# ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

โดย
นางสาววราภรณ์ สำเภา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม แบบ 1.1 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

# ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

โดย
นางสาววราภรณ์ สำเภา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม แบบ 1.1 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

# HALAL: IDENTITY EXISTENCE OF FAITH AND BEAUTY TO THE CONTEXT OF FASHION MUSLIM

By

MISS Waraporn SAMPAO

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for Doctor of Philosophy CULTURE - BASED DESIGN ARTS

Silpakorn University

Academic Year 2023

Copyright of Silpakorn University

| | |
|---|---|
| หัวข้อ | ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม |
| โดย | นางสาววราภรณ์ สำเภา |
| สาขาวิชา | ศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม แบบ 1.1 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต |
| อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก | ศาสตราจารย์ ร.ต.อ. ดร. อนุชา แพ่งเกษร |

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

.....คณบดีคณะมัณฑนศิลป์
(อาจารย์ ดร. ธนาทร เจียรกุล)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สาคร ชลสาคร)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ศาสตราจารย์ ร.ต.อ. ดร. อนุชา แพ่งเกษร)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวนาท รัตนรังสิกุล)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(รองศาสตราจารย์ ดร. ประดิพัทธุ์ เลิศรุจิดำรงค์กุล)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(อาจารย์ ดร. ศราวุฒิ ปิ่นทอง)

620430027 : ศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม แบบ 1.1 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
คำสำคัญ : ฮาลาล, อัตลักษณ์, ความศรัทธา, ความงาม, สตรีมุสลิม, การแต่งกาย

นางสาว วราภรณ์ สำเภา: ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศาสตราจารย์ ร.ต.อ. ดร. อนุชา แพ่งเกษร

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล 2) ศึกษาการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่น 3) ออกแบบแฟชั่น การแต่งกายของสตรีมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามในบริบทปัจจุบัน โดยดำเนินการในรูปแบบการวิจัยและพัฒนา โดยวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำศาสนา นักวิชาการมุสลิม นักออกแบบ และสตรีมุสลิมที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภค รวมไปถึงการเก็บข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคของสตรีมุสลิม ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ร่วมกับกระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกายในรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นสตรีมุสลิม และเพื่อให้ได้แนวทางและทฤษฎีการออกแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิม

ผลการศึกษาพบว่า 1) วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล การแต่งกายจะเป็นรูปแบบที่สอดคล้องกับหลักศาสนาเป็นความงามในบริบทฮาลาล งามแบบมีคุณค่าและความดีงาม เป็นเสน่ห์แห่งการปกปิด คือ การปกปิดเอาเราะฮ์ให้ถูกต้องตามหลักการศาสนา 2) จากการศึกษาการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่น การดำเนินชีวิตของสตรีมุสลิมจากวัฒนธรรมและความร่วมสมัยในปัจจุบัน เน้นความเรียบง่าย รูปแบบเสื้อผ้าต้องมีลักษณะที่สามารถปรับให้ใส่ได้ในหลายโอกาส โครงชุดต้องมีลักษณะหลวมไม่เน้นสัดส่วนและมีความร่วมสมัย โทนสีที่เลือกใช้จะต้องเป็นโทนสีคล้ายกันทั้งชุดหรือเป็นกลุ่มสีที่ไม่ตัดกันและต้องมีเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมแบบมุสลิม 3) การออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม มีรูปแบบเสื้อผ้า คือ เสื้อกับกางเกง เสื้อกับกระโปรง และชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) เป็นหลัก เพื่อความคล่องตัวในการทำงาน การเดินทางในระบบขนส่งสาธารณะ ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าในการออกแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม มุมมองความงามสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิมได้ และในทางศาสนานั้นให้ความสำคัญในการแต่งกายเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการปกป้องให้ผู้หญิงมีความปลอดภัย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยค้นพบองค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาวิจัย คือ ปัจจัยออกแบบแฟชั่น

ฮาลาล (Halal Factors) ปัจจัยสำหรับให้นักออกแบบนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายมุสลิมในบริบทอื่น ๆ ได้

จากการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ว่าการเลือกกลุ่มตัวอย่าง หากมีการกำหนดเฉพาะเจาะจงช่วงอายุ จะทำให้ทราบข้อมูลของผู้บริโภคที่เฉพาะเจาะจง และในการศึกษาลวดลายปักผ้าของชาวมุสลิม หากมีการเก็บรวบรวมสืบทอดภูมิปัญญาไว้ จะเป็นฐานข้อมูลเพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในแบบร่วมสมัย และการศึกษาวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาวิจัยในพื้นที่อื่นในประเทศ ตลอดจนควรจัดให้มีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมในแต่ละภูมิภาคด้วย

มหาวิทยาลัยศิลปากร

620430027 : Major CULTURE - BASED DESIGN ARTS

Keyword : Dress, Identity, Faith, Beauty, Muslim Women

MISS Waraporn SAMPAO : HALAL: Identity existence of faith and beauty to the context of Fashion Muslim Thesis advisor : Anucha Pangkesorn

The objectives of this research were; 1) to study Muslim women's halal dress culture, 2) to study Muslim women's dress culture and religious principles relating to fashion design, and 3) to design Muslim women's fashion that respects current religious beliefs. This development research employed a mixed method for data collection. The qualitative research was conducted through interviews with a sample population of religious leaders, Muslim scholars, designers, and 400 female Muslim consumers in Bangkok. The collected data on the needs and preferences of Muslim women were analyzed and together with fashion design principles, they determined the guidelines and theories for designing Muslim women's fashion.

The findings revealed that 1) Muslim women's halal dress culture is following religious principles and is regarded as a valuable aspect of beauty and virtue, and according to religious principles, the charm of concealment helps prevent harm, 2) Muslim women's current lifestyle culture focuses on simple dress styles which must be adaptable to several occasions. The shape of the dress must be loose without emphasizing body proportions, the design must be contemporary, the color scheme must either be the same tone for the entire dress or of non-contrasting colors, and must be adorned by signs of Muslim art and culture, and 3) the design of Muslim women's fashion which conforms to current religious beliefs resulted in the creation of shirts, pants, skirts, and dresses. The designs considered daily activities such as the type of work and the use of public transportation. It can be concluded that Muslim women’s fashion designs respecting current religious beliefs can be perceived as beautiful and its concealing nature ensures a woman's safety. The research discovered new knowledge of halal factors which designers can apply to design Muslim wear for others.

From the study findings, there is room for further research because the research’s sample population consisting of a specific age group provided only their consumer behavior. Additionally, the result from studying Muslim adornments indicated that documenting this traditional knowledge could preserve this valuable resource for contemporary applications. Furthermore, future comparative research should be conducted in other regions in Thailand to compare factors influencing changes in Muslim women's dress styles across various geographical areas.

# กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ ร.ต.อ. ดร.อนุชา แพ่งเกษร ที่กรุณาชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ในการเรียน การวิจัย แนวคิด รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในทุกช่วงเวลาการเรียนและการทำวิจัยมาโดยตลอด ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูวนาท รัตนรังสิกุล และอาจารย์ ดร.ศราวุธ ปิ่นทอง อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ที่กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตลอดจนมุมมองแง่คิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่การเรียนและงานวิจัย

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สาคร ชลสาคร ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางในการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วง

ขอขอบพระคุณ คุณสุธรรม บุญมาเลิศ (เลขานุการจุฬาราชมนตรี) และคุณวิโรจน์ บุญมาเลิศ (นักวิชาการและผู้นำศาสนา) ข้อมูลที่ได้รับนับว่าเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้เป็นอย่างมาก ตลอดจนได้เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับบริบทของฮาลาลในงานแฟชั่นมุสลิม

ขอขอบคุณอาจารย์ในสาขาวิชาศิลปะการออกแบบพัสตราภรณ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ได้เมตตาให้ข้าพเจ้ามีโอกาสลาศึกษาต่อและให้ความอนุเคราะห์ในการดำเนินให้การสอนแทนข้าพเจ้ามาโดยตลอด

ขอขอบคุณ คุณสุภาพร บุญมาเลิศ (ประธานกรรมการบริษัท S&D BML จำกัด) คุณจุฑากาญน์ กำลังงาม คุณโซบีญา ปาทาน คุณสกุลรัตน์ ซอหิรัญ คุณดนยา บุญมาเลิศ และคุณณัฐนรี บุญมาเลิศ

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ รุ่น 1 สาขาวิชาศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่คอยให้กำลังใจช่วยเหลือกันในทุก ๆ เรื่อง

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณครอบครัว คุณแม่ น้องสาว สามี และกัลยาณมิตรทุก ๆ ท่านที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือตลอดจนให้กำลังใจในการเรียนและการศึกษาวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

วราภรณ์ สำเภา

# สารบัญ

**หน้า**


บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ฉ

กิตติกรรมประกาศ ..... ช

สารบัญ ..... ซ

สารบัญตาราง ..... ฎ

สารบัญรูปภาพ ..... ฑ

บทที่ 1 บทนำ ..... 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ..... 1

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย ..... 3

1.3 สมมติฐานของการวิจัย ..... 3

1.4 ขอบเขตของการวิจัย ..... 3

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ ..... 3

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร ..... 4

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา ..... 4

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ..... 4

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ ..... 4

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ ..... 5

1.7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย ..... 5

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ..... 6

2.1 ศาสนาอิสลาม ..... 6

2.1.1 ความหมายของศาสนาอิสลามและมุสลิม ..... 6

2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ..... 8
2.2.1 ความหมายของอัตลักษณ์ ..... 9
2.2.2 ประเภทของอัตลักษณ์ ..... 11
2.3 ข้อกำหนดการแต่งกายตามหลักการของศาสนาอิสลาม ..... 12
2.3.1 ความหมายฮาลาล ..... 12
2.3.2 ความงามในบริบทสตรีมุสลิม ..... 12
2.3.3 หลักการแต่งกายของมุสลิม ..... 13
2.3.4 อัตลักษณ์การแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 16
2.3.5 พื้นที่สาธารณะกับการแต่งกายของสตรีมุสลิม ..... 17
2.3.6 หลักการออกกำลังกายในพื้นที่สาธารณะของสตรีมุสลิม ..... 18
2.3.7 สัญลักษณ์สีกับความเชื่อทางศาสนา ..... 21
2.3.8 สัญลักษณ์ของสีในศาสนาอิสลาม ..... 21
2.4 หลักการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ..... 22
2.4.1 หลักการออกแบบเครื่องแต่งกาย ..... 22
2.5 ประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ..... 28
2.5.1 การแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ..... 28
2.5.2 แฟชั่นกับโอกาสในการใช้งาน ..... 29
2.5.3 รูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในอดีต ..... 31
2.5.4 รูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในปัจจุบัน ..... 32
2.6 ข้อสรุปการทบทวนวรรณกรรม ..... 33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย ..... 34
3.1 แนวทางการดำเนินการวิจัย ..... 34
3.1.1 กระบวนการศึกษา ..... 34
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ..... 35

3.2.1 ประชากร ..... 35
3.2.2 กลุ่มตัวอย่างและการได้มาซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ..... 35
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ..... 38
3.3.1 เชิงคุณภาพ ..... 38
3.3.2 เชิงปริมาณ ..... 38
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ..... 39
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ..... 40
3.5.1 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ..... 40
3.5.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ..... 42
3.6 สรุป ..... 42
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ..... 44
4.1 ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 1 คือ การทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์จากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 : ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล ..... 45
4.1.1 ข้อค้นพบจากการทบทวนวรรณกรรม ..... 45
4.1.2 ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์ประเด็นสำคัญจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัย ..... 45
4.1.3 ผลสรุปจากการจัดสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ..... 46
4.1.4 บทสรุป ..... 48
4.2 ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 2 คือ การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคสตรีมุสลิมโดยการเก็บแบบสอบถามจากสตรีมุสลิม จำนวน 400 ราย ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 : การแต่งกายสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมเพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นสตรีมุสลิม ..... 49
4.2.1 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถาม ..... 49
4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ..... 50
4.3 ผลการสร้างสรรค์จากการศึกษานำร่อง ..... 69

4.3.1 การทดลองครั้งที่ 1 : การสร้างสรรค์ช่วงการศึกษานำร่องโดยการนำข้อมูลจากทบทวนวรรณกรรม มาออกแบบเป็นผลงานสร้างสรรค์ ..... 69
4.3.2 การทดลองครั้งที่ 2 : การสร้างสรรค์โดยการนำข้อมูลจากทบทวนวรรณกรรม และข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม ..... 72
4.3.3 การทดลองครั้งที่ 3 : การสร้างสรรค์ผลงานด้วยการบูรณาการนวัตกรรมการออกแบบจากผลสะท้อนจากปัญหาที่พบจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ..... 76
4.4 การดำเนินงานสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 83
4.4.1 ข้อค้นพบเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 85
4.4.2 ประมวลข้อค้นพบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 86
4.4.3 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมจากข้อค้นพบในการศึกษา ..... 88
4.4.4. ต้นแบบชุดสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน ..... 125
4.5 สรุปผลกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ ..... 140
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ ..... 144
5.1 สรุปผลการวิจัย ..... 144
5.2 การอภิปรายผล ..... 147
5.3 ข้อเสนอแนะ ..... 151
5.3.1 ข้อเสนอแนะทางวิชาการ ..... 151
5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ..... 152
5.3.3 การศึกษาวิจัยในอนาคต ..... 152
รายการอ้างอิง ..... 154
ภาคผนวก ..... 158
ภาคผนวก ก ผลพิจารณาการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ..... 159
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย ..... 162
ประวัติผู้เขียน ..... 174

# สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : อายุ ..... 50
ตาราง 2 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : สถานภาพ ..... 51
ตาราง 3 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : ระดับการศึกษา ..... 51
ตาราง 4 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : อาชีพ ..... 52
ตาราง 5 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : ระดับรายได้หรือรายรับต่อเดือน . 52
ตาราง 6 จำนวนและร้อยละแสดงสื่อการพิจารณาเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 53
ตาราง 7 จำนวนและร้อยละแสดงค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อเสื้อผ้า ..... 54
ตาราง 8 จำนวนและร้อยละแสดงความถี่การเลือกซื้อ ..... 54
ตาราง 9 จำนวนและร้อยละแสดงสถานที่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ..... 55
ตาราง 10 จำนวนและร้อยละแสดงความสนใจในราคาของแต่ละประเภทของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย 56
ตาราง 11 จำนวนและร้อยละแสดงเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 58
ตาราง 12 จำนวนและร้อยละแสดงความนิยมสวมใส่เสื้อผ้า ..... 58
ตาราง 13 จำนวนและร้อยละแสดงการเลือกซื้อเสื้อผ้าวัดตัวตัด และการออกแบบด้วยตนเอง/การให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมมุสลิมผ่านเครื่องแต่งกาย/การให้ความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่สามารถปรับได้สำหรับหรับการสวมใส่ในโอกาสต่าง ๆ /การให้ความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่ผสมผสาน ..... 59
ตาราง 14 จำนวนและร้อยละแสดงรูปแบบการแต่งกายที่สตรีมุสลิมสวมใส่ในชีวิตประจำวัน/ลักษณะและรูปทรงของเสื้อผ้าที่สตรีมุสลิมจะเลือกซื้อและสวมใส่ และการเลือกสีเสื้อผ้า ..... 60
ตาราง 15 จำนวนและร้อยละแสดงการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีมุสลิมในปัจจุบัน ..... 61
ตาราง 16 จำนวนและร้อยละแสดงการสวมฮิญาบเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม/ความสนใจในการปรับเปลี่ยนเสื้อผ้าในโอกาสต่าง ๆ /การแต่งกายตามแนวทางบทบัญญัติศาสนามีรูปแบบอย่างไรที่สวมใส่ได้และถูกต้อง ..... 62

ตาราง 17 จำนวนและร้อยละแสดงบุคลิกภาพของสตรีมุสลิม..... 63

ตาราง 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญกับเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านผลิตภัณฑ์..... 65

ตาราง 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ด้านราคา..... 66

ตาราง 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ด้านรูปแบบเสื้อผ้า..... 67

ตาราง 21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของการเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย..... 68

ตาราง 22 รายการตรวจสอบและวิเคราะห์กระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี..... 83

ตาราง 23 การออกแบบและวิธีการพัฒนาชุดต้นแบบ..... 88

# สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย ..... 5
ภาพที่ 2 การแต่งกายในงานพิธีทางศาสนาและการเข้าทำละหมาด ..... 16
ภาพที่ 3 การแต่งกายในชีวิตประจำวันของชายหญิงมุสลิม ..... 17
ภาพที่ 4 ชุดกีฬาฮิญาบ สำหรับผู้หญิงสตรีมุสลิม ..... 19
ภาพที่ 5 ไอเดียชุดกีฬาสำหรับผู้หญิงมุสลิม ..... 20
ภาพที่ 6 ตัวอย่างโครงร่างชุดแบบต่าง ๆ ..... 23
ภาพที่ 7 รายการผลิตภัณฑ์ (Item Category) ..... 28
ภาพที่ 8 เครื่องแต่งกายชุดทำงาน ..... 29
ภาพที่ 9 เครื่องแต่งกายชุดลำลอง ..... 30
ภาพที่ 10 เครื่องแต่งกายชุดงานสังสรรค์ ที่มา : ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2560). แรงบันดาลใจสู่การออกแบบแฟชั่น. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อันลิมิต พริ้นต์ติ้ง จำกัด. ..... 30
ภาพที่ 11 รูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในอดีต ..... 31
ภาพที่ 12 รูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในปัจจุบัน ..... 32
ภาพที่ 13 ข้อมูลสรุปทบทวนวรรณกรรม ..... 33
ภาพที่ 14 ตารางเทียบกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane ..... 37
ภาพที่ 15 แสดงขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ..... 39
ภาพที่ 16 การลงพื้นที่สัมภาษณ์วันที่ 7 เมษายน 2566 ..... 45
ภาพที่ 17 การจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2566 ..... 45
ภาพที่ 18 บทสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมและสนทนากลุ่มย่อย ..... 48
ภาพที่ 19 การลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม ..... 49
ภาพที่ 20 ลวดลายมิหร็อบในมัสยิดบางอ้อที่เป็นแนวความคิดนำมาสร้างสรรค์ชิ้นงาน ..... 69
ภาพที่ 21 แบบร่างทางความคิดการทดลองครั้งที่ 1 ..... 70

ภาพที่ 22 แสดงผลงานการทดลองครั้งที่ 1 ณ หอศิลป์และการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ ..... 71
ภาพที่ 23 แบบร่างแนวความคิดผลงานการทดลองครั้งที่ 2 ..... 72
ภาพที่ 24 ภาพร่างทางความคิดผลงานการทดลองครั้งที่ 2 ..... 73
ภาพที่ 25 ชุดผลงานการทดลองครั้งที่ 2 ..... 74
ภาพที่ 26 กรอบแนวความคิดในการออกแบบชุด ..... 75
ภาพที่ 27 แสดงโครงร่างชุดและวิธีการวัดสำหรับชุดเครื่องแต่งกายตามหลักการของศาสนา ..... 76
ภาพที่ 28 การพัฒนาสูตรตกแต่งต้านแบคทีเรีย ..... 77
ภาพที่ 29 ภาพกิจกรรมวิเคราะห์ทดสอบ ..... 78
ภาพที่ 30 สูตรต้นแบบผ้าฮิญาบต้านแบคทีเรีย ..... 79
ภาพที่ 31 การนำผ้าเข้าสู่กระบวนการทดสอบต้านแบคทีเรีย ..... 80
ภาพที่ 32 แสดงรายงานผลผ้าสำหรับทำฮิญาบต้านแบคทีเรีย ..... 81
ภาพที่ 33 แสดงรายงานผลการทดสอบผ้าสำหรับทำฮิญาบต้านแบคทีเรีย ..... 82
ภาพที่ 34 แสดงกระบวนการออกแบบ ..... 85
ภาพที่ 35 ประมวลข้อค้นพบเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 87
ภาพที่ 36 ลวดลายผ้าบนชิ้นงานทดลองครั้งที่ 1 ..... 89
ภาพที่ 37 ลายปักแบบที่ 1 ..... 90
ภาพที่ 38 ลายปักแบบที่ 2 ..... 91
ภาพที่ 39 ลายปักแบบที่ 3 ..... 92
ภาพที่ 40 ลายปักแบบที่ 4 ..... 93
ภาพที่ 41 ลายปักแบบที่ 5 ..... 94
ภาพที่ 42 การถอดแบบร่างโครงชุดสำหรับงานสร้างสรรค์ต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 95
ภาพที่ 43 โครงร่างชุดที่ใช้ในการสร้างสรรค์ต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 96
ภาพที่ 44 แรงบันดาลใจในการออกแบบ ..... 97
ภาพที่ 45 แนวความคิดในการออกแบบชุดต้นแบบสตรีมุสลิม ..... 98

ภาพที่ 46 กลุ่มเป้าหมายและบุคลิกของผู้บริโภคชุดเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมต้นแบบ ..... 99
ภาพที่ 47 กำหนดแนวทางของสีที่เลือกใช้ในคอลเลกชัน ..... 100
ภาพที่ 48 ผ้าใช้ในคอลเลกชันผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 101
ภาพที่ 49 การเลือกวัสดุเครื่องประกอบการปัก ..... 102
ภาพที่ 50 เทคนิคการตกแต่งประกอบชุด ..... 102
ภาพที่ 51 ออกแบบร่างทางความคิด (First Sketch) ..... 103
ภาพที่ 52 แบบร่างแบ่งประเภทโอกาสการสวมใส่ ..... 104
ภาพที่ 53 แบบร่างชุดทำงานกึ่งลำลอง (Business-Casual) ..... 104
ภาพที่ 54 แบบร่างชุดทำงานกึ่งลำลอง (Business–Casual) ..... 105
ภาพที่ 55 แบบร่างชุดงานสังสรรค์ (Party-Wear) ..... 106
ภาพที่ 56 แบบร่างชุดออกกำลังกาย (Active-Wear) ..... 107
ภาพที่ 57 แบบร่างชุดต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ..... 108
ภาพที่ 58 ภาพแสดงแบบร่างทางความคิดชุดต้นแบบ จำนวน 8 ชุด ..... 109
ภาพที่ 59 ภาพแสดงการขึ้นแม่แบบตัดเย็บ ..... 110
ภาพที่ 60 ภาพแสดงการขึ้นแม่แบบตัดเย็บ (ต่อ) ..... 111
ภาพที่ 61 ชุดต้นแบบที่ตัดเย็บโดยใช้ผ้าวัสดุใกล้เคียงกับวัสดุหลักของการวิจัย ..... 111
ภาพที่ 62 การจัดวางและเส้นที่ใช้ในการออกแบบชุดต้นแบบ ..... 112
ภาพที่ 63 ชุดต้นแบบชุดที่ 1 ..... 113
ภาพที่ 64 ชุดต้นแบบชุดที่ 2 ..... 114
ภาพที่ 65 ชุดต้นแบบชุดที่ 3 ..... 115
ภาพที่ 66 ชุดต้นแบบชุดที่ 4 ..... 116
ภาพที่ 67 ชุดต้นแบบชุดที่ 5 ..... 117
ภาพที่ 68 ชุดต้นแบบชุดที่ 6 ..... 118
ภาพที่ 69 ชุดต้นแบบชุดที่ 7 ..... 119

ภาพที่ 70 ชุดต้นแบบชุดที่ 8 ..... 120
ภาพที่ 71 บรรยากาศการสนทนากลุ่มย่อย ..... 121
ภาพที่ 72 ภาพแสดงบรรยากาศการให้คำแนะนำปรับชุดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัย ..... 121
ภาพที่ 73 ภาพแบบร่างชุดต้นแบบที่ได้คัดเลือกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัย จำนวน **5** ชุด .. 122
ภาพที่ 74 ภาพแสดงชุดการร่างแบบครั้งสุดท้าย (Final Design) ..... 124
ภาพที่ 75 ภาพชุดต้นแบบสตรีมุสลิม ..... 125
ภาพที่ 76 ภาพแสดงคอลเลกชัน ..... 126
ภาพที่ 77 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 1 : ด้านหน้า ..... 127
ภาพที่ 78 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 1 : ด้านหลัง ..... 128
ภาพที่ 79 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 1 : ด้านข้าง ..... 129
ภาพที่ 80 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 1 : แบบสวมฮิญาบ ..... 130
ภาพที่ 81 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 2 : ด้านหน้า ..... 131
ภาพที่ 82 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 2 : ด้านหลัง ..... 132
ภาพที่ 83 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 2 : ด้านข้าง ..... 133
ภาพที่ 84 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 2 : แบบสวมฮิญาบ ..... 134
ภาพที่ 85 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านหน้า ..... 135
ภาพที่ 86 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านหลัง ..... 136
ภาพที่ 87 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านข้าง ..... 137
ภาพที่ 88 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านข้าง (ต่อ) ..... 138
ภาพที่ 89 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : แบบสวมฮิญาบ ..... 139
ภาพที่ 90 กรอบแนวทางการออกแบบชุดต้นแบบแฟชั่นสตรีมุสลิม ..... 142
ภาพที่ 91 Halal Factors ..... 150

# บทที่ 1
# บทนำ

## 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกด้าน ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี อันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ระหว่างสังคม และระหว่างชาติพันธุ์ รวมถึงการแพร่กระจายแนวคิดพหุลักษณ์ทางสังคมและความหลากหลายอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมการท่องเที่ยว หรือวัฒนธรรมการแต่งกาย เมื่อมองการสะท้อนสัดส่วนการเพิ่มขึ้นของประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามจากศูนย์วิจัยพิว (Pew Research Center) ในประเทศสหรัฐอเมริกา ที่คาดว่า ในปี พ.ศ. 2593 หรืออีก 30 ปีข้างหน้าโลกจะมีประชากรประมาณ 9.3 พันล้านคน (หากสถิติการเพิ่มของประชากรโลกยังอยู่ในอัตราปัจจุบันเมื่อเทียบกับสถิติของปี พ.ศ. 2553) และโลกจะมีจำนวนประชากรมุสลิมกับชาวคริสต์ในสัดส่วน 2.8:2.9 พันล้านคน (30%:31%) นอกจากนี้หากพิจารณาเรื่องการนับถือศาสนา พบว่า ในปี พ.ศ. 2553 ศาสนาคริสต์มีผู้นับถือมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือประมาณร้อยละ 31 ของประชากร หรือประมาณ 2.2 พันล้านคน ซึ่งคิดเป็นหนึ่งในสามของประชากรโลกที่มีอยู่ 6.9 พันล้านคน ส่วนศาสนาอิสลามมีผู้นับถือเป็นอันดับสอง คือ 1.6 พันล้านคน หรือร้อยละ 23 (วาทินี บุญชะลักษี, 2562) และในประเทศไทยโดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร พบว่า ในปี พศ. 2561 จากประชากรทั้งหมด 6,355,100 คน ผู้นับถือศาสนาอิสลาม มีจำนวน 260,559 คน ประกอบด้วย เพศชาย 123,495 คน เพศหญิง 137,064 คน (กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า การศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมที่เป็นลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบ ความกลมเกลียว ความมีศีลธรรมอันดี เป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญโดยเฉพาะในยุคที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วรวมถึงกระแสเสรีนิยมที่คนต่างมองว่า การแต่งกายของสตรีมุสลิมที่แสดงออกให้เห็น สื่อถึงความแตกต่างทางสัญลักษณ์กับการตีความหลักศาสนาและการต่อรองกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์ ยังคงอัตลักษณ์ความเป็นมุสลิม ทั้งนี้เมื่ออัตลักษณ์มุสลิมท้องถิ่น กล่าวคืออัตลักษณ์ของชาวมุสลิมซึ่งเติบโตในชุมชนมุสลิม เผชิญหน้ากับอัตลักษณ์ต่างวัฒนธรรมจนเกิดการหล่อหลอมผสมผสานขึ้น ยกตัวอย่างของการหลอมรวมของอัตลักษณ์มุสลิม เช่น การคลุมฮิญาบแต่สวมเสื้อรัดรูปตามแฟชั่น อย่างไรก็ตามยังมีมุสลิมในประเทศไทยและทั่วโลกที่ต่างรู้สึกหวงแหนอัตลักษณ์เดิมซึ่งเป็นแรงผลักดันในการกอบ

กู้อัตลักษณ์เดิมกลับคืนมา และแนวทางการตอบโต้ คือ การกลับไปศึกษารากเหง้าของศาสนาและใช้เทคโนโลยีความทันสมัยจากตะวันตกเป็นเครื่องมือในการตอบโต้ หรือการแสดงออกอย่างมุสลิมโลกในปัจจุบัน (ฮาฟีส สาและ, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับ Siti Hasnah and Harmimi Harun (2016, p.476) ที่กล่าวว่า สตรีมุสลิมในประเทศกำลังพัฒนามีวิวัฒนาการมาจากการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมไปสู่วิถีชีวิตสมัยใหม่ เนื่องจากผู้หญิงมีการศึกษามากขึ้น ทำงานและมีรายได้มากขึ้น ในฐานะที่เป็นสตรีมุสลิมสมัยใหม่ที่มีความซับซ้อน พวกเธอได้เปลี่ยนแปลงตัวเองในการแต่งกายและสวมฮิญาบ ในขณะที่การปฏิบัติตามระเบียบการแต่งกายของศาสนาเป็นผลให้แฟชั่นผู้หญิงมุสลิมที่สวมชุดแฟชั่นกับผ้าคลุมศีรษะ (ฮิญาบ) ที่เข้าชุดกันกำลังเฟื่องฟู รูปแบบการแต่งตัว แรงจูงใจด้านแฟชั่นความเป็นเอกลักษณ์ของแฟชั่น และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการบริโภคแฟชั่นฮิญาบ ปัจจุบันประเทศมุสลิมส่วนใหญ่ยอมรับความเป็นสากลของอิสลาม ซึ่งเปิดโอกาสให้สตรีมุสลิมได้แสดงออกถึงความเป็นตัวเองผ่านแนวความคิดทางแฟชั่นสมัยใหม่กับความหลากหลายรูปแบบของเครื่องแต่งกายและสีสันที่จัดจ้านขึ้นด้วยชุดแบบสมัยใหม่และแบบดั้งเดิม

ทั้งนี้ นริศรา สื่อไพศาล (2558, น.7-8) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนะของสตรีมุสลิมชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร แต่ละคนต่างมีมุมมองที่แตกต่างกันในเรื่องของศาสนบัญญัติ ทั้งในเรื่องการแต่งกายรวมถึงข้อบัญญัติการใช้ชีวิตในแง่มุมต่าง ๆ สำหรับปัจจุบันในประเทศไทยผู้นับถือศาสนาอิสลามหรือประชากรชาวมุสลิมมีสัดส่วนที่น้อยกว่าผู้นับถือศาสนาพุทธ (กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) ด้วยเหตุผลนี้จึงทำให้ชาวมุสลิมจำเป็นต้องปรับตัวในหลาย ๆ แง่มุม โดยเฉพาะผู้หญิงมุสลิมที่มีการแสดงออกทางอัตลักษณ์ทางศาสนาทั้งในแง่การดำเนินชีวิตและการแต่งกายซึ่งเป็นส่วนที่แสดงให้เห็นได้จากภายนอก

จากความเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของสตรีมุสลิมทั่วโลก ในความร่วมสมัยและการแต่งกายที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม หากพิจารณาในเรื่องของการปรับตัวผู้ที่ปรับตัวก่อนย่อมมีทางเลือกได้มากกว่า มีทางเลือกที่สามารถออกแบบได้จากการนำหลักการแต่งกายตามหลักศาสนามาประยุกต์ใช้กับความร่วมสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่เมื่อใดก็ตามที่ไม่มีการปรับตัวเมื่อถึงจุดหนึ่งก็จะถูกบังคับให้ต้องมีการปรับตัว และในเรื่องการแต่งกายก็จะมีทางเลือกที่น้อยลง จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญในการนำเรื่อง ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม มาเป็นกรณีศึกษาตัวอย่าง เนื่องจากเรื่องแฟชั่นเครื่องแต่งกายมุสลิมตามวิถีฮาลาล สตรีมุสลิมยุคใหม่ทั่วโลกได้ออกมาเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพมากขึ้น โดยเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วทั้งโลกมุสลิม นอกจากเหตุผลดังกล่าวแล้วผู้วิจัยในฐานะที่ศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรม มีความเห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่สังคมมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม

และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยมีบทบัญญัติที่มีความยืดหยุ่น และมีความประนีประนอมระหว่างจารีตประเพณีของแต่ละศาสนา ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบการแต่งกายที่สอดคล้องกับบริบทของสตรีมุสลิมในปัจจุบัน แต่ยังคงแสดงถึงความตระหนักในหลักการแต่งกายตามหลักศาสนาอิสลามที่เป็นอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

**1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

การศึกษาวิจัย ฮาลาล : อัตลักษณ์และการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม มีความมุ่งหวังเพื่อเผยแพร่เป็นองค์ความรู้ ความเข้าใจ และให้เกิดความยั่งยืน ผู้วิจัยจึงมีประเด็นในการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล
2. ศึกษาการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรม เพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่น
3. ออกแบบแฟชั่นการแต่งกายของสตรีมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

**1.3 สมมติฐานของการวิจัย**

คาดการณ์ กระบวนการในการศึกษาข้อบัญญัติทางศาสนา ไม่ได้เป็นอุปสรรคในการออกแบบแฟชั่นสมัยใหม่ ยังคงรักษาอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามตามหลักฮาลาลของศาสนาอิสลาม โดยสามารถพัฒนาให้เข้ากับบริบทร่วมสมัยปัจจุบัน สร้างทัศนคติหรือการรับรู้ใหม่ในการออกแบบแฟชั่นการแต่งกายของสตรีมุสลิมได้

**1.4 ขอบเขตของการวิจัย**

**1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่**

การศึกษาวิจัย ฮาลาล : อัตลักษณ์และการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม จัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างสตรีชาวมุสลิมที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

**1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร**

การศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยมี 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์ผู้นำศาสนา นักวิชาการมุสลิม นักออกแบบ และสตรีมุสลิมที่เป็นผู้บริโภค (การสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม)
2. กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ สตรีมุสลิมอายุระหว่าง 25 - 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร (กลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม)

**1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา**

การศึกษาวิจัย ฮาลาล : อัตลักษณ์และการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม มุ่งเน้นศึกษาเนื้อหา หลักคำสอน บทบัญญัติ ความเชื่อ วัฒนธรรมอิสลาม หลักการแต่งกายของสตรีมุสลิม และวิถีชีวิตที่มีผลต่อการแต่งกายของสตรีมุสลิมในปัจจุบัน รวมถึงแนวคิดทฤษฎีด้านการออกแบบ องค์ประกอบทางแฟชั่นในบริบทฮาลาล เพื่อนำมาสร้างสรรค์อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามของการแต่งกายของสตรีมุสลิม และเป็นต้นแบบการกำหนดข้อมูลองค์ประกอบทางแฟชั่นในบริบทฮาลาล เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบต่อไปในอนาคต

**1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา**

การศึกษาวิจัย ฮาลาล : อัตลักษณ์และการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

การวิจัยนี้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลดำเนินการสัมภาษณ์ การสอบถาม การสนทนากลุ่มย่อย โดยเริ่มดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2565 ถึงเดือนมิถุนายน 2566 จากนั้นนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ สร้างต้นแบบ ปรับแก้ไขแบบจากการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อให้ได้แนวทางการปรับเป็นชุดต้นแบบ และสรุปผลสำหรับสร้างอัตลักษณ์ต้นแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน

**1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ**

**ฮาลาล** หมายถึง รูปแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่อยู่ในกรอบหลักการแต่งกายของศาสนา

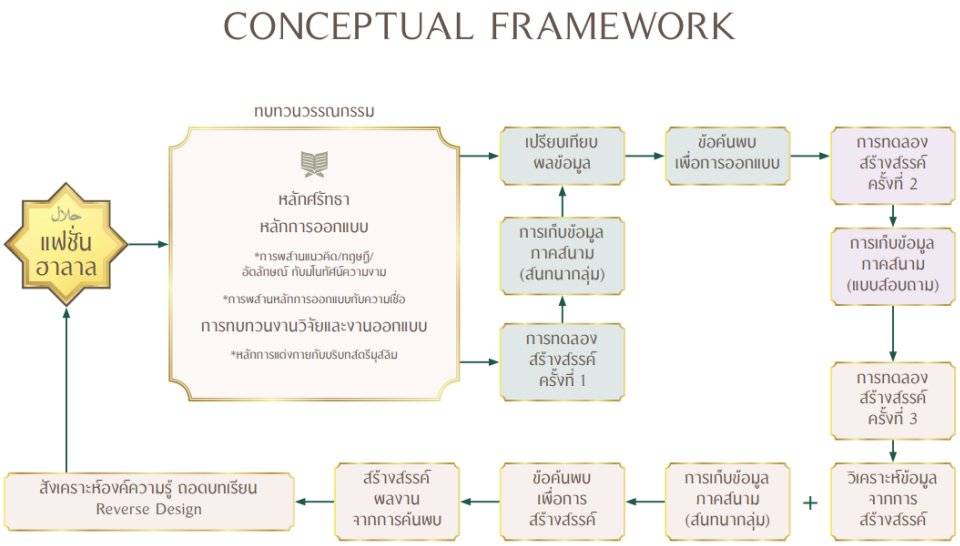
**เครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม** หมายถึง เสื้อ กางเกง กระโปรง ผ้าคลุมผม (ฮิญาบ) และชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress)

**แฟชั่นมุสลิม** หมายถึง รูปแบบเครื่องแต่งกายสตรีกับการใช้งาน เช่น ชุดทำงาน ชุดลำลอง และชุดงานสังสรรค์

## 1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้แนวทางการแต่งกายของสตรีมุสลิมในปัจจุบันที่สะท้อนให้เห็นถึงการกำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่น ตามบัญญัติของศาสนาในแง่มุมของความงามทางสุนทรียะกับความงามในบริบทฮาลาล
2. ได้แนวทางองค์ประกอบการออกแบบแฟชั่นมุสลิม (Fashion Elements) ที่เป็นต้นแบบการพัฒนารูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นที่ตอบโจทย์ปัจจัยวิถีการดำเนินชีวิตสตรีมุสลิมปัจจุบัน
3. ได้รูปแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น ผ่านมุมมองความงามการดำรงอยู่ของความศรัทธาในวิถีการดำเนินชีวิตของสตรีในสังคมเมืองปัจจุบัน

## 1.7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย




ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา เมื่อ 12 ธันวาคม 2565

# บทที่ 2
# วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้เป็นการศึกษาข้อมูลและแนวคิดทฤษฎีเพื่อนำไปสู่กระบวนการวิจัยเพื่อให้ได้แนวทางวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่สะท้อนการกำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นที่ถูกหลักการแต่งกายของสตรีมุสลิม เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบแฟชั่นมุสลิมที่เป็นต้นแบบการพัฒนารูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นของสตรีมุสลิมในปัจจุบัน ผ่านมุมมองความงามในการดำรงอยู่ของความศรัทธาตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยมีเนื้อหาของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการศึกษาดังนี้

## 2.1 ศาสนาอิสลาม

อิสลามเป็นที่รู้จักในนามของศาสนาที่จัดอยู่ในประเภทของเอกเทวนิยม (Monotheism) และเป็นหนึ่งในกลุ่มศาสนาอับราฮัมที่บัญญัติไว้ในคัมภีร์อัลกุรอาน คัมภีร์ศักดิ์สิทธิ์ของอิสลามที่ถือว่าเป็นพระวจนะคำต่อคำของพระเจ้า (อัลลอฮ์) และสำหรับสาวกส่วนใหญ่เป็นคำสอนและตัวอย่างเชิงบรรทัดฐาน (เรียกว่าสุนัต และประกอบด้วยหะดีษ) ของมุฮัมมัด เป็นศาสดา (นบี) องค์สุดท้ายของพระเจ้าเป็นหนึ่งและหาที่เปรียบไม่ได้ และจุดประสงค์ของการดำรงอยู่คือเพื่อรักและรับใช้พระผู้เป็นเจ้า

### 2.1.1 ความหมายของศาสนาอิสลามและมุสลิม

ศาสนาอิสลาม (อังกฤษ : Islam) เป็นคำภาษาอาหรับ แปลว่า การยอมจำนน การปฏิบัติและการนอบน้อม เมื่อนำคำว่า “อิสลาม” มาเป็นชื่อของศาสนาจึงมีความหมายว่าเป็นศาสนาแห่งการยอมนอบน้อมจำนนต่อพระเจ้า คือ อัลลอฮ์ (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, ม.ป.ป.)

