of living beings and embracing abstract and geometric motifs. The beauty of Islamic art lies in its ability to transcend mere aesthetics and convey profound spiritual and philosophical meanings. It serves as a visual representation of the harmonious coexistence of faith, culture, and artistic expression, reflecting the rich diversity of the Islamic world.

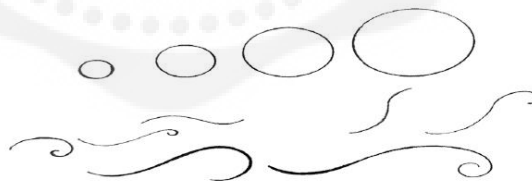
Deciphering the Artistic Code of Malay Patterns: Exploring Design Principles and Visual Splendor

The design of Malay patterns is not just about creating beautiful, delicate, and flowing patterns, but it must also be done with an understanding of the principles and beliefs of Islam, so as not to deviate from traditional customs and culture. If we compare Malay patterns to a way of life and traditions, they are teachings prescribed by religion, derived from faith and belief in the principles of Islam. Thus, these patterns have characteristics that do not conflict with religious teachings, specifically the Islamic prohibition on portraying God or animate beings. In other words, there is no expression related to emotions, singing and dancing, drawing, or sculpting human or animal forms, as this would involve imitating the Creator, which is considered shirk or blasphemous idolatry (Blair & Bloom 2003). This is why we do not see Islamic art depicting human stories or figures, whether men, women, children, or the elderly. Even animals are depicted in a modified, simplified form without realistic details. Most expressions in Islamic art are therefore in the form of stories or representations derived from nature, especially local flora, geometric patterns, and calligraphic scripts. The components of the images are all stylized decorative forms that do not resemble nature in a literal sense, or what is called abstract or non-figurative art.

Thought Process and Starting Point

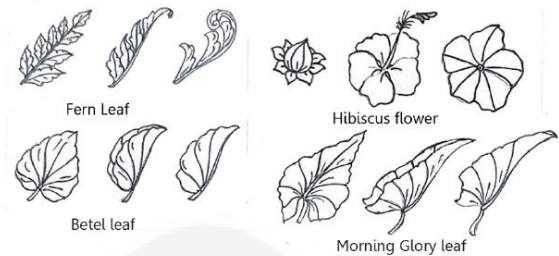
Design often begins with a geometric framework that serves as the basic structure. This geometric base is then combined and altered with plant patterns or stylish calligraphy. To create a softer, more delicate and flowing pattern, and to be consistent with the concepts and practices of Islam. The pattern is therefore humble, rounded, curved lines, c lines, and s lines are therefore very popularly used. In addition to circles and semi-circles, they are also very commonly seen in the pattern.

Figure 5: Round, Curved Lines, C Lines, and S Lines



The plant motifs are derived from local flora, reflecting the connection between human life and reliance on nature. Different regions have different native plants, so the plant motifs vary based on the location and plants familiar to the artist. Distinctive features of local plants are adapted into vine-like patterns, highlighting their unique characteristics. Sometimes just certain details of the plants are extracted. However, the designs must conform to Islamic guidelines - pointed tips or sharp edges of leaves or petals must be rounded, and tips must curve downwards rather than up in a flame-like shape.

Figure 6: Sketch of Local Plants.



Characteristics and Structure of the Pattern

The space in which the pattern is filled determines the appearance of the pattern. Whether it is a square, triangle, circle, which will be related to the area where the pattern will be decorated. The pattern is a plant pattern. The pattern is based on plants or vines in nature. The structure of Malay patterns consists of the following main components:

1. Main Motif -This is the central element of the pattern, which may be a floral motif or a plant motif that is iconic of that particular local region.
2. Stem Motif -This is a vine-like curving pattern that intertwines to form the underlying structure supporting the main motif.
3. Floral Motif -These are patterns of flowers or petals that are incorporated into the main motif or stem motif.
4. Leaf Motif -These are patterns of leaves that are combined with the floral and stem motifs.
5. Supplementary Motifs -Additional motifs such as geometric patterns, vegetal patterns, or stylized calligraphic scripts may be added to enhance the beauty.

By skillfully combining the main motif, supporting stem motifs, floral elements, leaves, and supplementary decorative elements while adhering to religious guidelines, the Malay craftspeople create intricate yet fluid patterns embodying their artistic heritage.

Figure 7: Pattern Structure of Malay Carved Woodwork



Main Motif



Stem Motif



Floral Motif



Leaf Motif



Supplementary Motif

There are 2 types of pattern creation: 1. Patterns that consist of curves that branch out from the center in a symmetrical pattern, called " Patterns formed from a balanced center point " and; 2. Patterns that are created by Send a pattern from one corner It's an asymmetrical pattern, called " Pattern formed from asymmetrical angles ", but most patterns found from the central axis are more balanced. The pattern is usually enclosed in a frame or space for the pattern. which are geometric shapes such as circles, squares, curves, triangles, etc., for use in decorating various parts of architecture or empty space in handicrafts.

Figure 8: Characteristics of Pattern Formation



Patterns formed from a balanced center point



Pattern formed from asymmetrical angles

Arrangement of Pattern Elements

Most of the Malay patterns are found within a closed shape or enclosed pattern, contained within a geometric frame. However, a small number of pattern designs are presented in open shapes or open patterns. The composition of these patterns follows the principle of symmetry in their arrangement. The layout of the patterns can be categorized into three types:

1. Repetition in a row: Patterns are repeated continuously in a linear row. The patterns may be rhythmically alternated to create visual interest and variation.
2. Creating a Central Focal Point: Patterns are used to define and accentuate the center of the design, serving as a focal point and a prominent feature within the overall pattern.
3. Creating Unity: Patterns are planned and arranged in a harmonious and cohesive manner. The details within the pattern are interconnected and related to one another, contributing to a unified design.

Figure 9: Characteristics of the Composition of the Pattern



Repetition in a Row



Central Focal Point



Unity

This structured arrangement of pattern elements, whether within closed geometric frames or through strategic repetition, central emphasis, or unified composition, plays a crucial role in the overall aesthetic appeal and visual impact of Malay patterns.

To conclude, the art of wood carving with Malay patterns has a deep-rooted tradition in southern Thailand, where it is an integral part of the cultural heritage of the region's Muslim communities. These intricate carvings adorn architectural elements, furniture, and decorative objects, serving as visual representations of the region's Islamic traditions and beliefs. The Malay wood carving patterns are particularly prominent in the southern provinces of Pattani, Yala, and Narathiwat, where skilled artisans meticulously craft each piece, imbuing it with symbolic meanings and cultural significance (Piromruen 2018; Pitiphat 2012).

Malay patterns are an artistic expression that reflects the identity and way of life of the Malay-Muslim community in southern Thailand. These patterns blend ancient Malay cultural influences with Islamic traditions, drawing inspiration from nature and the surrounding environment. The distinctive features include geometric patterns, floral patterns, Quranic calligraphy, and stylized representations of animals.

The design of Malay patterns adheres to the principles and beliefs of Islam, avoiding depictions of human or realistic animal forms. Instead, they feature stylized representations derived from nature, geometric patterns, and calligraphic scripts (Institute of Islamic Art (Thailand). n.d.; Ismail 2016). The structure consists of a main motif, stem motif, floral motifs, leaf motifs, and supplementary motifs, skillfully combined while following religious guidelines. The composition follows the principle of symmetry, with patterns repeated, used to create a focal point, or arranged harmoniously for unity.

Acknowledgements

This research article is part of the research work entitled "*Creation of Contemporary Muslim Jewelry from Malay (Melayu) Motifs*". The authors would like to express their gratitude and acknowledgment to the Faculty of Fine and Applied Arts Srinakharinwirot University, Thailand for the research grant.