อิสลาม คือ ศาสนาแห่งอัลลอฮ์ พระผู้เป็นเจ้าแห่งสากลโลก ผู้ทรงสร้างสรรพสิ่งทั้งหลายและด้วยความเมตตาของพระองค์ที่ได้ทรงประทานคัมภีร์พร้อมส่งบรรดาศาสนทูตมาบอกทางและสัจธรรมในทุกยุคทุกสมัย เพื่อการเป็นอยู่อย่างสงบสุขของมนุษยชาติ อิสลามเป็นศาสนาที่สมบูรณ์และสวยงาม มีความรัดกุม มีความสมดุลในทุกเรื่อง เป็นศาสนาที่ให้ความรัก ความเมตตา ความง่ายดาย นำมาซึ่งประโยชน์ในทุกแง่มุม เป็นศาสนาที่ป้องกันและแก้ปัญหาในทุกด้าน ไม่มีปัญหาใดที่เกิดขึ้นบนโลกนี้ นอกจากว่าอิสลามจะมีคำตอบและทางออกให้เสมอ (คณาจารย์ศูนย์แนะนำรู้จักอิสลาม, 2564, น.1)

อัล-อิสลาม ตามหลักภาษา คือ การนอบน้อมและการยอมจำนนต่ออัลลอฮ์ ด้วยการเชื่อฟังและปฏิบัติตามคำสั่งของพระองค์ พระผู้เป็นเจ้าและผู้อภิบาลแห่งสากลโลก ผู้สร้างสรรพสิ่งทั้งมวล ความหมาย อัล-อิสลาม ในรูปแบบที่กว้าง คือ ศาสนาของอัลลอฮ์ที่ได้ทรงประทานลงมาเพื่อเป็นทางนำธรรมและธรรมนูญแก่มนุษยชาติโดยผ่านสื่อกลาง คือ บรรดาศาสนทูต ตั้งแต่ท่านนบีอาดัม จนกระทั่งถึงท่านนบีมูฮัมหมัดศาสนทูตคนสุดท้าย โดยที่พวกเขาต่างเรียกร้องผู้คนสู่การศรัทธาต่ออัลลอฮ์ และภักดีต่อพระองค์เพียงองค์เดียว

ส่วนความหมายของ อัล-อิสลาม ในทางเจาะจง และเป็นที่รู้จักกันนั้น คือ ศาสนาที่อัลลอฮ์ได้ประทานให้แก่มนุษยชาติยุคสุดท้ายนี้ โดยผ่านท่านนบีมูฮัมหมัด ศาสนทูตท่านสุดท้ายกับหลักการและบทบัญญัติที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ที่สุด ดังนั้นการปฏิบัติตามหลักของอิสลาม และการดำเนินชีวิตตามแบบฉบับของท่านนบีมูฮัมหมัด (ขออัลลอฮ์ทรงอำนวยพรและความศานติสุขแก่ท่าน) ในทุก ๆ มิติ อาทิ เรื่องของการศรัทธา ความเชื่อที่ใสสะอาด เรื่องการปฏิบัติศาสนกิจ การปฏิบัติตนในสังคม ศีลธรรม จรรยามารยาท การปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยสิทธิและหน้าที่ต่อกันและกัน (คณาจารย์ศูนย์แนะนำรู้จักอิสลาม, 2564, น.50-51)

ผู้ที่ศรัทธานับถือ ศาสนาอิสลาม เรียกว่า “มุสลิม” หมายถึง ผู้ที่นอบน้อมต่อพระผู้เป็นเจ้าแต่เพียงผู้เดียวและมีรูปแบบแบบแผนของวัฒนธรรมอิสลามในการดำเนินชีวิต และกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งมุสลิมทุกคนต้องปฏิบัติศาสนกิจตามวัฒนธรรมอิสลามที่ปรากฏในคัมภีร์อัลกุรอานโดยเท่าเทียมกันหมด

ผู้นับถือศาสนาอิสลาม หากเป็นบุรุษจะเรียกว่า มุสลิม หรือเป็นสตรีจะเรียกว่า มุสลิมะฮ์ หรือเรียกโดยรวมว่า อิสลามิกชน คำว่า “มุสลิม” เป็นคำที่ยืมมาจากภาษาอาหรับ แปลว่า ผู้ศิโรราบ ผู้ภักดี มนุษย์ทุกคนสามารถเป็นมุสลิมได้โดยการปฏิญาณตน มุสลิมนั้นไม่จำกัดเผ่าพันธุ์ อายุ เพศ และวรรณะ ผู้ที่เป็นมุสลิมจะต้องปฏิบัติตามศาสนวินัยต่าง ๆ ของอิสลาม (ทั้งวาญิบ และ ฮะรอม)

ผู้ที่เป็นมุสลิมต้องปฏิบัติตามหลักศาสนกิจ 5 ประการดังนี้ คือ การกล่าวคำปฏิญาณตนเข้ารับอิสลาม การละหมาด 5 เวลาในแต่ละวัน การถือศีลอดในเดือนรอมฎอน การบริจาคทาน (ซะกาต) และการทำฮัจญ์ ผู้ที่เป็นมุสลิมมีหลักความศรัทธา 6 ประการ นั่นคือ ศรัทธาในพระเจ้าองค์เดียว (อัลลอฮ์) ศรัทธาต่อบรรดาเทวทูต ศรัทธาต่อบรรดาคัมภีร์ ศรัทธาต่อบรรดาศาสนทูต ศรัทธาต่อวันสิ้นโลก ศรัทธาในกำหนดสภาวการณ์ทั้งมวลล้วนมาจากอัลลอฮ์ (คณาจารย์ศูนย์แนะนำรู้จักอิสลาม, 2564, น.53-59)

หลักศรัทธาในศาสนาอิสลามนั้นมี 6 ประการ

1. ศรัทธาในพระผู้เป็นเจ้าอัลลอฮ์

2. ศรัทธาในบรรดามลาอิกะฮ์ ของอัลลอฮ์ หรือเทวทูต

3. ศรัทธาในบรรดาคัมภีร์ คัมภีร์ในศาสนาอิสลามชื่อว่า คัมภีร์อัลกุรอาน

4. ศรัทธาในบรรดาศาสดาหรือนบี หมายถึง ผู้ที่ได้รับโองการมาเพื่อปฏิบัติตามที่พระผู้เป็นเจ้าทรงใช้และงดเว้นในสิ่งที่พระองค์ทรงห้ามโดยเฉพาะตนเองเท่านั้นไม่มีหน้าที่ต้องเผยแพร่ต่อบุคคลทั่วไป

5. การศรัทธาในวันพิพากษาและมุสลิมต้องศรัทธาว่า โลกนี้เป็นโลกแห่งการทดลองเป็นโลกที่ต้องมีวันแตกสลาย ซึ่งวันนั้นเรียกว่าวันกะยามะฮ์หรือวันแห่งการพิพากษาเป็นวันที่ทุกชีวิตจะบังเกิดอีกครั้งหนึ่ง เพื่อถูกชำระการงานที่เขาได้ประกอบไว้บนโลกนี้ ความเชื่อที่ว่าการงานของมนุษย์ไม่สูญหายต้องมีการตอบแทนเสมอนั้น เป็นหลักหนึ่งของการศรัทธาในวันสุดท้ายและวันปรโลกผู้ใดตระหนักว่ามีการตอบแทนผลดีผลชั่วของตนในวันปรโลก ผู้นั้นก็จะระมัดระวังในการงานและความประพฤติของตนมากขึ้น อนึ่งเมื่อสิ่งมีชีวิตได้กำเนิดขึ้นอีกครั้งในวันสิ้นโลกหรือวันแห่งการพิพากษาแล้วทุกชีวิตอันเป็นนิรันดร์ในโลกที่เรียกว่า อาคีรัต

6. การศรัทธาต่อกฎกำหนดสภาวการณ์แห่งธรรมชาติ แห่งชีวิต คำว่า “ศรัทธา” หมายถึง ความเชื่อถือ ความเลื่อมใส

## 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์

สังคมมนุษย์ คือ การอยู่ร่วมกันของมนุษย์โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหลายรูปแบบ เช่น อาชีพ อายุ เพศ ศาสนา ฐานะ ที่อยู่อาศัย สังคมของมนุษย์เกิดจากกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันไม่ว่าในด้านใด เช่น ประเทศ จังหวัด และอื่น ๆ และมักจะมีวัฒนธรรมหรือประเพณี รวมถึงภาษา การละเล่น อาหารการกินของคนในแต่ละพื้นที่ การที่มนุษย์มาอยู่รวมกันเป็นสังคมนั้นเพราะมนุษย์มีพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันเพื่อช่วยตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ พฤติกรรมเหล่านั้นได้ขัดเกลามาเป็นลำดับจนกลายเป็นวัฒนธรรม ดังนั้นในแต่ละสังคมจึงย่อมมีวัฒนธรรมเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น แม้ว่าจะมีการแบ่งชนกลุ่มต่าง ๆ ตามภาษาพูดที่หลากหลายแต่วัฒนธรรมจะแสดงให้เห็นถึงความเป็นปึกแผ่น การมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์อย่างเด่นชัดและหลากหลายได้กลายเป็นวัฒนธรรมหลักของศาสนาในประเทศนั้น ๆ

**2.2.1 ความหมายของอัตลักษณ์**

คำว่า อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัด-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัด-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณ์ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Identity (อ่านว่า ไอ-เด็น-ติ-ตี้) หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจดจำได้ เช่น นักร้องกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ทางเสียงที่เด่นมาก ใครได้ยินก็จำได้ทันที ซึ่งในสังคมแต่ละสังคมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง ยุคโลกาภิวัตน์ทำให้อัตลักษณ์ของสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไป (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2550)

“อัตลักษณ์” มาจากภาษาบาลี คือ อัตตะ รวมกับคำว่า ลักษณ โดยที่ อัตตะ มีความหมายว่า ตัวของตน ส่วน “ลักษณะ” หมายถึงสมบัติเฉพาะตัว อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการให้คำนิยามและตีความหมายเชิงคุณค่า ซึ่งคุณค่าเหล่านั้นไม่จำเป็นต้องได้รับความเป็นสากลแต่เป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือการสร้างตัวตนจากวัฒนธรรมย่อยก็ได้ ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งพหุลักษณ์ทางสังคมซึ่งไม่เหมือนกับเอกลักษณ์ในคำนิยามสมัยแรกที่จะต้องสร้างเพื่อความเป็นปึกแผ่นของสังคมเท่านั้น แต่อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการยอมรับในการมีอยู่ของปัจเจกอย่างจริงจัง (ประสิทธิ์ ลีปรีชา, 2547, น.32)

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546, น.2) กล่าวว่า อัตลักษณ์ (Identity) เป็นมโนทัศน์ที่คาบเกี่ยวสัมพันธ์กับวิชาหลายแขนงทางสังคมศาสตร์ทั้งสังคมวิทยา มานุษยวิทยา จิตวิทยา และปรัชญา อัตลักษณ์มีความสำคัญเป็นพิเศษเนื่องจากเป็นการเชื่อมต่อระหว่างขั้วทั้งสอง ในด้านหนึ่งอัตลักษณ์คือความเป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับสังคม ความหมายของอัตลักษณ์นี้ ประสิทธิ์ (2547) ได้กล่าวถึงความหมายของอัตลักษณ์ว่า อัตลักษณ์ (Identity) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน คือ Identitas เดิมใช้คำว่า Idem ซึ่งมีความหมายว่าเหมือนกัน อย่างไรก็ตามโดยพื้นฐานภาษาอังกฤษแล้ว อัตลักษณ์มีความหมายสองนัยด้วยกัน คือ ความหมายเหมือนและความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป นั่นคือการตีความหมายเหมือนกันบนพื้นฐานของความสัมพันธ์ และการเปรียบเทียบกันระหว่างคนหรือสิ่งของในสองแง่มุมมองคือ ความคล้ายคลึงและความแตกต่าง

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2554, น.155) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์มีความสำคัญต่อระบบสังคม กล่าวคือ ประการแรกทำให้เรารู้สึกว่าเป็นตัวเราหรือพวกเราที่แตกต่างจากคนอื่น โดยไม่จำเป็นต้องมีเพียงหนึ่ง แต่อาจมีหลายลักษณ์ที่ประกอบขึ้นมา อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของที่ถูกสร้างขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ซึ่งบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะ ลักษณะพิเศษที่จะบ่งบอกตัวตนของสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น และยังกล่าวต่ออีกว่า อัตลักษณ์นั้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอย ๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่งและวัฒนธรรมก็เป็นสิ่ง

สร้างทางสังคม (Social Construct) นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้นสามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่าง ๆ (Creating Meanings) ผ่านทางระบบต่าง ๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์ ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัด-ตะ) ซึ่งหมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจดจำได้ซึ่งมีความหมายตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Identity

สุชาติ เศรษฐมาลินี (2557, น.320) กล่าวว่า อัตลักษณ์ เป็นแหล่งของความหมายและประสบการณ์ของผู้คนหนึ่ง ๆ ที่บ่งบอกความเป็นตัวตนว่าเขาคือใคร เขารับรู้ตัวเองได้อย่างไรในขณะที่มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ดังนั้น โดยการมองผ่าน อัตลักษณ์ ย่อมทำให้เราสามารถเข้าใจกระบวนการสร้างความหมายของผู้คนผ่านปัจจัยต่าง ๆ ได้มากมาย เช่น ปัจจัยทางชีววิทยา ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เครื่องมือ ทางอำนาจของผู้ปกครอง และคำสอนของศาสนา เป็นต้น การสร้างอัตลักษณ์จึงเกิดขึ้นในบริบทของความสัมพันธ์เชิงอำนาจเสมอ

จากการเปลี่ยนแปลงความหมายของ อัตลักษณ์ (Identity) ข้างต้นส่งผลการทำความเข้าใจในกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้มิติเวลาเร่งเร็วขึ้นและมิติพื้นที่หดแคบลง เกิดการสื่อสารแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างรวมเร็วและหลากหลาย ทั้งในแง่ของตนเองในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและแง่ของสังคมในการดำเนินชีวิตตามบทบาทหน้าที่ในกรอบของสังคมนั้น ๆ ซึ่งอัตลักษณ์เปรียบเสมือนตัวกลางที่เชื่อมต่อระหว่างความเป็นปัจเจกบุคคลกับสังคม เมื่อบุคคลตั้งคำถามกับตนเองว่า “ฉันคือใคร” จะสามารถอธิบายคำตอบได้ตามมิติหรือประเภทของอัตลักษณ์ที่แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) เป็นคำตอบจากตัวเอง ลักษณะที่บุคคลให้คำนิยามกับตนเองว่าตนเองคือใครและคำตอบจากผู้อื่นที่มีต่อตัวเราเรียกว่า อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) (ธันย์ชนก ช่างเรือ, 2559, น.85-86)

**2.2.2 ประเภทของอัตลักษณ์**

สุจรรยา โชติช่วง (2555) กล่าวว่า อัตลักษณ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) เป็นการมองตนเองในแง่มุมต่าง ๆ ของสังคม ว่าเราเป็นใคร เป็นการแสดงออกถึงการรับรู้ การรู้จักตนเอง จากการปฏิสัมพันธ์กับสังคม สภาพแวดล้อม ผ่านการแสดงออกในรูปแบบของสถานะ เช่น เพศ ตำแหน่ง หน้าที่ บทบาททางสังคม เป็นต้น

2) อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เป็นการแสดงออกถึงผลของกระบวนการขัดเกลาทางสังคม การเปลี่ยนแปลงระบบการศึกษา วัฒนธรรม ผ่านการแสดงออกในรูปแบบของวิถีชีวิต ทัศนคติ ความเชื่อ และแบบแผนพฤติกรรมการแสดงออกผ่านสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเข้าใจร่วมกันของคนในสังคมนั้น ๆ เช่น พิธีกรรม ประเพณี เรื่องเล่า ตำนาน ประวัติศาสตร์ เป็นต้น

อัตลักษณ์ของมุสลิมเป็นสิ่งที่สะท้อนออกมาจากมุสลิมทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม โดยมีรากเหง้ามาจากศาสนาอิสลาม การเข้าใจแนวคิดและบริบทของมุสลิมนั้นนับเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำความเข้าใจเรื่องอัตลักษณ์ของมุสลิม เป็นโครงสร้างทางสังคมที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ร่วมของมุสลิม โดยทำหน้าที่หลอมรวมความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางศาสนาและบริหารความหลากหลายของอัตลักษณ์ในสังคมด้วย ดังนั้นอัตลักษณ์ของมุสลิมจึงก่อร่างมาจากความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนทางศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ความศรัทธา การปฏิบัติศาสนกิจ รวมทั้งความสัมพันธ์กับสังคมรอบข้าง (สุชาติ เศรษฐมาลินี, 2557, น.320-321)

อัตลักษณ์ร่วมหรืออัตลักษณ์ทางสังคม ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในสังคมผ่านการแต่งกายทางวัฒนธรรมของสตรีมุสลิมนั้น เกิดจากการที่คนในสังคมหรือคนที่นับถือศาสนาอิสลามถือปฏิบัติตามหลักคำสอนในทางศาสนาเพื่อเป็นการปกป้องสตรีจากภัยอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นก็ได้ เมื่อมีการปฏิบัติร่วมกันและสืบเนื่องต่อกันมาจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีในทางสังคมวิทยามองว่า เมื่อบุคคลมาอยู่ร่วมกันในสังคมก็มีการติดต่อสื่อสารกันหรือมีการกระทำทางสังคมระหว่างกัน (Social Identity) โดยพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมาเป็นปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) ขึ้นอยู่กับสังคมตามโครงสร้างทางสังคมนั้น ๆ การกระทำระหว่างทางสังคมทำให้บุคคลตามสถานการณ์ที่ตนสัมพันธ์

## 2.3 ข้อกำหนดการแต่งกายตามหลักการของศาสนาอิสลาม

### 2.3.1 ความหมายฮาลาล

ฮาลาล (Halal) ในภาษาอาหรับที่ถูกต้องควรออกเสียงว่า ฮะลาล แปลว่า ถูกต้องตามกฎ (Lawful) อนุญาต หรืออนุมัติ (Permit) ซึ่งตรงกับคำว่า ฮารอม (Haram) ที่ต้องควรออกเสียงว่า ฮะรอม แปลว่า ผิดกฎ (Unlawful) ต้องห้าม หรือ ไม่อนุมัติ (Prohibit) ส่วนฮาลาลในทางนิติศาสตร์อิสลาม หมายถึง สิ่งที่อัลลอฮ์และท่านนบีมุฮัมมัด ทรงอนุมัติ และฮารอม หมายถึง สิ่งที่อัลลอฮ์ทรงห้าม ซึ่งในความหมายโดยรวมของ ฮาลาล คือ การอนุมัติ อนุญาต ของสิ่งของหรือการกระทำการใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนาอิสลาม

ฮาลาล คือ การปฏิบัติในสิ่งที่อนุมัติ (ฮาลาล) และไม่ปฏิบัติในสิ่งที่เป็นข้อห้าม (ฮารอม) ด้วยความเต็มใจและยินดี ในอิสลามจึงมิได้หมายถึงการบริโภคอาหารเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงวิถีการดำเนินชีวิตในทุก ๆ ด้าน เพราะอิสลามคือระบอบแห่งการดำเนินชีวิต

### 2.3.2 ความงามในบริบทสตรีมุสลิม

คำว่า “ความงาม” ในภาษาไทยนั้นมีความหมายหลากหลายและกว้างใหญ่ครอบคลุมมากกว่าแค่สิ่งที่ตามองเห็น ในหลายครั้งความงามหมายถึงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับจิตใจ (ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์, 2560, น.8)

ความงาม คือ สิ่งที่อยู่เคียงคู่กับมนุษย์มาช้านาน มีการค้นพบหลักฐานว่าตลอดประวัติศาสตร์ที่กินช่วงเวลานานกว่าแสนปี มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่แสวงหาความงามมาโดยตลอด มีทั้งความพยายามที่จะเรียนรู้ สั่งสมความรู้ และถ่ายทอดวิชาความเข้าใจเกี่ยวกับความงามจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งอย่างไม่เคยหยุดหย่อน (ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์, 2560, น.1)

ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์ (2560, น.1) กล่าวว่า “เป้าหมายสูงสุดของความงามไม่ได้อยู่ที่ความงาม แต่อยู่ที่ความเป็นหนึ่งเดียว”

พิบูล ไวจิตกรรม (2555, น.12-13) กล่าวว่า ในพระคัมภีร์อัลกุรอานไม่เคยกล่าวถึงศิลปะโดยตรง แต่มักจะบรรยายถึงความงามที่พระเจ้าทรงสร้าง โดยมุสลิมทุกคนได้นำไปใช้ในชีวิตประจำวันอย่างมีสติและด้วยศรัทธา คำนึงถึงประโยชน์ ระเบียบและเหตุผล ความงามที่ได้จากการถอดความหมายของอัลกุรอานเปรียบเสมือนแนวคิดหรือทิศทางการออกแบบ ที่ศิลปินอิสลามถ่ายทอดลงไปในลวดลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษา และตัวอักษรประดิษฐ์ เมื่อนำมาใช้กับแนวคิดที่เหมาะสม จะได้งานออกแบบที่มีบุคลิกแบบอิสลาม ใจความในอัลกุรอานจะเกี่ยวข้องกับหลักการใช้

ชีวิต การนึกคิด การปฏิบัติในทางที่ดีงาม โดยการเปรียบเปรยหรืออ้างอิงถึงสิ่งแวดล้อมรอบตัว ความดีงามจะถูกแทนที่ด้วยสิ่งสวยงามความสมบูรณ์แบบหรือการได้สมหวังตามปรารถนา บ่อยครั้งจะแทนที่ด้วยสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น

สรุปในทัศนะของผู้วิจัยความงามในบริบทมุสลิม คือ การแต่งกายตามหลักการทางศาสนามุสลิมมะห์ เมื่อคนมองจากภายนอก คือ การสวมใส่ผ้าคลุมผมฮิญาบ สตรีมุสลิมที่มีความศรัทธามั่นในการสวมอาภรณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นเครื่องประดับทั้งในโลกปัจจุบันและโลกอนาคต คือ “อาภรณ์แห่งความยำเกรง” ดังนั้นในความงามของอาภรณ์ของสตรีมุสลิมจากที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ สอบถาม มีข้อคิดเห็นที่ตรงกันคือ ความงามของสตรีมุสลิมมองกันที่การสวมใส่ที่ยังคงรักษาหลักการการแต่งกายตามหลักของศาสนา ไม่เห็นสีผิว ไม่เห็นสัดส่วน และการคลุมฮิญาบเพื่อแสดงอัตลักษณ์ความเป็นสตรีมุสลิม

**2.3.3 หลักการแต่งกายของมุสลิม**

การแต่งกายของมุสลิมและมุสลิมมะห์ ตามหลักการของศาสนา คือ การปกปิดสิ่งพึงละอายของร่างกาย โดยเฉพาะร่างกายของผู้หญิงมุสลิม ทั้งนี้ เพื่อที่จะไม่ให้ส่วนหนึ่งส่วนใดของเรือนร่างเพศหญิง ที่จะกระตุ้นอารมณ์ทางเพศของผู้ชาย ซึ่งจะก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นมาในสังคม จึงได้วางหลักเกณฑ์ดังนี้

1. เสื้อผ้าของทั้งผู้ชายมุสลิม และผู้หญิงมุสลิม จะต้องสะอาด ประณีต เรียบร้อย ดูสวยงาม เหมาะสมกับบุคลิกภาพของผู้หญิงมุสลิม และผู้ชายมุสลิม การดำรงตนสมถะ หรือการเคร่งครัดในศาสนา ไม่จำเป็นต้องหมายถึงการใส่เสื้อผ้าเก่า ๆ เพื่อให้คนอื่นดูว่าตัวเองไม่ใส่ใจไยดีต่อโลก อย่าแต่งกายให้คนอื่นดูถูกหรือมองเห็นเราเป็นตัวตลก

2. อิสลาม ไม่ห้ามการแต่งกาย ด้วยเสื้อผ้าที่ดีมีราคา ถ้าหากว่าฐานะทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวย และต้องการแสดงออกให้เห็นว่าตนได้รับความโปรดปรานจากพระเจ้า แต่ในขณะเดียวกัน อิสลามก็ห้ามการแต่งกายโดยมีเจตนาที่จะโอ้อวดถึงความมั่งคั่งและความทะนงตนว่าเหนือกว่าคนอื่น

3. เสื้อผ้าของทั้งผู้หญิงมุสลิม และผู้ชายมุสลิม ต้องปกปิดสิ่งพึงละอายของผู้สวมใส่ โดยเฉพาะสำหรับผู้หญิงมุสลิมนั้น สิ่งที่พึงปกปิด (เอาเราะฮ์) ก็คือทุกส่วนของร่างกาย ยกเว้นใบหน้าและฝ่ามือ ส่วนเอาเราะฮ์ของผู้ชายนั้นคือบริเวณตั้งแต่สะดือถึงหัวเข่า

4. ผู้หญิงมุสลิม จะต้องไม่แต่งกาย ด้วยเสื้อผ้าที่รัดรูป แนบเนื้อ หรือเสื้อผ้าที่โปร่งบาง หรือมีรูที่ทำให้มองเห็นผิวหนัง หรือเรือนร่างภายใน

5. ผู้ชายมุสลิม จะต้องไม่ใส่เสื้อผ้าหรือแต่งกายเลียนแบบผู้หญิง และผู้หญิงจะต้องไม่ใส่เสื้อผ้าหรือแต่งกายเลียนแบบผู้ชาย ทั้งนี้เพื่อดำรงรักษาบุคลิกและเอกลักษณ์แห่งเพศของตัวเองไว้ ท่านศาสดามุฮัมมัดได้สาปแช่งคนที่แต่งกายเลียนแบบของเพศตรงข้าม

6. อิสลามห้ามมุสลิมชายสวมใส่เสื้อผ้าที่ตัดมาจากผ้าไหม และสวมใส่เครื่องประดับทองคำ ทั้งนี้เพราะว่าสิ่งเหล่านี้เหมาะสมที่จะเป็นอาภรณ์และเครื่องประดับของผู้หญิง

7. อิสลามห้ามผู้หญิงมุสลิมใส่น้ำหอมออกนอกบ้าน เพราะไม่ต้องการให้กลิ่นน้ำหอมไปกระตุ้นความรู้สึกของเพศตรงข้าม แต่ขณะเดียวกันสนับสนุนให้ผู้หญิงโดยเฉพาะภรรยาใส่น้ำหอม และแต่งกายให้สะอาดสวยงามเมื่ออยู่กับสามี

8. ผู้ชายหวีผมให้เรียบร้อย และอย่าปล่อยให้ผมกระเซิง

9. หลีกเลี่ยงการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสีฉูดฉาด หรือแต่งกายเลียนแบบนักบวชหรือนักพรต และสำหรับสีแดงเป็นสีต้องห้ามสำหรับบุรุษ

10. ให้เสื้อผ้าแก่คนยากจนบ้าง เพื่อเป็นการขอบคุณต่ออัลลอฮ์ ที่ทรงโปรดปรานให้เราได้มีเสื้อผ้าสวมใส่ ท่านศาสดามุฮัมมัด ได้กล่าวว่า “ใครที่ให้เสื้อผ้าแก่มุสลิมสวมใส่ร่างกายของเขาอัลลอฮ์จะให้เขาได้สวมใส่เสื้อผ้าสีเขียวแห่งสวรรค์ในวันแห่งการพิพากษา”

11. ให้เสื้อผ้าที่ดีตามสถานภาพของท่าน แก่คนรับใช้หรือบ่าวที่ทำหน้าที่รับใช้ท่านมาตลอดทั้งวัน

เสาวนีย์ (2535) ได้กล่าวในหนังสือ “วัฒนธรรมอิสลาม” เรื่องการแต่งกายของสตรีมุสลิมว่า ผู้หญิงคนใดบรรลุนิติภาวะแล้วไม่เป็นการสมควรที่เปิดเผยส่วนต่าง ๆ ของร่างกายให้ผู้คนเห็น ฉะนั้นการแต่งกายที่ถูกต้องของสตรีมุสลิมจริง ๆ คือ การเปิดได้เฉพาะใบหน้าและฝ่ามือ

เสื้อผ้าของทั้งมุสลิมชายและมุสลิมหญิงต้องสะอาด ประณีต เรียบร้อย ดูสวยงามเหมาะสมกับบุคลิกภาพ โดยการดำรงตนสมถะหรือการเคร่งครัดในศาสนา ซึ่งไม่จำเป็นต้องหมายถึงการใส่

เสื้อผ้าเก่าแลดูซอมซ่อเพื่อให้บุคคลอื่นเห็นว่าไม่ใส่ใจไยดีต่อโลก แต่ควรแต่งกายให้เหมาะสมด้วยสีสันและลวดลาย

โดยหลักการศาสนาอิสลาม เสื้อผ้าที่มีลวดลายเป็นรูปสัตว์ หรือรูปมนุษย์ ต้องพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ และสำหรับมุสลิมชายนั้นมีข้อห้ามในการสวมผ้าไหมและสิ่งทอที่ประกอบหรือประดับด้วยทองคำแท้

“ฮิญาบ” ความหมายทางศาสนา คือ การปิดกั้น และความอ่อนน้อมถ่อมตน โดยมุสลิมชายและมุสลิมหญิง ถูกสั่งใช้ให้คลุมฮิญาบ (อันหมายถึง ปกคลุมปิดกั้นตน ด้วยกิริยาในความอ่อนน้อมถ่อมตน) เช่น มุสลิมชายให้สำรวมตนโดยการลดสายตาลงต่ำ และมุสลิมหญิงจึงสงวนท่าทีและกิริยามารยาท แต่ความหมาย โดยทั่วไปทางกายภาพของฮิญาบ คือ ผ้าคลุมศีรษะของมุสลิมหญิง ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายที่ใช้กันเป็นปกติในชีวิตประจำวันของสตรีทุกคนที่นับถือศาสนาอิสลาม

การคลุมฮิญาบของมุสลิมหญิง มีเกณฑ์ตาม “เอาเราะฮ์” (สิ่งพึงปกปิด) โดยสามารถพิจารณาได้หลายหลักเกณฑ์ เช่น เอาเราะฮ์ระหว่างชายหญิงทั่วไป เอาเราะฮ์ของเด็ก เอาเราะฮ์ระหว่างบุคคลในครอบครัญาติพี่น้อง เอาเราะฮ์ระหว่างสามีภรรยา ฯลฯ ซึ่งมีรายละเอียดแตกต่างกันไป โดยเอาเราะฮ์ระหว่างชายหญิงตามปกติทั่วไปนั้น สตรีมุสลิมต้องปกปิดร่างกายทั้งหมดยกเว้นเพียงใบหน้าและฝ่ามือ ด้วยความเรียบร้อยเหมาะสม การคลุมศีรษะต้องปิดบังเส้นผมจนถึงหน้าอกโดยที่ไม่เผยให้เห็นทรวดทรงหรือส่วนเว้าส่วนโค้งของร่างกาย ส่วนเอาเราะฮ์ของผู้ชายโดยทั่วไปนั้นคือการปกปิดตั้งแต่บริเวณสะดือถึงหัวเข่า

ธัญญธร สายปัญญา (2556, น.55) กล่าวว่า ความหมายการคลุมฮิญาบ สำหรับผู้หญิงมุสลิมนั้นมิได้หมายความเพียงแค่การคลุมผมอย่างที่คนต่างศาสนิกเข้าใจเท่านั้น แต่หมายถึงการปกปิดร่างกายอย่างมิดชิด รวมทั้งต้องระมัดระวังกิริยาให้ปกปิดส่วนที่เป็นเอาเราะฮ์ (ยกเว้นใบหน้าและฝ่ามือ) ตามข้อบัญญัติของศาสนาอิสลามที่ไม่ให้ชายอื่นยกเว้น สามี บิดา ลูกชาย หรือคนที่ไม่สามารถแต่งงานกันได้เห็นการคลุมผมจึงเป็นส่วนหนึ่งของการปกปิดร่างกายเท่านั้น ยังมีรายละเอียดที่ต้องคำนึงถึงการปกปิดทั้งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

แพร ศิริศักดิ์ดำเกิง (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การแต่งกายของหญิงมุสลิมอ้างอิงตามบทบัญญัติอิสลามไว้ชัดเจนว่า ผู้หญิงมุสลิมต้องแต่งกายให้มิดชิดปกปิดเอาเราะฮ์ (อวัยวะพึงสงวนที่ต้องปกปิดตามหลักศาสนา) ซึ่งในส่วนที่ต้องปกปิดคือ ตั้งแต่ศีรษะยกเว้นใบหน้าและฝ่ามือ แต่งกายให้สะอาดเรียบร้อยไม่เลียนแบบเพศตรงข้าม ไม่รัดรูปทรงและไม่ใช้ผ้าที่โปร่งบางแสดงสัดส่วนของร่างกาย ไม่ควรใส่น้ำหอมเมื่อออกจากบ้านหรืออยู่ในที่สาธารณะแต่อนุญาตให้ใช้ได้เพื่อระงับกลิ่นกาย

โดยเหตุผลที่ผู้หญิงต้องแต่งกายมิดชิดเนื่องมาจากการพิจารณาว่าผู้หญิงนั้นเป็นสื่อหนึ่งของอารมณ์ทางเพศ การแต่งกายเพื่อไม่ให้เย้ายวนตาเพศตรงข้ามและยังเป็นการป้องกันอันตรายที่จะเกิดขึ้นในสังคม

ตามทัศนะของผู้วิจัยสำหรับสตรีมุสลิมสามารถเปิดเผยได้ คือ ใบหน้า ฝ่ามือ หลังเท้า ได้ตามบริบทของประเทศไทยเราซึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวันในเหตุการณ์ การงาน อาชีพ อาจมีเหตุจำเป็นที่จะต้องสวมใส่ชุดหรือรองเท้าที่ต้องเห็นหลังเท้า สำหรับในผู้ชายไม่สวมใส่ทองคำ แต่ในบริบทปัจจุบันก็มีการสวมใส่ซึ่งในมุมมองผู้วิจัยมองว่านั่นอาจเป็นแนวทางในการเลือกใช้สี เช่นสีของทองเหลือง สีของทองแดง ก็เป็นแนวทางที่พบเห็นได้ในปัจจุบัน

### 2.3.4 อัตลักษณ์การแต่งกายสตรีมุสลิม

ฮิญาบ เป็นชุดที่จะทำให้ผู้หญิงมุสลิมปลอดภัยจากการโดนลวนลามและแทะโลม ทุกวันนี้ผู้แต่งชุดฮิญาบ ไม่ใช่สิ่งแปลกใหม่ในสายตาสังคม แต่คือความงดงาม ความสุภาพ และความลุ่มลึกในความรู้สึกที่สงบของผู้สวมใส่และผู้พบเห็น เป็นความเย็นตาเย็นใจด้วยสายตาของผู้มีศรัทธาในอิสลามย่อมเห็นว่าหญิงที่สวมใส่ชุดฮิญาบน่าเลื่อมใสและน่าให้เกียรติ

ภาพที่ 2 การแต่งกายในงานพิธีทางศาสนาและการเข้าทำละหมาด

ที่มา : ศูนย์ประสานการปฏิบัติที่ 5 กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร. (2561). เข้าถึงได้จาก https://isoc5.net/articles/view/176/

ภาพที่ 3 การแต่งกายในชีวิตประจำวันของชายหญิงมุสลิม
ที่มา : ศูนย์ประสานการปฏิบัติที่ 5 กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร. (2561). เข้าถึงได้จาก https://isoc5.net/articles/view/176/

**2.3.5 พื้นที่สาธารณะกับการแต่งกายของสตรีมุสลิม**

พื้นที่สาธารณะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเมืองที่ส่งเสริมให้เกิดคุณภาพชีวิตและรองรับความต้องการที่หลากหลาย จึงเป็นแนวคิดเพื่อค้นหาความแตกต่างระหว่าง “สาธารณะ” และ “ส่วนตัว” ด้วยหลักเกณฑ์ ได้แก่ การเข้าถึงตัวแทน และผลประโยชน์ ผลจากการศึกษาพบว่าเงื่อนไขสำคัญในการนิยามความเป็นสาธารณะนั้นมีความสัมพันธ์ของคู่ตรงข้ามอย่าง “สาธารณะ” และ “ส่วนตัว” (ศุภชัย ชัยจันทร์ และณรงพน ไล่ประกอบทรัพย์, 2559, น.77-78) เช่น สวนสาธารณะ ลานออกกำลังกาย ตลาดนัด ห้างสรรพสินค้า ร้านกาแฟ ตลาด ยิมสำหรับออกกำลังกาย เป็นต้น

ทวีลักษณ์ พลราชม (2554, น.180) กล่าวว่า สำหรับผู้หญิงมุสลิม มีพื้นที่สาธารณะที่มีลักษณะแตกต่างจากข้างต้น โดยฮิญาบเป็นสิ่งที่ชี้ชัดให้เห็นถึงการจัดระเบียบเรื่องพื้นที่สาธารณะของผู้หญิง การจัดพื้นที่ในศาสนาอิสลามที่สัมพันธ์กับกลุ่มคนที่ปฏิสัมพันธ์ เชื่อมโยงความเป็นชาย - หญิง โดยเฉพาะตำแหน่งของเพศหญิงที่กำหนดไว้ในศาสนาอิสลาม ซึ่งสร้างคำอธิบายที่แตกต่างจากเงื่อนไขที่แยกพื้นที่สาธารณะออกจากพื้นที่ส่วนตัว

ในวัฒนธรรมศาสนาอิสลามมีการจัดพื้นที่ทางกายภาพที่เน้นเอื้อต่อการแยกพื้นที่ระหว่างชายและหญิง โดยที่หัวใจสำคัญในการจัดพื้นที่คือ กลุ่มคนที่ปฏิสัมพันธ์ซึ่งสัมพันธ์กับเพศสภาพ ไม่ใช่

คุณสมบัติของพื้นที่โดยตรง ความเป็นสาธารณะส่วนตัวนั้นเชื่อมโยงกับความเป็นชายและหญิง โดยเฉพาะความเป็นผู้หญิงนั้นสัมพันธ์กับพื้นที่เสมอ วัฒนธรรมอิสลามได้กำหนดบทบาท หน้าที่ สิทธิ และการกำหนดพื้นที่ระหว่างชายและหญิงชัดเจนตั้งแต่เกิดจนตาย พิธีกรรมทางศาสนาในบางพื้นที่ผู้หญิงห้ามเข้ากุโบร์ (สุสาน) ตามบทบาทในอดีตพื้นที่ในบ้านจะเป็นของผู้หญิง พื้นที่สาธารณะเป็นของผู้ชาย

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าบริบทประเทศไทยในปัจจุบันนั้นเป็นสังคมสมัยใหม่ การแบ่งพื้นที่สาธารณะไม่ได้มีการแบ่งแยกไว้ชัดเจนรวมไปถึงบทบาทหน้าที่ของชายหญิงก็ไม่ได้มีการแบ่งแยกตามเพศสภาพ ผู้หญิงสามารถไปใช้พื้นที่สาธารณะได้ ออกไปทำงานนอกบ้านได้มากขึ้น มีบทบาทในสังคมมากขึ้น แต่ยังคงการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิมนั้นก็คือ การสวมฮิญาบ ฮิญาบเท่ากับมุสลิมมะห์ในทางกายภาพที่บุคคลภายนอกมองและเข้าใจความเป็นผู้นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งบริบทในประเทศไทยผู้หญิงมุสลิมยังคงให้ความสำคัญกับการคลุมฮิญาบ และในบทบัญญัติหลักการทางศาสนาอิสลามได้ระบุไว้ให้สตรีมุสลิมปกปิดเอาเราะฮ์ของผู้หญิงต่อผู้ชายโดยทั่วไปในพื้นที่สาธารณะจึงเป็นเรื่องจำเป็นและสำคัญ จำเป็นที่ต้องสวมใส่เมื่ออยู่ในพื้นที่สาธารณะ

**2.3.6 หลักการออกกำลังกายในพื้นที่สาธารณะของสตรีมุสลิม**

ศาสนาอิสลามส่งเสริมให้มีการออกกำลังกาย แต่ต้องกระทำในรูปแบบที่ถูกต้องตามหลักการอิสลาม ซึ่งสิ่งที่ควรคำนึงในการออกกำลังกายตามหลักศาสนาอิสลาม มี 6 ประการดังนี้ (มุสลิมไทยโพสต์, ม.ป.ป.)

1. เจตนาเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง การออกกำลังกายในศาสนาอิสลามต้องตั้งเจตนาในการออกกำลังกายเพื่อให้มีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ เพื่อที่จะปฏิบัติศาสนกิจต่ออัลลอฮ์ได้อย่างเต็มที่
2. การแต่งกายต้องปกปิดเอาเราะฮ์ การแต่งกายของสตรีมุสลิมจะต้องระวังเรื่องการแต่งกายที่จะต้องปกปิดเอาเราะฮ์ ในหลักการศาสนาอิสลามได้กำหนดไว้ว่าต้องปกปิด ดังนั้นเสื้อผ้าที่จะใส่ต้องปกปิดร่างกายทั้งหมด ยกเว้นเพียงใบหน้าและฝ่ามือ ไม่สวมเสื้อผ้าที่บาง หรือรัดรูปเห็นเรือนร่างภายใน
3. ไม่ปะปนหญิงชาย ศาสนาอิสลามเน้นป้องกันมิให้มุสลิมถลำไปสู่การกระทำที่ผิดหลักศาสนา สิ่งนั้นคือสิ่งที่ไม่อนุญาต ในกรณีการออกกำลังกาย สถานที่ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง จะต้องไม่มีการปะปนกับผู้ชาย เนื่องจากการ

ออกกำลังกายนั้นจะมีการเคลื่อนไหวอวัยวะส่วนต่าง ๆ ทำให้มองเห็นสรีระร่างกายของสตรี ดังนั้นการออกกำลังกายของสตรีมุสลิมจะต้องระมัดระวังการอยู่ตามลำพังระหว่างชายหญิงที่ไม่ใช่ภรรยาหรือสามี

4. ไม่มองเอาเราะฮ์แม้เพศเดียวกัน ในหลักศาสนาอิสลามนอกจากจะห้ามการมองอย่างพินิจพิจารณาเพศตรงข้ามแล้ว ศาสนาอิสลามยังห้ามเพศเดียวกันมองอย่างพินิจพิจารณาหรือสัมผัสร่างกายของกันและกัน
5. อย่าออกกำลังกายจนลืมศาสนกิจที่ต้องปฏิบัติ ศาสนาอิสลามให้ความสำคัญเรื่องของเวลาอย่างยิ่ง มุสลิมควรจัดสรรเวลาให้เหมาะไม่ตรงกับเวลาละหมาด
6. ไม่มีเสียงดนตรีประกอบ เพราะเสียงดนตรีเป็นที่ต้องห้ามตามบทบัญญัติอิสลาม

ภาพที่ 4 ชุดกีฬาฮิญาบ สำหรับผู้หญิงสตรีมุสลิม

ที่มา : PPTV Online. เข้าถึงได้จาก https://www.pptvhd36.com/news

ภาพที่ 5 ไอเดียชุดกีฬาสำหรับผู้หญิงมุสลิม
ที่มา : MONO29. (2558). เข้าถึงได้จาก https://mono29.com/program/35748.html

สรุปตามทัศนะของผู้วิจัย ปัจจุบันการหาเสื้อผ้ากีฬาที่ตอบโจทย์ในเรื่องหลักการทางศาสนาและการตอบโจทย์การแข่งขันกีฬา หรือการออกกำลังกายทั่วไปของสตรีมุสลิมค่อนข้างหาสวมใส่ได้ยาก แต่หากการออกกำลังกายนั้นมีการออกที่ไม่ได้อยู่ร่วมกับเพศตรงข้ามเพียงสองต่อสองย่อมมีความเป็นไปได้ และการสวมชุดกีฬาในการแข่งขันเริ่มมีการยอมรับมากขึ้นเพราะสตรีมุสลิมทั่วโลกหรือแม้แต่ในประเทศไทยก็มีความสามารถด้านกีฬา ดังนั้นในการสวมชุดกีฬาที่มีความคล่องตัวและไม่ขัดต่อจารีตทางศาสนาจึงมีความจำเป็นในการให้ความใส่ใจของนักออกแบบ เนื่องจากการออกกำลังหรือการแข่งกีฬาโดยส่วนใหญ่ต้องมีความคล่องตัวในการเคลื่อนไหว และไม่กังวลต่อการคลุมฮิญาบต้องเป็นชุดที่ส่งเสริมความคล่องตัวเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 5 นักออกแบบหรือ

แบรนด์ต่าง ๆ เริ่มหันมาให้ความใส่ใจและส่งเสริมให้สตรีมุสลิมมีการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดี และเกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างสังคมพหุวัฒนธรรมในปัจจุบัน

**2.3.7 สัญลักษณ์สีกับความเชื่อทางศาสนา**

ไพโรจน์ พิทยเมธี (2559, น.29-30) กล่าวว่า ในประวัติศาสตร์ มนุษยชาติ มักจะมีสัญลักษณ์บางอย่างที่ก่อให้เกิดตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์ สัญลักษณ์ทางสีก็เป็นหนึ่งในตัวบ่งบอกตัวตนจากศาสนา ความเชื่อ สิ่งเร้นลับ ชนชาติ ศิลปะและวัฒนธรรมผ่านแง่มุมประวัติศาสตร์มนุษยชาติมาช้านาน สีต่าง ๆ ที่ปรากฏในศาสนาจึงมีความหลากหลายที่แตกต่างกัน การตีความด้วยทฤษฎีของสัญศาสตร์ตามหนังสือมายาคติของโรล็องต์ บาร์ต เป็นการช่วยปูพื้นฐานให้เราประยุกต์สัญศาสตร์มาใช้กับภาพวัฒนธรรมและวัสดุวัฒนธรรมได้ดียิ่งขึ้น กล่าวโดยสรุปบาร์ตส์พยายามพิสูจน์ว่าความหมายที่เราให้แก่ภาพไม่ได้เป็นผลโดย “ธรรมชาติ” จากสิ่งที่เรามองเห็นกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ความเข้าใจของเราต่อภาพใด ๆ ที่เราเห็นไม่ได้เกิดขึ้นลอย ๆ ชนิดที่เราอาจคิดไปเองได้ว่า ความหมายของสิ่งนั้นปรากฏอยู่แบบตรงไปตรงมา (Self-Evident) และความเข้าใจที่แต่ละคนได้รับจากภาพใด ๆ ก็ไม่ได้เป็นสากล แต่ละคนอาจเข้าใจภาพเดียวกันต่างกันก็ได้

**2.3.8 สัญลักษณ์ของสีในศาสนาอิสลาม**

สีเขียวเป็นสีแทนสัญลักษณ์ของศาสนาอิสลาม เพราะอิสลามไม่ต้องการแบ่งแยกความเป็นนักบวชกับศาสนิกชน โดยมีผ้าคลุมผมหรือหมวกโพกศีรษะสีเขียวแสดงถึงผู้สืบทอดสกุลของมูฮัมหมัดหรือลูกหลานของศาสดามูฮัมหมัด ชุดแต่งกายด้วยเสื้อคลุมสีดำของศาสนาเป็นสิ่งเตือนใจในกรณีของผู้นำศาสนานิกายชีอะห์ (Shiites) ผู้สวมใส่เสื้อคลุมสีดำเพื่อระลึกถึงความทุกข์ยากของ Husayn บุตรชายของ Ali กับ Fatimah ผู้ซึ่งได้สละชีวิตเพื่อศาสนาในกรุงคายาราที่เป็นเมืองในอิรักในปัจจุบัน ในปี ค.ศ. 680 ความลึกลับของเครื่องแต่งกายในนิกายของนักบวชอิสลามนักบวชที่สวมเชือกสีดำเหนือเครื่องแต่งกายเป็นสัญลักษณ์ถึงความตาย ขนคอของอูฐเป็นสัญลักษณ์ถึงป้ายหลุมฝังศพ ความหมายซ่อนเร้นของสีขาวแปลได้กว้างมาก เสื้อคลุมมีจีบบนแจ็กเก็ตสั้นที่เกี่ยวข้องกับการเต้นของนักบวชทางศาสนา นักบวชจะพยายามเหวี่ยงความมืดมนความเศร้าความตายจนปรากฏแสงสว่างสีขาวจากเชือกสีขาว เหมือนการกลับมาฟื้นคืนชีพอีกครั้ง บนศีรษะของผู้นำจะสวมใส่ผ้าคลุมสีเขียวเพื่อเป็นสัญลักษณ์ (ไพโรจน์ พิทยเมธี, 2559, น.31-32)

## 2.4 หลักการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

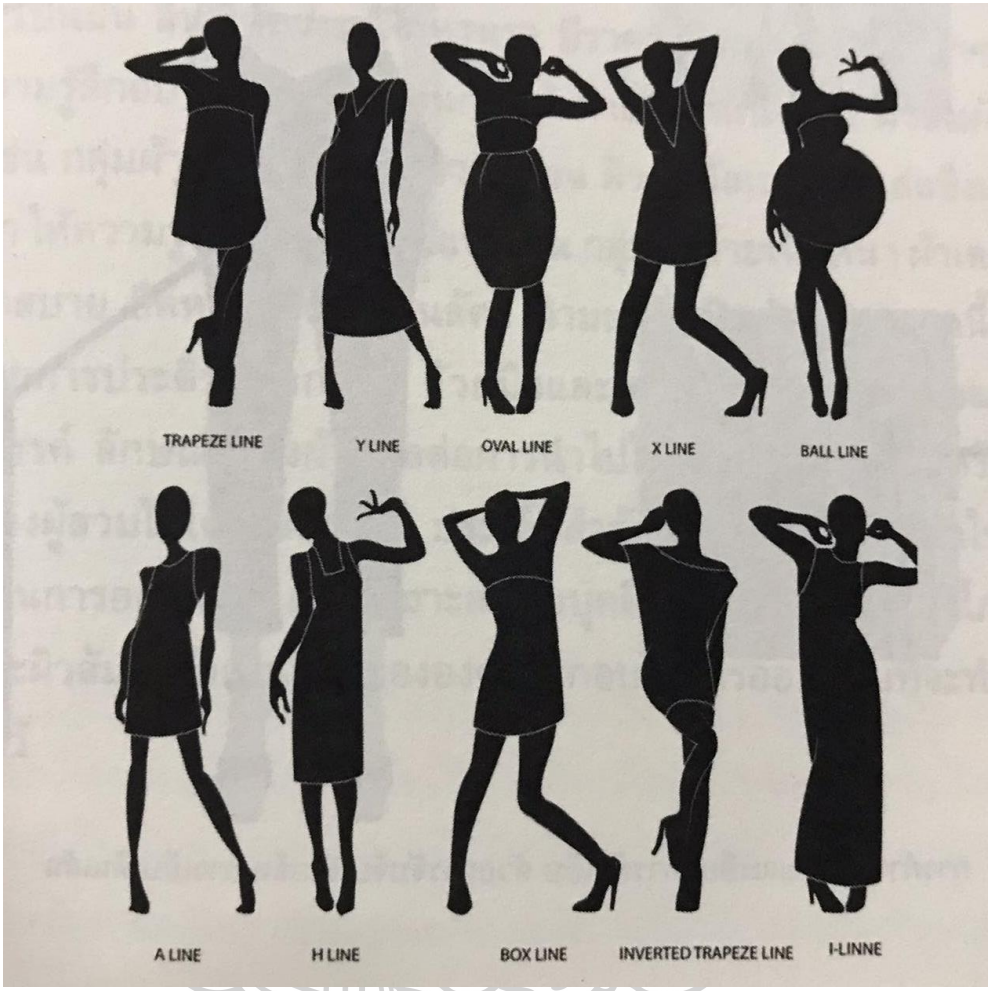
คำว่า แฟชั่น (Fashion) โดยทั่วไปหมายถึงกระแสนิยมในเรื่องใดเรื่องหนึ่งในส่วนของงานแฟชั่นที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกายตีความหมายได้ถึง ความใหม่ สิ่งใหม่รูปแบบใหม่ เพราะธรรมชาติของแฟชั่น คือ สิ่งที่ต้องเกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามถ้าเรามองผ่านประวัติศาสตร์ของแฟชั่นเครื่องแต่งกาย จะพบว่าองค์ประกอบบางอย่างของเครื่องแต่งกายในอดีตได้ปรากฏอยู่ในงานออกแบบแฟชั่นยุคต่อ ๆ มา (ใจภักดิ์ บุรพเจตนา, 2560, น.2) สำหรับฤดี หลิมไพโรจน์ (2555, น.4) อ้างถึงใน ใจภักดิ์ บุรพเจตนา (2560, น.2) กล่าวว่า แฟชั่น หมายถึง รูปแบบเครื่องของเครื่องแต่งกายที่เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มสาธารณชนส่วนใหญ่ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง แฟชั่นทำให้เกิดกระแสนิยมในสังคมโดยไม่ต้องมีเหตุผลใด ๆ

### 2.4.1 หลักการออกแบบเครื่องแต่งกาย

การออกแบบเครื่องแต่งกาย หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยมีแรงบันดาลใจจากสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เช่น ธรรมชาติ รูปทรง รูปร่าง พื้นผิว หรือสิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวเรา เทคโนโลยีต่าง ๆ ในปัจจุบัน หรือการนำรูปแบบโครงร่างชุดในอดีตมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทในปัจจุบัน โดยต้องมีการคำนึงถึงประโยชน์ด้านการสวมใส่และความงามเป็นสำคัญตลอดจนแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และความทันสมัยในยุคนั้น ๆ ด้วย โดยใช้หลักการออกแบบเข้ามามีส่วนในกระบวนการออกแบบดังนี้

องค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบเครื่องแต่งกาย

1. โครงร่าง (Silhouettes) คือ การกำหนดโครงร่างหรือเส้นรอบนอกของเสื้อผ้าทั้งชุดโดยเขียนงานเป็นร่าง หรือเป็นเงาดำ หรือเงาขาว การกำหนดโครงร่างหรือเส้นกรอบนอกของชุด ในการออกแบบเสื้อผ้าต้องมีการกำหนดเค้าโครงของชุดว่ามีลักษณะรูปทรงแบบใด เช่น โครงร่างของชุดหรือกระโปรง กำหนดเป็นทรงเอไลน์ (A-Line) หรือทรงเอกซ์ไลน์ (X-Line) เป็นต้น เพื่อแสดงภาพตามแนวคิดในการออกแบบให้ชัดเจน การกำหนดโครงร่างชุดต้องสัมพันธ์กับโอกาสในการใช้งานที่แตกต่างกัน เช่น ชุดทำงาน ชุดลำลอง หรือชุดงานปาร์ตี้สังสรรค์ เป็นต้น




ภาพที่ 6 ตัวอย่างโครงร่างชุดแบบต่าง ๆ
ที่มา : ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2560). แรงบันดาลใจสู่การออกแบบแฟชั่น.
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อันลิมิต พริ้นต์ติ้ง จำกัด. น.69.

2. รายละเอียดการตัดเย็บ (Detail Finishing) คือ การกำหนดรายละเอียดวิธีการตัดเย็บ การตกแต่งผ้า หรือชุดในส่วนที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษ เช่น การเย็บเดินเส้น การกำหนดขนาดฝีเข็ม การตีเกล็ด ระบาย เป็นต้น ในส่วนนี้อาจเป็นการสร้างลวดลายหรือทำให้เกิดผิวสัมผัสให้กับผ้าไปในตัวด้วย
3. ผ้าและผิวสัมผัส (Textile & Surface) ผ้า หมายถึง ผ้าที่ผลิตจากการทอ ซึ่งผ้านั้นได้จากใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย ไหม ลินิน เป็นต้น และผ้าที่ได้จากใยสังเคราะห์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงความหมายที่ครอบคลุมถึงเส้นใย เส้นด้าย ผืนผ้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากเส้นใย เส้นด้าย หรือผืนผ้าด้วย สำหรับในส่วนของ การออกแบบ คือ การ

กำหนดวัสดุที่ใช้ให้เหมาะสมกับงานที่ออกแบบ ในส่วนของผิวสัมผัสที่เกิดขึ้นบนผืนผ้าแต่ละชนิด ที่ให้ความรู้สึกและการสัมผัสในการใช้งานที่แตกต่างกัน มีทั้งผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ เส้นใยสังเคราะห์ และเส้นใยผสม ตัวอย่างเช่น ผ้าที่มีผิวสัมผัสนุ่ม มัน ลื่น ให้ความรู้สึกหรูหรา มีราคา คือ กลุ่มผ้าไหม ผ้าซาติน ผ้าที่มีผิวสัมผัสเป็นธรรมชาติให้ความรู้สึกอบอุ่น นุ่มนวล เช่น กลุ่มผ้าฝ้าย ลินินเนื้อบาง ผิวสัมผัสโปร่งบาง ให้ความรู้สึกบางเบา นุ่ม เช่น กลุ่มผ้าชีฟอง ออแกนซ่า เรยอน ผิวสัมผัสเบาบางแต่แข็งแรง เช่น ผ้าแก้ว ป่าน ผิวสัมผัสหยาบ หนา ให้ความรู้สึกเข้มแข็งแข็งแรง เช่น กลุ่มผ้าฝ้ายเนื้อหนา ผ้าเดนิมแคนวาส ผิวสัมผัสฟู นุ่ม ให้ความรู้สึกสบาย ยืดหยุ่น เช่น ผ้าขนสัตว์ กำมะหยี่ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีผิวสัมผัสของผ้าแบบอื่น ๆ ที่เกิดจากการประดิษฐ์ ตกแต่งด้วยมือและเครื่องจักร มีการออกแบบด้วยเทคนิคต่าง ๆ ตามความคิดสร้างสรรค์ ลักษณะของผ้ามีผลต่อการนำไปใช้ สามารถส่งเสริมหรืออำพรางรูปร่าง และบ่งบอกถึงรสนิยมของผู้สวมใส่

4. ลวดลายและเทคนิคการตกแต่ง (Pattern & Embellishment) การออกแบบลวดลายและการตกแต่งในเครื่องแต่งกายแฟชั่น เป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้งานออกแบบมีจุดเด่นที่น่าสนใจ สื่อถึงแรงบันดาลใจและแนวคิดในการออกแบบที่ชัดเจน เป็นเอกภาพ ลวดลายตกแต่งที่ใช้ในการออกแบบจะเกี่ยวข้องกับผ้าหรือสิ่งทอที่ใช้เป็นวัสดุหลักในการออกแบบ วิธีการผลิตลวดลายสิ่งทอแบ่งไว้กว้าง ๆ 2 วิธี คือ ลวดลายโครงสร้างและลวดลายตกแต่ง ซึ่งมีเทคนิควิธีในการสร้างลวดลายและตกแต่งผ้า ดังนี้
    1) ลวดลายจากโครงสร้าง คือ วิธีการผลิตให้เกิดลวดลายในโครงสร้างของผืนผ้า ที่เกิดคุณสมบัติของวัสดุและเทคนิควิธีการนำมาใช้ใน การผลิต โดยมีลักษณะแตกต่างกันในโครงสร้าง ลวดลาย สี และผิวสัมผัส ผ้าที่จัดอยู่ในกลุ่มลวดลาย คือ ผ้าทอ ผ้าถัก และผ้าไม่ทอ
    2) ลวดลายตกแต่ง คือ วิธีการผลิตที่ทำให้เกิดลวดลายต่าง ๆ บนผืนผ้า เกิดจากการตกแต่งด้วยการปักลายหรือวิธีอื่น ๆ
5. การแบ่งส่วนตลาดหรือตลาดกลุ่มเป้าหมาย และการเลือกวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมีความสำคัญกับเจ้าของแบรนด์ เจ้าของธุรกิจที่จะต้องค้นหา เพื่อให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งทำให้เรากำหนดแผนการตลาด กลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายในการซื้อสินค้าหรือการจัดจำหน่ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการแบ่งกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก (Primary Target Market) เป็นกลุ่มแรกที่จะต้องให้ความสำคัญกำหนดได้อย่างชัดเจน เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ธุรกิจจะต้องสื่อสารโดยตรง เป็นกลุ่มที่มีการซื้อและใช้สินค้าอยู่เป็นประจำ ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่เราให้ความสนใจและใส่ใจในรายละเอียดรวมถึงการตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาดหลักนี้เป็นสำคัญ
2) กลุ่มตลาดเป้าหมายรอง (Secondary Target Market) เป็นกลุ่มรองลงมาจากกลุ่มตลาดหลักเป็นกลุ่มที่เล็กกว่า แต่มีแนวโน้มในการขยายตัวและสามารถทำกำไรได้เช่นกัน ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการซื้อเช่นเดียวกันกับตลาดหลัก

6. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ในใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการสร้างการรับรู้ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นเกณฑ์เบื้องต้นในการสื่อสารไปยังผู้บริโภค
7. การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค กล่าวคือ การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะทางด้านจิตวิทยาทางสังคม ที่เกี่ยวกับผู้บริโภคในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ค่านิยม บุคลิกภาพ ทัศนคติ กิจกรรม ช่วงชีวิต และกลุ่มชนที่เป็นแบบอย่าง ข้อมูลในกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะ เป็นการกำหนดบุคลิกภาพที่ แตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่ม ในที่นี้จะเป็นข้อมูลของกลุ่มคนตามเจเนอเรชัน (Generation) ที่นำไปใช้ในการออกแบบแฟชั่น สามารถสรุปได้ดังนี้ (ใจภักดิ์ บุรพเจตนา, 2560, น.18-19)

การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามรุ่น (Generation) นักการตลาดได้แบ่งกลุ่มคนออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามช่วงอายุที่มีประสบการณ์ร่วมกันในการใช้ชีวิตตามสภาพสังคมในแต่ละช่วงเวลา กลุ่มคนเหล่านี้มีพฤติกรรมและความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกัน ที่ทำให้เกิดค่านิยมและพฤติกรรมในการเลือกซื้อ เลือกใช้ หรือเลือกบริโภคสินค้าแบบเดียวกัน รุ่นกลุ่มต่าง ๆ มีดังนี้

1) กลุ่มเจเนอเรชันบี (Generation-B) หรือ บูมเมอร์เจเนอเรชัน (Boomer Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ประมาณปี ค.ศ. 1945 - 1960 คือ ช่วงที่มีอัตราการเกิดเพิ่มมากขึ้น เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ มีกำลังการซื้อมากมาย ลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้คือ กิ่งอนุรักษ์ กิ่งล้ำสมัย ใช้เงินอย่างรู้คุณค่า ให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ตนเองและสนใจสุขภาพ

2) กลุ่มเจเนอเรชันเอกซ์ (Generation-X) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1961 - 1980 เป็นช่วงที่อยู่ระหว่างสังคมแบบแอนะล็อก (Analog) กับดิจิทัล (Digital) กลุ่มผู้บริโภคนี้มีกำลังซื้อเช่นเดียวกับกลุ่มเจเนอเรชันบี (Generation-B) แต่ประเภทมีแล้วซื้อได้อีก ให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลให้กับชีวิตที่ให้ความสะดวกสบาย นิยมตราสินค้าเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเอง หรือสินค้าที่มีรูปแบบทันสมัย
3) กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation-Y) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1981 - 1995 มีพฤติกรรมเป็นของตนเอง ในการเลือกการบริโภคสินค้า เนื่องจากเติบโตจากพื้นฐานสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อมูลยุคข่าวสาร รักอิสระและไม่ค่อยอดทนเนื่องจากอยู่ในช่วงสังคมที่มีทางเลือกให้มาก ที่เป็นผลมาจากการผลิตยุคก่อนหน้านี้ ชอบผสมผสาน (Mix and Match) เพื่อสะท้อนความเป็นตัวตนของคนรุ่นใหม่ นิยมสินค้าเพื่อความบันเทิงและการยอมรับจากสังคม
4) กลุ่มเจเนอเรชันเอ็ม (Generation-M) คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี เป็นกลุ่มผู้บริโภคครอบครัว มีความพร้อมทางการเงิน มีความเชื่อมั่นในพลังของตนเอง ไม่ค่อยอดทน เป็นนักบริโภคสินค้าราคาแพง โดยเฉพาะสินค้าเทคโนโลยี สินค้าแฟชั่น
5) กลุ่มเจเนอเรชันเอเชีย (Generation-Asia) คือ เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่อายุระหว่าง อายุระหว่าง 18 - 35 ปี กลุ่มนี้จัดอยู่กลุ่มตัวอย่างนี้จัดอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชันเอเชีย (Generation-Asia) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมืองเกิดและโตในยุคที่เอเชียมีบทบาทในตลาดโลก มีความคิดแบบหัวก้าวหน้า เป็นผู้นำในกระแสแนวโน้มต่าง ๆ รักอิสระ เลือกซื้อสินค้าที่แสดงภาพลักษณ์และบุคลิกของตน ไม่ยึดติดที่ตราสินค้า นิยมรูปแบบการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือรูปแบบการแต่งกายที่ไม่ บ่งบอกเพศ (Metrosexual) จากการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะข้อมูลประชากร เศรษฐกิจ จิตวิทยา สังคม และกลุ่มเจเนอเรชันต่าง ๆ จะนำไปสู่ แนวทางการออกแบบแฟชั่นให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแต่ละกลุ่ม ข้อมูลในส่วนนี้จึงมีความสำคัญในการกำหนดระดับของสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มของผู้บริโภค ด้านของรูปแบบแฟชั่น ราคา วัสดุที่ใช้ กลุ่มสีและลวดลาย และส่วนประกอบการออกแบบอื่น ๆ ทั้งนี้การ

กำหนดแนวความคิดในการออกแบบจึงต้องวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มผู้บริโภคหลัก เพื่อนำไปวางกรอบ แนวทางการออกแบบส่วนอื่น ๆ ต่อไป

การวิจัยครั้งนี้กลุ่มผู้บริโภคที่ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย พบว่า กลุ่มที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มอายุระหว่าง 25 - 35 ปี ซึ่งจัดว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคตลาดหลัก และจัดอยู่ในผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันเอเชีย (Generation-Asia) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมืองเกิดและโตในยุคที่เอเชียมีบทบาทในตลาดโลก มีความคิดแบบหัวก้าวหน้า เป็นผู้นำในกระแสแนวโน้มต่าง ๆ รักอิสระ เลือกซื้อสินค้าที่แสดงภาพลักษณ์และบุคลิกของตน ไม่ยึดติดที่ตราสินค้า นิยมรูปแบบการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งสอดคล้องกับการสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้เกี่ยวกับพฤติกรรมของสตรีมุสลิมเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมือง รักอิสระ เลือกซื้อสินค้าที่แสดงภาพลักษณ์และบุคลิกของตน ไม่ยึดติดที่ตราสินค้า นิยมรูปแบบการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมร่วมสมัย รายละเอียดปรากฏในบทที่ 4 ส่วนที่ 2

8. สีในงานออกแบบแฟชั่น สีในการออกแบบแฟชั่นในแต่ละฤดูกาลจะมีสีที่เน้น สีเด่น สีรอง ที่เป็นสีแฟชั่นเฉพาะประจำฤดูกาล การพยากรณ์ว่าสีไหนจะได้รับความนิยม จะพิจารณาจากเวทีจัดแสดงแฟชั่นและสรุปภาพรวมสีที่ได้รับความนิยม สีที่ใช้ในงานออกแบบ ในความหมายทั่วไป หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้ตาของคนเห็น เช่น ขาว ดำ แดง เขียว เหลือง เป็นต้น ในทางวิทยาศาสตร์ สี หมายถึงแสงที่มองเห็นเป็น ม่วง คราม น้ำเงิน เขียว เหลือง เป็นต้น นอกจากนี้ สี ยังมีความหมายเป็นสัญลักษณ์ต่าง ๆ ด้วย ผลการศึกษาของ Johannes Itten (อ้างใน ณัฐสุภา, 2560) นักทฤษฎีสีชาวเยอรมัน เสนอแนะว่า มนุษย์จะรู้สึกสบายใจเมื่อเลือกใช้สีที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพ ของตน สีจึงมีผลต่อการตอบสนองของอารมณ์ในเชิงจิตวิทยา การใช้สีสำหรับงานออกแบบแฟชั่นก็เช่นกัน นักออกแบบเลือกชุดสีเพื่อนำมาออกแบบใช้สื่อสารบุคลิกภาพของผลงานและสร้างการตอบสนองของอารมณ์ในเชิงจิตวิทยา เช่น การใช้สีแสดงเรื่องราวของแรงบันดาลใจ พอล ซิมสัน อธิบายถึงแนวคิดเกี่ยวกับสีของโยฮันน์ โวล์ฟกัง ฟอน เกอร์เธ่ นักปราชญาชาวเยอรมันไว้ในหนังสือเรื่อง The Colour Code ว่า “สีนั้นเป็นอัตวิสัยของแต่ละบุคคล มากกว่าจะเป็นวิทยาศาสตร์ไปทั้งหมด” สีถูกรังสรรค์ขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเชิงฟิสิกส์ของแสง กับกลไกของทุกอย่างที่ทำให้เรารับรู้มัน

ได้ ด้วยเหตุนี้ เกอเธ่จำแนกสีทั้งหมดออกเป็นสีเชิง “บวก” ที่กระตุ้นความมีชีวิตชีวา (เหลือง เหลืองอมแดง) และสีเชิง “ลบ” ที่นำพาความกลุ้มกังวล (น้ำเงิน ม่วง ม่วงอมเขียว) จนปรัชญาเมธีอย่าง ลุดวิก วิทท์เกนสไตน์ ตั้งข้อสังเกตเอาไว้ว่า “สิ่งที่เกอเธ่แสวงหาไม่ใช่ทฤษฎีสีในเชิงฟิสิกส์ หากแต่เป็นทฤษฎีสีในเชิงจิตวิทยา” (ไพรัตน์ พงศ์พานิชย์, 2565)

## 2.5 ประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น

### 2.5.1 การแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น

การแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น จะมีการแบ่งตามรายการผลิต (Product Item) โดยแบ่งเป็นประเภทของรายการผลิตภัณฑ์ออกเป็นส่วน ๆ (Item Category) แต่ละส่วนจะมีรูปแบบและการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป ประเภทของผลิตภัณฑ์แฟชั่นแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1)เสื้อผ้าส่วนบนของชุด เช่น เสื้อผ้าที่มีรูปแบบการใช้งานต่าง ๆ 2)เสื้อผ้าส่วนล่างของชุด เช่น กางเกง กระโปรงแบบต่าง ๆ 3)ชุดเต็มตัว เช่น ชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) จัมเปอร์ หรือเสื้อตัวยาว สูทเต็มตัว ฯลฯ 4)เครื่องตกแต่งประกอบงานแฟชั่น เช่น กระเป๋า เข็มขัด รองเท้า และเครื่องประดับตกแต่งอื่น ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ใจภักดิ์ บุรพเจตนา, 2560, น.5-6)

| **Top**<br>**เสื้อผ้าส่วนบน** | **Bottom**<br>**เสื้อผ้าส่วนล่าง** | **Dress**<br>**ชุดเต็มตัว** | **Accessory**<br>**เครื่องตกแต่ง** |
|---|---|---|---|
| Thank Top | Pants | Dress | Bag, Handbag |
| Strapless Top | Short pants<br>Hot pants | Jumper | Wallet |
| Blouse | Trousers | Suits | Watches |
| Shirt, T-shirt | Capri | Overalls | Eyewear |
| Blazer, Jacket | Skirts | | Belt |
| Sweater, Coat | | | shoes |

ภาพที่ 7 รายการผลิตภัณฑ์ (Item Category)

ที่มา : ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2560). แรงบันดาลใจสู่การออกแบบแฟชั่น.

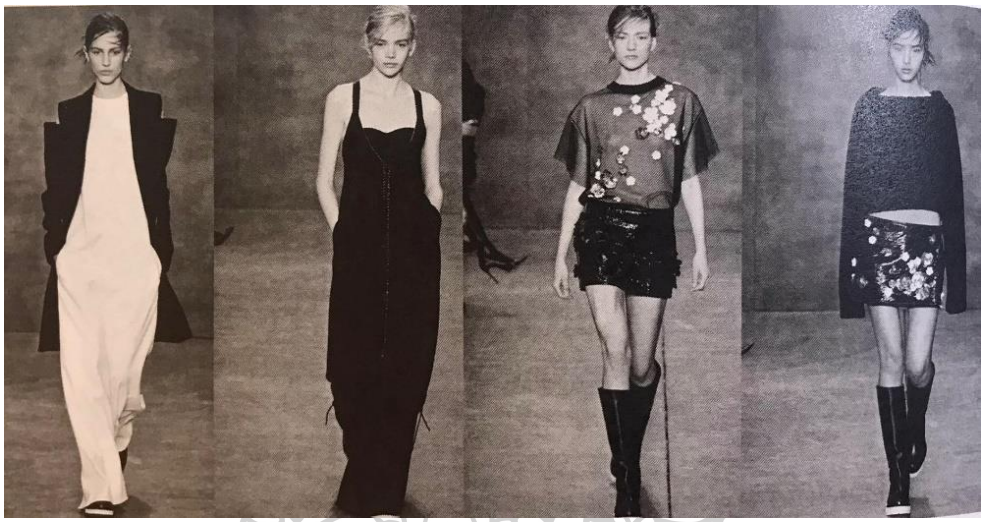
**2.5.2 แฟชั่นกับโอกาสในการใช้งาน**

การออกแบบงานแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ต้องมีการกำหนดประเภทสินค้าว่าเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งานในโอกาสใด ๆ (Occasion) เพื่อการผลิตที่สอดคล้องกับตลาดสินค้าแฟชั่นประเภทเครื่องแต่งกายที่ใช้ในโอกาสต่าง ๆ แบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ดังนี้ (ใจภักดิ์ บุรพเจตนา, 2560, น.6-9)

1. เครื่องแต่งกายชุดทำงาน (Business Wear) คือ เครื่องแต่งกายที่ใช้ในโอกาสที่เป็นทางการทั่วไป (Formal) เช่นชุดทำงาน ชุดติดต่อธุรกิจ เป็นชุดที่ดูสุภาพ

ภาพที่ 8 เครื่องแต่งกายชุดทำงาน
ที่มา : ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2560). แรงบันดาลใจสู่การออกแบบแฟชั่น.
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อันลิมิต พริ้นต์ติ้ง จำกัด.

2. เครื่องแต่งกายชุดลำลอง (Casual Wear) คือ เครื่องแต่งกายที่ใช้ในโอกาสลำลอง มีรูปแบบไม่เป็นทางการ สวมใส่สบาย



ภาพที่ 9 เครื่องแต่งกายชุดลำลอง
ที่มา : ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2560). แรงบันดาลใจสู่การออกแบบแฟชั่น.
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อันลิมิต พริ้นต์ติ้ง จำกัด.

3. เครื่องแต่งกายชุดสังสรรค์ (Party Wear) คือ เครื่องแต่งกายที่ใช้ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น งานสังสรรค์ งานปาร์ตี้ราตรี มีรูปแบบหรูหรา งดงาม เหมาะกับงานที่เป็นโอกาสพิเศษ

ภาพที่ 10 เครื่องแต่งกายชุดงานสังสรรค์
ที่มา : ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2560). แรงบันดาลใจสู่การออกแบบแฟชั่น.
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อันลิมิต พริ้นต์ติ้ง จำกัด.

### 2.5.3 รูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในอดีต

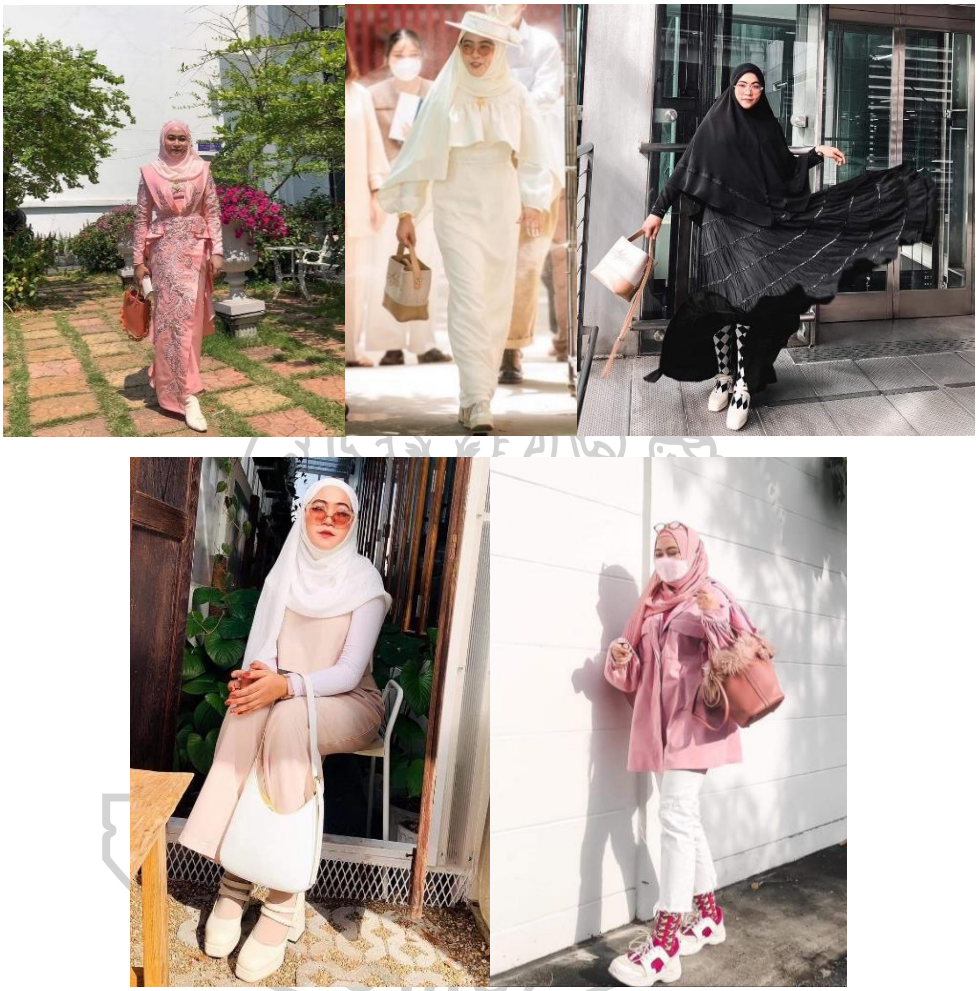
รูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในอดีต จะเป็นรูปแบบผสมผสานความเป็นชุดบานงหรือชุดพื้นถิ่นทางใต้ โครงชุดจะหลวมซึ่งได้รับอิทธิพลการแต่งกายนี้มาจากอินโดนีเซีย (วราภรณ์ สำเภา, 2566, น.120)

ภาพที่ 11 รูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในอดีต

ที่มา : ศูนย์ประสานการปฏิบัติที่ 5 กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร. (2561). เข้าถึงได้จาก https://isoc5.net/articles/view/176/

### 2.5.4 รูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในปัจจุบัน

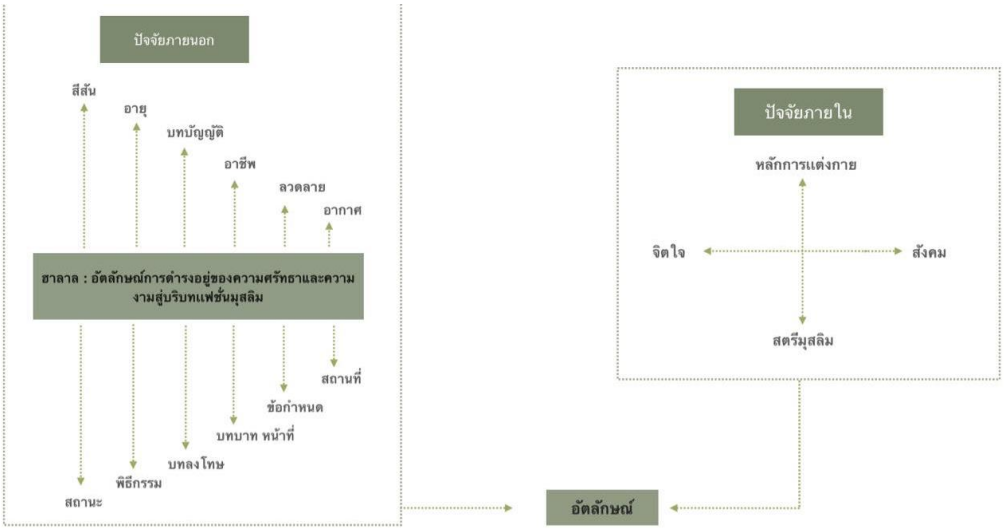
รูปแบบการแต่งกายมีความร่วมสมัยมากขึ้น แต่ยังคงหลักการของศาสนา มีความเป็นแฟชั่น ปรับไปตามบริบทของสถานที่และโอกาส



ภาพที่ 12 รูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในปัจจุบัน
ที่มา : คุณเกศรินทร์ ขำอินทร์ ช่างภาพอิสระ

ปัจจุบันการแต่งกายของสตรีมีแนวทางหรือทางเลือกในการสวมใส่ให้สอดคล้องกับหลักการศาสนามากขึ้น มีรูปแบบหรือทางเลือกในการสวมใส่ที่หลากหลายเพื่อให้ยังคงอัตลักษณ์การแต่งกายของสตรีมุสลิม เช่น ผ้าคาดผมสำหรับเก็บส่วนไรผมที่ไม่ให้เห็นออกมาด้านนอกหลังคลุมผ้าฮิญาบ รวมทั้งการสวมใส่เสื้อผ้ามากชิ้น เพื่อเป็นการปกปิดส่วนที่พึงปกปิด เช่น เมื่อสวมใส่กระโปรงที่มีความสั้นเหนือตาตุ่ม สตรีมุสลิมก็จะมีวิธีการสวมใส่โดยนำกางเกงเลกกิง (Legging) สวมไว้ด้านในสุดและสวมกระโปรงทับ เป็นต้น

## 2.6 ข้อสรุปการทบทวนวรรณกรรม




ภาพที่ 13 ข้อมูลสรุปทบทวนวรรณกรรม
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

สรุปข้อคิดเห็นในความเป็นแฟชั่นมุสลิมในปัจจุบันของผู้วิจัย สำหรับสตรีมุสลิมในบริบทประเทศไทยกับวัฒนธรรมใหม่มีความร่วมสมัยที่วัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ สตรีมุสลิมยังคงรักษาอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของผู้สวมใส่ อย่างไรก็ตามจากการสังเกตพบว่า ปัจจุบันเสื้อผ้าสำหรับสตรีมุสลิมโดยเฉพาะยังมีค่อนข้างน้อย จากการสำรวจตลาดเสื้อผ้าในพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยพบว่าสินค้าเสื้อผ้าสตรีมุสลิมส่วนมากคือสินค้าประเภท ผ้าคลุมผม (ฮิญาบ) ในขณะที่สินค้าเสื้อผ้าสำหรับสตรีมุสลิมประเภทอื่น ๆ ปรากฏให้เห็นอยู่เป็นส่วนน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการสนทนากลุ่มที่ชี้ว่าพฤติกรรมการแต่งกายรูปแบบที่ตรงกับหลักการของศาสนามักมุ่งผสมผสานสินค้าผ้าคลุมผมให้เข้ากันได้กันแนวโน้มเสื้อผ้าสากลที่อนุโลมให้ถูกหลักจารีต

จากข้อสังเกตข้างต้นผู้วิจัยพบว่าในการดำเนินการออกแบบในครั้งนี้ การศึกษาพฤติกรรมของสตรีมุสลิม โดยเฉพาะในพื้นที่ศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร จึงมีความสำคัญในฐานะปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบแฟชั่นการแต่งกายผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

# บทที่ 3
# วิธีดำเนินการวิจัย

## 3.1 แนวทางการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม เป็นการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการค้นคว้าเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ และการสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อนำข้อมูลมาออกแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมบริบทแฟชั่นปัจจุบัน และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์และตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งขั้นตอนกระบวนการวิจัย ไว้ดังนี้

### 3.1.1 กระบวนการศึกษา

1. ศึกษาข้อมูล ทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องในวัตถุประสงค์ที่ศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับหลักคำสอน บทบัญญัติ อัตลักษณ์ วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล บทลงโทษของศาสนากับการแต่งกายของสตรีมุสลิม ความงามทางสุนทรียะ ความงามในบริบทฮาลาล รูปแบบ ลวดลาย สี เนื้อผ้า ทฤษฎีการออกแบบแฟชั่น และอัตลักษณ์การแต่งกายของสตรีมุสลิม เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมบริบทปัจจุบัน และเพื่อให้การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ดำเนินไปตามขั้นตอนและถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย

2. สร้างเครื่องมือแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สำหรับสอบถามพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมจากกลุ่มตัวอย่าง นำมาเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเสื้อผ้าต้นแบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และนำมากำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบ

3. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

4. วิเคราะห์ สรุปผลข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม เพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบและสร้างต้นแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน

5. นำต้นแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมไปใช้สัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย คือ ผู้เชี่ยวชาญมุสลิม ผู้นำศาสนา ผู้ประกอบการนักออกแบบ และผู้บริโภคที่เป็นสตรีมุสลิม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุง แก้ไข ให้ตรงตามหลักการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น

6. ปรับปรุงแก้ไขพัฒนาชุดต้นแบบจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อนำไปสร้างชุดต้นแบบกับวัสดุหลักของงานวิจัย

7. สร้างชุดต้นแบบจริงโดยปรับแก้ไขจากข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มย่อย

8. สรุปผล ข้อค้นพบ และรายงานผลการวิจัย

## 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 3.2.1 ประชากร

<u>เชิงคุณภาพ</u>

กลุ่มผู้นำศาสนา นักวิชาการมุสลิม กลุ่มนักออกแบบแฟชั่น นักวิชาการออกแบบ และผู้นำกลุ่มสตรีมุสลิม

<u>เชิงปริมาณ</u>

กลุ่มสตรีมุสลิมอายุระหว่าง 25 – 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย ซึ่งการได้มาของจำนวนกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณ เทียบตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่างและการได้มาซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. เชิงคุณภาพ

กลุ่มผู้นำศาสนาหรือนักวิชาการมุสลิม กลุ่มนักออกแบบแฟชั่น ผู้นำกลุ่มสตรีมุสลิม ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive) ได้มีการเก็บข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำมาประกอบการสร้างแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิม

2. เชิงปริมาณ

กลุ่มสตรีมุสลิมอายุระหว่าง 25 – 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย ซึ่งการได้มาของจำนวนกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณ เทียบตารางสำเร็จรูปของ Yamane กล่าวคือ

ตามข้อมูลสถิติการสำรวจสภาวะทางสังคม วัฒนธรรม และสุขภาพจิต พ.ศ. 2561 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครมีทั้งสิ้น 6,355,100 คน ซึ่งในจำนวนนี้อัตราส่วนระหว่างเพศชายและเพศหญิง 90.1:100 คน นอกจากนี้ยังพบว่าในจำนวนของประชากรทั้งหมดของกรุงเทพฯ มีผู้นับถือศาสนาอิสลาม 4.1% ซึ่งคิดเป็น 260,559.1 คน จากอัตราส่วนหญิง:ชาย ดังข้อมูลข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า ในจำนวนผู้นับถือศาสนาอิสลาม 260,559.1 คน จะมีเพศหญิง 137,064 คน และเพศชาย 123,494.87 คน (กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ผู้วิจัยจึงนำมาแทนค่าสูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ดังนี้

$$n = \frac{137,064}{1+137,064\ (0.05)^2}$$

$$= \frac{137,064}{343.66}$$

n = 398 คน ประมาณ 400 ราย

(n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ควรสุ่ม)

| ขนาดประชากร (N) | ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละระดับความคลาดเคลื่อน (e) | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ±1% | ±2% | ±3% | ±4% | ±5% | ±10% |
| 500 | | | | | 222 | 83 |
| 1,000 | | | | 385 | 286 | 91 |
| 1,500 | | | 638 | 441 | 316 | 94 |
| 2,000 | | | 714 | 476 | 333 | 95 |
| 2,500 | | 1,250 | 769 | 500 | 345 | 96 |
| 3,000 | | 1,364 | 811 | 517 | 353 | 97 |
| 3,500 | | 1,458 | 843 | 530 | 359 | 97 |
| 4,000 | | 1,538 | 870 | 541 | 364 | 98 |
| 4,500 | | 1,067 | 891 | 549 | 367 | 98 |
| 5,000 | | 1,667 | 909 | 556 | 370 | 98 |
| 6,000 | | 1,765 | 938 | 566 | 375 | 98 |
| 7,000 | | 1,842 | 959 | 574 | 378 | 99 |
| 8,000 | | 1,905 | 976 | 580 | 381 | 99 |
| 9,000 | | 1,957 | 989 | 584 | 383 | 99 |
| 10,000 | 5,000 | 2,000 | 1,000 | 588 | 385 | 99 |
| 15,000 | 6,000 | 2,143 | 1,034 | 600 | 390 | 99 |
| 20,000 | 6,667 | 2,222 | 1,053 | 606 | 392 | 100 |
| 25,000 | 7,143 | 2,273 | 1,064 | 610 | 394 | 100 |
| 50,000 | | 2,381 | 1,087 | 617 | 397 | 100 |
| 100,000 | | 2,439 | 1,099 | 621 | 398 | 100 |
| ∝ | | 2,500 | 1,111 | 625 | 400 | 100 |

ภาพที่ 14 ตารางเทียบกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane

ที่มา : Kris Piroj. (2560). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูป. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2565. เข้าถึงได้จาก https://greedisgoods.com/taro-yamane/

ตารางสำเร็จของ Taro Yamane เป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจเท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% ดังภาพที่ 14

**3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา หลังจากได้ข้อคำถาม ข้อสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านวัฒนธรรมมุสลิม ทั้งหมด 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Congruency) และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

**3.3.1 เชิงคุณภาพ**

แบบสัมภาษณ์ มีรายการสัมภาษณ์ทั้งหมด 10 ข้อ ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบรายการสัมภาษณ์ ความแม่นยำของข้อมูล (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของรายการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย

**3.3.2 เชิงปริมาณ**

แบบสอบถาม นี้แบ่งเป็น 3 ส่วน มีคำถามทั้งปลายเปิดและปลายปิดให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระดับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

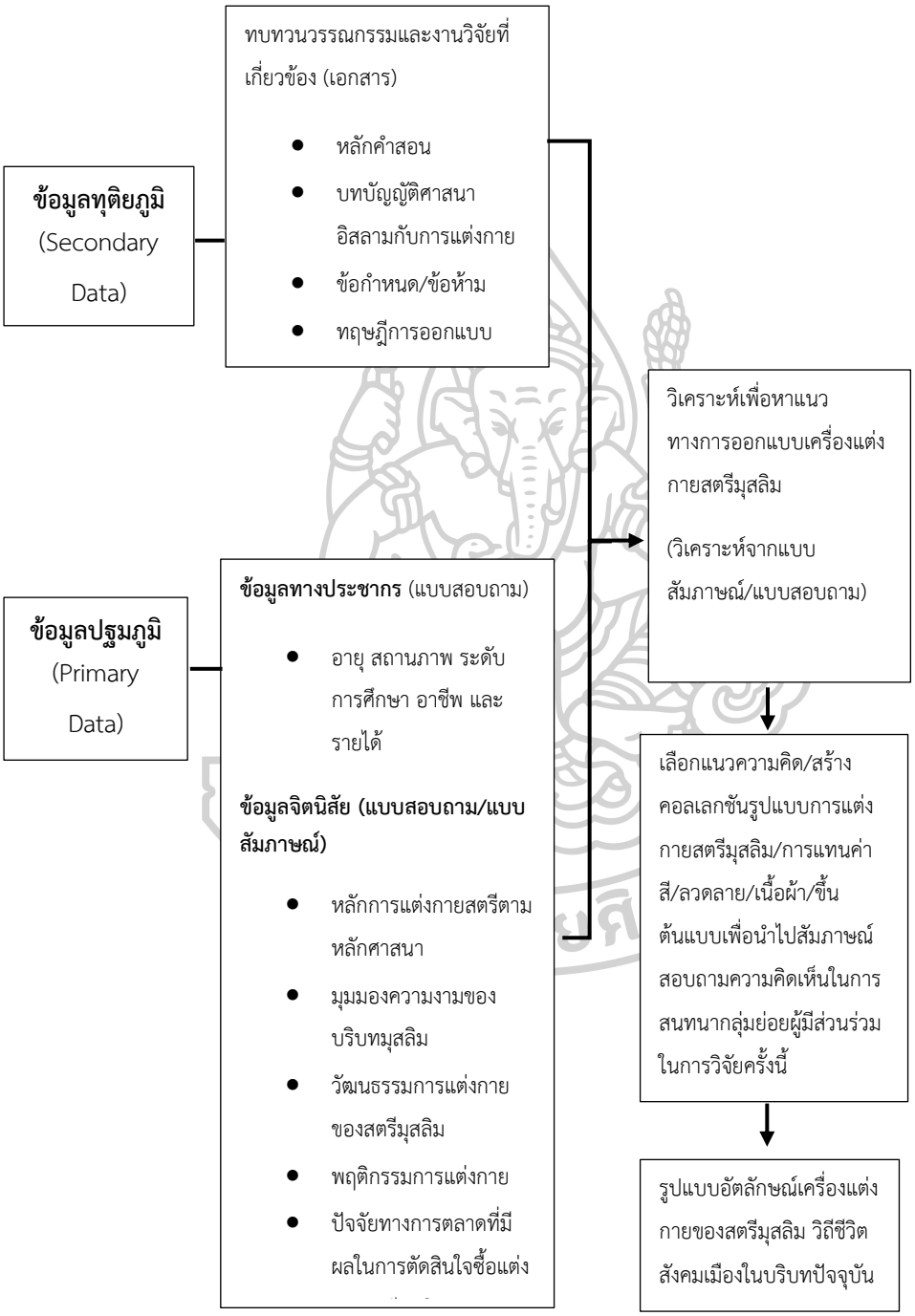
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในวิถีชีวิตสังคมเมือง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ “เครื่องแต่งกายมุสลิม”

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัย หนังสือที่เกี่ยวข้อง

3.4.2 การเก็บรวมรวมข้อมูล




ภาพที่ 15 แสดงขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

3.4.3 สร้างเครื่องมือแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อสอบถามพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิม จากกลุ่มตัวอย่างมาเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเสื้อผ้าต้นแบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และนำมากำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบ

3.4.4 ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

3.4.5 วิเคราะห์ สรุปผลข้อมูล ที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม เพื่อนำมากำหนดแรงบันดาลใจแนวทางความคิดการออกแบบ เลือกแบบลวดลาย การตกแต่งต่าง ๆ และสร้างต้นแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิม

3.4.6 นำต้นแบบที่ตัดเย็บจากผ้าวัสดุใกล้เคียงกับวัสดุจริงในการทำวิจัยไปสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย คือ ผู้เชี่ยวชาญมุสลิม ผู้นำศาสนา ผู้ประกอบการ นักออกแบบ และผู้บริโภคที่เป็นสตรีมุสลิม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการนำมาปรับปรุง แก้ไข ปรับเปลี่ยน ให้ตรงตามหลักการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่นมุสลิม

3.4.7 ปรับปรุงแก้ไขพัฒนาชุดต้นแบบจากข้อมูลของการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อนำไปสร้างชุดต้นแบบ

3.4.8 สร้างชุดต้นแบบชุดจริงโดยปรับแก้ไขจากข้อมูลของการสนทนากลุ่มย่อย

3.4.9 สรุปผล ข้อค้นพบ รายงานผลการวิจัย ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยต่อไป

## 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.5.1 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลดังนี้

1. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ ลงบันทึกเพื่อประมวลผลทางสถิติต่อไป
3. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS 22.0 (Statistical Package for the Social Science) เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลและได้แนวทางในการกำหนดการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยเลือกสถิติที่เหมาะสมในการคำนวณตามลักษณะมาตราส่วนของการวัด
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ใช้ค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะ สถิติเชิงพรรณ (Descriptive Statistics) เป็นการใช้สถิติเพื่ออธิบายการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 : ข้อ 4.2.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ดังตารางที่ 1 – 5 ในบทที่ 4) และส่วนที่ 2 : ข้อ 4.2.2.2 พฤติกรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในวิถีสังคมเมือง (ดังตารางที่ 6 – 17 ในบทที่ 4) โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดูการกระจายของตัวแปร และข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 3 : ข้อ 4.2.2.3 ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม โดยใช้ค่าสถิติการวิเคราะห์ผลเพื่ออธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยการตลาดด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) ใช้หาค่าความแตกต่างโดยเฉลี่ยของตัวแปร
5. ช่วงระดับคะแนนวัดปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ใช้สูตร 5 - 1/5 = 0.8 โดยมีช่วงระดับคะแนนดังนี้

    4.21 - 5.00 > มากที่สุด

    3.41 - 4.20 > มาก

    2.61 – 3.40 > ปานกลาง

    1.81 – 2.60 > น้อย

    1.00 - 1.80 > น้อยที่สุด

### 3.5.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับงานวิจัยและดำเนินการเก็บข้อมูลมาจนสิ้นสุดการวิจัย เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลต่อเนื่องและได้ประเด็นการวิจัยที่ครบถ้วนซึ่งเป็นการถกกันของสามมุมใน “วงล้อแห่งความรู้” คือ ประเด็นคำถามการวิจัย (Research Question) แนวคิดทฤษฎี (Concept & Theory) และข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบ (Data & Finding) เป็นการหมุนเกลียวการวิเคราะห์ให้เกิดความเข้าใจแตกฉานคมชัดเชื่อมโยงกันมากขึ้น (สุกานดา ถิ่นฐาน, 2565, น.112)

## 3.6 สรุป

ในบทนี้ได้นำเสนอระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวทางการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยนำเสนอรายละเอียดของคุณสมบัติของประชากรกลุ่มตัวอย่าง จากการเก็บข้อมูลและการสำรวจด้วยวิธีการสัมภาษณ์และการสอบถาม ซึ่งเป็นข้อคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากสตรีมุสลิมที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจำแนกข้อมูลด้วยการพรรณนา แจกแจงร่วมกับเครื่องมือตารางเปรียบเทียบข้อมูลโดยผู้วิจัยนำผลข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และนำผลจากการวิเคราะห์พฤติกรรมของสตรีมุสลิม (ผู้บริโภค) มาใช้เป็นข้อมูลประกอบแนวทางการออกแบบฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม โดยใช้กระบวนการออกแบบแฟชั่น (Design Process) นำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างสรรค์อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม สำหรับกลุ่มผู้บริโภคสตรีมุสลิม ภายใต้กระบวนการเก็บข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานและสรุปผล

1. การสร้างผลงานต้นแบบ

- วิเคราะห์และวางแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์ โดยองค์ประกอบทางการออกแบบ ได้แก่ รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ (พื้นผิว) รายละเอียดการตกแต่งที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

- ศึกษาและวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางรูปแบบที่นิยมแต่งกายของสตรีมุสลิมและนำมาสร้างแรงบันดาลใจที่มาจากแนวคิดการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม
- ร่างแบบผลงานคอลเลกชันต้นแบบ ที่สอดคล้องกับแนวความคิดอัตลักษณ์ การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิม กลุ่มเป้าหมาย
- ทดลองสร้างผลงานคอลเลกชันต้นแบบ (Prototype) จากวัสดุจำลอง เพื่อหาจุดบกพร่องและนำมาแก้ไขปรับปรุง และนำไปสัมภาษณ์สอบถามกับกลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
- สร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบจากวัสดุหลักของการวิจัย

2. สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร

# บทที่ 4
# ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม เป็นการศึกษาหลักคำสอน บทบัญญัติ ข้อปฏิบัติในการแต่งกายตามหลักศาสนา ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมจากรุ่นสู่รุ่น โดยมองย้อนไปถึงหลักแก่นแท้ทางศาสนาในเรื่องการแต่งกายและการสวมใส่ที่ถูกกำหนดโดยหลักศาสนา ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ประเด็น คือ 1) วัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล 2) วัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่น และ 3) ออกแบบแฟชั่นการแต่งกายของสตรีมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม โดยใช้หลักการทางศาสนามาเชื่อมโยงกับองค์ประกอบออกแบบแฟชั่นการแต่งกายสตรีมุสลิม เป็นการยกระดับแนวคิดในกลุ่มสินค้าแฟชั่นของสตรีมุสลิม เป็นการสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจ กับผู้ที่สนใจในหลักการแต่งกายของสตรีมุสลิม หรือผู้ที่เตรียมความพร้อมการเข้าศาสนาอิสลามต่อไป ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 1 การทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์โดยการจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 : การศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 2 การสำรวจพฤติกรรมของสตรีมุสลิมโดยการเก็บแบบสอบถามจากสตรีมุสลิมกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย

ส่วนที่ 3 ผลการสร้างสรรค์จากการศึกษานำร่อง

ส่วนที่ 4 การดำเนินงานสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม

**4.1 ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 1 คือ การทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์จากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 : ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล**

**4.1.1 ข้อค้นพบจากการทบทวนวรรณกรรม**

ในทัศนะของผู้วิจัย ผู้หญิงเป็นสิ่งที่คู่กับความสวย ความงาม เพื่อให้เป็นการสอดคล้องกับหลักศาสนา ผู้หญิงต้องสวยงามแบบมีคุณค่าและความดีงาม เป็นเสน่ห์แห่งการปกปิด คือการปกปิดเอาเราะฮ์ให้ถูกต้องตามหลักศาสนาคือ ความงามในบริบทฮาลาล งามในหลักการศาสนา

**4.1.2 ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์ประเด็นสำคัญจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัย**

การลงพื้นที่เก็บข้อมูลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มย่อย เมื่อวันที่ 7 และ 19 เมษายน 2566

ภาพที่ 16 การลงพื้นที่สัมภาษณ์วันที่ 7 เมษายน 2566
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ภาพที่ 17 การจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2566
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**4.1.3 ผลสรุปจากการจัดสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)**

- **ผู้นำศาสนา**

**การแต่งกายของสตรีมุสลิม** ในทางศาสนาอิสลามนั้นให้ความสำคัญในการแต่งกายเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการปกป้องให้ผู้หญิงมีความปลอดภัย โดยมีหลักการอยู่ 3 ประการ คือ

1. การไม่ให้เห็นส่วนเรือนร่างที่เป็นส่วนพึงสงวน เช่น อวัยวะเพศ หน้าอก สีผิว โดยคลุมตั้งแต่ศีรษะจรดเท้า
2. การปกปิดบางส่วนที่มีการอนุญาตได้ เช่น ใบหน้ากับฝ่ามือ
3. การไม่แสดงเสียงที่ทำให้ฝ่ายชายรับรู้หรือกระตุ้นให้ฝ่ายชายสนใจ เช่น การสวมใส่เครื่องประดับที่มีเสียงกระดิ่ง เสียงกระทบกันของกำไล สำหรับเนื้อผ้าที่ใช้กับการแต่งกายสตรีมุสลิมใช้เนื้อผ้าชนิดใดก็ได้ แต่เนื้อผ้านั้นห้ามบางและเห็นสีผิวหรือเห็นเรือนร่าง

**การแต่งกายของชายมุสลิม** ในทางหลักศาสนาอิสลามจะไม่เคร่งครัดเท่าสตรีมุสลิม สำหรับชายมุสลิมนั้นต้องปกปิดเรือนร่างบริเวณ สะดือจนถึงหัวเข่า (ขณะอาศัยอยู่ในบ้าน) แต่สำหรับการแต่งกายออกนอกบ้านยังคงต้องแต่งตัวให้ปกปิดมิดชิดเช่นกัน ซึ่งจะสวมหมวกคลุมศีรษะ หรือไม่สวมก็ได้

**การปกปิดส่วนที่เรียกว่า “เอาเราะฮ์”** ในการแต่งกายของสตรีมุสลิม คือ การปกปิดส่วนที่ต้องห้าม มี 3 รูปแบบดังนี้

1. การปกปิดต่อหน้าผู้ชาย ที่ไม่ใช่คนในครอบครัว คนที่สตรีนั้นสามารถสมรสได้
2. การปกปิดกับผู้ที่ไม่สามารถแต่งงานได้ เช่น พ่อ ปู่ หรือญาติ เป็นการปกปิดตั้งแต่บริเวณศีรษะจนถึงหัวเข่า
3. การปกปิดแบบไม่ปกปิด เปิดเผยได้เฉพาะสามี

**กฎระเบียบและการละเมิดในศาสนา** แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1. ละเมิดบุคคลกับบุคคล คือ การที่ไปนำของของคนอื่นมาในทางที่ไม่ถูกต้อง “ต้องคืนให้เขาหมด” ยกตัวอย่างเช่น ถ้าเราขโมยเงินคนอื่นมา 25 บาท แต่ความผิดตามบทลงโทษของพระอัลลอฮ์ คือ ถูกตัดมือ เพราะเงินนั้นคือทรัพย์สินของผู้อื่น แต่เราต้องนำเงินนั้นไปคืนเจ้าของเราจะไม่ถูกลงโทษ แต่ความผิดนี้จะขึ้นอยู่กับผู้พิพากษาในทางกฎหมาย

2. การละเมิดบุคคลกับพระผู้เป็นเจ้า สามารถกล่าวขอโทษและจะได้รับการให้อภัยจากผู้พระเจ้า ซึ่งหลายคนมองว่ากฎหมายของอิสลามดูโหดร้าย รุนแรง แต่ก็สามารถป้องกันการกระทำความผิดได้จริง

**ความเท่าเทียมระหว่างชายและหญิงในศาสนาอิสลาม** มีความเท่าเทียมกันตามหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป เช่น ผู้ชายมีหน้าที่ในการหารายได้จากการออกไปทำงาน ส่วนผู้หญิงมีหน้าที่ในการดูแลครอบครัว ในกรณีที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องการแบ่งเบาภาระหน้าที่หรือช่วยเหลือซึ่งกันและกันนั้นย่อมสามารถทำได้ แต่ขึ้นอยู่กับการพิจารณาร่วมกันในแต่ละครอบครัว โดยหน้าที่หลักของตนเองยังคงมั่นคงอยู่และไม่ทำให้หน้าที่ของตนต้องเสีย

**บทลงโทษการไม่สวมใส่ฮิญาบ** สำหรับผู้นำศาสนาได้กล่าวว่า มีความผิดแต่ไม่ใช่การลงโทษในโลกปัจจุบัน (ในขณะที่เรายังมีชีวิตอยู่) แต่จะเป็นการลงโทษหลังความตายที่มีการลงโทษโดยไฟจะสุมหัว ซึ่งกฎระเบียบหรือโทษที่รุนแรงมีไว้เพื่อไม่ให้เกิดภัยต่าง ๆ ต่อกลุ่มสตรี แต่จะมีบุคคลผู้รับผิดชอบในทางการที่ดูแลสตรีในลำดับแรก คือ บิดาและมารดา

- **นักออกแบบ/ผู้ผลิตเครื่องแต่งกายมุสลิม**

กล่าวว่าผู้หญิงทุกคนคู่กับความสวยซึ่งต้องสวยและมีความดีงาม คือ การปกปิดเอาเราะฮ์ให้ถูกต้องตามหลักศาสนา โดยมีสโลแกนของแบรนด์ว่า “สวยใสในดุนยา ผ่องแผ้วในอาคีเราะฮ์” และในฐานะผู้ผลิตแบรนด์เครื่องแต่งกายมุสลิมมามากกว่า 20 ปี กล่าวว่าทางแบรนด์ได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้และนำมาเป็นแนวทางการออกแบบ

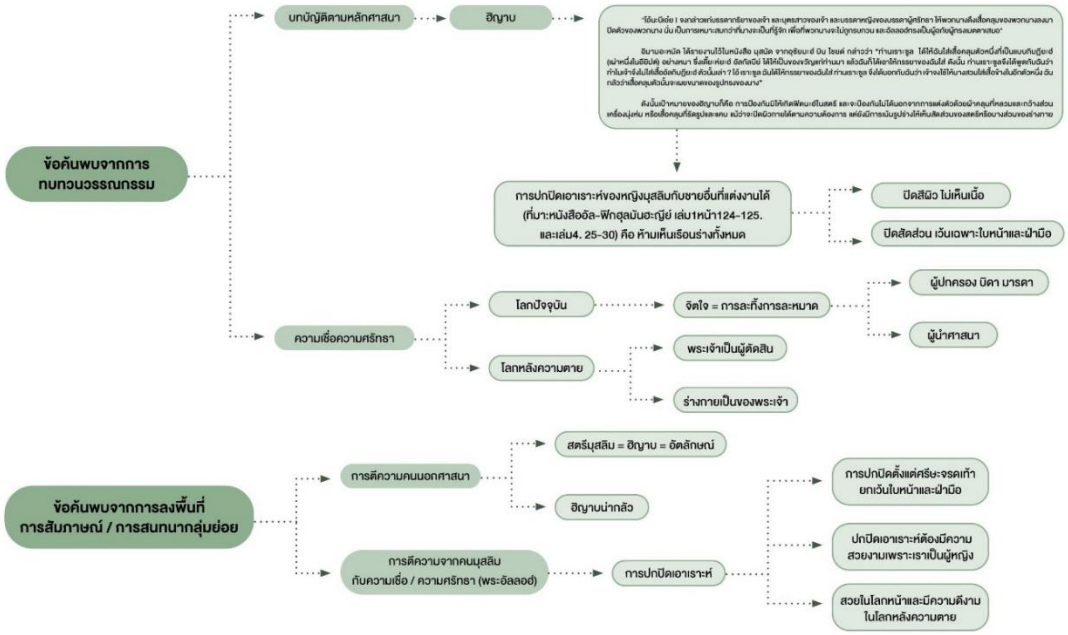
- **สตรีมุสลิม**

กล่าวว่า ความงาม ความชอบ รูปแบบการแต่งตัวเป็นเรื่องของรสนิยมของ แต่ละบุคคล เช่น คนนี้ใส่แบบนี้สวย คนนี้ใส่แบบนี้ไม่สวย ในมุมมองของผู้บริโภคมองว่า การสวมใส่ว่าสวยอย่างไรนั้นน่าจะขึ้นอยู่กับความมั่นใจของแต่ละบุคคล เมื่อมีความมั่นใจแล้วก็จะส่งผลให้บุคลิกภาพที่ดีขึ้น และเมื่อคนนอกมองสตรีมุสลิมในภาพความจำว่าการสวมใส่ “ฮิญาบ” ก็เท่ากับเป็นสตรีมุสลิมหรือมุสลิมะห์ สำหรับมุมมองคนในศาสนาการสวมใส่ฮิญาบและเสื้อผ้าที่ปกปิดส่วนที่เป็นเอาเราะฮ์นั้น ถือเป็นความดีงามในหลักการศาสนา และสำหรับสตรีที่ไม่สวมใส่ “ฮิญาบ” เท่ากับเป็นการละทิ้งการละหมาด ซึ่งในบทลงโทษการไม่สวมใส่ฮิญาบนั้นในประเทศไทยเราไม่ได้มีกฎหมายจึงไม่มีบทลงโทษทางกฎหมาย แต่ใน

ศาสนานั้นบทลงโทษนี้ จะไปยังผู้ปกครองที่ไม่ว่ากล่าวตักเตือน สำหรับบทลงโทษในทางศาสนาเมื่อตายไปไฟจะสุมที่ศีรษะของผู้นั้น

### 4.1.4 บทสรุป

สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมและการสนทนากลุ่มย่อย




ภาพที่ 18 บทสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมและสนทนากลุ่มย่อย
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสนทนากลุ่มย่อยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 พบว่า ในหลักการศาสนามีความสอดคล้องกับการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัย ซึ่งได้ข้อสรุปสำหรับดำเนินการวิจัย คือ การแต่งกายที่สอดคล้องกับหลักศาสนาเป็นความงามในบริบทฮาลาล งามแบบมีคุณค่าและความดีงาม เป็นเสน่ห์แห่งการปกปิด คือ การปกปิดเอาเราะฮ์ให้ถูกต้องตามหลักการศาสนา

**4.2 ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 2 คือ การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคสตรีมุสลิมโดยการเก็บแบบสอบถามจากสตรีมุสลิม จำนวน 400 ราย ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 : การแต่งกายสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมเพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นสตรีมุสลิม**

**4.2.1 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถาม**

การลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถาม จากสตรีมุสลิมที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย อายุระหว่าง 25 - 60 ปี ในช่วงวันที่ 10 กันยายน 2565 ถึงวันที่ 9 ตุลาคม 2565

ภาพที่ 19 การลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม**

การลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากสตรีมุสลิม จำนวน 400 ราย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยช่วงอายุผู้ที่ตอบแบบสอบถาม คือ ระหว่าง 25 - 60 ปี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มีการจัดเก็บกับกลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional design) ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ

**4.2.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ ระดับรายได้หรือรายรับต่อเดือน โดยการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ของจำนวน และค่าร้อยละ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : อายุ

| ช่วงอายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ระหว่าง 25 - 35 ปี | 182 | 45.5 |
| ระหว่าง 36 - 40 ปี | 60 | 15.0 |
| ระหว่าง 41 - 50 ปี | 77 | 19.25 |
| ระหว่าง 51 - 60 ปี | 81 | 20.25 |
| **รวม** | **400** | **100.0** |

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาอายุระหว่าง 51 - 60 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 และอายุระหว่าง 36 - 40 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : สถานภาพ

| สถานภาพ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| โสด | 165 | 41.25 |
| สมรส | 208 | 52.0 |
| อย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 12 | 3.0 |
| หม้าย | 15 | 3.75 |
| **รวม** | **400** | **100.0** |

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสตรีที่มีสถานภาพสมรสจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมามีสถานภาพโสดจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 มีสถานภาพหม้าย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : ระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 14 | 3.5 |
| มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า | 32 | 8.0 |
| มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 54 | 13.5 |
| ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 243 | 60.75 |
| ปริญญาโท | 32 | 8.0 |
| ปริญญาเอก | 1 | 0.25 |
| อื่น ๆ | 24 | 6.0 |
| **รวม** | **400** | **100.0** |

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสตรีมุสลิมที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 การศึกษาระดับปริญญาโทจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่าจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 การศึกษาในระดับอื่น ๆ จำนวน 24 คน คิดเป็น

ร้อยละ 6.0 การศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และการศึกษาในระดับปริญญาเอกจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : อาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| พนักงานบริษัทเอกชน | 88 | 22.17 |
| เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว | 132 | 33.25 |
| รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 49 | 12.34 |
| แม่บ้าน | 62 | 15.62 |
| อื่น ๆ | 66 | 16.62 |
| **รวม** | **397** | **100.0** |

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสตรีมุสลิมที่ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.17 ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.62 เป็นแม่บ้านจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.62 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.34

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง : ระดับรายได้หรือรายรับต่อเดือน

| ระดับรายได้หรือรายรับต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท/เดือน | 79 | 19.8 |
| 10,001 - 20,000 บาท/เดือน | 131 | 32.83 |
| 20,001 - 30,000 บาท/เดือน | 72 | 18.05 |
| 30,001 - 40,000 บาท/เดือน | 53 | 13.28 |
| 40,001 - 50,000 บาท/เดือน | 26 | 6.52 |
| มากกว่า 50,000 บาท/เดือน | 38 | 9.52 |
| **รวม** | **399** | **100.0** |

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสตรีที่มีรายได้มากกว่า 10,001 - 20,000 บาท/เดือน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.83 มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท หรือเท่ากับ 10,000 บาท/เดือน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท/เดือน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.05 มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท/เดือน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.28 มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท/เดือน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 และมีรายได้ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท/เดือน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.52

#### 4.2.2.2 พฤติกรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในวิถีสังคมเมือง

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละแสดงสื่อการพิจารณาเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม

| สื่อการพิจารณาเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม | จำนวน ร้อยละ | |
|---|---|---|
| | ใช่ | ไม่ใช่ |
| สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Shopee, Lazada, Instagram, TikTok, Line Official) | 76.0 (304) | 24.0 (96) |
| แอปพลิเคชันของร้านค้า | 31.0 (124) | 69.0 (276) |
| นิตยสารหรือหนังสือแฟชั่น | 9.25 (37) | 90.75 (363) |
| โฆษณาหรือรายการในโทรทัศน์ | 7.25 (29) | 92.8 (371) |

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สตรีมุสลิมจะเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิมจากสื่อออนไลน์ (Facebook, Shopee, Lazada, Instagram, TikTok, Line Official) มาเป็นอันดับแรกจำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 พิจารณาจากแอปพลิเคชันของร้านค้าจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 พิจารณาจากนิตยสารหรือจากหนังสือแฟชั่นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 พิจารณาจากโฆษณาหรือรายการโทรทัศน์จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละแสดงค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อเสื้อผ้า

| ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อเสื้อผ้าในแต่ละเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| น้อยกว่า 3,000 บาท/เดือน | 316 | 79.6 |
| ราคา3,001 - 6,000 บาท/เดือน | 48 | 12.1 |
| ราคา 6,001 - 9,000 บาท/เดือน | 24 | 6.0 |
| ราคา 9,001 บาทขึ้นไป/เดือน | 9 | 2.3 |
| **รวม** | **397** | **100.0** |

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นสตรีมุสลิมที่ใช้จ่ายเงินในการเลือกซื้อเสื้อผ้าในแต่ละเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท/เดือน จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.6 ใช้จ่ายเงินในการเลือกซื้อเสื้อผ้าในแต่ละเดือนประมาณ 3,001 - 6,000 บาท/เดือน จำนวน 48 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.1 ใช้จ่ายเงินในการเลือกซื้อเสื้อผ้าในแต่ละเดือนประมาณ 6,001 - 9,000 บาท/เดือน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และใช้จ่ายเงินในการเลือกซื้อเสื้อผ้าในแต่ละเดือนประมาณ 9,001 บาท/เดือนขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละแสดงความถี่การเลือกซื้อ

| ความถี่ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ทุกๆสัปดาห์ | 32 | 8.1 |
| จำนวน 2 - 3 ครั้ง/เดือน | 297 | 74.8 |
| จำนวน 4 - 5 ครั้ง/เดือน | 49 | 12.3 |
| จำนวน 5 ครั้งขึ้นไป/เดือน | 19 | 4.8 |
| **รวม** | **397** | **100.0** |

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สตรีมุสลิมจะเลือกซื้อเสื้อผ้าจำนวน 2 - 3 ครั้ง/เดือน จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 เลือกซื้อเสื้อผ้าจำนวน 4 - 5 ครั้ง/เดือน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 เลือกซื้อเสื้อผ้าทุกสัปดาห์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และ เลือกซื้อจำนวน 5 ครั้ง/เดือนขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นละ 4.8

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละแสดงสถานที่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

| สถานที่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย | จำนวน ร้อยละ | |
|---|---|---|
| | ใช่ | ไม่ใช่ |
| ร้านขายปลีก (Street Vendor) | 49.5 (198) | 50.5 (202) |
| ห้างสรรพสินค้า (Department Store) | 35.75 (143) | 64.25 (257) |
| ห้าง/ร้านขายผ้าโดยเฉพาะ (Specialty Store) | 32.25 (129) | 67.75 (271) |
| อื่น ๆ | 14.75 (59) | 85.25 (341) |
| ร้านตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Chain Store) | 14.5 (58) | 85.5 (342) |
| ร้านขายสินค้าจากโรงงานโดยตรง (Factory Outlet) | 6.25 (25) | 93.75 (375) |

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สตรีมุสลิมเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากร้านค้าขายปลีก (Street Vendor) มาเป็นอันดับแรก จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 เลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า (Department Store) จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 เลือกซื้อจากห้าง/ร้านขายเสื้อผ้าโดยเฉพาะ (Specialty Store) จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 เลือกซื้อจากร้านอื่น ๆ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 เลือกซื้อจากร้านตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Chain Store) จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และเลือกซื้อจากร้านขายสินค้าจากโรงงานโดยตรง (Factory Outlet) จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละแสดงความสนใจในราคาของแต่ละประเภทของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

| สินค้า | ราคาสินค้า | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ต่ำกว่า 200 | | 200 - 500 | | 501 - 1,000 | | 1,001 - 1,500 | | 1,501 - 2,000 | | 2,501 - 3,000 | | 3,001 - 3,500 | | สูงกว่า 3,500 | |
| | สนใจ | ไม่สนใจ | สนใจ | ไม่สนใจ | สนใจ | ไม่สนใจ | สนใจ | ไม่สนใจ | สนใจ | ไม่สนใจ | สนใจ | ไม่สนใจ | สนใจ | ไม่สนใจ | สนใจ | ไม่สนใจ |
| 1. ผ้าผืน | 42.4 (169) | 57.6 (230) | 31.1 (124) | 68.9 (275) | 7.5 (30) | 92.5 (369) | 2.3 (9) | 97.7 (389) | 1.0 (4) | 99.0 (394) | 0.8 (3) | 99.2 (395) | 0.3 (1) | 99.7 (397) | 0.5 (2) | 99.5 (396) |
| 2. เสื้อเชิ้ต/เสื้อคอโปโล/เสื้อคอกลม | 20.25 (81) | 79.75 (319) | 49.5 (198) | 50.5 (202) | 11.5 (46) | 88.5 (354) | 2.5 (10) | 97.5 (390) | 0.5 (2) | 99.5 (398) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| 3. กระโปรง/กางเกง | 17.25 (69) | 82.75 (331) | 51.75 (207) | 48.25 (193) | 17.25 (69) | 82.75 (331) | 3.75 (15) | 96.25 (385) | 0.5 (2) | 99.5 (398) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0.25 (1) | 99.75 (399) |
| 4. แจ็กเก็ต/เสื้อคลุม | 11.25 (45) | 88.75 (355) | 32.5 (130) | 67.5 (270) | 19.0 (76) | 81.0 (324) | 5.0 (20) | 95.0 (380) | 1.5 (6) | 98.5 (394) | 0.5 (2) | 99.5 (398) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0.25 (1) | 99.75 (399) |
| 5. ชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) | 7.0 (28) | 93.0 (371) | 32.75 (131) | 67.25 (269) | 28.5 (114) | 71.5 (286) | 14.0 (56) | 86.0 (344) | 5.75 (23) | 94.25 (377) | 1.5 (6) | 98.5 (394) | 0.25 (1) | 99.75 (399) | 0.5 (2) | 99.5 (398) |
| 6. ผ้าโสร่ง/ผ้าถุง | 28.75 (115) | 71.25 (285) | 24.75 (99) | 75.25 (301) | 4.75 (19) | 95.25 (381) | 1.0 (4) | 99.0 (396) | 0.5 (2) | 99.5 (398) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| 7. หมวก | 32.25 (129) | 67.75 (271) | 19.75 (79) | 80.25 (321) | 4.0 (16) | 96.0 (384) | 1.0 (4) | 99.0 (396) | 0.25 (1) | 99.75 (399) | 0.25 (1) | 99.75 (399) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| 8. ผ้าคลุมไหล่/ผ้าพันคอ/เนคไท | 29.5 (118) | 70.5 (282) | 28.0 (112) | 72.0 (288) | 2.75 (11) | 97.25 (389) | 1.0 (4) | 99.0 (396) | 0.5 (2) | 99.5 (398) | 0.25 (1) | 99.75 (399) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0.25 (1) | 99.75 (399) |
| 9. ผ้าเช็ดตัว/ผ้าเช็ดหน้า | 34.5 (138) | 65.5 (262) | 24.25 (97) | 75.75 (303) | 4.25 (17) | 95.75 (383) | 0.5 (2) | 99.5 (398) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| 10. อื่น ๆ ระบุ | 5.5 (22) | 94.5 (378) | 3.75 (15) | 96.25 (385) | 1.0 (4) | 99.0 (396) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0.25 (1) | 99.75 (399) |

จากตารางที่ 10 พบว่า ส่วนใหญ่สตรีมุสลิมให้ความสนใจในราคาของแต่ละประเภทของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากที่สุดแต่ละประเภท ดังนี้

- ผ้าผืน พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ ต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4
- เสื้อเชิ้ต/เสื้อคอโปโล/เสื้อคอกลม พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ ระหว่าง 200 - 500 บาท จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5
- กระโปรง/กางเกง พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ระหว่าง 200 - 500 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75
- แจ็กเก็ต/เสื้อคลุม พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ระหว่าง ระหว่าง 200 - 500 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5
- ชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ ระหว่าง 200 - 500 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75
- ผ้าโสร่ง/ผ้าถุง พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75
- หมวก พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ ต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25
- ผ้าคลุมไหล่/ผ้าพันคอ/เนกไท พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5
- ผ้าเช็ดตัว/ผ้าเช็ดหน้า พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5
- อื่น ๆ พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงราคาที่สตรีมุสลิมให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ ต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละแสดงเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม

| เนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ผ้าฝ้าย | 163 | 41.37 |
| ผ้าลินิน | 111 | 28.17 |
| ผ้าโพลีเอสเตอร์ | 56 | 14.21 |
| ผ้าไหม | 7 | 1.78 |
| ผ้าขนสัตว์ | 0 | 0.0 |
| อื่น ๆ | 57 | 14.47 |
| **รวม** | **394** | **100.0** |

จากตารางที่ 11 เนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม พบว่า เนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมส่วนใหญ่นิยมเลือกผ้าฝ้ายจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 41.37 รองลงมาเลือกผ้าลินินจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.17 เลือกผ้าโพลีเอสเตอร์จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.21 เลือกผ้าไหมจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.78 และอื่น ๆ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.47 แต่ไม่มีผู้ใดเลือกผ้าขนสัตว์

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละแสดงความนิยมสวมใส่เสื้อผ้า

| ความนิยมสวมใส่เสื้อผ้า | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เสื้อ/กางเกง | 276 | 69.0 |
| เสื้อ/กระโปรง | 39 | 9.75 |
| เสื้อแจ็กเก็ต | 3 | 0.75 |
| ชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) | 82 | 20.5 |
| **รวม** | **400** | **100.0** |

จากตารางที่ 12 ความนิยมใส่เสื้อผ้าพบว่า สตรีมุสลิมส่วนใหญ่นิยมสวมใส่เสื้อ/กางเกง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 นิยมสวมใส่ชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 นิยมใส่เสื้อ/กระโปรงจำนวน 39 คน คิดเป็นละ 9.75 และนิยมใส่เสื้อแจ็กเก็ตจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละแสดงการเลือกซื้อเสื้อผ้าวัดตัวตัด และการออกแบบด้วยตนเอง/การให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมมุสลิมผ่านเครื่องแต่งกาย/การให้ความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่สามารถปรับได้สำหรับหรับการสวมใส่ในโอกาสต่าง ๆ /การให้ความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่ผสมผสาน

| ประเด็น | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **การเลือกซื้อเสื้อผ้าวัดตัวตัด และออกแบบด้วยตนเอง** | | |
| ใช่ | 158 | 39.6 |
| ไม่ใช่ | 241 | 60.4 |
| **รวม** | **399** | **100.0** |
| **การให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมมุสลิมผ่านเครื่องแต่งกาย** | | |
| ใช่ | 366 | 93.1 |
| ไม่ใช่ | 27 | 6.9 |
| **รวม** | **393** | **100.0** |
| **การให้ความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่สามารถปรับได้สำหรับหรับการสวมใส่ในโอกาสต่าง ๆ** | | |
| ใช่ | 385 | 96.7 |
| ไม่ใช่ | 13 | 3.3 |
| **รวม** | **398** | **100.0** |
| **การให้ความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิม** | | |
| ใช่ | 364 | 91.7 |
| ไม่ใช่ | 33 | 8.3 |
| **รวม** | **397** | **100.0** |

จากตารางที่ 13 การสอบถามความคิดเห็นแต่ละประเด็น จำนวน 4 ประเด็น สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยได้ดังนี้

- การเลือกซื้อเสื้อผ้าวัดตัวตัด และการออกแบบด้วยตนเอง พบว่า สตรีมุสลิมมีการเลือกซื้อเสื้อผ้าวัดตัวตัด และออกแบบด้วยตนเอง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 และไม่เลือกซื้อเสื้อผ้าวัดตัวตัด และออกแบบด้วยตนเอง จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4
- การให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมมุสลิมผ่านเครื่องแต่งกาย พบว่า สตรีมุสลิมมีการให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมมุสลิมผ่านเครื่องแต่งกาย จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 93.1 และไม่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมมุสลิมผ่านเครื่องแต่งกาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9

- การให้ความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่สามารถปรับได้สำหรับการสวมใส่ในโอกาสต่าง ๆ พบว่า สตรีมุสลิมมีความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่สามารถปรับได้สำหรับการสวมใส่ในโอกาสต่าง ๆ จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 และไม่สนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่สามารถปรับได้สำหรับการสวมใส่ใน โอกาสต่าง ๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3
- การให้ความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิม พบว่า สตรีมุสลิม มีความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิม จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 และไม่สนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละแสดงรูปแบบการแต่งกายที่สตรีมุสลิมสวมใส่ในชีวิตประจำวัน/ลักษณะและรูปทรงของเสื้อผ้าที่สตรีมุสลิมจะเลือกซื้อและสวมใส่ และการเลือกสีเสื้อผ้า

| ประเด็น | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **รูปแบบการแต่งกายที่สตรีมุสลิมสวมใส่ในชีวิตประจำวัน** | | |
| เรียบง่าย (Simplicity) | 312 | 78.4 |
| มินิมอล (Minimal) | 42 | 10.6 |
| สง่างาม | 27 | 6.8 |
| วินเทจ (Vintage) | 17 | 4.2 |
| **รวม** | 398 | 100.0 |
| **ลักษณะและรูปทรงของเสื้อผ้าที่สตรีมุสลิมจะเลือกซื้อและสวมใส่** | | |
| รัดรูป | 7 | 1.7 |
| พอดีตัว (Fit) | 101 | 25.4 |
| หลวม (Loose) | 279 | 70.1 |
| **อื่น ๆ** | **11** | **2.8** |
| **รวม** | 398 | 100.0 |
| **การเลือกสีเสื้อผ้า** | | |
| โทนสีคล้ายกันทั้งชุด | 340 | 85.6 |
| สีสันตัดกัน | 25 | 6.3 |
| สีเดียวทั้งชุด | 32 | 8.1 |
| **รวม** | **397** | **100.0** |

จากตารางที่ 14 การสอบถามความคิดเห็นแต่ละประเด็น จำนวน 3 ประเด็น สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยได้ดังนี้