References

- Blair, S.S. & Bloom, J.M. 2003. The mirage of Islamic art: reflections on the study of an unwieldy field. *The Art Bulletin* 85(1): 152-168.
- Esamah, A., & Chaayasart, S. 2015. *The Improvement of Batik Motifs Designs in Three Southernmost Province of Thailand*. Songkhla: Rajamangala University of Technology Srivijaya.
- Farish A. Noor. 2012. *The Malay World of Southeast Asia: A Cultural History*. Singapore: ISEAS Publishing.
- Hayeesamae, S. 2007. *Wood Carving Patterns in Local Muslim Architecture in Narathiwat Province*. Bangkok: Silpakorn University.
- Hosney, H.M. 2020. The art of Malay woodcarving: continuity and change. *Journal of Islamic Architecture* 6 (3): 145-162.
- ICOMOS Thailand. 2019. *The Wood Carving Art of Southern Thailand*. <https://www.icomosthai.org/woodcarving>. [Retrieved: May 17, 2024].
- Institute of Islamic Art (Thailand). n.d. *Islamic Art: Aesthetic Charm and Inspiration*. Songkhla: Prince of Songkhla University Science Park.
- Islamic Arts Museum Malaysia. n.d. *Introduction to Islamic Art*. <https://www.iamm.org.my/introduction-to-islamic-art/> [Retrieved: May 19, 2024].
- Ismail, S.Z. 2016. Carved wooden panels of the Malay world: sources, patterns and meanings. *Kemanusiaan: The Asian Journal of Humanities* 23(2): 1-28.
- Ismail, S.Z., Rahim, Z.A., & Utaberta, N. 2019. The significance of wood carving motifs in Malay traditional houses. *Environment-Behaviour Proceedings Journal* 4 (10): 55-61.
- Jiravatkul, S. 2020. Malay wood carving in southern Thailand: Cultural landscapes and influences. *SPAFA Journal* 4: 1-22.
- Nasr, S. H. 1987. *Islamic Art and Spirituality*. Albany: State University of New York Press.

- Piromruen, S. 2018. The aesthetics of Malay wood carving in the southern border provinces of Thailand. *Journal of Urban Culture Research* 16: 30-49.
- Pitiphat, S. 2012. The artistic value of wood carving in Southern Thai-Muslim architecture. *Songklanakarin Journal of Social Sciences and Humanities* 18(2): 225-246
- Vallibhotama, S. 2017. *History of Thai Art*. Bangkok: Matichon.
- Wibisono, M.Y. 2009. The art of woodcarving in Sumatra. *Indonesia and the Malay World* 37(107): 35-57.
- Wijdan Ali. 2022. *The Diversity of Islamic Art Across the World*. The Metropolitan Museum of Art. <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2011/infinite-jest/blog/topics/islamic-art> [Retrieved: May 18 2024]
- Zakaria, A.Z., Mohd Salleh, N.H., & Rashid, M.S.A. 2016. Malay wood carving motifs: Sustaining their significance in conservation. *Advanced Science Letters* 22 (12): 4458-4462.







พิพิธภัณฑสถานอาหาร: สถานที่เก็บรวบรวมโบราณวัตถุศิลปะมลายู



ถ่ายภาพร่วมกับภรรยาเจ้าของพิพิธภัณฑสถานอาหาร



การสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้านเกี่ยวกับเอกลักษณ์มลายู



การสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้านเกี่ยวกับศิลปะมลายู



การสัมภาษณ์นักออกแบบเครื่องประดับลวดลายมลายู



เยี่ยมชมผลงานศิลปะสื่อผสมของศิลปินชาวมลายู



ลงพื้นที่ศึกษางานหัตถกรรมท้องถิ่น



ลงพื้นที่ศึกษางานศิลปกรรมลวดลายเรือโกและ



วังยะหริ่ง: สถาปัตยกรรมแบบมลายู



ผู้นำชมสถาปัตยกรรมและลวดลายภายในวังยะหริ่ง



มัสยิดกลางจังหวัดปัตตานี



ศาลเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว หรือ ศาลเจ้าเล่งจูเกียง จังหวัดปัตตานี



บรรยายภาพบ้านเรือนของชุมชนจินปัตตานี



บรรยายภาพวิถีชีวิตและอาหารการกิน

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติหัวหน้าโครงการ

ชื่อ-สกุล	ดร. ชนกฤต ใจสุตา
ตำแหน่ง	รองศาสตราจารย์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 114 สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10250

ตำแหน่งและประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2557	อาจารย์ประจำหลักสูตรการออกแบบ คณะอัญมณี- ศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพ- พรรณี จังหวัดจันทบุรี
พ.ศ. 2561-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2550	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (ศิลปะเครื่องประดับ) เกียรตินิยมอันดับ1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2556	ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2562	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ทัศนศิลป์และการออกแบบ) มหาวิทยาลัยบูรพา