- รูปแบบการแต่งกายที่สตรีมุสลิมสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่สตรีมุสลิมเลือกรูปแบบการแต่งกายที่เรียบง่าย เป็นจำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 เลือกรูปแบบมินิมอล (Minimal) จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 เลือกรูปแบบสง่างาม เป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และเลือกรูปแบบย้อนยุค (Vintage) เป็นจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ
- ส่วนลักษณะและรูปทรงของเสื้อผ้าที่สตรีมุสลิมส่วนใหญ่จะเลือกซื้อและสวมใส่ควรมีลักษณะแบบทรงหลวม (Loose) เป็นจำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมามีลักษณะพอดีตัว (Fit) จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 เลือกแบบรัดรูป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และ รูปแบบอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8
- การเลือกซื้อสีเสื้อผ้า พบว่า ส่วนใหญ่สตรีมุสลิมเลือกโทนสีคล้ายกันทั้งชุด จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.6 รองลงมาสีเดียวทั้งชุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และสีสันตัดกันเป็นจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละแสดงการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีมุสลิมในปัจจุบัน

| **การเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีมุสลิมในปัจจุบัน** | **จำนวน ร้อยละ** | |
|---|---|---|
| | **ใช่** | **ไม่ใช่** |
| แต่งตามกระแสแฟชั่นร่วมสมัย | 51.75 (207) | 48.25 (193) |
| แบบเคร่งครัดตามหลักศาสนา | 41.5 (166) | 58.5 (234) |
| ตามหลักศาสนาบ้างเป็นบางครั้ง | 41.5 (166) | 58.5 (234) |
| อื่น ๆ | 4.25 (17) | 95.75 (383) |

จากตารางที่ 15 พบว่า การเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีมุสลิมในปัจจุบัน สตรีมุสลิมส่วนใหญ่จะเลือกเสื้อผ้าแต่งตามกระแสแฟชั่นร่วมสมัยมากที่สุดเป็นอันดับแรก จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาเลือกซื้อแบบเคร่งครัดตามหลักศาสนา เป็นจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และตามหลักศาสนาบ้างเป็นบางครั้ง จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละแสดงการสวมฮิญาบเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม/ความสนใจในการปรับเปลี่ยนเสื้อผ้าในโอกาสต่าง ๆ /การแต่งกายตามแนวทางบทบัญญัติศาสนามีรูปแบบอย่างไรที่สวมใส่ได้และถูกต้อง

| ประเด็น | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **การสวมฮิญาบเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม** | | |
| ใช่ | 395 | 99.0 |
| ไม่ใช่ | 4 | 1.0 |
| **รวม** | **399** | **100.0** |
| **ความสนใจในการปรับเปลี่ยนการใส่เสื้อผ้าในโอกาสต่าง ๆ** | | |
| สนใจ | 355 | 89.0 |
| ไม่สนใจ | 44 | 11.0 |
| **รวม** | **399** | **100.0** |
| **การแต่งกายตามแนวทางบทบัญญัติศาสนามีรูปแบบอย่างไร ที่สวมใส่ได้และถูกต้อง** | | |
| รัดรูปเน้นสัดส่วน | 3 | 0.8 |
| พอดีตัว | 56 | 14.0 |
| หลวมไม่เน้นสัดส่วน | 340 | 85.2 |
| **รวม** | **399** | **100.0** |

ผลจากตารางที่ 16 สอบถามความคิดเห็นแต่ละหัวข้อ จำนวน 3 ประเด็น สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัย ได้ดังนี้

- การสวมฮิญาบเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม พบว่า สตรีมุสลิมมีความเห็นว่าการสวมฮิญาบเป็นอัตลักษณ์ของ สตรีมุสลิมจำนวน 395 คน คิดเป็นร้อยละ 99.0 และคิดว่าการสวมฮิญาบไม่เป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0
- ความสนใจในการปรับเปลี่ยนการใส่เสื้อผ้าในโอกาสต่าง ๆ พบว่า สตรีมุสลิมมีความสนใจในการ ปรับเปลี่ยนการใส่เสื้อผ้าในโอกาสต่าง ๆ จำนวน 355 คน

คิดเป็นร้อยละ 89.0 และไม่มีความสนใจในการ ปรับเปลี่ยนการใส่เสื้อผ้าในโอกาสต่าง ๆ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

- การแต่งกายตามแนวทางบทบัญญัติศาสนามีรูปแบบใดที่สวมใส่ได้และถูกต้องพบว่าสตรีมุสลิมส่วนใหญ่มีความเห็นว่ารูปแบบที่สวมใส่และถูกต้องควรมีรูปแบบทรงหลวมไม่เน้นสัดส่วน จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 และรูปแบบพอดีตัว จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตาราง 17 จำนวนและร้อยละแสดงบุคลิกภาพของสตรีมุสลิม

| บุคลิกภาพ | จำนวน ร้อยละ | |
|---|---|---|
| | ใช่ | ไม่ใช่ |
| เป็นคนง่าย ๆ รักสงบ/ไม่ชอบความขัดแย้ง/ไม่มีความทะเยอทะยาน | 63.5 (254) | 36.5 (146) |
| เป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ เปิดใจยอมรับในสิ่งใหม่ ๆ เข้ากับผู้อื่นได้ดี | 62.75 (251) | 37.25 (149) |
| สนใจในศิลปวัฒนธรรม และให้ความสำคัญกับของที่มีเอกลักษณ์ | 57.75 (231) | 42.25 (169) |
| เป็นคนมีวินัย และมีการวางแผนเพื่อมุ่งหวังผลสำเร็จ | 45.5 (182) | 54.5 (218) |
| สนใจในเทคโนโลยีต่าง ๆ และสิ่งที่มีความทันสมัย | 44.4 (177) | 55.6 (222) |
| ชอบความเปลี่ยนแปลง ไม่ยึดติดกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น | 42.25 (169) | 57.75 (231) |
| เป็นคนที่ชอบความท้าทาย ตัดสินใจรวดเร็ว กระฉับกระเฉง/คล่องแคล่ว/ว่องไว | 31.5 (126) | 68.5 (274) |
| เป็นคนที่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง/มีความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น | 27.0 (108) | 73.0 (292) |
| ต้องการเป็นที่ยอมรับจากผู้อื่น เป็นผู้มีรสนิยมสูง ใช้ของมีตราสินค้า (Brand) | 10.0 (40) | 90.0 (360) |

จากตารางที่ 17 การประเมินบุคลิกภาพของสตรีมุสลิม พบว่า สตรีมุสลิมมีบุคลิกภาพเป็นคนง่าย ๆ รักสงบ/ไม่ชอบความขัดแย้ง/ไม่มีความทะเยอทะยาน จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมามีบุคลิกภาพเป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ เปิดใจยอมรับในสิ่งใหม่ ๆ เข้ากับผู้อื่นได้ดี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 และมีบุคลิกภาพสนใจในศิลปวัฒนธรรม และให้ความสำคัญกับของที่มีเอกลักษณ์ จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 ตามลำดับ ทั้งนี้ยังพบว่าลักษณะบุคลิกภาพที่ต้องการเป็นที่ยอมรับจากผู้อื่น เป็นผู้มีรสนิยมสูง ใช้ของมีตราสินค้า (Brand) มีเพียงจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

จากการสอบถามเพิ่มเติมว่า หากต้องการออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยตนเอง ต้องการตัดชุดสำหรับใส่ในโอกาสใด พบว่าสตรีมุสลิมต้องการออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยตนเองในโอกาสที่เป็นวันสำคัญ เช่น งานแต่งงาน วันฮารีรายอหรือวันอีด (Eid) งานรับปริญญา งานสุเหร่า งานอากีเกาะห์ (โกนผมไฟเด็ก) งานการกุศล งานสำคัญทางศาสนา เป็นต้น

ในส่วนกิจกรรมการออกกำลังกายในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยได้สอบถามเพิ่มเติมว่ามีข้อจำกัดใดบ้างในการแต่งกาย พบว่า การแต่งกายต้องปกปิดสัดส่วน ไม่รัดรูป การขยับร่างกายบางครั้งอาจทำให้เสื้อผ้ามีการเปิดเผยร่างกาย เช่น ผ้าคลุมหัวอาจจะมีการเปิด ขยับเขยื้อน หรือไม่สามารถออกกำลังกายต่อหน้าหรือใกล้กับผู้ชายที่สามารถแต่งงานกันได้ทุกคน ชายหญิงจึงต้องแยกสถานที่ออกกำลังกายตามหลักการของศาสนา สำหรับพื้นที่สาธารณะในประเทศไทยไม่ได้มีการแบ่งสัดส่วนชัดเจนจึงทำให้การใส่เสื้อผ้าออกกำลังกายที่เฉพาะสำหรับสตรีมุสลิมค่อนข้างจำกัด ต้องหารูปแบบเสื้อผ้าที่สามารถมาปรับใช้ในการออกกำลังกายในที่สาธารณะ

### 4.2.2.3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ “เครื่องแต่งกายมุสลิม”

ตาราง 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ด้านผลิตภัณฑ์

| ประเด็น | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) | ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) | แปลผล |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | |
| 1. ตราสินค้า/ยี่ห้อ (Brand) | 9.25 (37) | 17.5 (70) | 42.0 (168) | 15.25 (61) | 16.0 (64) | 2.89 | 1.152 | ปานกลาง |
| 2. ความประณีตในการถักทอและตัดเย็บ | 29.25 (117) | 40.25 (161) | 25.5 (102) | 3.25 (13) | 1.75 (7) | 3.92 | 0.911 | มาก |
| 3. วัตถุดิบคุณภาพดี เช่น เนื้อผ้า วัสดุประกอบที่เลือกใช้ | 36.0 (144) | 43.5 (174) | 18.25 (73) | 1.5 (6) | 0.75 (3) | 4.13 | 0.810 | มาก |
| 4. สินค้าได้รับการันตีมาตรฐานคุณภาพ เช่น สีไม่ตก สีไม่เปลี่ยน | 46.75 (187) | 40.75 (163) | 11.3 (45) | 0.7 (3) | 0.50 (2) | 4.33 | 0.742 | มากที่สุด |
| 5. รูปแบบ/การออกแบบ (Design)/ความร่วมสมัยของสินค้า | 35.5 (142) | 39.25 (157) | 21.0 (84) | 2.0 (8) | 2.25 (9) | 4.04 | 0.921 | มาก |
| 6. ลวดลาย/สีสัน | 26.25 (105) | 35.0 (140) | 28.25 (113) | 7.25 (29) | 3.25 (13) | 3.74 | 1.030 | มาก |
| 7. การดูแลรักษาง่าย | 42.5 (170) | 39.0 (156) | 16.25 (65) | 1.5 (6) | 0.75 (3) | 4.21 | 0.820 | มากที่สุด |
| 8. ผ้ามีคุณสมบัติพิเศษ (Function Textile) เช่น การป้องกันไรฝุ่น การมีกลิ่นหอม การมีผิวสัมผัสที่นุ่ม | 29.75 (119) | 32.75 (131) | 28.0 (112) | 7.75 (31) | 1.75 (7) | 3.81 | 1.006 | มาก |
| 9. ผ้าคุณสมบัติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Textile) เช่น ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ ย้อมสีธรรมชาติ | 27.5 (110) | 32.5 (130) | 32.5 (130) | 5.5 (22) | 2.0 (8) | 3.78 | 0.977 | มาก |
| | | | | | | **3.87** | **0.930** | **มาก** |

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผล[1]

[1] การแปลผล
ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 การให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า สตรีมุสลิมให้ความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 (S.D เท่ากับ 0.930) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สตรีมุสลิมให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ สินค้าได้รับการันตี มาตรฐานคุณภาพ เช่น สีไม่ตก สีไม่เปลี่ยน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (S.D เท่ากับ 0.742) รองลงมาการดูแลรักษาง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (S.D เท่ากับ 0.820) และวัตถุดิบคุณภาพดี เช่น เนื้อผ้า วัสดุประกอบที่เลือกใช้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D เท่ากับ 0.810) ตามลำดับ ทั้งนี้ยังพบว่า การให้ความสำคัญกับตราสินค้า ยี่ห้อ (Brand) อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 (S.D เท่ากับ 1.152)

ตาราง 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ด้านราคา

| ประเด็น | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) | ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) | แปลผล |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | |
| **ด้านราคา** | | | | | | | | |
| 1. ความเหมาะสมของราคา | 48.25 (193) | 32.5 (130) | 17.5 (70) | 1.25 (5) | 0.5 (2) | 4.27 | 0.826 | มากที่สุด |
| | | | | | | **4.27** | **0.826** | **มากที่สุด** |

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผล[2]

จากตารางที่ 19 การให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านราคาพบว่า สตรีมุสลิมการให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านราคา เรื่องความเหมาะสมของราคาในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 (S.D. เท่ากับ 0.826)

[2] การแปลผล ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 5.00 หมายถึง มากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ตาราง 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ด้านรูปแบบเสื้อผ้า

| ประเด็น | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) | ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) | แปลผล |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | |
| **ด้านรูปแบบเสื้อผ้า** | | | | | | | | |
| 1. รูปแบบชุดมีอัตลักษณ์ของมุสลิม | 49.5 (198) | 32.0 (128) | 16.3 (65) | 1.5 (6) | 0.7 (3) | 4.28 | 0.842 | มากที่สุด |
| 2. รูปแบบชุดตรงกับข้อกำหนดทางศาสนา | 58.5 (234) | 30.5 (122) | 10.5 (42) | 0.25 (1) | 0.25 (1) | 4.47 | 0.711 | มากที่สุด |
| 3. ประโยชน์และโอกาสการสวมใส่ | 56.5 (226) | 35.0 (140) | 8.0 (32) | 0.25 (1) | 0.25 (1) | 4.47 | 0.675 | มากที่สุด |
| **รวม** | | | | | | **4.40** | **0.742** | **มากที่สุด** |

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผล[3]

จากตารางที่ 20 การให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านรูปแบบเสื้อผ้า พบว่า สตรีมุสลิมการให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านรูปแบบเสื้อผ้า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 (S.D. เท่ากับ 0.742) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สตรีมุสลิมให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ประโยชน์และโอกาสการสวมใส่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. เท่ากับ 0.675) รองลงมารูปแบบ ชุดตรงกับข้อกำหนดทางศาสนา 4.47 (S.D เท่ากับ 0.711) และรูปแบบชุดมีอัตลักษณ์ของมุสลิม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (S.D เท่ากับ 0.842)

[3] การแปลผล ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ตาราง 21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของการเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

| การเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย | อันดับการเลือก | | | | | | | | | | ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| ความเหมาะสมตามหลักคำสอนทางศาสนา | 34.5 (138) | 12.2 (49) | 13.0 (52) | 8.2 (33) | 6.5 (26) | 3.8 (15) | 4.5 (18) | 3.5 (14) | 5.8 (23) | 8.0 (32) | 3.77 |
| สวมใส่สบาย | 19.0 (76) | 13.0 (52) | 9.5 (38) | 15.5 (62) | 8.7 (35) | 9.0 (36) | 10.0 (40) | 6.7 (27) | 2.8 (11) | 5.8 (23) | 4.39 |
| ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ | 12.5 (50) | 16.0 (64) | 15.5 (62) | 10.0 (40) | 8.5 (34) | 6.2 (25) | 9.8 (39) | 5.2 (21) | 4.5 (18) | 11.8 (47) | 4.79 |
| ความเหมาะสมของราคา | 8.8 (35) | 13.5 (54) | 11.0 (44) | 12.2 (49) | 15.0 (60) | 11.8 (47) | 9.7 (39) | 5.8 (23) | 5.8 (23) | 6.5 (26) | 4.94 |
| คุณภาพของสินค้า เช่นการตัดเย็บ ความคงทน สีไม่ตก | 17.0 (68) | 13.0 (52) | 9.5 (38) | 7.5 (30) | 7.0 (28) | 8.3 (33) | 8.3 (33) | 9.5 (38) | 8.5 (34) | 11.4 (46) | 5.11 |
| มีความเป็นอัตลักษณ์ของมุสลิม | 17.3 (69) | 15.3 (61) | 7.2 (29) | 5.8 (23) | 8.2 (33) | 7.2 (29) | 4.8 (19) | 7.8 (31) | 7.2 (29) | 19.2 (77) | 5.30 |
| ประโยชน์และโอกาสการสวมใส่ | 14.5 (58) | 7.2 (29) | 11.8 (47) | 11.8 (47) | 8.0 (32) | 7.2 (29) | 8.8 (35) | 9.0 (36) | 7.5 (30) | 14.2 (57) | 5.38 |
| ความสวยงาม/รูปแบบ/ความร่วมสมัยของสินค้า | 14.0 (56) | 10.0 (40) | 9.2 (37) | 6.5 (26) | 7.8 (31) | 8.0 (32) | 7.2 (29) | 11.3 (45) | 10.0 (40) | 16.0 (64) | 5.65 |
| ความสะดวกในการหาซื้อ | 8.5 (34) | 7.0 (28) | 9.7 (39) | 9.5 (38) | 8.3 (33) | 9.7 (39) | 7.8 (31) | 10.5 (42) | 10.0 (40) | 19.0 (76) | 6.08 |
| คุณสมบัติพิเศษ (Function) เช่น ยับยั้งแบคทีเรีย, การระบายเหงื่อ, การกันน้ำ | 4.2 (17) | 4.7 (19) | 4.7 (19) | 2.8 (11) | 6.0 (24) | 6.0 (24) | 6.5 (26) | 6.8 (27) | 11.5 (46) | 46.8 (187) | 7.76 |
| ความเป็นธรรมชาติ หรือการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น เสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ | 4.0 (16) | 3.5 (14) | 4.2 (17) | 3.8 (15) | 5.2 (21) | 7.8 (31) | 6.2 (25) | 8.5 (34) | 8.0 (32) | 48.8 (195) | 7.83 |
| ตราสินค้า/ยี่ห้อ (Brand) | 3.2 (15) | 3.2 (15) | 6.8 (27) | 2.2 (9) | 6.8 (27) | 1.5 (6) | 6.3 (25) | 5.0 (20) | 9.0 (36) | 55.0 (220) | 7.98 |

จากตารางที่ 21 การเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายโดยเรียงลำดับจากสิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อมากที่สุด (อันดับที่ 1) ไปจนถึงการเลือกซื้อน้อยสุด (อันดับที่ 10) จำนวนทั้งหมด 12 ข้อ พบว่า ส่วนใหญ่สตรีมุสลิมมีการเลือกความเหมาะสมตามหลักคำสอนทางศาสนามากที่สุดเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 รองลงมาเลือกการสวมใส่สบาย ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.39

ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ ค่าเฉลี่ยรวม 4.79 ตามลำดับ และพบว่าการเลือกจากตราสินค้า/ยี่ห้อ (Brand) เป็นการเลือกอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 7.98

## 4.3 ผลการสร้างสรรค์จากการศึกษานำร่อง

### 4.3.1 การทดลองครั้งที่ 1 : การสร้างสรรค์ช่วงการศึกษานำร่องโดยการนำข้อมูลจากทบทวนวรรณกรรม มาออกแบบเป็นผลงานสร้างสรรค์

#### 4.3.1.1 แนวความคิด

เพื่อเป็นการทดลองหาลวดลายที่ใช้ในมัสยิดที่เป็นจุดศูนย์กลางของคนในศาสนาอิสลาม เมื่อดูรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของมิหร็อบในมัสยิดที่ต่าง ๆ ล้วนมีอิทธิพลต่อความศรัทธาของชาวมุสลิมทุกคน เพราะเนื่องจากมิหร็อบเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่อยู่ภายในมัสยิดสำหรับระบุทิศทางไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียอันเป็นทิศที่มุสลิมทุกคนต้องหันไปในยามละหมาด

ภาพที่ 20 ลวดลายมิหร็อบในมัสยิดบางอ้อที่เป็นแนวความคิดนำมาสร้างสรรค์ชิ้นงาน
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

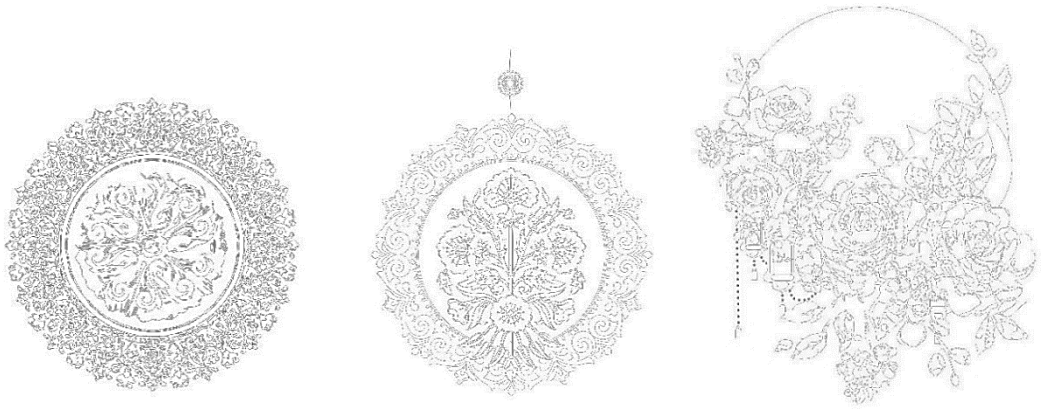
#### 4.3.1.2 เทคนิคการทำงาน

การนำเสนองานทดลองครั้งนี้ เป็นการนำลวดลายพรรณไม้ภายในมิหร็อบมาคลี่คลายเป็นลวดลายบนผ้าสำหรับพรินต์บนผ้าแคนวาส หรือผ้าชนิดอื่น ๆ ที่สามารถนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้

#### 4.3.1.3 ขั้นตอนการทำงาน

ออกแบบร่างทางความคิดโดยใช้ลายเส้นจากโครงร่างพรรณไม้ ดอกไม้ที่ใช้ประดับตกแต่งในมัสยิดและมิหร็อบ นำโครงร่างเส้นมาคลี่คลายด้วยการคอลลาจลวดลายดอกไม้ เพื่อให้สื่อถึงความงามของสตรีด้วยการแทนค่าที่ผู้วิจัยเปรียบความงามของสตรีเป็นเหมือนดังดอกไม้ ดอกไม้มีหลากสีสัน มีหลายรูปลักษณ์ มีกลิ่นหอมที่หลากหลายจึงเปรียบได้กับความงามของสตรี ซึ่งแต่ละคนก็มีความงามที่แตกต่างกันออกไป

**<u>แบบร่างผลงานการทดลองครั้งที่ 1</u>**



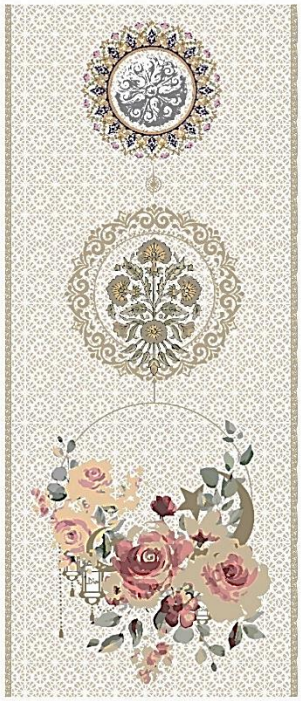
ภาพที่ 21 แบบร่างทางความคิดการทดลองครั้งที่ 1
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ผลงานนี้เผยแพร่ในงานนิทรรศการ “วัฒนธรรมออกแบบได้ Reshaping Culture” แสดงนิทรรศการเมื่อวันที่ 15 - 19 พฤศจิกายน 2562 ณ หอศิลป์และการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตวังท่าพระ

**4.3.1.4 ผลที่ได้จากการทดลองครั้งที่ 1**

ลวดลายสำหรับใช้บนผ้าผืน หรือการนำลายที่ได้ไปใช้ในงานออกแบบลายปักบนผ้า บนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ลายปักบนเสื้อ ลายปักบนผ้าคลุมผม ลายปักบนกระเป๋า รองเท้า เป็นต้น ซึ่งลวดลายที่ใช้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ลวดลายดอกไม้ พรรณไม้ที่อยู่ในมัสยิดซึ่งลวดลายที่ใช้ไม่ผิดต่อหลักการของศาสนา

**<u>แบบผลงาน</u>** พรินต์ลงบนผ้าแคนวาสขนาด 80 x 180 เซนติเมตร



ภาพที่ 22 แสดงผลงานการทดลองครั้งที่ 1 ณ หอศิลป์และการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**4.3.2 การทดลองครั้งที่ 2 : การสร้างสรรค์โดยการนำข้อมูลจากทบทวนวรรณกรรม และข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม** มาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกันเพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการออกแบบที่สะท้อนให้เห็นบริบทของวิถีชีวิต เจตคติ และโลกทัศน์ของสตรีมุสลิมจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำศาสนา สตรีมุสลิม โดยได้ข้อมูลสำคัญ คือ ปัจจัยข้อห้ามเชิงจารีต 3 ประการ ดังนี้

1. ไม่เห็นสีผิว
2. ไม่เห็นสัดส่วน
3. ไม่ทำให้เกิดเสียง

ดังนั้นในการทดลองครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสร้างสรรค์ผลงานโดยคำนึงถึงกรอบจารีตจากปัจจัยทั้ง 3 ประการ เพื่อสร้างความประนีประนอมระหว่างสุนทรียะและมโนทัศน์เชิงจารีต โดยนำลวดลายจากการทดลองที่ 1 มาพัฒนาต่อยอดเป็นผลงานสร้างสรรค์ “หลงเสน่ห์”เพื่อเผยแพร่ในงานนิทรรศการ “หลงเสน่ห์” แสดงนิทรรศการเมื่อวันที่ 8 - 11 พฤศจิกายน 2563 ณ หอศิลป์บ้านเจ้าพระยา

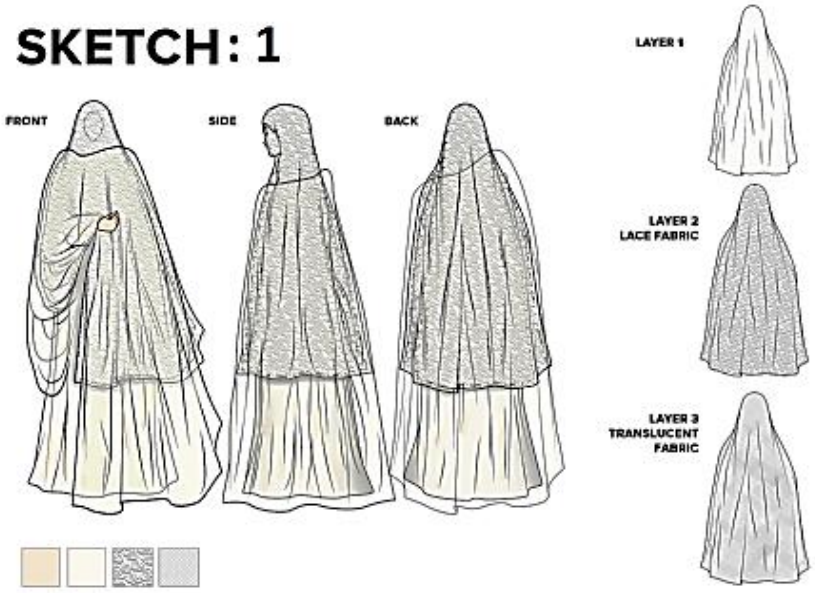
**4.3.2.1 แนวความคิด : หลงเสน่ห์**

แรงบันดาลใจ : ชุดละหมาด (ชุดตะละกุง) ทัศนะสตรีมุสลิม หรือ มุสลีมะห์ คือ เป็นชุดที่ปกปิดมิดชิด คลุมเอาเราะฮ์ตามหลักการแต่งกายของสตรีมุสลิม เห็นได้เพียงใบหน้าและฝ่ามือ ซึ่งเป็นสิ่งที่สตรีมุสลิมผู้มีศรัทธามั่นในหลักคำสอนทางศาสนากับอาภรณ์ซึ่งเป็นเครื่องประดับให้เกิดความสวยงามต่อหน้าอัลลอฮ์ทั้งโลกปัจจุบันและโลกอนาคตซึ่งแสดงถึง “อาภรณ์แห่งความยำเกรง” สตรีมุสลิมที่เป็นผู้ศรัทธาหมั่นเพียรพยายามอยู่เสมอ เพื่อให้อาภรณ์ทุกชิ้นที่สวมใส่เป็นสื่อนำเธอไปสู่การมีความยำเกรง

ภาพที่ 23 แบบร่างแนวความคิดผลงานการทดลองครั้งที่ 2
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**4.3.2.2 เทคนิคการทำงาน**

การตัดเย็บชุดโดยแทนค่าความงามของสตรีมุสลิม ซึ่งในการสวมใส่เสื้อผ้าที่ปกปิดมิดชิดตั้งแต่ศีรษะจรดเท้าโดยใช้ผ้ามาซ้อนทับ 3 ชั้น ในแต่ละชั้นเป็นการซ้อนทับให้เห็นถึงเสน่ห์ของการปกปิด ผ้าชั้นที่ 1 เป็นผ้าฝ้ายทอลายในตัว ผ้าชั้นที่ 2 เป็นผ้าลูกไม้ที่มีลายในตัว ผ้าชั้นที่ 3 ผ้าชิ้นนอกสุดเป็นผ้าที่มีลวดลายการปักซ่อนอยู่เพื่อแสดงให้เห็นถึงอาภรณ์แห่งความยำเกรง เมื่อสตรีก้มละหมาดลวดลายผ้านั้นจะปรากฏให้เห็นถึงความสวยงาม สวยงามต่อหน้าพระอัลลอฮ์ (ดังภาพที่ 24)




ภาพที่ 24 ภาพร่างทางความคิดผลงานการทดลองครั้งที่ 2
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**4.3.2.3 ผลงานการทดลองครั้งที่ 2**

ภาพที่ 25 ชุดผลงานการทดลองครั้งที่ 2
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

นำโครงชุดตะละกง ไว้ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบโครงร่างชุด รูปแบบชุด สำหรับการสร้างต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมได้ต่อไป

#### 4.3.2.4 ข้อค้นพบข้อค้นพบจากการทดลองครั้งที่ 2

การดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานในการทดลองครั้งที่ 2 ทำให้ผู้วิจัยได้แนวทางสำหรับการออกแบบโครงร่างชุดที่ต้องพึงปฏิบัติ พึงระวัง สำหรับผู้วิจัย หรือเป็นแนวทางให้กับนักออกแบบ รวมทั้งเป็นการสร้างการรับรู้ที่เข้าใจง่ายได้ต่อไปในการออกแบบ ซึ่งสิ่งที่สำคัญในหลักการของศาสนาสำหรับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม มี 3 ข้อหลัก ๆ หรือเรียกได้ว่าเป็นแก่นสำหรับการออกแบบ คือ 1) ไม่เน้นสัดส่วน 2) ไม่เห็นสีผิว และ 3) ไม่เกิดเสียง (สำหรับเครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย เช่น กำไล) และได้คำสำคัญ (Key Word) สำหรับนำไปสร้างแรงบันดาลใจ และกรอบแนวความคิดในการออกแบบครั้งนี้ คือ ความศรัทธาความเชื่อในหลักการศาสนา ความสุภาพเป็นบุคลิกภาพของสตรีมุสลิมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ความลุ่มลึกเป็นความสงบนิ่งระลึกถึงพระผู้เป็นเจ้า และได้โครงร่างชุดสำหรับเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป

ภาพที่ 26 กรอบแนวความคิดในการออกแบบชุด
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

โครงร่างชุดสำหรับใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม

ภาพที่ 27 แสดงโครงร่างชุดและวิธีการวัดสำหรับชุดเครื่องแต่งกายตามหลักการของศาสนา
ที่มา : fruugo. เข้าถึงได้จาก https://www.fruugo.ae/womens-islamic-muslim-saudi-arab-flared-sleeve-robe-party-maxi-dress/p-91250202-190996392

### 4.3.3 การทดลองครั้งที่ 3 : การสร้างสรรค์ผลงานด้วยการบูรณาการนวัตกรรมการออกแบบจากผลสะท้อนจากปัญหาที่พบจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ผู้วิจัยสรุปผลเป็นข้อค้นพบในเรื่องของนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและเป็นการสะท้อนจากปัญหาที่พบจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าที่จะนำไปใช้ในการผลิตฮิญาบ โดยนำผ้าไปวิเคราะห์และทดสอบการต้านแบคทีเรีย เพราะเสียงสะท้อนจากสตรีมุสลิมว่าการสวมใส่ฮิญาบทั้งวันทำให้เกิดความอับชื้น ผ้าบางชนิดระบายอากาศได้ไม่ดี รวมถึงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยมีลักษณะอากาศร้อนชื้น และเมื่อผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้ให้ความสำคัญในเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ “เครื่องแต่งกายมุสลิม” ในเรื่องของคุณสมบัติพิเศษ (Function) เช่น การยับยั้งแบคทีเรีย การระบายเหงื่อ และการกันน้ำ อยู่ในลำดับที่ 10 จาก 12 ลำดับ ค่าเฉลี่ย 7.76 ซึ่งจากผลวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้วิจัยเห็นความสำคัญกับประเด็นนี้ในเรื่องของการตลาด เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับ

ผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นปัจจัยทางการตลาดที่ทำให้เพิ่มมูลค่าหรือราคาได้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มเติมประเด็นนี้จากการสร้างต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม โดยการนำผ้าสำหรับทำฮิญาบไปตกแต่งสำเร็จเพิ่มคุณสมบัติพิเศษให้กับผ้าด้วยการทำผ้าฮิญาบยับยั้งแบคทีเรีย

จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวทางแก้ปัญหาโดยพิจารณานวัตกรรมการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อผ้า ผู้วิจัยพบข้อมูลว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากเส้นใยสังเคราะห์โพลีเอสเตอร์ให้มีคุณสมบัติการต้านเชื้อแบคทีเรีย โดยเลือกใช้สารต้านแบคทีเรียประเภทไมโครพาร์ทิเคิล (Micro-Particles) ได้แก่ Zinc Pyrithione เนื่องจากสารดังกล่าวสามารถตกแต่งสำเร็จได้กับเส้นใยทุกชนิด และให้ประสิทธิภาพได้ดีในกลุ่มเส้นใยสังเคราะห์โพลีเอสเตอร์ มีคุณสมบัติการป้องกันเชื้อราและเชื้อแบคทีเรียได้ดีมาก สามารถพัฒนากระบวนการผลิตได้หลากหลายแบบ ทั้งวิธีการเคลือบ (Coating) วิธีจุ่มแช่ (Exhaustion Method) และวิธีจุ่มบีบอัด (Padding Method) เป็นต้น จากการวิจัยพัฒนา ได้เลือกวิธีการตกแต่งสำเร็จโดยวิธีจุ่มบีบอัดสารเคมีลงบนผ้า (Padding Method) มีขั้นตอนการวิจัยพัฒนา ดังนี้

**4.3.3.1 การวิจัยพัฒนาสูตรในระดับห้องปฏิบัติการ (Lab Scale)**

การวิจัยพัฒนาสูตรการตกแต่งสำเร็จในระดับห้องปฏิบัติการ เป็นขั้นตอนการทดลองพัฒนาสูตร เพื่อหาปริมาณสารเคมีที่เหมาะสมในการใช้งาน และให้ประสิทธิภาพที่ดีที่สุด เพื่อนำไปใช้ในการต่อยอดกระบวนการผลิตระดับ production โดยนำผ้าทอจากเส้นใยโพลีเอสเตอร์ชิ้นตัวอย่าง จุ่มบีบอัดในสารละลายเคมีตามสูตรที่กำหนด มีสูตรดังนี้

| สารเคมีที่ใช้ | | สภาวะการตกแต่งสำเร็จ (Condition) |
|---|---|---|
| 1. Zinc pyrithione | 10 g/l | อบแห้งที่อุณหภูมิ 150 องศาเซลเซียส |
| 2. Binder | 5 g/l | เวลา 1.30 นาที |
| 3. Dispertsing Agent | 10 g/l | |
| 4. Wetting Agent | 3 g/l | |

ภาพที่ 28 การพัฒนาสูตรตกแต่งต้านแบคทีเรีย

ที่มา : สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2566

การตกแต่งสำเร็จ เตรียมสารละลายเคมีเพื่อทำการตกแต่งสำเร็จ ได้แก่ 1) สารต้านแบคทีเรีย (Zinc Pyrithione) ที่ความเข้มข้น 10 กรัม/2 ลิตร) สารช่วยยึดติด (Binder) ที่ความเข้มข้น 5 กรัม/ลิตร 3) สารช่วยการกระจายตัวของสารละลายเคมี (Dispersing Agent) ที่ความเข้มข้น 10 กรัม/ลิตร 4) สารช่วยการซึมน้ำ (Wetting Agent) ที่ความเข้มข้น 3 กรัม/ลิตร คนสารละลายเคมีให้เข้ากันจากนั้นนำผ้าชิ้นตัวอย่างจุ่มบีบอัด (Padding) ในสารละลายเคมี และอบแห้ง (Drying) ที่อุณหภูมิ 150 องศาเซลเซียส เวลา 1.30 นาที

ภาพที่ 29 ภาพกิจกรรมวิเคราะห์ทดสอบ
ที่มา : สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2566

**4.3.3.2 การวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพ (Testing)**

นำผ้าผืนชิ้นตัวอย่างที่ผ่านกระบวนการตกแต่งสำเร็จสารต้านแบคทีเรียเรียบร้อยแล้ว มาทำการวิเคราะห์ทดสอบประสิทธิภาพการต้านแบคทีเรีย ทั้งนี้วิธีทดสอบการต้านแบคทีเรียของสิ่งทอ มีการประเมินประสิทธิภาพการต้านแบคทีเรียได้ 2 แบบ คือ การทดสอบเชิงคุณภาพ (Qualitative test) และการทดสอบเชิงปริมาณ (Quantitative test) ทั้งนี้การวิจัยพัฒนาดังกล่าวได้เลือกวิธีการทดสอบเชิงปริมาณ (Quantitative test) มาตรฐานการทดสอบ AATCC 100 : 2019 ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวเป็นมาตรฐานการทดสอบสากลที่สามารถแสดงถึงประสิทธิภาพของ

สารต้านแบคทีเรีย โดยใช้จำนวนโคโลนีของแบคทีเรีย ซึ่งจะวัดเป็นเปอร์เซ็นต์ Reduction เพื่อดูค่าการลดลงของแบคทีเรีย 2 ชนิด ได้แก่ แบคทีเรียชนิดแกรมบวก Staphylococcus aureus และแบคทีเรียชนิดแกรมลบ Klebsiella pneumoniae

**4.3.3.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฮิญาบต้นแบบ (Prototype Hijab Fabric)**

นำสูตรที่ผ่านการวิจัยพัฒนาและวิเคราะห์ทดสอบประสิทธิภาพแล้วสู่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยนำผ้าทอเส้นใยสังเคราะห์โพลีเอสเตอร์มาทำการตกแต่งสำเร็จสิ่งทอคุณสมบัติพิเศษ ด้วยเครื่องอบเซตหน้าผ้า Stenter Machine มีสูตรที่ใช้ดังนี้

| **สารเคมีที่ใช้** | | **สภาวะการตกแต่งสำเร็จ (Condition)** |
|---|---|---|
| 1. Zinc pyrithione | 10 g/l | อบแห้งที่อุณหภูมิ 150 องศาเซลเซียส |
| 2. Binder | 5 g/l | เวลา 1.30 นาที |
| 3. Dispertsing Agent | 10 g/l | |
| 4. Wetting Agent | 3 g/l | |

ภาพที่ 30 สูตรต้นแบบผ้าฮิญาบต้านแบคทีเรีย

ที่มา : สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2566

มหาวิทยาลัยศิลปากร

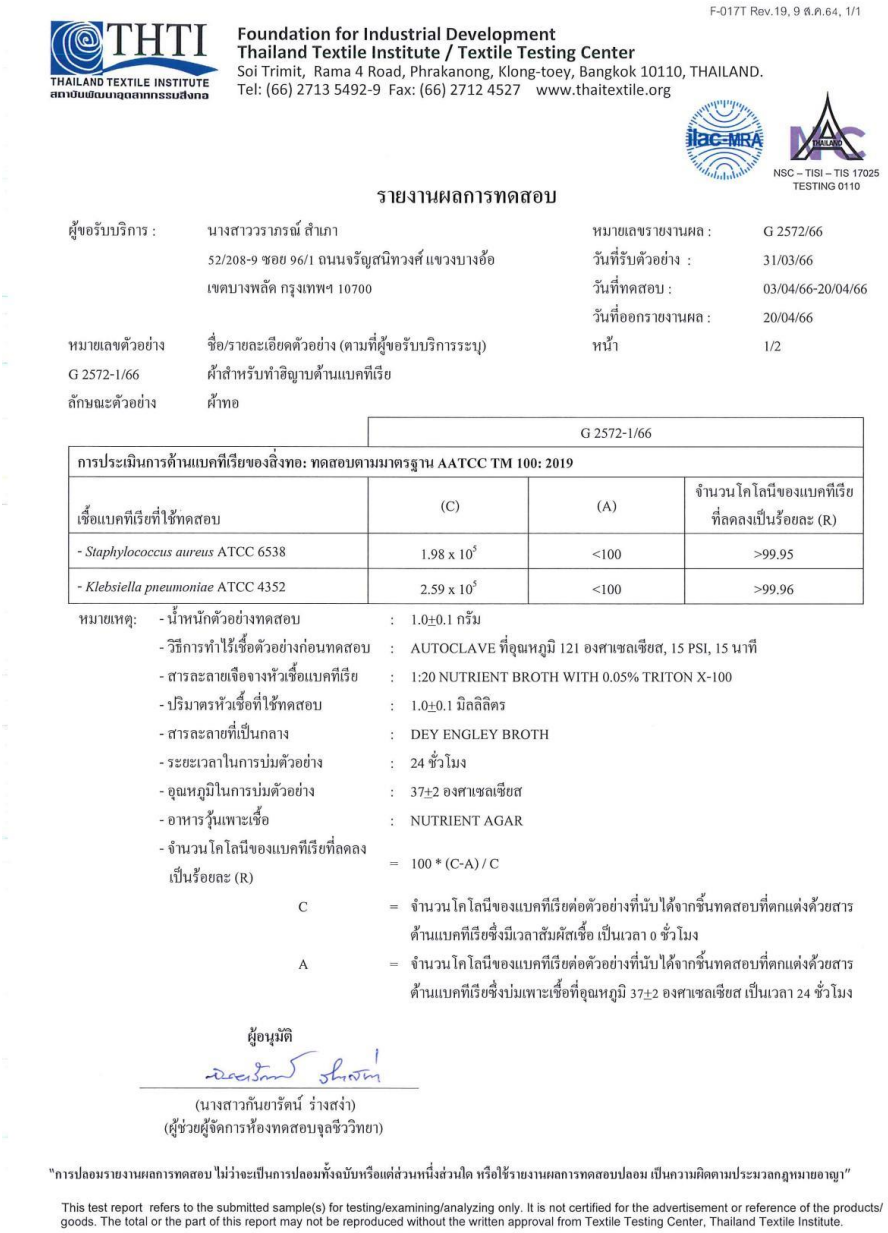
ทั้งนี้ผ้าที่ผ่านกระบวนการตกแต่งสำเร็จให้มีคุณสมบัติการต้านแบคทีเรียแล้ว สามารถนำไปแปรรูปตัดเย็บผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานต่อไป

ภาพที่ 31 การนำผ้าเข้าสู่กระบวนการทดสอบต้านแบคทีเรีย
ที่มา : สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2566

**4.3.3.4 สรุปผลการทดสอบ**

จากผลการทดสอบพบประสิทธิภาพการต้านแบคทีเรีย ตามมาตรฐานการทดสอบ AATCC 100 : 2019 ผลิตภัณฑ์ผ้าทอเส้นใยสังเคราะห์โพลีเอสเตอร์ เมื่อผ่านกระบวนการตกแต่งสำเร็จสารต้านแบคทีเรียแล้ว พบว่า สามารถต้านแบคทีเรียทั้งชนิดแกรมบวกและแกรมลบได้ในระดับที่ดีมาก โดยมีคุณสมบัติในการต้านเชื้อแบคทีเรียชนิดแกรมบวกร้อยละ 99.95 และมีคุณสมบัติในการต้านเชื้อแบคทีเรียชนิดแกรมลบร้อยละ 99.96

### 4.3.3.5 แบบรายงานผลการทดสอบผ้าต้านแบคทีเรีย



F-017T Rev.19, 9 ส.ค.64, 1/1

THAILAND TEXTILE INSTITUTE
สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

**Foundation for Industrial Development**
**Thailand Textile Institute / Textile Testing Center**
Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakanong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND.
Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 4527 www.thaitextile.org

NSC – TISI – TIS 17025
TESTING 0110

**รายงานผลการทดสอบ**

| | | | |
|---|---|---|---|
| ผู้ขอรับบริการ : | นางสาววราภรณ์ สำเภา | หมายเลขรายงานผล : | G 2572/66 |
| | 52/208-9 ซอย 96/1 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบางอ้อ | วันที่รับตัวอย่าง : | 31/03/66 |
| | เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700 | วันที่ทดสอบ : | 03/04/66-20/04/66 |
| | | วันที่ออกรายงานผล : | 20/04/66 |
| หมายเลขตัวอย่าง | ชื่อ/รายละเอียดตัวอย่าง (ตามที่ผู้ขอรับบริการระบุ) | หน้า | 1/2 |
| G 2572-1/66 | ผ้าสำหรับทำฮิญาบต้านแบคทีเรีย | | |
| ลักษณะตัวอย่าง | ผ้าทอ | | |

| | G 2572-1/66 | | |
|---|---|---|---|
| **การประเมินการต้านแบคทีเรียของสิ่งทอ: ทดสอบตามมาตรฐาน AATCC TM 100: 2019** | | | |
| เชื้อแบคทีเรียที่ใช้ทดสอบ | (C) | (A) | จำนวนโคโลนีของแบคทีเรียที่ลดลงเป็นร้อยละ (R) |
| - *Staphylococcus aureus* ATCC 6538 | $1.98 \times 10^5$ | <100 | >99.95 |
| - *Klebsiella pneumoniae* ATCC 4352 | $2.59 \times 10^5$ | <100 | >99.96 |

หมายเหตุ:
- น้ำหนักตัวอย่างทดสอบ : 1.0±0.1 กรัม
- วิธีการทำให้เชื้อตัวอย่างก่อนทดสอบ : AUTOCLAVE ที่อุณหภูมิ 121 องศาเซลเซียส, 15 PSI, 15 นาที
- สารละลายเจือจางหัวเชื้อแบคทีเรีย : 1:20 NUTRIENT BROTH WITH 0.05% TRITON X-100
- ปริมาตรหัวเชื้อที่ใช้ทดสอบ : 1.0±0.1 มิลลิลิตร
- สารละลายที่เป็นกลาง : DEY ENGLEY BROTH
- ระยะเวลาในการบ่มตัวอย่าง : 24 ชั่วโมง
- อุณหภูมิในการบ่มตัวอย่าง : 37±2 องศาเซลเซียส
- อาหารวุ้นเพาะเชื้อ : NUTRIENT AGAR
- จำนวนโคโลนีของแบคทีเรียที่ลดลงเป็นร้อยละ (R) = 100 * (C-A) / C

C = จำนวนโคโลนีของแบคทีเรียต่อตัวอย่างที่นับได้จากชิ้นทดสอบที่ตกแต่งด้วยสารต้านแบคทีเรียซึ่งมีเวลาสัมผัสเชื้อ เป็นเวลา 0 ชั่วโมง

A = จำนวนโคโลนีของแบคทีเรียต่อตัวอย่างที่นับได้จากชิ้นทดสอบที่ตกแต่งด้วยสารต้านแบคทีเรียซึ่งบ่มเพาะเชื้อที่อุณหภูมิ 37±2 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 24 ชั่วโมง

ผู้อนุมัติ
(นางสาวกันยารัตน์ ร่างสง่า)
(ผู้ช่วยผู้จัดการห้องทดสอบจุลชีววิทยา)

"การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแต่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา"

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.

ภาพที่ 32 แสดงรายงานผลผ้าสำหรับทำฮิญาบต้านแบคทีเรีย
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ผลการศึกษาเพิ่มเติม**: ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการศึกษาเพิ่มเติมมาใช้เป็นเกณฑ์พิจารณาในการเลือกผ้า เพื่อนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์เพื่อออกแบบเป็นต้นแบบ ดังรายงานผลการทดสอบผ้าสำหรับทำฮิญาบต้านแบคทีเรีย (ภาพที่ 32 และ 33)

F-017T Rev.19, 9 ส.ค.64, 1/1

THAILAND TEXTILE INSTITUTE
สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

**Foundation for Industrial Development**
**Thailand Textile Institute / Textile Testing Center**
Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakanong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND.
Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 4527 www.thaitextile.org

NSC – TISI – TIS 17025
TESTING 0110

## รายงานผลการทดสอบ

| | |
|---|---|
| หมายเลขรายงานผล : | G 2572/66 |
| วันที่รับตัวอย่าง : | 31/03/66 |
| วันที่ทดสอบ : | 03/04/66-20/04/66 |
| วันที่ออกรายงานผล : | 20/04/66 |
| หน้า | 2/2 |

**หมายเลขรายงานผล : G 2572/66**

"การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแต่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา"

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/ goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.

ภาพที่ 33 แสดงรายงานผลการทดสอบผ้าสำหรับทำฮิญาบต้านแบคทีเรีย

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**4.4 การดำเนินงานสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม**

การดำเนินงานสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ : การออกแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น ผ่านอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

ในกระบวนการขั้นตอนนี้เป็นการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ การออกแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น โดยการนำผลสรุปข้อค้นพบจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่ได้มีการทดลองสร้างสรรค์ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 มาสร้างแรงบันดาลใจ กำหนดแนวความคิดในการออกแบบ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม มีการวิเคราะห์รายละเอียดของข้อมูลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 22 รายการตรวจสอบและวิเคราะห์กระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี

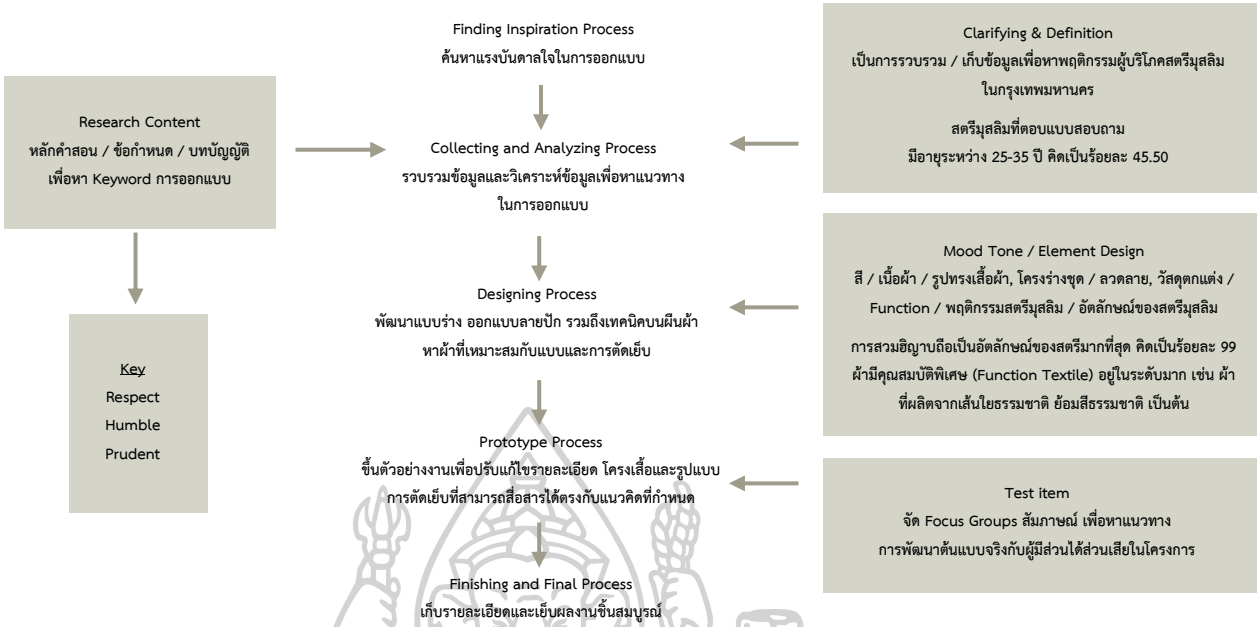
| **องค์ประกอบ** | **ผู้แต่ง/ผู้นิยาม** | | | **การนำมาใช้ในงานวิจัย** |
|---|---|---|---|---|
| | **Richard & Jenny (2012)** | **Steven Fearm (2010)** | **Sandra Burk (2011)** | |
| **1.ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า (Research)** | | | | |
| 1.1 ประวัติศาสตร์เครื่องแต่งกาย | - | - | / | - |
| 1.2 รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย | - | / | / | ■ |
| 1.3 ฤดูกาล | / | / | - | - |
| 1.4 เอกลักษณ์ | / | - | - | ■ |
| 1.5 โครงร่างเงาของชุด | / | / | / | ■ |
| 1.6 รูปแบบ | - | - | / | ■ |
| 1.7 ระดับที่ตั้งทางการตลาดของเครื่องแต่งกาย | / | / | / | ■ |
| **2. ขั้นตอนการออกแบบ (Design)** | | | | |
| 2.1 ผ้า | / | / | / | ■ |
| 2.2 สี | / | / | / | ■ |
| 2.3 เนื้อผ้า | / | - | - | ■ |
| 2.4 ประเภท | / | / | / | ■ |
| 2.5 หลักการออกแบบ | - | - | / | ■ |

ตาราง 22 รายการตรวจสอบและวิเคราะห์กระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี (ต่อ)

| องค์ประกอบ | ผู้แต่ง/ผู้นิยาม | | | การนำมาใช้ในงานวิจัย |
|---|---|---|---|---|
| | Richard & Jenny (2012) | Steven Fearm (2010) | Sandra Burk (2011) | |
| **3.ขั้นตอนการพัฒนาคอลเลกชัน (Developing Collection)** | | | | |
| 3.1 โครงสร้างเครื่องแต่งกายและการจัดทำแบบร่าง | - | / | / | ■ |
| 3.2 การแก้ไขแบบร่าง | / | / | / | ■ |
| | | | | |
| **4.เครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น** | - | - | - | ■ |

ที่มา : ฐปนีย์ ศรีแก้ว และ ตติยา เทพพิทักษ์. (2560). การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีสำหรับผู้บริโภคสีเขียว. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2560

จากตารางที่ 22 พบว่า กระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมี 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ขั้นตอนการออกแบบและขั้นตอนการพัฒนาคอลเลกชัน ในงานวิจัยนี้เป็นการมุ่งเน้นสร้างแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำหลักการออกแบบเครื่องแต่งกายจากที่ได้ศึกษาข้อมูลในตารางข้างต้นมาสร้างเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมใน ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม โดยมีรายละเอียดกระบวนการออกแบบดังนี้




ภาพที่ 34 แสดงกระบวนการออกแบบ
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

### 4.4.1 ข้อค้นพบเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม

**ข้อค้นพบจากการทดลองครั้งที่ 1** จากการทดลองผู้วิจัยพบว่า การใช้ลวดลายที่ไม่ขัดต่อหลักจารีตของศาสนา คือ ลวดลายพรรณไม้ เช่น การใช้ลวดลายของดอกไม้ นำมาปรับใช้เป็นลวดลายปักบนผ้าคลุมผม ลายปักบนเสื้อผ้า เป็นต้น ซึ่งลวดลายที่ใช้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ลวดลายดอกไม้ พรรณไม้ที่อยู่ในมัสยิดซึ่งลวดลายที่ใช้ไม่ผิดต่อหลักการของศาสนา

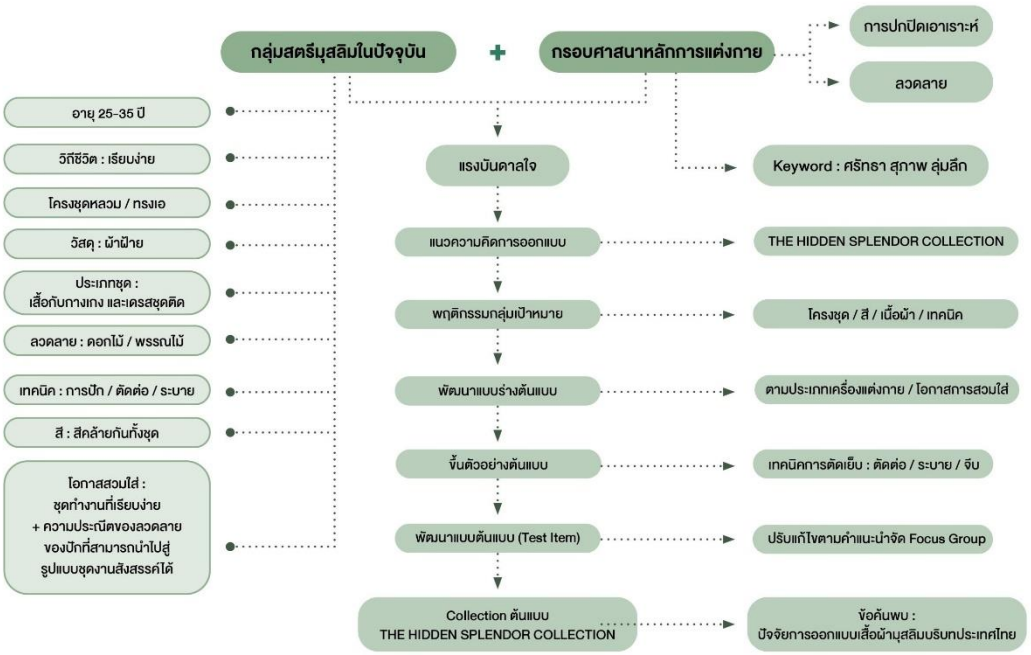
**ข้อค้นพบจากการทดลองครั้งที่ 2** ผู้วิจัยได้แนวทางสำหรับการออกแบบโครงร่างชุดที่ต้องพึงปฏิบัติ พึงระวัง สำหรับผู้วิจัยหรือเป็นแนวทางให้กับนักออกแบบ รวมทั้งเป็นการสร้างการรับรู้ที่เข้าใจง่ายได้ต่อไปในการออกแบบ ซึ่งสิ่งที่สำคัญในหลักการของศาสนาสำหรับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม มี 3 ข้อหลัก ๆ หรือเรียกได้ว่าเป็นแก่นสำหรับการออกแบบ คือ ไม่เน้นสัดส่วน ไม่เห็นสีผิว และไม่เกิดเสียง (สำหรับเครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย เช่น กำไล) และได้คำสำคัญ (Key Word) สำหรับนำไปสร้างแรงบันดาลใจ และกรอบแนวความคิดในการออกแบบครั้งนี้ คือ ความศรัทธา ความสุภาพ ความลุ่มลึก และได้โครงร่างชุดสำหรับเป็นแนวทางในการออกแบบ

**ข้อค้นพบจากการทดลองครั้งที่ 3** ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบเพื่อสร้างแนวทางการออกแบบจากปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในปัจจุบัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตต้องให้ความสำคัญเรื่องการการันตีคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคา รูปแบบการตัดเย็บต้องมีความประณีต รวมทั้งต้องให้ความสำคัญในเรื่องของนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าที่จะนำไปใช้ในการผลิตฮิญาบ โดยนำผ้าไปวิเคราะห์และทดสอบต้านแบคทีเรีย เพราะเสียงสะท้อนจากสตรีมุสลิมว่าการสวมใส่ฮิญาบทั้งวันทำให้เกิดความอับชื้น รวมทั้งอากาศของประเทศไทยมีลักษณะอากาศร้อนชื้น จึงทำให้ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับประเด็นนี้เพิ่มเติมจากการสร้างต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

### 4.4.2 ประมวลข้อค้นพบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม

จากการทดลอง 3 ครั้งที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ควรนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทประเทศไทยประกอบด้วย

1. อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี
2. หลักการของศาสนากับการแต่งกายสตรีมุสลิม คือ การปกปิดเอาเราะฮ์ สิ่งที่พึงปกปิด เห็นได้เพียงใบหน้าและฝ่ามือ ไม่เน้นสัดส่วน ไม่เห็นสีผิว
3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย เป็นลักษณะภูมิอากาศแบบร้อนชื้น ซึ่งเป็นอากาศที่พบในประเทศเขตร้อน ภูมิอากาศแบบนี้เป็นภูมิอากาศซึ่งไม่แห้งแล้ง มีความชื้นสูง ซึ่งมีผลต่อการสวมใส่ชุดที่ปกปิดมิดชิดและการคลุมฮิญาบนั้นทำให้มีเหงื่อ ซึ่งหากมีนวัตกรรมมาใช้ในการออกแบบเพื่อแก้ไขปัญหาย่อมส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเหมาะกับการสวมใส่ในประเทศที่มีลักษณะอากาศร้อนชื้น
4. วิถีชีวิตสตรีมุสลิมในสังคมเมือง คือ การทำงานในออฟฟิศ การออกกำลังกาย การใช้ชีวิตที่เร่งรีบ
5. ผลงานที่สร้างสรรค์นอกจากจะต้องมีคุณสมบัติที่นอกเหนือไปจากความงามทางสุนทรียะแล้ว ยังต้องส่งเสริมคุณค่าความเป็นสตรีที่เป็นตัวแทนอัตลักษณ์ความเป็นมุสลิมซึ่งไม่เพียงแค่แสดงความร่วมสมัยแต่ยังสามารถส่งต่อคุณค่าทางจารีตในฐานะปัจจัยความหลากหลายของสังคมพหุวัฒนธรรมด้วย




ภาพที่ 35 ประมวลข้อค้นพบเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

การสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น เป็นการประยุกต์ใช้องค์ประกอบทั้งที่เป็นรูปธรรมและเป็นนามธรรม ในด้านสุนทรียศาสตร์องค์ประกอบการออกแบบที่สำคัญ ได้แก่ แรงบันดาลใจ แนวความคิด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ ลวดลาย และรายละเอียดการตกแต่งที่ต้องสอดคล้องกับรูปแบบวิถีชีวิต พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน เพื่อถ่ายทอดความรู้สึกปรากฏเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มผู้บริโภคหลักให้มากที่สุด

ตาราง 23 การออกแบบและวิธีการพัฒนาชุดต้นแบบ

| องค์ประกอบการออกแบบ | รายละเอียด |
|---|---|
| **เรื่องราว** | “THE HIDDEN SPLENDOR COLLECTION” ความงดงามแห่งการปกปิด ความงามแห่งความลุ่มลึก |
| **ข้อมูลจำเพาะ** | รูปแบบชุดจากชุดตะละกง |
| **สี** | สีขาวและสีครีมเป็นสีที่สำคัญของวัสดุที่ใช้ให้ความรู้สึกสงบ และแสดงถึงความอ่อนโยน นอกจากนี้สีของผ้าขาวและครีมยังเข้ากับสีผ้าสีอื่น ๆ ได้ง่าย และเพิ่มสีแฟชั่น คือ สีเขียวอ่อน |
| **วัสดุ** | ผ้าฝ้าย ผ้าวิสโคสเรยอน คริสตัล มุก เลื่อม ปล้องอ้อย และลูกปัด |
| **โครงร่างชุด** | โครงชุดที่นำมาสร้างสรรค์งานครั้งนี้คือโครงรูปทรงเอไลน์ (A-Line) และรูปทรงสี่เหลี่ยมหน้าจั่ว (Trapeze Line) ชายเสื้อและชายกระโปรงจะมีมวลการไล่ระดับเป็นชั้นไม่เน้นสัดส่วน |
| **คอลเลกชัน** | สร้างความน่าสนใจด้วยการปักมือลวดลายพรรณไม้ ให้มีความทันสมัย (Modern), โครงร่าง (Structure) ที่ไม่เน้นสัดส่วน และมีความคล่องแคล่ว |

### 4.4.3 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมจากข้อค้นพบในการศึกษา

การออกแบบและพัฒนาต้นแบบเสื้อผ้าสตรีมุสลิมในวิถีชีวิตสังคมเมืองปัจจุบัน ผู้วิจัยได้นำลวดลายที่ได้จากการทดลองครั้งที่ 1 มาทดลองปักสำหรับนำมาใช้เป็นลวดลายบนงานสร้างสรรค์ ซึ่งได้ทดลองทำลายปักขึ้นมา 5 แบบ แต่ละแบบเป็นลวดลายเกี่ยวกับพรรณไม้ ซึ่งส่วนใหญ่ได้มาจากลวดลายดอกไม้ที่ใช้ในสถาปัตยกรรมการตกแต่งภายในมัสยิด มาใช้เป็นลายปักบนตัวเสื้อ โดยเลือกใช้สีโมโนโทน (Mono Tone) กลุ่มสีขาวไล่เฉดสี ดังนี้

ภาพที่ 36 ลวดลายผ้าบนชิ้นงานทดลองครั้งที่ 1

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**4.4.3.1 แบบร่างจากการทดลองครั้งที่ 1** นำมาถอดรูปแบบการปัก 5 แบบ ดังนี้

**ลายปักแบบที่ 1** ใช้ในการปักบนชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) สีทอง

ภาพที่ 37 ลายปักแบบที่ 1
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ลายปักแบบที่ 2** ใช้ในการปักบนตัวเสื้อ

ภาพที่ 38 ลายปักแบบที่ 2
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ลายปักแบบที่ 3** ใช้ในการปักบนตัวเสื้อสีขาว เสื้อสีครีมตรงข้อมือ และตรงสายรัดเข่ากางเกงสีน้ำตาลทอง

ภาพที่ 39 ลายปักแบบที่ 3
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ลายปักแบบที่ 4** ใช้ในการปักบนตัวเสื้อสีขาวและสีครีม

ภาพที่ 40 ลายปักแบบที่ 4
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

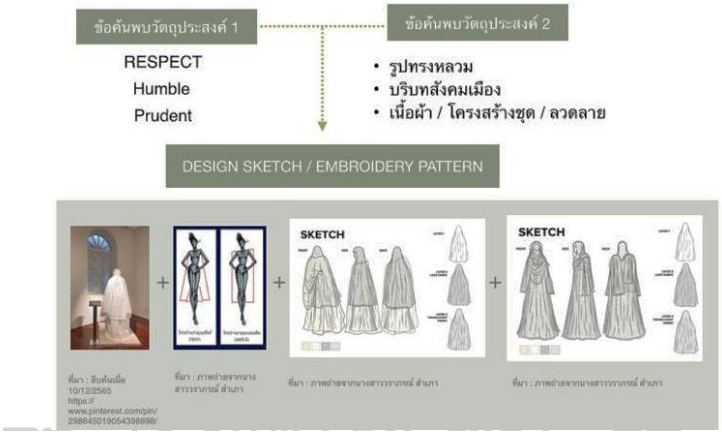
**ลายปักแบบที่ 5** เป็นลายที่ทดลองขึ้นมาแต่ไม่ได้นำมาปักบนตัวเสื้อ เนื่องจากรูปแบบของลายไม่เหมาะกับรูปแบบชุดที่ได้คัดเลือกมาเป็นชุดต้นแบบ

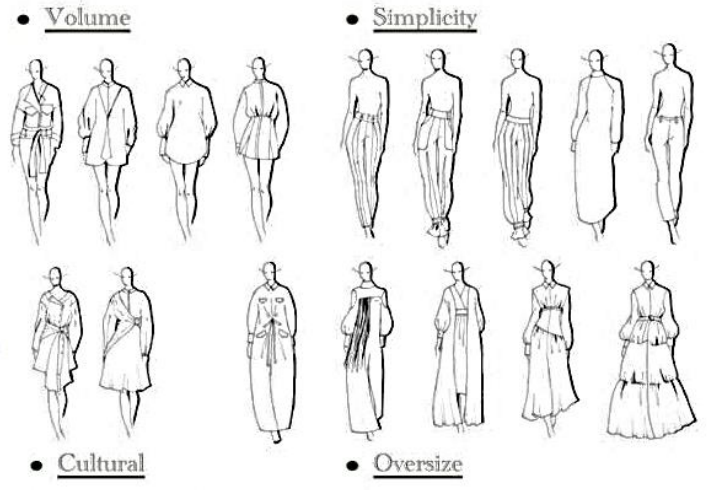
ภาพที่ 41 ลายปักแบบที่ 5
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

การสร้างลวดลายหรือการตกแต่งบนผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บชุดนั้น ในงานออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นถือว่าเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมให้งานออกแบบมีจุดเด่นเป็นเอกภาพที่ชัดเจนมากขึ้นในตัวชิ้นงาน เพื่อเป็นการสื่อถึงที่มาของแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยได้ทำการทดลองในครั้งที่ 1 และเป็นแนวทางนำมาพัฒนาต่อยอดใช้ในการสร้างสรรค์งานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมที่ยังคงอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่น ลวดลายที่ตกแต่งในชุดต้นแบบคือ การใช้เทคนิคการปักมือเป็นลวดลายพรรณไม้

### 4.4.3.2 การทดลองที่ 2

ผู้วิจัยได้ถอดโครงร่างชุดสำหรับเป็นแนวทางในการสร้างโครงร่างชุดต้นแบบ




ภาพที่ 42 การถอดแบบร่างโครงชุดสำหรับงานสร้างสรรค์ต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

การถอดโครงร่างชุด (Silhouettes) เป็นการกำหนดเส้นกรอบนอกของเสื้อผ้าที่ผู้วิจัยได้ทำการถอดโครงร่างจากชุดตะละกง ซึ่งเป็นชุดที่สตรีต้องสวมใส่เมื่อเข้าพิธีละหมาด และโครงชุดที่นำมาใช้ครั้งนี้จะไม่เน้นสัดส่วนตามหลักการแต่งกายของศาสนา โดยกำหนดโครงชุดหรือกระโปรงเป็นรูปทรงเอไลน์ (A-Line) และรูปทรงสี่เหลี่ยมหน้าจั่ว (Trapeze-Line) เพื่อเป็นการสร้างภาพตามคำสำคัญ (Key Word) ความศรัทธา ความสุภาพ และความลุ่มลึก โดยการถ่ายทอดออกมาเป็นโครงร่างชุดซึ่งการกำหนดโครงร่างชุดนั้นต้องสัมพันธ์กับโอกาสในการใช้งานหรือการสวมใส่ที่แตกต่างกันตามที่ได้มีการเก็บข้อมูลวิเคราะห์แบบสอบถามทำให้ผู้วิจัยต้องคำนึงถึงโอกาสในการสวมใส่ตามวิถีชีวิตสตรีมุสลิมในปัจจุบัน คือ ชุดทำงาน ชุดลำลอง และชุดงานสังสรรค์ เป็นต้น

ภาพที่ 43 โครงร่างชุดที่ใช้ในการสร้างสรรค์ต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม
ที่มา : ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2560). แรงบันดาลใจสู่การออกแบบแฟชั่น.
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อันลิมิต พรินต์ติ้ง จำกัด. น.69

**การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration)**

เป็นกระบวนการทางความคิดที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ เป็นแรงผลักดัน แรงกระตุ้นให้เกิดสิ่งใหม่ ตามภาพความคิดของผู้วิจัยมองถึงเสน่ห์ของความงามที่มีการปกปิดมิดชิดแต่ยังคงซ่อนความงามและการมีอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม แรงบันดาลใจในการออกแบบงานครั้งนี้ได้มาจากความประทับใจจากการลงพื้นที่และได้เห็นสถาปัตยกรรมการตกแต่งของมัสยิด ไม่ว่าจะเป็นลวดลายภายในที่มีการใช้พรรณไม้ต่าง ๆ ผสมผสานกับลวดลายเรขาคณิตซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของศิลปะอิสลาม และสีที่ใช้ในการตกแต่งมัสยิดให้ความรู้สึกถึงความศรัทธา ความเชื่อ ความสงบสุข เป็นความงามแบบเรียบง่ายมีมนต์ขลัง ซึ่งสะท้อนไปถึงกลุ่มสีที่จะเลือกใช้คือ กลุ่มสีคลาสสิค สีขาวครีม

ภาพที่ 44 แรงบันดาลใจในการออกแบบ

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**กำหนดแนวความคิด (Concept)**

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดแนวความคิดมาจากข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 : ความศรัทธา ความสุภาพ และความลุ่มลึก จึงเป็นที่มาในการกำหนดแนวความคิด “The Hidden Splendor” คือ ความงดงามแห่งการปกปิด ความงามแห่งความลุ่มลึก โครงชุดเป็นแบบเรียบง่ายแต่สร้างความน่าสนใจจากลวดลายปักมือที่ได้จากทดลองในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นำมาใช้สำหรับสร้างคอลเลกชันต้นแบบในงานวิจัยครั้งนี้

ภาพที่ 45 แนวความคิดในการออกแบบชุดต้นแบบสตรีมุสลิม

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**การกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค (Target Group)**

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในการสร้างต้นแบบครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ กลุ่มอายุระหว่าง 25 - 35 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ ใจภักดิ์ บุรพเจตนา (2560) ที่กล่าวว่า การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะทางด้านจิตวิทยาและสังคมที่เกี่ยวกับผู้บริโภคในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ค่านิยม บุคลิกภาพ ทัศนคติ กิจกรรม ช่วงชีวิต และกลุ่มชนที่เป็นแบบอย่าง ข้อมูลในกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะ เป็นการกำหนดบุคลิกภาพที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่ม ในที่นี้จะเป็นข้อมูลของกลุ่มคนตามช่วงอายุ (Generation) ที่นำไปใช้ในการออกแบบ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดจัดอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชันเอเชีย (Generation-Asia) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมืองเกิดและโตในยุคที่เอเชียมีบทบาทในตลาดโลก มีความคิดแบบหัวก้าวหน้า เป็นผู้นำ

ในกระแสแนวโน้มต่าง ๆ รักอิสระ เลือกซื้อสินค้าที่แสดงภาพลักษณ์และบุคลิกของตน ไม่ยึดติดที่ตราสินค้า นิยมรูปแบบการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมร่วมสมัย

ภาพที่ 46 กลุ่มเป้าหมายและบุคลิกของผู้บริโภคชุดเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมต้นแบบ
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**แนวทางสีที่ใช้ในคอลเลกชัน**

สีที่ใช้ในการตกแต่งมัสยิดให้ความรู้สึกความศรัทธา ความเชื่อ ความสงบสุข เป็นความงามแบบเรียบง่ายมีมนต์ขลัง โดยผู้วิจัยนำมาประกอบกับแนวโน้มแฟชั่นสีจากองค์กร WGSN (World Global Style Network) มาใช้ในการออกแบบครั้งนี้ โดยกลุ่มสีที่เลือกใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มสีหลักของฤดูร้อน 2024 ในเฉดสี (Colour Hues) กลุ่มสีน้ำตาล (Brown) กลุ่มสีเหลือง (Yellow) และกลุ่มสีเขียว (Green) โดยใช้ความอ่อนเข้มของสีที่สัมผัสได้ถึงความนุ่มนวล ความเรียบง่าย ผู้วิจัยเลือกชุดสีนี้เพื่อนำมาออกแบบใช้สื่อสารบุคลิกภาพของผลงานให้ดูมีความศรัทธา ความเรียบง่าย และมีการส่งเสริมบุคลิกให้มีความสง่างาม

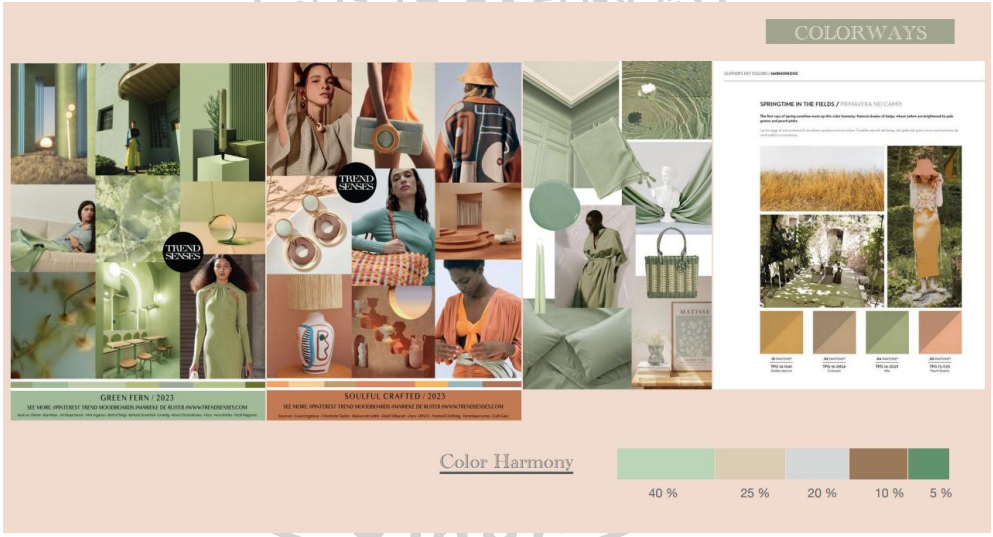
## Women's Colour

**Palette S/S 24**

The Women's Colour Forecast provides a category-specific edit of the S/S 24 Global Colour Forecast. These are the 30 colours that will have the strongest relevance across all womenswear categories. To help with your long-term forecasting and sustainability goals, we have annotated which colours are seasonal (S) for S/S 24, and annual (A) for the whole of 2024.

Pinks become stronger for S/S 24, broadening into both cool and warm hues. Aquatic shades remain key, alongside jewel tones, which continue to do well thanks to their cross-seasonal appeal. Uplifting shades like Apricot Crush, Golden Cob, Radiant Red and Ocean Coral offer a much-needed mood-boosting feel, while retaining plenty of commercial appeal.

ที่มา : สืบค้นเมื่อ 10/12/2565

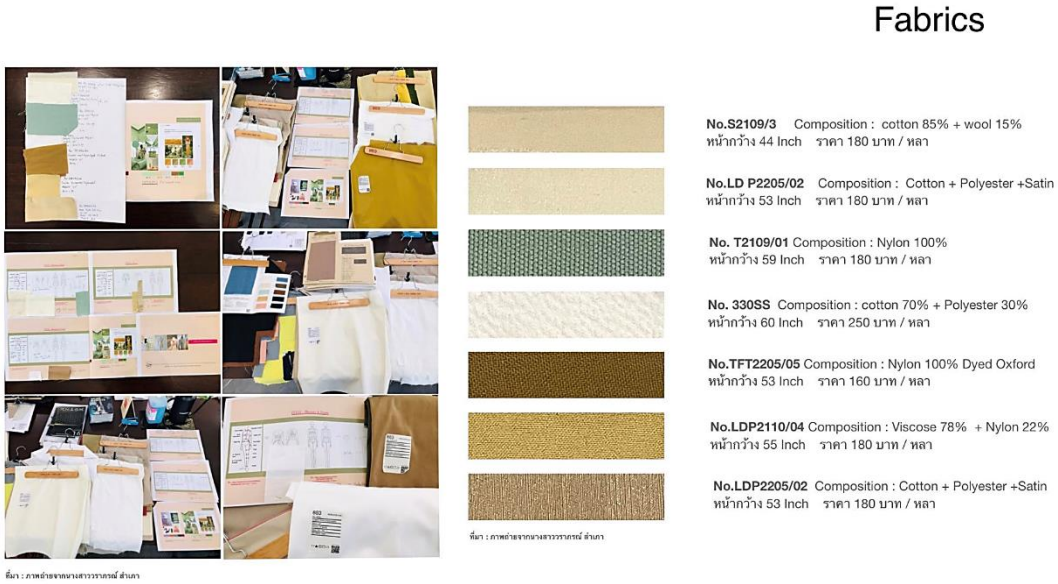



ภาพที่ 47 กำหนดแนวทางของสีที่เลือกใช้ในคอลเลกชัน

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**การเลือกผ้ามาใช้ในการสร้างต้นแบบ**

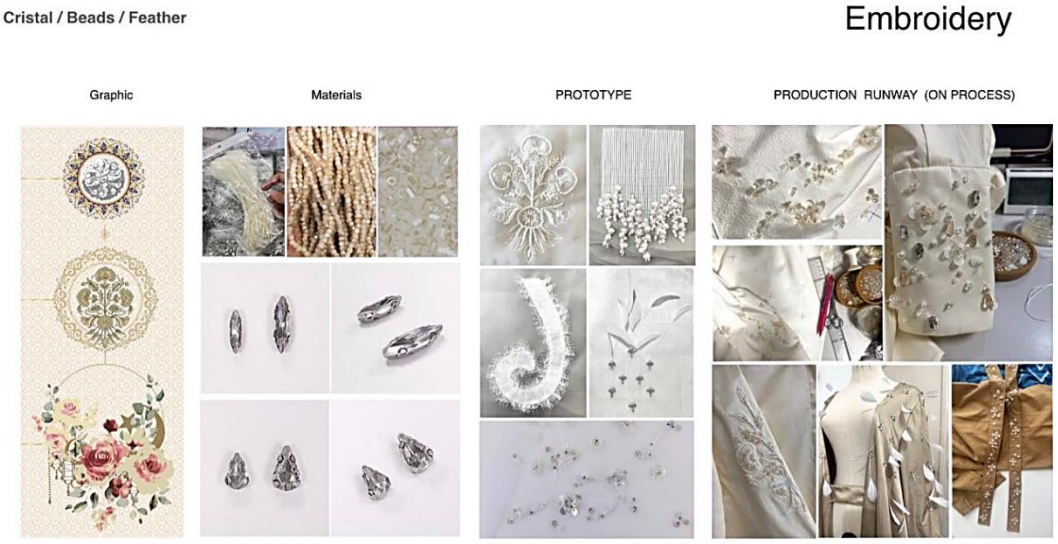
กระบวนการเลือกผ้าใช้ในคอลเลกชันนี้ ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์แบบสอบถามมาเป็นแนวทางในการเลือกใช้ผ้าครั้งนี้คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกผ้าฝ้าย (Cotton) และด้วยสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย ทางผู้วิจัยจึงเลือกผ้าที่ทำให้ผู้สวมใส่ไม่ร้อน ระบายอากาศได้ดี คือผ้าที่มีส่วนผสมของโพลีเอสเตอร์ (Polyester) ไนลอน (Nylon) วิสโคสเรยอน (Viscose Rayon) มาใช้สำหรับการสร้างคอลเลกชันนี้




ภาพที่ 48 ผ้าใช้ในคอลเลกชันผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**วัสดุและเครื่องประกอบตกแต่ง**

วัสดุและเครื่องประกอบตกแต่งที่ใช้กับต้นแบบเครื่องแต่งสตรีมุสลิม ในขั้นตอนการออกแบบลวดลายปักนี้ได้นำรูปแบบลวดลายที่ได้ทดลองจากครั้งที่ 1 มาใช้ในการสร้างสรรค์ลวดลายและผิวสัมผัสให้เกิดบนผืนผ้าที่จะนำมาตัดเย็บชุดต้นแบบ สำหรับวัสดุปักจะมี มุก ลูกปัด ไหม้ปัก คริสตัล และขนนกเทียม การตกแต่งในขั้นตอนนี้เป็นกรรมวิธีที่ช่วยสร้างมิติบนเครื่องแต่งกาย เพื่อรองรับกับรูปแบบโครงชุด โอกาสในการสวมใส่ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละชุด เช่น การรูดระบาย การซ้อนทับผ้าเป็นชั้น (Layers) การตัดต่อ (Cutting) การพับ (Fold)




ภาพที่ 49 การเลือกวัสดุเครื่องประกอบการปัก

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ภาพที่ 50 เทคนิคการตกแต่งประกอบชุด

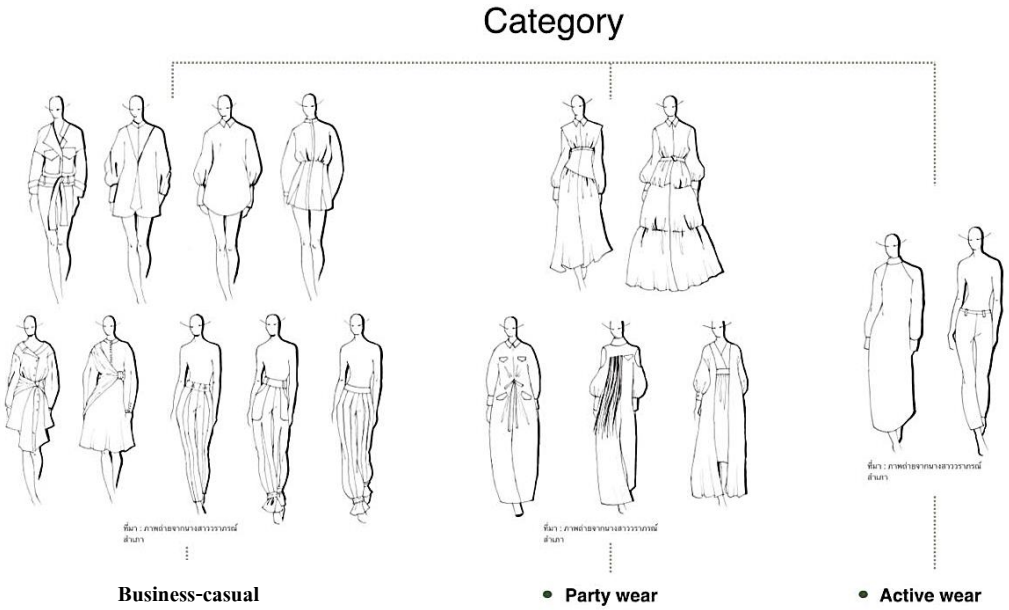
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**4.4.3.3 การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม**

- **ขั้นตอนการออกแบบร่างทางความคิด (First Sketch)**

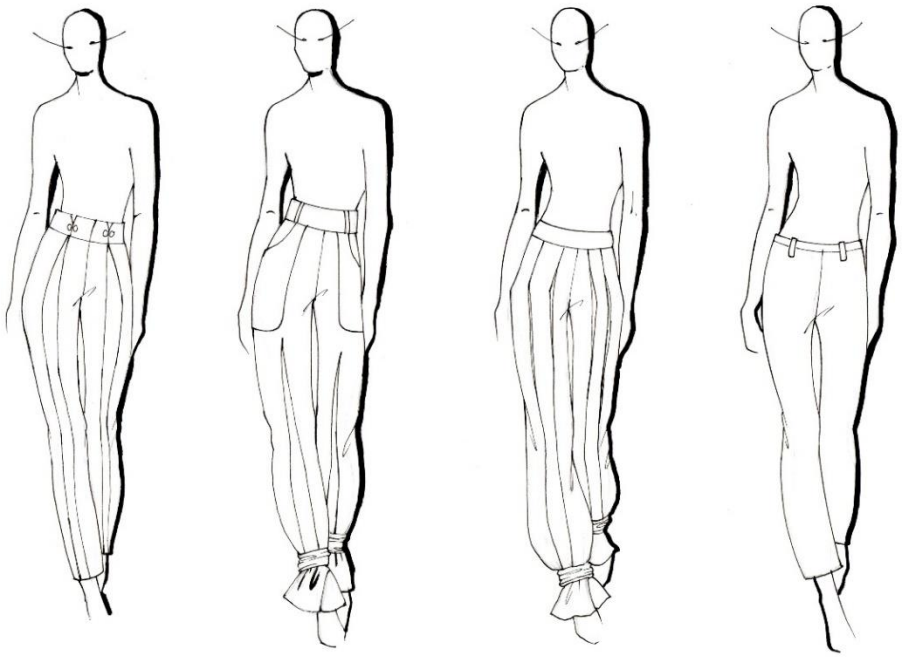
การร่างแบบด้วยมือ เพื่อถอดแบบร่างทางความคิดที่ได้ประมวลภาพต้นแบบไว้ด้วยดินสอลงบนกระดาษ โดยมีทั้งหมด 16 แบบร่าง ที่คำนึงถึงโอกาสการสวมใส่และสอดคล้องกับแนวความคิดโดยแบ่งโอกาสการใช้สอยไว้ดังนี้ ชุดทำงานกึ่งลำลอง (Business-Casual) ร้อยละ 70 ชุดสังสรรค์ (Party Wear) ร้อยละ 15 และชุดออกกำลังกาย (Active Wear) ร้อยละ 5 โดยมีโครงร่างของชุดเป็นรูปทรงเอไลน์ (A-Line) และรูปทรงสี่เหลี่ยมหน้าจั่ว (Trapeze–Line)

ภาพที่ 51 ออกแบบร่างทางความคิด (First Sketch)
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)



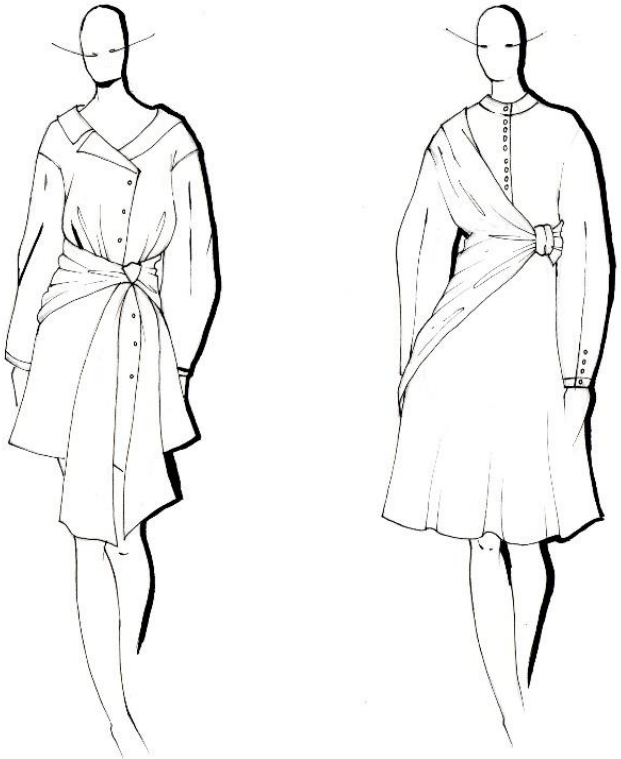

ภาพที่ 52 แบบร่างแบ่งประเภทโอกาสการสวมใส่

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)



ภาพที่ 53 แบบร่างชุดทำงานกึ่งลำลอง (Business-Casual)

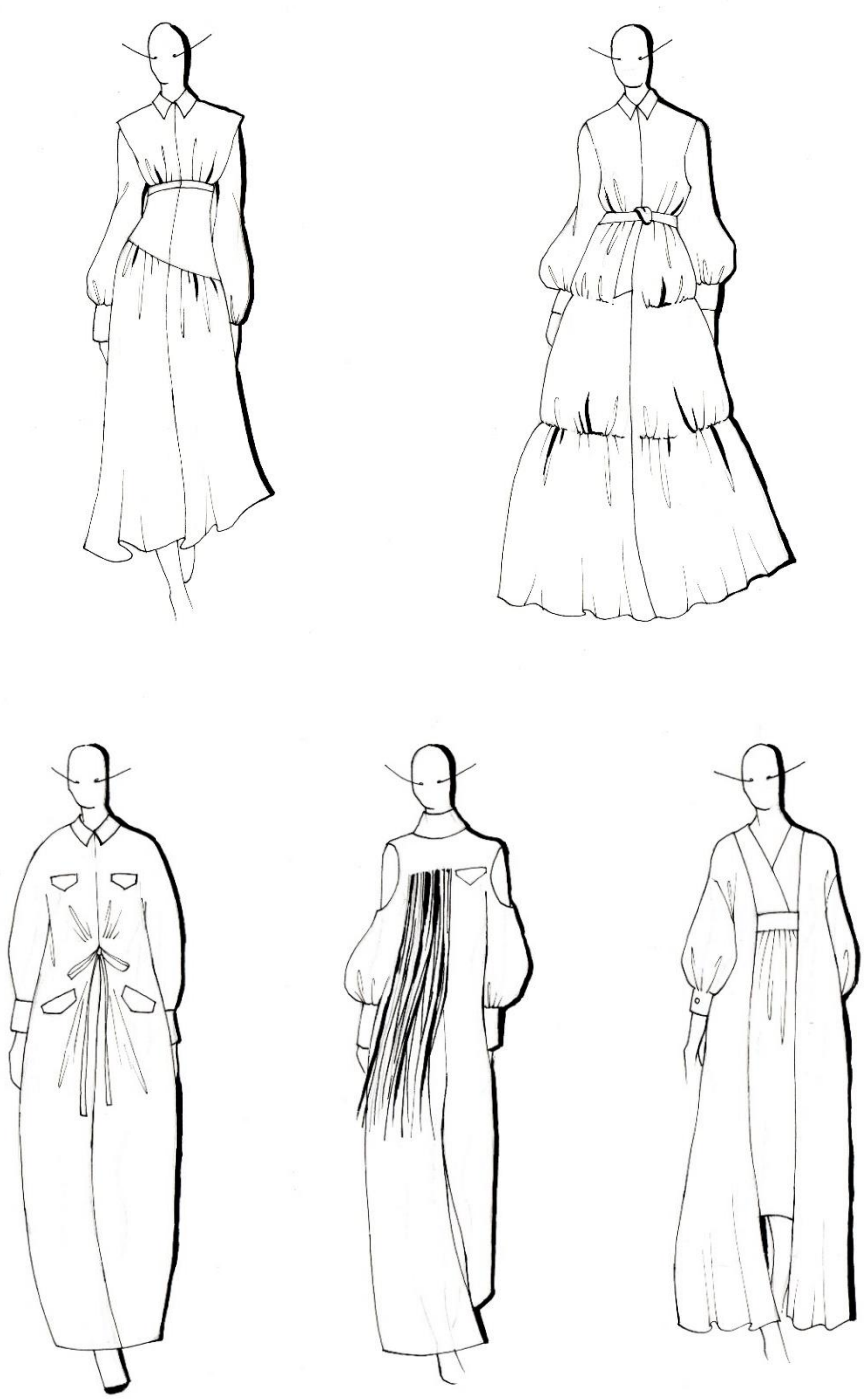
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)



ภาพที่ 54 แบบร่างชุดทำงานกึ่งลำลอง (Business–Casual)

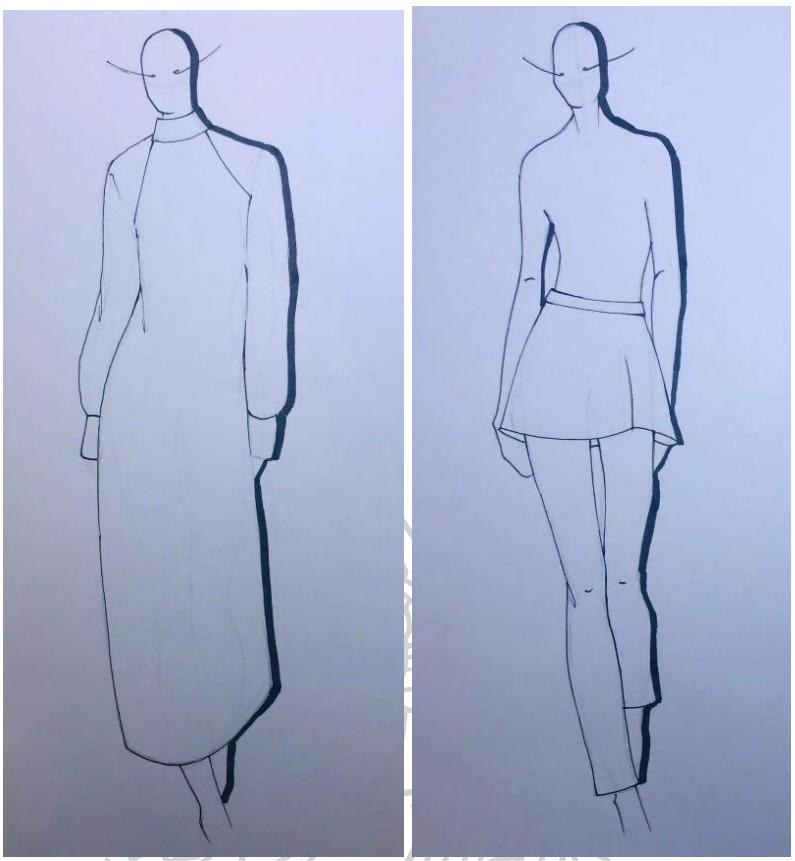
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

มหาวิทยาลัยศิลปากร



ภาพที่ 55 แบบร่างชุดงานสังสรรค์ (Party-Wear)

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)



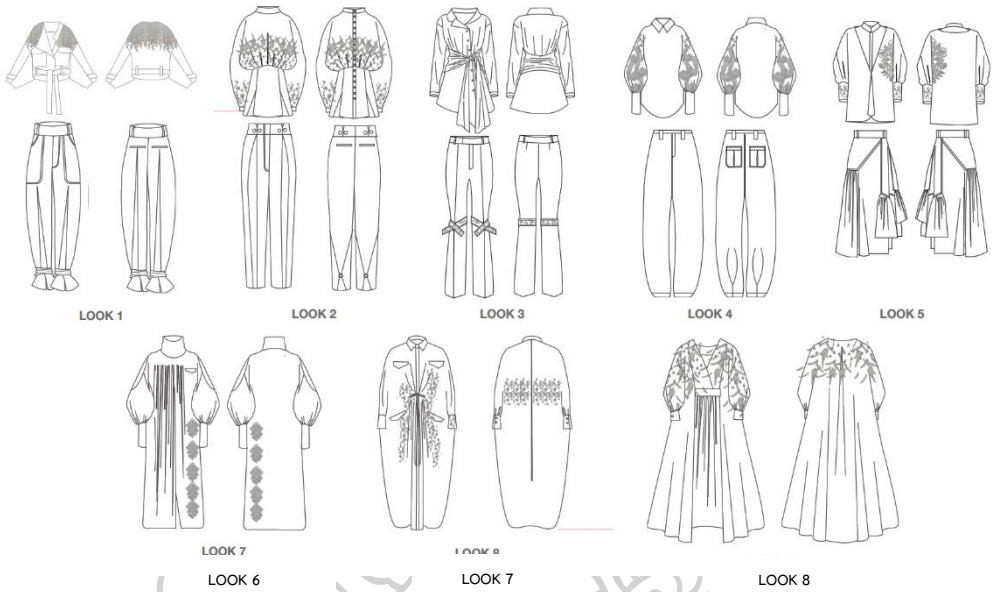
ภาพที่ 56 แบบร่างชุดออกกำลังกาย (Active-Wear)
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

เมื่อร่างแบบครั้งแรกด้วยมือแล้ว จากนั้นจึงนำมาร่างลงโปรแกรมออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ การออกแบบร่างทางความคิดจะแยกประเภทของเสื้อผ้าเป็นรายชิ้น โดยได้ข้อมูลมาจากผลวิเคราะห์การเก็บแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างได้เลือกประเภทเครื่องแต่งกายไว้มากที่สุด คือ เสื้อ กางเกง กระโปรง และชุดติดกัน

ภาพที่ 57 แบบร่างชุดต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

แบบร่างทางความคิด ครั้งที่ 1 : นำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา และได้รับคำแนะนำไปปรับแก้ไขคอลเลกชัน (Collection) โดยมีการเพิ่มรายการที่ 6 (ดังภาพที่ 57) เพื่อให้ตรงกับความต้องการที่ได้เก็บแบบสอบถามโดยการเพิ่มกระโปรงเข้าไปในคอลเลกชันด้วย แล้วนำไปขึ้นตัวอย่างชุดต้นแบบ (Prototype) จำนวน 8 ชุด สำหรับนำไปรับฟังความคิดเห็นในการสนทนากลุ่มย่อย

จากแบบร่างทางความคิด (ดังภาพที่ 57) ผู้วิจัยได้ปรับและแก้ไขโดยอ้างอิงจากคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้ได้รูปแบบชุดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับผลการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นสตรีมุสลิม จึงได้เลือกนำไปสร้างชุดต้นแบบ จำนวน 8 ชุด (ดังภาพที่ 58) สำหรับใช้เป็นชุดต้นแบบ (Prototype) ในการรับฟังความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มย่อย เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2566




ภาพที่ 58 ภาพแสดงแบบร่างทางความคิดชุดต้นแบบ จำนวน 8 ชุด
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

มหาวิทยาลัยศิลปากร

- **ขั้นตอนการขึ้นตัวอย่าง**

การขึ้นตัวอย่างชุดต้นแบบและการนำไปรับฟังความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบ ผู้ผลิต และผู้ใช้ที่เป็นสตรีชาวมุสลิม

ภาพที่ 59 ภาพแสดงการขึ้นแม่แบบตัดเย็บ
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ภาพที่ 60 ภาพแสดงการขึ้นแม่แบบตัดเย็บ (ต่อ)
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ภาพที่ 61 ชุดต้นแบบที่ตัดเย็บโดยใช้ผ้าวัสดุใกล้เคียงกับวัสดุหลักของการวิจัย
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

- **การจัดวางและเส้น (Proportion and Line)**

ภาพที่ 62 การจัดวางและเส้นที่ใช้ในการออกแบบชุดต้นแบบ
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

การจัดวาง (Proportion) การจัดวางเสื้อผ้าถูกพัฒนามาจากโครงสร้าง โครงร่างของชุดที่เป็นการทดลองครั้งที่ 2 การจัดวางในงานครั้งนี้มีทั้งในเส้นแนวตั้ง จุดการเดินเส้นตรงของสาบเสื้อ แนวกระดุม การจัดวางเส้นแนวนอน เส้นโค้ง จะเป็นจุดตัดช่วงการตัดต่อเส้นตะเข็บเส้นเอว เส้นกระเป๋า เส้นเข็มขัด เพื่อให้มีสัดส่วนของการแบ่งชุดท่อนบนกับท่อนล่างให้ชุดดูมีมิติ เส้น (Line) เส้นของเสื้อผ้าครั้งนี้รวมไปถึงการตัดเย็บ การตีเกล็ด ตามส่วนต่าง ๆ ของชุดที่จะส่งถึงภาพลักษณ์ของชุดนั้น เส้นที่ใช้ในการออกแบบครั้งนี้เป็นการสร้างความสมดุลของรายละเอียดชุดและโครงร่างของชุด เช่น ช่วงการผ่าตัดต่อหน้าอก การติดกระเป๋าตรงเส้นอก เส้นนำสายตาที่จุดคอเสื้อ เพื่อให้ผู้สวมใส่ได้มีสัดส่วนในเรื่องของความสูงมาช่วยนำสายตา และสำหรับการตัดต่อที่เป็นรายละเอียดในตัวเสื้อเช่น รอยจีบ รอยย่น รอยพลิ้วของเนื้อผ้าร่วมกับเทคนิคการตัดเย็บเพื่อสร้างรายละเอียดให้กับชุด และเป็นการช่วยแก้ไขในจุดที่บกพร่องหรือไม่ต้องการให้เน้นสัดส่วนตามหลักการทางศาสนา

- **ขั้นตอนกระบวนการพัฒนาแบบร่าง (Develop Design Draft) ครั้งที่ 1**

โดยการสร้างชุดต้นแบบ 1 คอลเลกชัน มีจำนวนทั้งหมด 8 ชุด โดยใช้วัสดุที่ใกล้เคียงกับวัสดุหลักของงานวิจัย โดยในแต่ละชุดมีรายละเอียดการตัดเย็บ ดังนี้

**ต้นแบบชุดที่ 1 :** เสื้อสั้นจั๊มเอวมีสายผูกเพื่อเพิ่มความทะมัดทะแมง ปลายขากางจับจีบเพื่อให้ช่วงสะโพกถึงเข่ามีความพองไม่เน้นสัดส่วน

ภาพที่ 63 ชุดต้นแบบชุดที่ 1
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ต้นแบบชุดที่ 2 :** เสื้อคอปีนตัดต่อเส้นเอวและจัดรูดเพื่อให้ไม่เน้นช่วงอกและชายเสื้อยาวคลุมสะโพก และมีการจับจีบเพื่อให้ชายเสื้อมีทรงที่ไม่เน้นรัดสัดส่วนที่สะโพก ปลายแขนจับจีบเพื่อเพิ่มความคล่องตัวขณะเคลื่อนไหวและเพื่อให้ชุดมีความน่าสนใจจึงเพิ่มสายรูดที่ปลายขาให้สามารถปรับได้ตามความต้องการเพื่อให้เกิดความคล่องตัว

ภาพที่ 64 ชุดต้นแบบชุดที่ 2
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ต้นแบบชุดที่ 3 :** เสื้อคอปกสูทมีสายรัดที่เอวเพื่อเพิ่มความคล่องแคล่วให้รูปแบบชุดเป็นชุดทำงานบริเวณเข่าสามารถปรับสายรัด

ภาพที่ 65 ชุดต้นแบบชุดที่ 3
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ต้นแบบชุดที่ 4 :** เสื้อคอปกเชิ้ตแบบไม่มีฐานปก ติดซิปที่จุดคอถึงกลางหลังเพื่อให้ด้านหน้าไม่มีรอยตะเข็บ ให้ชุดท่อนบนดูเรียบง่ายและใส่เทคนิคสายรัดรูดที่ปลายขาให้เกิดรอยจีบ ให้ความรู้สึกอ่อนหวานแต่ยังคงความคล่องตัว

ภาพที่ 66 ชุดต้นแบบชุดที่ 4
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ต้นแบบชุดที่ 5 :** เสื้อคอตั้ง กระดุมผ่าด้านหน้า กระโปรงตัดต่อซ้อนทับผ้าและรูดระบายเพื่อให้เกิดการไล่ระดับที่ชายกระโปรง

ภาพที่ 67 ชุดต้นแบบชุดที่ 5
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ต้นแบบชุดที่ 6 :** ชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) คอเต่า ตัดต่อช่วงเส้นบ่าหน้าจับจีบรูดและเพิ่มการติดกระเป๋าช่วงอก แขนมีการซ้อนทับผ้า 2 ชั้น ให้เกิดรายละเอียดซ้อนทับเพื่อซ่อนลวดลายปักไว้ที่ชั้นผ้าด้านในแสดงให้เห็นถึงเสน่ห์ของการปกปิด

ภาพที่ 68 ชุดต้นแบบชุดที่ 6
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ต้นแบบชุดที่ 7 :** ชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) ปกเชิ้ต ติดกระเป๋าด้านหน้าเพื่อให้ชุดแสดงออกถึงความทะมัดทะแมง เพิ่มรายละเอียดโดยการใส่สายรูดที่เส้นเอวให้สามารถปรับขนาดได้ตามขนาดไซซ์ของผู้สวมใส่ ด้านหลังที่เส้นกลางหลังมีการจับเป็นจีบกระทบเพื่อเพิ่มเนื้อที่ของผ้าให้ชุดมีทรงหลวมไม่เน้นสัดส่วน และชายกระโปรงมีการผ่าด้านข้างเพื่อให้สามารถเดินได้สะดวก

ภาพที่ 69 ชุดต้นแบบชุดที่ 7
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**ต้นแบบชุดที่ 8 :** ชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (Dress) ด้านในปกเชิ้ตผ่าติดกระดุมด้านหน้า ตัดต่อที่เส้นเอวและรูดให้เกิดเป็นจีบที่เส้นเอวไปถึงชายกระโปรง ปลายแขนทรงกระบอก ชุดชั้นนอกคอเปิดกว้างจากเส้นคอด้านหน้าถึงเส้นเอวเส้นคอวีกว้างมาถึงเส้นเอว ที่เส้นเอวมีการตัดต่อเปิดติดกระดุมให้สามารถสวมใส่ได้ 2 ชั้น ในช่วงเวลาทำงานใส่เฉพาะชุดด้านใน หากมีการไปออกงานสามารถใส่ชุดชั้นนอกสวมทับไปได้ทั้งในรูปแบบงานสังสรรค์และงานในมัสยิด

ภาพที่ 70 ชุดต้นแบบชุดที่ 8
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

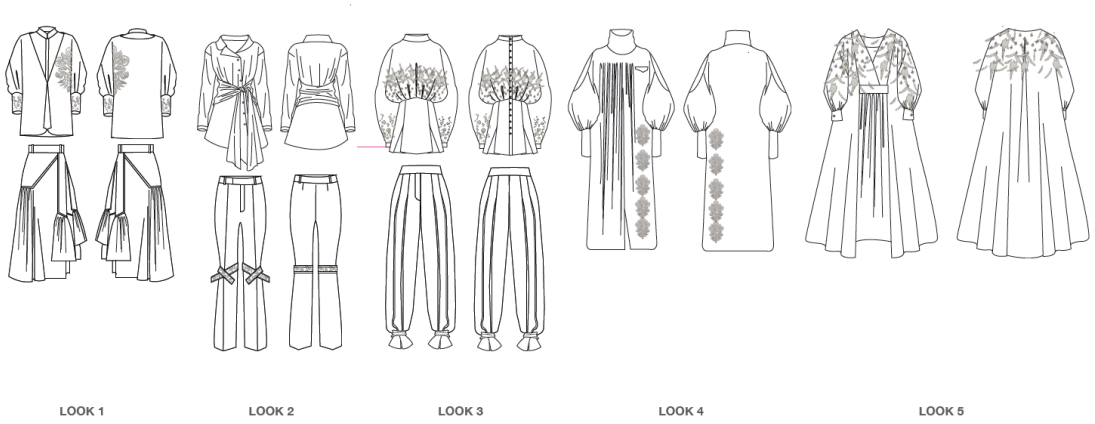
- **ขั้นตอนกระบวนการพัฒนาแบบร่าง (Develop Design Draft) ครั้งที่ 2**

กระบวนการนี้ได้เปิดรับฟังความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ซึ่งขั้นตอนกระบวนการนี้เปรียบเสมือนเป็นการทดลองใช้ (Test Item) โดยให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้นำสตรีมุสลิม นักออกแบบ และผู้บริโภคที่เป็นสตรีมุสลิม ได้เลือกชุดต้นแบบที่ตรงหลักการแต่งกายของศาสนา สามารถสะท้อนหัวข้อวิจัย ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม ในแนวความคิด “The Hidden Splendor”

ภาพที่ 71 บรรยากาศการสนทนากลุ่มย่อย
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ภาพที่ 72 ภาพแสดงบรรยากาศการให้คำแนะนำปรับชุดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัย
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

จากกระบวนการพัฒนาแบบร่าง (Develop Design Draft) ครั้งที่ 2 : การเปิดรับฟังความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มย่อย เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2566 โดยให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้นำสตรีมุสลิม นักออกแบบ และผู้บริโภคที่เป็นสตรีมุสลิมได้แสดงความคิดเห็นและเลือกชุดต้นแบบที่ตรงในหลักการแต่งกายของศาสนาและสามารถสะท้อนหัวข้อวิจัยที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในที่จัดสนทนากลุ่มย่อย โดยการเลือกและให้ข้อคิดเห็น และคำแนะนำคือ ชุดที่ถูกเลือกมากเป็นอันดับที่ 1 (จากภาพที่ 58) คือ ชุดต้นแบบที่ 3 รองลงมาคือ ชุดต้นแบบที่ 5 ชุดต้นแบบที่ 2 ชุดต้นแบบที่ 8 ชุดต้นแบบที่ 7 ตามลำดับ จากนั้นผู้วิจัยนำมาจัดเรียงชุดต้นแบบใหม่ตามลำดับการเลือกจากมากไปหาน้อย (ดังภาพที่ 73)




ภาพที่ 73 ภาพแบบร่างชุดต้นแบบที่ได้คัดเลือกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัย จำนวน **5** ชุด
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

มหาวิทยาลัยศิลปากร

- **สรุปการให้คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้นำสตรีมุสลิม นักออกแบบ และผู้บริโภคที่เป็นสตรีมุสลิม**

เหตุผลในการที่ชุดต้นแบบที่ 1 ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับ 1 คือ ชุดต้นแบบที่ 1 สามารถสื่อถึงความทะมัดทะแมง สำหรับการสวมใส่ในวิถีสังคมเมืองที่มีความเร่งรีบ ต้องใช้ความสะดวกในการสวมใส่ และชุดให้ความรู้สึกหรูหรามีระดับ (Classy) คือมีความสวยงามเหมาะแก่การสวมใส่ไปทำงานและไปงานสังสรรค์ได้

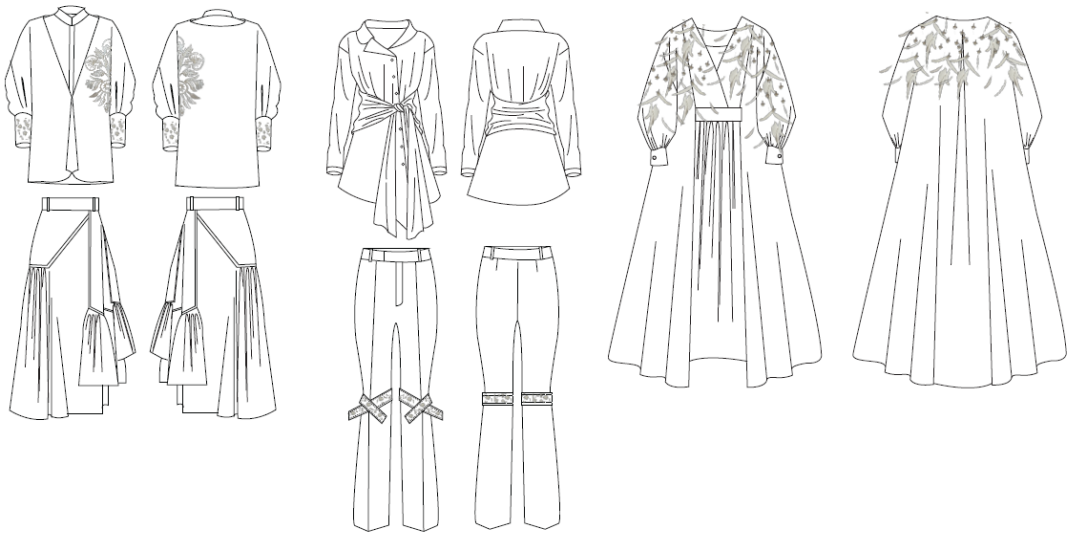
เหตุผลในการเลือกชุดที่ 2 เพราะกระโปรงไม่ยาวถึงพื้นทำให้เกิดความคล่องตัวขณะสวมใส่ในชีวิตประจำวันหรือไปทำงาน ความยาวกระโปรงไม่ปิดเอาเราะฮ์หากสวมกระโปรงเพียงตัวเดียว ผู้สวมใส่จะเพิ่มการใส่กางเกงเลกกิง (Legging) ไว้ด้านในด้วย

เหตุผลในการเลือกชุดที่ 3 เพราะเสื้อปกปิดส่วนสะโพก ไม่เน้นสัดส่วน ชอบรายละเอียดที่ปลายขามีลูกเล่นทำให้ปรับใส่ได้กับหลายชุด

เหตุผลในการเลือกชุดที่ 4 และ 5 เพราะสามารถปรับเปลี่ยนสวมใส่ได้หลายโอกาส ช่วงกลางวันสามารถใส่ทำงานได้ และสามารถใส่ไปงานสังสรรค์ได้

- **การร่างแบบครั้งสุดท้าย (Final Design)**

เป็นการเลือกชุดต้นแบบจาก 8 ชุด ที่ได้มีการนำเสนอในการจัดสนทนากลุ่มย่อยเพื่อรับฟังข้อคิดเห็น คำแนะนำในการปรับชุดต้นแบบ จากผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักออกแบบ ผู้ผลิต และผู้บริโภคที่เป็นสตรีมุสลิมที่ได้ให้ข้อแนะนำ และเลือกจาก 8 ชุด เหลือ 5 ชุดเป็นชุดต้นแบบเสื้อผ้าสตรีมุสลิมในคอลเลกชัน “The Hidden Splendor Collection” ซึ่งกระบวนการนี้เป็นการเลือกชุดสำหรับไปขึ้นผ้าและวัสดุหลักของการวิจัยเพื่อเป็นชุดต้นแบบจริงสำหรับแฟชั่นสตรีมุสลิมในวิถีสังคมเมืองในปัจจุบัน ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกจากแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุดโดยสรุปจากการประชุมสนทนากลุ่มย่อย จำนวน 3 ชุด (ดังภาพที่ 74)



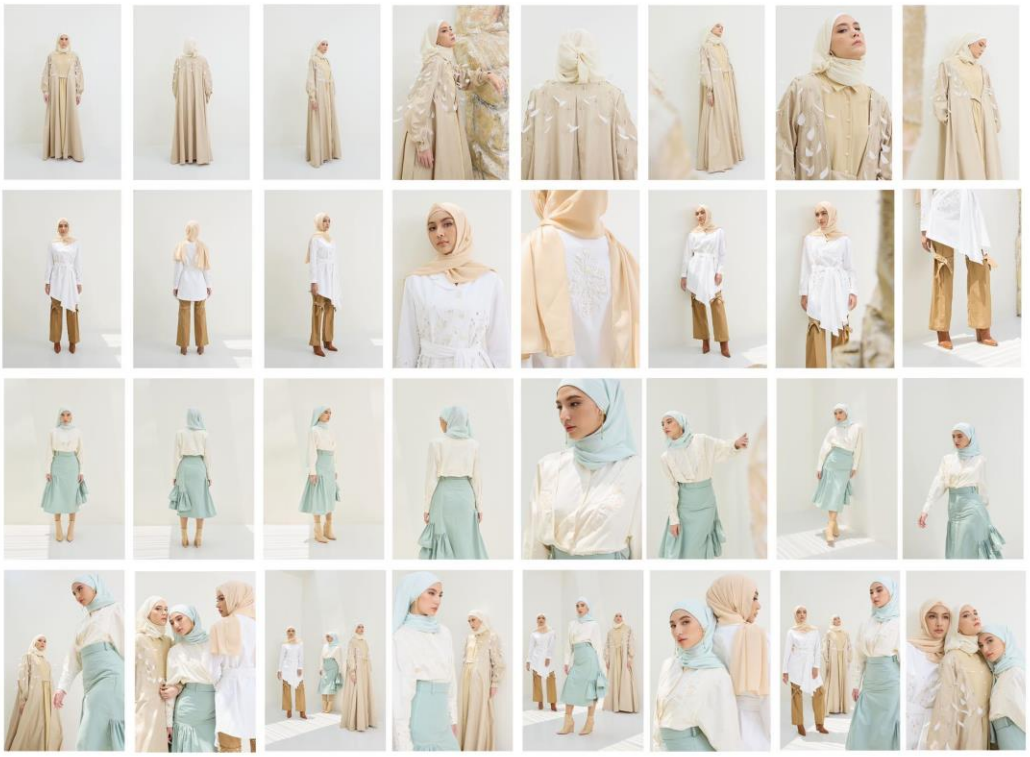

ภาพที่ 74 ภาพแสดงชุดการร่างแบบครั้งสุดท้าย (Final Design)

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

มหาวิทยาลัยศิลปากร

### 4.4.4. ต้นแบบชุดสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน

THE HIDDEN SPLENDOR COLLECTION



ภาพที่ 75 ภาพชุดต้นแบบสตรีมุสลิม

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาพที่ 76 ภาพแสดงคอลเลกชัน
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ชุดจริงชุดที่ 1 : ด้านหน้า

ภาพที่ 77 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 1 : ด้านหน้า
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ชุดจริงชุดที่ 1: ด้านหลัง

ภาพที่ 78 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 1 : ด้านหลัง
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ชุดจริงชุดที่ 1 : ด้านข้าง

ภาพที่ 79 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 1 : ด้านข้าง
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ชุดจริงชุดที่ 1 : แบบสวมฮิญาบ

ภาพที่ 80 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 1 : แบบสวมฮิญาบ
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**สรุปข้อมูลการออกแบบชุดจริงชุดที่ 1**

| | |
|---|---|
| แรงบันดาลใจ | ชุดนี้เป็นชุดทำงานกึ่งลำลองซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจาก The Hidden Splendor |
| ข้อมูลจำเพาะ | คือ ต้องการให้มีความน้อมของสีขาวมาตัดกับความเรียบง่ายและใช้สีของกระโปรงมาตัดให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น |
| สี | คือ กลุ่มสีอ่อนหวาน/กลุ่มสีพาสเทล ให้ความรู้สึกเรียบง่าย |
| วัสดุ | คือ ผ้าฝ้ายกับผ้าไนลอน ผิวสัมผัสผ้ามีความเรียบ |
| เทคนิค | คือ การเย็บตัดต่อบนตัวเสื้อ และกระโปรงเพื่อให้มีมิติและช่วยในการอำพรางปกปิดส่วนที่เป็นสัดส่วน และเพิ่มการปักที่ผ้าของตัวเสื้อเพื่อให้ผ้ามีมิติเพิ่มขึ้น |

ชุดจริงชุดที่ 2 : ด้านหน้า

ภาพที่ 81 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 2 : ด้านหน้า
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ชุดจริงชุดที่ 2 : ด้านหลัง

ภาพที่ 82 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 2 : ด้านหลัง
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ชุดจริงชุดที่ 2 : ด้านข้าง

ภาพที่ 83 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 2 : ด้านข้าง
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 2 : แบบสวมฮิญาบ

ภาพที่ 84 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 2 : แบบสวมฮิญาบ
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**สรุปข้อมูลการออกแบบชุดจริงชุดที่ 2**

| | |
|---|---|
| แรงบันดาลใจ | ชุดนี้เป็นชุดทำงานกึ่งทางการซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจาก The Hidden Splendor |
| ข้อมูลจำเพาะ | คือ ชุดนี้ต้องการให้มีบุคลิกทะมัดทะแมง มีพลังในการทำงาน |
| สี | คือ กลุ่มสีตัดกันด้วยกลุ่มสีอ่อนกับกลุ่มสีเข้ม เพื่อให้ความรู้สึกสง่างาม ดูมีพลังในการทำงาน |
| วัสดุ | คือ ผ้าฝ้ายกับวิสโคสไนลอน ผิวสัมผัสผ้ามีมิติมีพื้นผิวที่แตกต่างกัน |
| เทคนิค | คือ การปักบนตัวเสื้อทั้งด้านหน้าและด้านหลัง เพื่อให้แสดงถึงพลังของผู้หญิง มีความแข็งแกร่งด้วยลายปักที่ลดทอนให้ดูมีความอ่อนน้อม |

ชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านหน้า

ภาพที่ 85 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านหน้า
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านหลัง

ภาพที่ 86 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านหลัง
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านข้าง

ภาพที่ 87 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านข้าง
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ภาพที่ 88 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : ด้านข้าง (ต่อ)
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

ชุดจริงชุดที่ 3 : แบบฮิญาบ

ภาพที่ 89 ภาพแสดงชุดจริงชุดที่ 3 : แบบสวมฮิญาบ
ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

**สรุปข้อมูลการออกแบบชุดจริงชุดที่ 3**

| | |
|---|---|
| แรงบันดาลใจ | ชุดนี้เป็นชุดทำงานกึ่งชุดสังสรรค์ซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจาก The Hidden Splendor |
| ข้อมูลจำเพาะ | คือให้มีบุคลิกอ่อนหวาน มีพลังในการทำงานและสามารถไปสังสรรค์ต่อได้ |
| สี | คือ กลุ่มสีคล้ายกันทั้งชุด เลือกใช้กลุ่มสีทองเฉดอ่อน |
| วัสดุ | คือ ผ้าฝ้ายกับวิสโคสเรยอน ผิวสัมผัสผ้าเรียบ เบาแสดงให้เห็นถึงความคล่องตัวในการทำงาน |
| เทคนิค | คือ การปักบนตัวเสื้อทั้งด้านหน้าและด้านหลัง เพื่อให้ชุดนี้สามารถนำมาสวมทับออกงานสังสรรค์ต่อได้ |

**4.5 สรุปผลกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์**

ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม กลุ่มตัวอย่างสตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 - 35 ปี การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะทางด้านจิตวิทยาและสังคมที่เกี่ยวกับผู้บริโภคในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ค่านิยม บุคลิกภาพ ทัศนคติ กิจกรรม ช่วงชีวิต และกลุ่มชนที่เป็นแบบอย่าง ข้อมูลในกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะ เป็นการกำหนดบุคลิกภาพที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่ม ในการวิจัยครั้งนี้จัดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย คือ เป็นข้อมูลของกลุ่มคนตามเจเนอเรชัน (Generation) ที่นำไปใช้ในการออกแบบ ใจภักดิ์ บุรพเจตนา (2560, น.18-19) กล่าวว่า ในช่วงอายุ 25 - 35 ปี จัดอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชันเอเชีย (Generation Asia) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมือง เกิดและโตในยุคที่เอเชียมีบทบาทในตลาดโลก มีความคิดแบบหัวก้าวหน้า เป็นผู้นำในกระแสแนวโน้มต่าง ๆ รักอิสระ เลือกซื้อสินค้าที่แสดงถึงอัตลักษณ์และบุคลิกของตน ไม่ยึดติดที่ตราสินค้า นิยมรูปแบบการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมร่วมสมัย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเหล่านี้มาเป็นตัวแปรสำหรับการออกแบบ โดยองค์ประกอบการออกแบบหลักร่วมกัน คือ ความร่วมสมัย โอกาสในการสวมใส่ (Occasion) เป็นรูปแบบที่มีความคล่องตัว เป็นรูปแบบชุดตามโอกาสการสวมใส่ โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเภทไว้ดังนี้ ชุดทำงานกึ่งลำลอง (Business-Casual) และชุดสังสรรค์ (Party-Wear) โดยมีโครงร่างเงาของชุดเป็นรูปทรงเอไลน์ (A-Line) และรูปทรงสี่เหลี่ยมหน้าจั่ว (Trapeze-Line)

ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในสังคมเมือง และปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลเป็น 3 ส่วนดังนี้

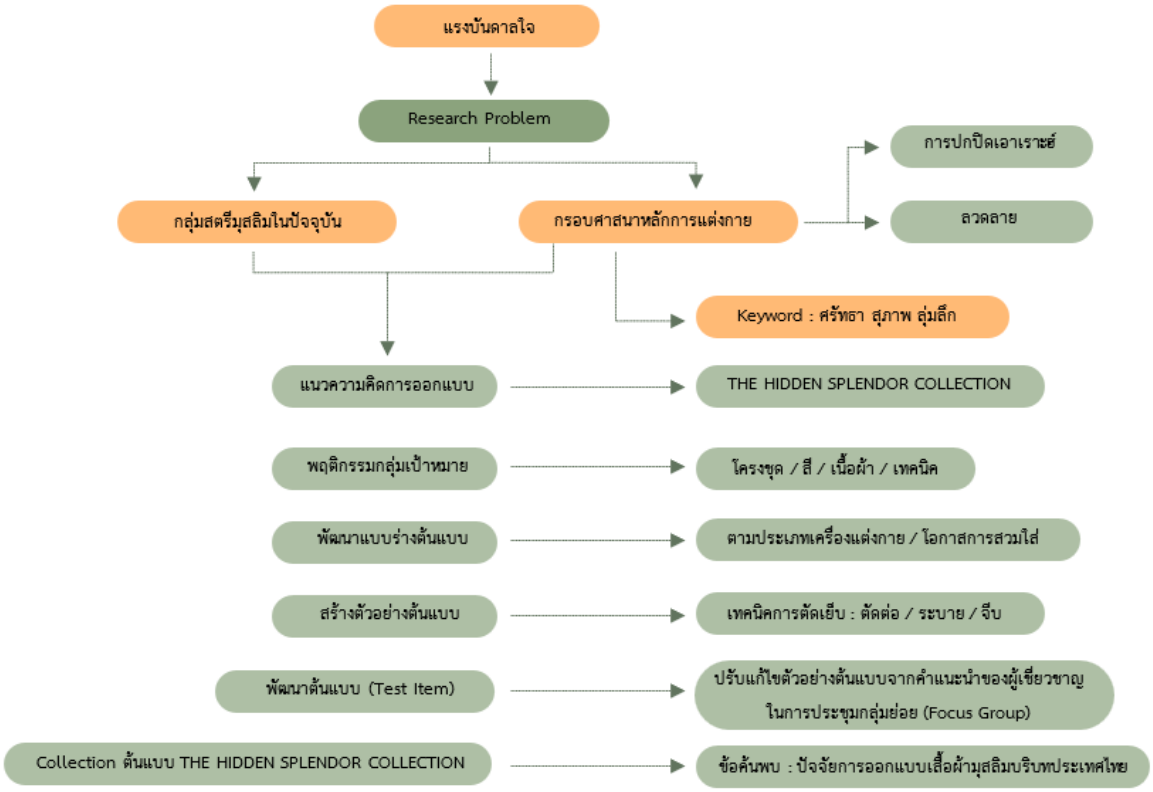
**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระดับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี (ร้อยละ 45.5) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 52.0) ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 60.75) อาชีพส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ (ร้อยละ 33.25) และส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 32.83)

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในวิถีชีวิตสังคมเมือง ส่วนใหญ่สตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้จ่ายในการเลือกซื้อเสื้อผ้าในแต่ละเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท/เดือน (ร้อยละ 79.6) ความถี่ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าจำนวน 2 - 3 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 74.8) สถานที่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าคือ ร้านค้าปลีก (Street Vendor) (ร้อยละ 49.5) ส่วนใหญ่สตรีมุสลิมเลือกเนื้อผ้า

คือ ผ้าฝ้าย มากที่สุด (ร้อยละ 41.37) ความนิยมในการ สวมใส่ประเภทเสื้อ/กางเกง มากที่สุด (ร้อยละ 69.0) รองลงมาเป็นชุดเสื้อกระโปรงติดกัน (ร้อยละ 20.5) และเสื้อ/กระโปรง (ร้อยละ 9.75) ตามลำดับ การเลือกเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากที่สุด (ร้อยละ 60.4) การให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านเครื่องแต่งกายสตรีมากที่สุด (ร้อยละ 93.1) การให้ความสนใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าที่สามารถปรับใส่ในโอกาสต่าง ๆ ได้มากที่สุด (ร้อยละ 96.7) การเลือกซื้อชุดที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมมากที่สุด (ร้อยละ 91.7) รูปแบบการแต่งกายในชีวิตประจำวันเป็นแบบเรียบง่าย (Simplicity) (ร้อยละ 78.4) รูปทรงของชุดเป็นแบบทรงหลวม (ร้อยละ 70.1) สีที่ตัดสินใจ ในการเลือกซื้อชุดเป็นสีคล้ายกันทั้งชุด (ร้อยละ 85.6) การเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีมุสลิมในปัจจุบันคือ แต่งตามกระแสแฟชั่นมากที่สุด (ร้อยละ 51.75) แต่งแบบเคร่งครัดตามหลักศาสนา และแต่งตามหลักศาสนาบ้างเป็นบางครั้ง มีสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 41.5) การสวมฮิญาบ สตรีมุสลิมส่วนใหญ่ถือว่าเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม (ร้อยละ 99.0) และสามารถบอกได้ว่าการแต่งกายตามหลักศาสนาที่ถูกต้องคือ หลวมไม่เน้นสัดส่วน (ร้อยละ85.2) และสตรีมุสลิมกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีบุคลิกภาพเป็นคนง่าย ๆรักสงบ (ร้อยละ 63.5) เป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด (ร้อยละ 62.75) และสนใจในศิลปวัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ (ร้อยละ 57.75)

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา การให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า สตรีมุสลิมให้ความสำคัญมากที่สุดกับสินค้าได้รับการันตี มาตรฐานคุณภาพ เช่น สีไม่ตก สีไม่เปลี่ยน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาได้แก่ การดูแลรักษาง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และวัตถุดิบคุณภาพดี เช่น เนื้อผ้า วัสดุประกอบที่เลือกใช้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ตามลำดับ ทั้งนี้ยังพบว่า การให้ความสำคัญกับตราสินค้า (Brand) อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ด้านราคา พบว่า สตรีมุสลิมให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านราคา ความเหมาะสมของราคามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 การให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านรูปแบบเสื้อผ้า พบว่า สตรีมุสลิมให้ความสำคัญมากที่สุดกับประโยชน์และโอกาสการสวมใส่ และรูปแบบชุดตรงกับข้อกำหนดทางศาสนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และรูปแบบชุดมีอัตลักษณ์ของมุสลิม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ตามลำดับ

จากการเก็บข้อมูลส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 สามารถสรุปเป็นแนวทางการออกแบบตัดเย็บชุดผลิตภัณฑ์ต้นแบบสตรีมุสลิมในวิถีชีวิตสังคมเมืองบริบทแฟชั่นปัจจุบัน ของผู้วิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์งานครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวทางการออกแบบ (ดังภาพที่ 90)




ภาพที่ 90 กรอบแนวทางการออกแบบชุดต้นแบบแฟชั่นสตรีมุสลิม

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

จากกรอบแนวทางสำหรับการออกแบบผู้วิจัยได้สรุปโครงร่างชุดที่ต้องพึงปฏิบัติ พึงระวัง สำหรับผู้วิจัย หรือเป็นแนวทางให้กับนักออกแบบ รวมทั้งเป็นการสร้างการรับรู้ที่เข้าใจง่าย ในการออกแบบ ซึ่งสิ่งที่สำคัญในหลักการของศาสนาสำหรับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม มี 3 ข้อหลัก ๆ หรือเรียกได้ว่าเป็นหัวใจหลักสำหรับการออกแบบ คือ 1) ไม่เน้นสัดส่วน 2) ไม่เห็นสีผิว และ 3) ไม่เกิดเสียง (สำหรับเครื่องประกอบเครื่องแต่งกายเช่น กำไล) และได้คำสำคัญ (Key Word) สำหรับนำไปสร้างแรงบันดาลใจ และกรอบแนวความคิดในการออกแบบครั้งนี้ คือ ความศรัทธา ความเชื่อในหลักการศาสนา ความสุภาพซึ่งเป็นบุคลิกภาพของสตรีมุสลิมส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามความลุ่มลึกเป็นความสงบนิ่ง

การสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น เป็นการประยุกต์ใช้องค์ประกอบทั้งเป็นรูปธรรมและเป็นนามธรรม ในด้านสุนทรียศาสตร์ องค์ประกอบการออกแบบ ได้แก่ แรงบันดาลใจ แนวความคิด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ และรายละเอียดการตกแต่ง ที่สอดคล้องกับ

รูปแบบวิถีชีวิต พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน เพื่อให้ถ่ายทอดในรูปแบบชุดปรากฏเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต จึงนำมาสู่การออกแบบคอลเลกชัน “THE HIDDEN SPLENDOR” คือ ความงดงามแห่งการปกปิด ความงามแห่งความลุ่มลึก

ต้นแบบชุดสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบันคอลเลกชันนี้ ได้ดำเนินการตัดเย็บเป็นชุดต้นแบบโดยใช้วัสดุใกล้เคียงกับวัสดุหลักของการวิจัย ทั้งหมด 8 ชุด (ภาพที่ 63 - 70) และคัดเลือกแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากการประชุมสนทนากลุ่มย่อย เลือกตัดเย็บเป็นชุดต้นแบบชุดจริง จำนวน 3 ชุด (ภาพที่ 75 - 89) โดยกำหนดรูปแบบชุดที่ยึดหลักโอกาสในการสวมใส่ที่ตอบโจทย์กับวิถีชีวิต (Life Style) ที่หลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย คือ สตรีมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้หญิงที่ต้องทำกิจกรรมหลากหลายในหนึ่งวัน ตัวอย่างเช่นทำงานในระหว่างวัน แต่หลังจากเลิกงานนั้นสตรีกลุ่มตัวอย่างอาจจะต้องไปงานสังสรรค์ ดังนั้นหากชุดสามารถปรับเป็นรูปแบบ (Style) ที่เป็นทางการและหรูหราด้วยการปักลวดลายที่ชุดสามารถเพิ่มการสวมใส่ในโอกาสต่าง ๆ ได้ และประหยัดงบประมาณสำหรับการซื้อชุดสังสรรค์ ดังชุดจริงชุดที่ 1 (ภาพที่77) และชุดที่ 3 (ภาพที่ 85) นอกจากนี้ชุดที่ 2 (ภาพที่ 81) ยังช่วยส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายที่สวมใส่ชุดนี้ ในระหว่างการเดินทางเกิดความคล่องแคล่วได้มากขึ้น มีความเท่และมีความทะมัดทะแมง เนื่องจากชุดนี้ออกแบบเป็นชุดทำงานโดยกำหนดให้ท่อนบนเป็นเสื้อเชิ้ตคลุมสะโพก และท่อนล่างเป็นกางเกงขายาว ในช่วงเข่าสามารถปรับให้เกิดความคล่องตัวได้และหากไปสังสรรค์สามารถปรับหรือปลดปลายสายรัดเข่าออกเพื่อให้ดูมีความพลิ้วไหวของการปัก การออกแบบคอลเลกชันนี้ เพื่อตอบสนองรูปแบบวิถีชีวิตสตรีมุสลิมในสังคมเมืองไม่ต้องนำเสื้อผ้ามาเปลี่ยนหลายชุดในหนึ่งวัน และประโยชน์ในการใช้สอยที่หลากหลายกิจกรรม วิธีการออกแบบและพัฒนาแสดงไว้ในตารางที่ 23 และภาพที่ 77 ถึง ภาพที่ 89

# บทที่ 5
# สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม มีความมุ่งหวังเพื่อเผยแพร่เป็นองค์ความรู้ และความเข้าใจ ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประเด็น คือ 1) ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล 2) ศึกษาการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมเพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่น และ 3) ออกแบบแฟชั่นการแต่งกายของสตรีมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม การดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ สตรีมุสลิมที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 400 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) โดยมีเครื่องมือวิจัยเป็นการสัมภาษณ์ ซึ่งการสนทนากลุ่มยอยนี้จะได้ประเด็นที่เฉพาะเจาะจง ได้แนวคิดทัศนคติ และแนวทางการปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สังเคราะห์ เพื่อให้ได้แนวทางสำหรับการออกแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่นมุสลิม และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์และตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

**ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1** ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล จากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การแต่งกายที่สอดคล้องกับหลักศาสนาเป็นความงามในบริบทฮาลาล งามแบบมีคุณค่าและความดีงาม เป็นเสน่ห์แห่งการปกปิด คือ การปกปิดเอาเราะฮ์ให้ถูกต้องตามหลักการศาสนา สอดคล้องกับ แพร ศิริศักดิ์ดำเกิง (2559) กล่าวว่า การแต่งกายของหญิงมุสลิมอ้างอิงตามบทบัญญัติอิสลามไว้ชัดเจนว่า ผู้หญิงมุสลิมต้องแต่งกายให้มิดชิดปกปิดเอาเราะฮ์ (อวัยวะพึงสงวน ที่ต้องปกปิดตามหลักศาสนา) ซึ่งในส่วนที่ต้องปกปิด คือ ตั้งแต่ศีรษะยกเว้นใบหน้าและฝ่ามือ และเพื่อให้การสอดคล้องกับบัญญัติของศาสนา ผู้หญิงต้องสวยงามแบบมีคุณค่าและความดีงาม ควบคู่ไปกับเสน่ห์แห่งการปกปิด คือ การปกปิดเอาเราะฮ์ให้ถูกต้องตามหลักศาสนานั้น คือ ความงามในบริบทฮาลาล ซึ

สอดคล้องกับ ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์ (2560, น.1) กล่าวว่า ความงาม คือ สิ่งที่อยู่เคียงคู่กับมนุษย์มาช้านาน มีการค้นพบหลักฐานว่าตลอดประวัติศาสตร์ที่กินช่วงเวลานานกว่าแสนปี มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่แสวงหาความงามมาโดยตลอด มีทั้งความพยายามที่จะเรียนรู้ สั่งสมความรู้ และถ่ายทอดวิชาความเข้าใจเกี่ยวกับความงามจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนและนำหลักการศาสนาในการแต่งกายของสตรีมุสลิม มาเป็นแนวทางการออกแบบที่สอดคล้องกับหลักการแต่งกายที่ศาสนาได้กำหนดให้สตรีมุสลิมงามอย่างมีคุณค่าและความดีงามตามหลักศาสนาและมีความร่วมสมัยไปตามยุคนั้น ๆ

**ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2** ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีปัจจัยส่งผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายสำหรับนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นของสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ กลุ่มช่วงอายุระหว่าง 25 - 35 ปี เป็นกลุ่มที่มีวิถีในการดำเนินชีวิตทั้งจากวัฒนธรรมของตนและความร่วมสมัยในปัจจุบัน ข้อมูลในกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะ บุคลิกของสตรีมุสลิมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นคนเรียบง่าย รูปแบบเสื้อผ้าจึงต้องมีลักษณะที่สามารถปรับให้สวมใส่ได้หลายโอกาส โครงร่างของชุดต้องมีลักษณะหลวมไม่เน้นสัดส่วน ทั้งนี้ ต้องให้มีความร่วมสมัย โทนสีที่เลือกใช้ในคอลเลกชันนี้เป็นโทนสีคล้ายกันทั้งชุดหรือเป็นกลุ่มสีที่ไม่ตัดกัน หรือแบบโมโนโทน (Monotone) ที่ให้ความรู้สึกเป็นเอกภาพและเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมของมุสลิม สำหรับพฤติกรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่นำมากำหนดแนวทางการออกแบบครั้งนี้ รูปแบบประเภทของเสื้อผ้า คือ เสื้อกับกางเกง เสื้อกับกระโปรง และชุดเสื้อกระโปรงติดกันเป็นหลัก ทั้งนี้จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในสังคมเมือง การแต่งกายจึงอาจส่งผลต่อความคล่องตัวในการทำงาน และการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ เนื้อผ้าที่เหมาะสมในการนำมาทำชุดมากที่สุด คือ ผ้าฝ้าย โครงชุดเป็นโครงหลวม การแต่งกายมุสลิมมีรูปแบบที่เรียบง่าย และยังคงให้ความสำคัญกับการผสมผสานศิลปวัฒนธรรมในการแต่งกายของสตรีมุสลิม การเลือกซื้อเสื้อผ้ายังคงอิงจากกระแสแฟชั่น และสตรีส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ฮิญาบ เป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม และมีความสนใจในรูปแบบเสื้อผ้าที่สามารถปรับเปลี่ยนไปใช้ได้ในโอกาสต่าง ๆ เมื่อพิจารณาตามหลักการออกแบบและความงามได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการออกแบบซึ่งได้แก่ แรงบันดาลใจ แนวความคิด รูปร่าง รูปทรง รายละเอียดการตกแต่ง สี และวัสดุ ที่สอดคล้องกับรูปแบบวิถีชีวิตสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน และเป็นความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบพฤติกรรมการแต่งกายและรสนิยมของผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้เกิดคอลเลกชัน “THE HIDDEN SPLENDOR” ความงามแห่งการปกปิด ความงามแห่งความลุ่มลึก

**ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3** ออกแบบแฟชั่นการแต่งกายของสตรีมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม จากข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้นำมาเข้าสู่กระบวนการออกแบบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไม่เพียงเป็นโครงสร้างเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมที่สะท้อนวัฒนธรรมวิถีชีวิตในบริบทแฟชั่นที่มีความร่วมสมัยเพียงอย่างเดียว ในฐานะผู้วิจัย ได้นำกระบวนการออกแบบมาประยุกต์ใช้และพัฒนาให้เกิดรูปแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมผ่านมุมมองความงามและการดำรงอยู่ของความศรัทธาในวิถีการดำเนินชีวิตของสตรีมุสลิมในปัจจุบัน พบว่า มุมมองความงามสามารถสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิมได้ โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล หลักการแต่งกายของศาสนาอิสลาม วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรม เพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นของสตรีมุสลิมในการวิจัยครั้งนี้ จากพฤติกรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสะท้อนให้เห็นรูปแบบการแต่งกายที่เปลี่ยนแปลงไปในความร่วมสมัยมากขึ้น แต่ยังคงให้ความสำคัญในอัตลักษณ์การแต่งกายของสตรีมุสลิม เป็นการสะท้อนบริบทการแต่งกายสังคมปัจจุบันมากขึ้น มีวิถีการใช้ชีวิตนอกบ้านและในพื้นที่สาธารณะต่าง ๆ ซึ่งต่างจากอดีต จากงานวิจัยการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมครั้งนี้จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญเรื่องหลักการแต่งกายของศาสนา เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายมาใช้ในการออกแบบ ไม่เพียงเป็นการนำโครงสร้างชุดการแต่งกายทางศาสนา (ชุดตะละกง) มาปรับแก้ไขรูปทรงเพียงอย่างเดียว แต่สามารถนำปัจจัยในด้านวิถีชีวิตและเอกลักษณ์อื่น ๆ เช่น ลวดลายพรรณไม้มาเป็นลายปัก ซึ่งลวดลายมีความพิเศษแตกต่างกันออกไป แต่สามารถนำมาปรับใช้ในการออกแบบและสร้างแนวทางการออกแบบที่มีความร่วมสมัยแต่ยังคงหลักการของศาสนาไว้ รวมทั้งเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมยังสามารถยกระดับให้เกิดเป็นอัตลักษณ์การแต่งกายของสตรีมุสลิมในประเทศไทยได้

การสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น เป็นการประยุกต์ใช้องค์ประกอบทั้งเป็นรูปธรรมและเป็นนามธรรมในด้านสุนทรียศาสตร์ องค์ประกอบการออกแบบ ได้แก่ แรงบันดาลใจ แนวความคิด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ และรายละเอียดการตกแต่ง ที่สอดคล้องกับรูปแบบวิถีชีวิต พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน สอดคล้องกับ เตือนตา พรมุตตาวรงค์ (2554, น.159) กล่าวว่า การออกแบบสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์จากอัตลักษณ์วิถีพุทธเถรวาทกับเซน เป็นการผสมผสานองค์ประกอบทั้งที่จับต้องได้และ จับต้องไม่ได้

ในด้านสุนทรียศาสตร์ องค์ประกอบการออกแบบ ได้แก่ รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ พื้นผิว และรายละเอียดตกแต่งให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์วิถีรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม (Behavioral Level) และความต้องการทางแฟชั่นของผู้บริโภคในเรื่องกระแสแนวโน้มทางแฟชั่น (Fashion Trend) เพื่อให้ปรากฏภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับสไตล์และบุคลิกภาพของกลุ่มผู้บริโภค ถ่ายทอดความรู้สึกให้ปรากฏเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ช่วงอายุระหว่าง 25 - 35 ปี สอดคล้องกับ ใจภักดิ์ บุรพเจตนา (2560, น.18-19) กล่าวว่า ในช่วงอายุ 25 - 35 ปี จัดอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชันเอเชีย (Generation Asia) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมืองเกิดและโตในยุคที่เอเชียมีบทบาทในตลาดโลก มีความคิดแบบหัวก้าวหน้า เป็นผู้นำในกระแสแนวโน้มต่าง ๆ รักอิสระ เลือกซื้อสินค้าที่แสดงภาพลักษณ์และบุคลิกของตน นิยมรูปแบบการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมร่วมสมัย ทั้งนี้แนวคิดและรูปแบบที่ปรากฏในชุดต้นแบบนั้นมีความสอดคล้องกัน

**5.2 การอภิปรายผล**

การศึกษา ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม เป็นการศึกษาวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกาย อัตลักษณ์การแต่งกายของสตรีมุสลิม ความสัมพันธ์ของการแต่งกายกับหลักศรัทธา การแต่งกายตามหลักคำสอนและการตีความการแต่งกายของสตรีมุสลิม ความงามในบริบทมุสลิม และอัตลักษณ์มุสลิมในกระแสการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ทั้งนี้ผลการวิจัยได้นำมาซึ่งแนวทางหลักการออกแบบ และกระบวนการออกแบบ จากภาพที่ 34 สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการสร้างตราสินค้า การออกแบบสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมตามการดำเนินชีวิต จากหลักการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาลเป็นแนวทางการพัฒนาไปสู่การต่อยอดธุรกิจแฟชั่นเครื่องแต่งกายมุสลิมไทยได้ จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ค้นพบปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบในชื่อ Halal Factors ประกอบด้วยปัจจัย 5 ส่วน คือ วิถีชีวิต (H = Habit) อายุ (A = Age) สตรีมุสลิม (L = Ladies) หลักการแต่งกายของศาสนา (A = Approval) และ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์และสถานที่ (L = Location) เป็นปัจจัยที่นักออกแบบต้องคำนึงถึงในการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมไทยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วิถีชีวิต (Habit) : วิถีชีวิตของสตรีมุสลิมในบริบทต่าง ๆ รวมถึงอัตลักษณ์สำคัญที่โดดเด่นไม่ซ้ำใคร ที่มาจากวิถีชีวิตของชาวมุสลิม ซึ่งสอดคล้องกับการประชุมกลุ่มย่อยผู้นำศาสนา กล่าวว่า ศาสนาอิสสามให้ความสำคัญการแต่งกายในวิถีชีวิตของสตรีมุสลิม ดังนั้นปัจจัยนี้จึงมีความสำคัญที่ต้องคำนึงในการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทต่าง ๆ ในวิถีชีวิตของมุสลิม

2. อายุ (Age) : อายุของกลุ่มเป้าหมายที่จะผลิตสินค้าหรือสร้างสรรค์งานออกแบบให้ตอบสนองกับความต้องการมีความสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยทางอายุด้วยเช่นกัน กลุ่มเป้าหมาย (Target Group) แต่ละช่วงวัย มีความสำคัญในการสร้างตราสินค้า สอดคล้องกับ ใจภักดิ์ บุรพเจตนา (2560, น.18) กล่าวว่า การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุ หรือช่วงอายุ จะมีพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะที่เป็นตัวกำหนด และสำคัญในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรม ค่านิยม ความชอบ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นการทำการตลาดได้ เพื่อจะได้ทราบถึงบุคลิกที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล แต่ละช่วงวัยที่มีความคล้ายคลึงกันของกลุ่มผู้บริโภคโดยดูจากรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิต กิจกรรมต่าง ๆ รสนิยมความชอบ พฤติกรรมความต้องการในแฟชั่นและบุคลิกที่จะสะท้อนแฟชั่นกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งในปัจจัยนี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์การทำการตลาดหรือการสร้างแบรนด์ (Branding) ได้ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับตัวแทนผู้ผลิตที่มาร่วมสนทนากลุ่มย่อย กล่าวว่า ในฐานะผู้ผลิตแบรนด์เครื่องแต่งกายมุสลิมมามากกว่า 20 ปี ทางแบรนด์ได้ให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบชุดที่เหมาะสมต่อโอกาสและช่วงวัย เป็นความสวยที่ต้องสวยและดีงามควบคู่กันไปด้วย

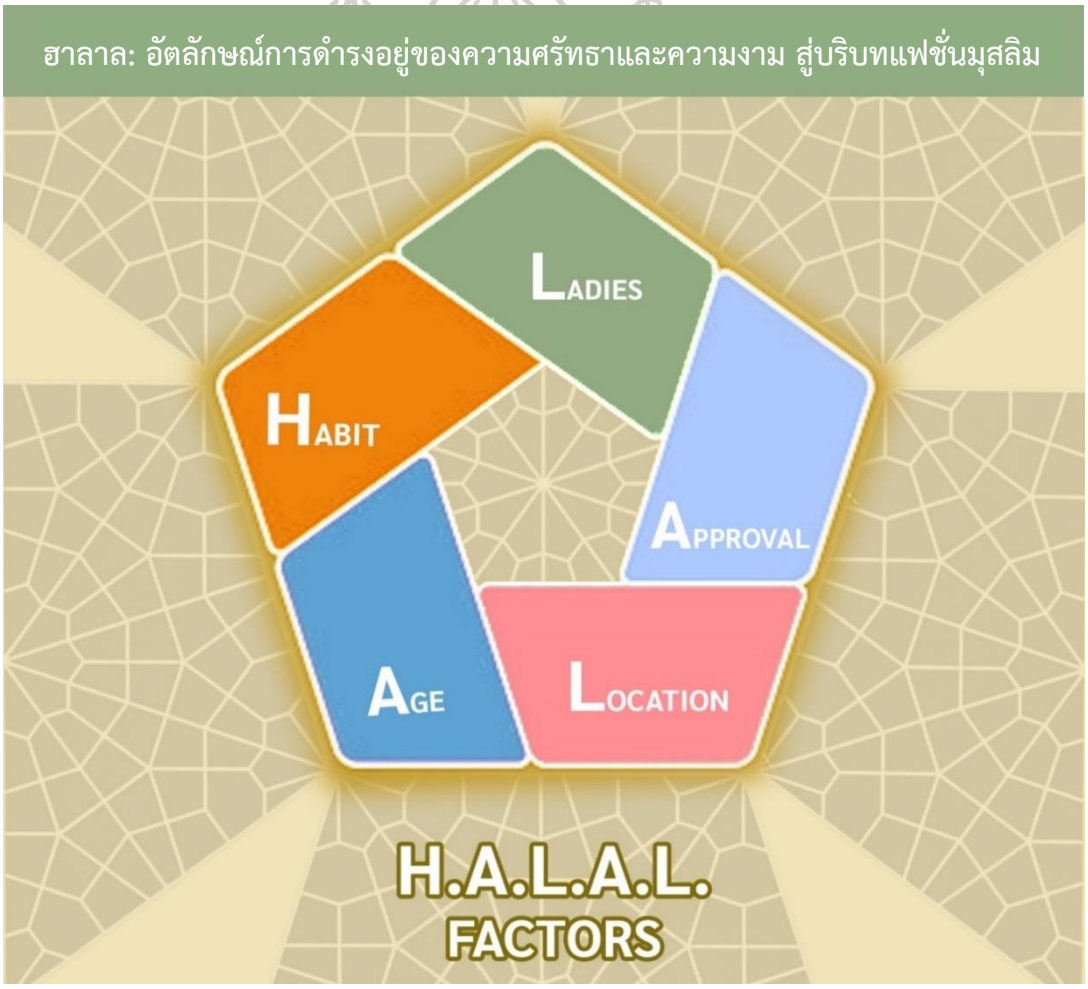
3. สตรีมุสลิม (Ladies) : ผลงานที่สร้างสรรค์จะต้องมีคุณสมบัติที่นอกจากความงามทางสุนทรียภาพแล้ว ต้องส่งเสริมคุณค่าความเป็นสตรีที่เป็นตัวแทนอัตลักษณ์ของความเป็นมุสลิม ซึ่งไม่เพียงแสดงความร่วมสมัยแต่ยังสามารถส่งต่อคุณค่าทางจารีตในฐานะปัจจัยความหลากหลายของสังคมพหุวัฒนธรรม เช่น ความเรียบร้อย (Smoothness) ความเรียบง่าย (Simplicity) ความสุข (Asymment) ความเป็นธรรมชาติ (Natural) เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับสตรีมุสลิม (ผู้ใช้เครื่องแต่งกาย) ซึ่งเป็นตัวแทนที่มาร่วมสนทนากลุ่มย่อยในการวิจัยครั้งนี้ กล่าวว่า ความสวย ความงาม ความชอบ เป็นเรื่องของรสนิยมของแต่

ละบุคคล หากมีเสื้อผ้าที่ออกแบบมาส่งเสริมบุคลิกเมื่อสวมใส่ให้เกิดความมั่นใจ มีบุคลิกที่ดูเป็นธรรมชาติ ในชุดที่สวมใส่เพราะเมื่อมั่นใจแล้วจะส่งเสริมให้เกิดบุคลิกภาพดี สอดคล้องกับ พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง (2550, น33) กล่าวว่า บุคลิกภาพ คือ ลักษณะพิเศษทางพฤติกรรมและทางอารมณ์ที่ทำให้แต่ละคนมีเอกภาพ ลักษณะพิเศษนี้เห็นได้จากความเชื่อมั่นในตัวเอง การเข้าสังคม ความยืดหยุ่น และการตอบโต้ทางอารมณ์ ลักษณะเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของแต่ละคน คนที่มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง จะใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีแบบและแตกต่างไปจากคนอื่น

4. หลักการแต่งกายของศาสนา (Approval) : หลักการของศาสนากับการแต่งกายของสตรีมุสลิม คือ การปกปิดเอาเราะฮ์ สิ่งที่พึงปกปิด เห็นได้เพียงใบหน้าและฝ่ามือ สอดคล้องกับ แพร ศิริศักดิ์ดำเกิง (2559) กล่าวว่า การแต่งกายของหญิงมุสลิมอ้างอิงตามบทบัญญัติอิสลามไว้ชัดเจนว่า ผู้หญิงมุสลิมต้องแต่งกายให้มิดชิดปกปิดเอาเราะฮ์ (อวัยวะพึงสงวน ที่ต้องปกปิดตามหลักศาสนา) เป็นการสะท้อนหลักการแต่งกายของศาสนา เช่น ความสงบ (Stillness) ความอิสระ (Freedom) ความสม่ำเสมอ (Regularity) ความเป็นเอกภาพ (Unity) เป็นต้น ทั้งนี้ยังรวมไปถึงในแง่มุมของสัญศาสตร์กับภาพแทนความหมาย (Semiotics and Visual Representation) เป็นการสื่อความหมายโดยการถอดรหัสใส่ให้วัตถุ รูปภาพ หรือสิ่งของต่าง ๆ ที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย นำมาผสมผสานกับรูปลักษณ์ความร่วมสมัยในบริบทปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับตัวแทนกลุ่มสตรีมุสลิม (ผู้ใช้เครื่องแต่งกาย) กล่าวว่า ในภาพจำสำหรับคนนอกศาสนาการคลุมฮิญาบ คือ สตรีมุสลิม แต่สำหรับมุมมองคนในศาสนาการสวมใส่ฮิญาบหรือเสื้อผ้าที่ปกปิดส่วนที่เป็นเอาเราะฮ์นั้น ถือเป็นความดีงามในหลักการแต่งกายของศาสนาอิสลาม

5. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์และสถานที่ (Location) : ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย ลักษณะภูมิอากาศแบบร้อนชื้น ซึ่งเป็นอากาศที่พบในประเทศเขตร้อน ภูมิอากาศแบบนี้เป็นภูมิอากาศซึ่งไม่แห้งแล้งและมีความชื้นสูง มีผลต่อการสวมใส่ชุดที่ปกปิดมิดชิดและการคลุมฮิญาบทำให้มีเหงื่อ หากมีนวัตกรรม (Innovation) ที่นำมาใช้ในการออกแบบเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาได้ และรวมถึงการนำแนวโน้มหรือกระแสนิยม (Trend) มาประกอบด้วยเป็นการรวบรวมหรือใช้

แนวทางของกระแสนิยมแฟชั่นที่สามารถตอบสนองกับวิถีชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น ๆ สอดคล้องกับ เตือนตา พรมุตตาวรงค์ (2554,น.159) กล่าวว่า การออกแบบสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์จากอัตลักษณ์วิถีพุทธเถรวาทกับเซน เป็นการผสมผสานองค์ประกอบทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ในด้านสุนทรียศาสตร์ องค์ประกอบการออกแบบแล้วนั้น รายละเอียดตกแต่งต่าง ๆ หรือรูปแบบต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์วิถีรูปแบบการดำเนินชีวิต และความต้องการทางแฟชั่นของผู้บริโภคในเรื่องกระแสแนวโน้มทางแฟชั่น (Fashion Trend)




ภาพที่ 91 Halal Factors

ที่มา : วราภรณ์ สำเภา (ผู้วิจัย)

Halal Factors ปัจจัยการคำนึงถึงในการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมไทย สอดคล้องกับ ธโนทัย มงคลวินธุ์ และ ปทิตตา นิรันพรพุทธา (2559, น.128) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นชาวเวียดนามจากการสัมภาษณ์จะคำนึงถึงประเด็นประวัติศาสตร์เวียดนาม รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีถิ่น เช่น ชาติพันธุ์ ศิลปะ การศึกษา เป็นต้น เทคโนโลยีต่าง ๆ และอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นที่มีอิทธิพลต่อผลงานการออกแบบศิลปะและการออกแบบร่วมสมัย เห็นได้ว่า ในการออกแบบแฟชั่นมีความจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อรูปแบบชุด รูปแบบผลิตภัณฑ์ ราคา วัสดุ ข้อกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่สำคัญต่อการพัฒนารูปแบบชุด รูปแบบผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์จึงได้ค้นพบปัจจัยสำหรับการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทประเทศไทย “Halal Factors” สามารถเป็นแนวทางให้กับผู้ที่จะออกแบบชุดแฟชั่นสตรีมุสลิม ได้คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาในข้างต้น ที่จะมีผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบการใช้งาน

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ทำให้พบปัญหาในการวิจัยและจะนำปัญหานี้เสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

1) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นของสตรีมุสลิม ผ่านมุมมองความงามและการดำรงอยู่ของความศรัทธาในบริบทแฟชั่นมุสลิม สามารถต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอิสลามให้มีความร่วมสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาด โดยการวิจัยครั้งนี้สามารถไปพัฒนาต่อยอดกับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอื่น ๆ ได้ ด้วยหลักการ Halal Factors เป็นการนำปัจจัยที่สำคัญในการออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจและเหมาะกับความร่วมสมัย รวมถึงการวิจัยในรูปแบบของไซซ์ (Size Spec) หากมีการวิจัยในเรื่องของสัดส่วนของสตรีมุสลิมเพิ่มเติมจะสามารถส่งเสริมและยกระดับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ได้

2) การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ลงลึกถึงการศึกษาลวดลายการปักผ้าของชาวมุสลิม หากในการวิจัยต่อไปสามารถนำไปพัฒนารวบรวมภูมิปัญญาการปักผ้าแบบชาวมุสลิมไว้ให้ชนรุ่นหลังได้สืบค้น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบร่วมสมัยต่อไปได้ในอนาคต

**5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ**

1) การสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในฐานะตราสินค้าจากอัตลักษณ์มีความจำเป็นต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคในแต่ละบริบทเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก สำหรับเป็นแนวทางการออกแบบตราสินค้าได้ตรงกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชาวมุสลิมได้

2) การศึกษาตลาดเฉพาะกลุ่มควรเน้นให้มีการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้า เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพ และรูปแบบสินค้าของผู้บริโภคให้มากขึ้น รวมถึงการใช้นวัตกรรมเข้ามาร่วมกับงานสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภทได้

**5.3.3 การศึกษาวิจัยในอนาคต**

1) งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการดำเนินการเก็บรวบรวมเฉพาะข้อมูลของสตรีมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยสตรีมุสลิมในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทยด้วย

2) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมในแต่ละภูมิภาค เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาการแต่งกายของสตรีมุสลิมให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3) ควรมีการสำรวจ รวบรวม ลวดลายปักของชาวมุสลิม เพื่อขยายขอบเขตในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการออกแบบศิลปะเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องได้ต่อไป และเป็นการอนุรักษ์ลวดลาย เทคนิคการปัก วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปักให้คงอยู่ต่อไป

4) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสอบถามเพิ่มเติม เรื่องกิจกรรมการออกกำลังกายสำหรับสตรีมุสลิม พบว่า การแต่งกายตามหลักศาสนาต้องปกปิดส่วนที่พึงสงวน ไม่รัดรูป และต้องสวมใส่ฮิญาบขณะออกกำลังกาย ทำให้เกิดความไม่คล่องตัวสำหรับกีฬาบางประเภท หากการวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาพัฒนาชุดออกกำลังกายสำหรับสตรีมุสลิมต่อไป เพราะเป็นช่องทางหนึ่งในการขยายตลาดสินค้ากลุ่มนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร

# รายการอ้างอิง

**หนังสือ**


กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **การสำรวจสภาวะทางสังคม วัฒนธรรม และสุขภาพจิต พ.ศ. 2561**. กรุงเทพฯ: กองสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ

คณาจารย์ ศูนย์แนะนำรู้จักอิสลาม. (2564). **อิสลามคืออะไร**. พิมพ์ครั้งที่ 2. สงขลา: บัยตุลพริ้นต์ติ้ง.

ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2560). **แรงบันดาลใจสู่การออกแบบแฟชั่น.** กรุงเทพฯ: อันลิมิต พรินต์ติ้ง จำกัด.

ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2545). **แนวคิดในการศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นไท**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. (2560). **ทฤษฎีความงาม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสิ่งต่าง ๆ ด้วยองค์ประกอบศิลป์.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: EARN Concept.

ประสิทธิ์ ลีปรีชา. (2547). **อัตลักษณ์ทางเครือญาติของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งท่ามกลางความทันสมัย.** กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม.

พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2550). **การออกแบบและพัฒนาแฟชั่นและมัณฑนภัณฑ์.** กรุงเทพฯ: วิสคอมเซ็นเตอร์ จำกัด.

ไพรัตน์ พงศ์พาณิชย์. (2565). **The Colour Code รหัสนัยแห่งสี**. กรุงเทพฯ: มติชน.

สุชาติ เศรษฐมาลินี. (2557). **คนหนุ่มสาวมุสลิมกับโลกสมัยใหม่.** กรุงเทพฯ: คณะทำงานวาระทางสังคมสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสาวนีย์ จิตต์หมวด. (2535). **วัฒนธรรมอิสลาม.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ทางนำ.

อภิญญา เฟืองฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ฮาฟิส สาและ (2557). **โลกาภิวัตน์กับการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์มุสลิม: พลวัตของกระแสอิสลาม 'บริสุทธิ์' ในสังคมมุสลิมไทย คนหนุ่มสาวมุสลิมกับโลกสมัยใหม่.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: คณะทำงานวาระทางสังคม สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

**สารนิพนธ์**

สุจรรยา โชติช่วง. **“การศึกษาสภาพการพัฒนา อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต1.”** สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2555.

**วิทยานิพนธ์**

เตือนตา พรมุตตาวรงค์. **“การศึกษาเปรียบเทียบแฟชั่นไลฟ์สไตล์วิถีพุทธเถรวาทกับเซน”**.วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

ธัญญธร สายปัญญา. **“สวยอย่างไรให้เหมาะสม : ความคิดและปฏิบัติการเกี่ยวกับการแต่งกายของผู้หญิงมุสลิม ภาคประชาสังคมในจังหวัดชายแดนภาคใต้”**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2556.

พิบูล ไวจิตกรรม. **“การศึกษาศิลปกรรมอิสลามที่เกี่ยวข้องกับมัสยิดในกรุงเทพฯ”**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2555.

ไพโรจน์ พิทยเมธี. **“การสร้างประสบการทางสุนทรียะจากสีไทย”**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559.

สุกานดา ถิ่นฐาน. **“พหุวัฒนธรรม: การออกแบบอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษา เส้นทางรถไฟสายมรณะ จ.กาญจนบุรี”**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2565.

**วารสารภาษาไทย**

ธันย์ชนก ช่างเรือ. **“กระบวนการปฏิสัมพันธ์และการสร้างอัตลักษณ์ผ่านการแต่งกาย (ฮิญาบ) ของสตรีมุสลิมในสังคมไทย.”** วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า 3, 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2559).

ฐปนีย์ ศรีแก้ว และ ตติยา เทพพิทักษ์. **“การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีสำหรับผู้บริโภคสีเขียว.”** วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร 8, 1 (มกราคม - มิถุนายน 2560).

ศุภชัย ชัยจันทร์ และณรงพน ไล่ประกอบทรัพย์. **“แนวคิดสาธารณะของพื้นที่สาธารณะในเมือง.”** วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 15, 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2559). น.77-78

วราภรณ์ สำเภา. **“วัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิม : มุมมองอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามในบริบทปัจจุบัน.”** ศิลปกรรมสาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 15, 2( กรกฎาคม – ธันวาคม 2559). น.120

**วารสารออนไลน์**

ธโนทัย มงคลวินธุ์ และ ปทิตตา นิรันพรพุทธา. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัยของนักออกแบบแฟชั่นชาวเวียดนาม ตั้งแต่ ค.ศ. 2008 - 2023.** BU Academic Review 15, 1 (มกราคม - มิถุนายน 2559). น.124-136. https://www.bu.ac.th/ knowledgecenter/epaper/jan_june2016/pdf/ac08.pdf

Hassan, Siti Hasnah: Harun, Harmimi. (2016). **Factors influencing fashion consciousness in hijab fashion consumption among hijabistas.** Journal of Islamic Marketing 12, 4, pp. 476-494. https://www.researchgate.net/publication/310834196_Factors_influencing_fashion_consciousness_in_hijab_fashion_consumption_among_hijabistas

**สื่ออิเล็กทรอนิกส์**

กรรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม. (ม.ป.ป.). **ความรู้ทั่วไป : ศาสนาอิสลาม.** สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2565. เข้าถึงได้จาก https://www.dra.go.th/knowledge/335f5352088d9bf74191e006d8e24c

นริศรา สื่อไพศาล. (2558). **ผู้หญิงมุสลิมในยุคโลกาภิวัตน์: ตีความและต่อรอง, ศรัทธาและความเปลี่ยนแปลง.** สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2565. เข้าถึงได้จาก https://prachatai.com/journal/2015/12/63168

มุสลิมไทยโพสต์. (ม.ป.ป.). **มุสลิมออกกำลังกายอย่างไร ให้ถูกต้องตามหลักอิสลาม.** สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2566. เข้าถึงได้จาก http://islamhouse.muslimthaipost.com/article/20861

วาทินี บุญชะลักษี. (2562). **ประชากรโลกกับการนับถือศาสนา.** สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2566. เข้าถึงได้จาก http://www.theprachakorn.com/newsDetail.php?id=192

ศูนย์ประสานการปฏิบัติที่ ๕ กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร. (2561). **อาภรณ์มุสลิม ความงามและการดำรงอยู่ของแรงศรัทธา.** สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://isoc5.net/articles/view/176/

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2550). อัตลักษณ์ : บทวิทยุรายการ **“รู้ รัก ภาษาไทย”**. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2565. เข้าถึงได้จาก http://legacy.orst.go.th

Kris Piroj. (2560). **การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูป.** สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2565. เข้าถึงได้จาก https://greedisgoods.com/taro-yamane/

MONO29. (2558). **ไอเดียชุดกีฬาสำหรับผู้หญิงมุสลิม.** สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://mono29.com/program/35748.html

PPTV Online. (2560). **ประเด็นร้อน.** สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://www.pptvhd36.com/news."

# ภาคผนวก

# ภาคผนวก ก
# ผลพิจารณาการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

# บันทึกข้อความ

**ส่วนงาน** สำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ภายใน 216004

**ที่** อว 8603.16/3670 **วันที่** 19 กรกฎาคม 2565

**เรื่อง** ผลการพิจารณาการขอรับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

เรียน นางสาววราภรณ์ สำเภา (นักศึกษาคณะมัณฑนศิลป์)

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัย เรื่อง ฮาลาล: อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม (เลขที่โครงการ REC 65.0708-104-5932) ไปยังสำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ เพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร แล้วนั้น

บัดนี้ สำนักงานบริหารการวิจัยฯ ขอแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเข้าข่ายโครงการวิจัยที่ได้รับการยกเว้นการพิจารณา (Exemption review) จึงออกหนังสือรับรองให้กับโครงการวิจัยดังกล่าวตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ หากผู้วิจัยมีข้อสงสัยสามารถสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ นางสาวพัชรณัฏฐ์ เสาร์หงษ์ โทร (เบอร์สำนักงาน) 098-5479738 ภายใน 216004

(ศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์)
ประธานกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

**หนังสือฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า**

**รหัสโครงการ:** REC 65.0708-104-5932

**ชื่อโครงการ (ภาษาไทย):** ฮาลาล: อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

**ชื่อโครงการ (ภาษาอังกฤษ):** HALAL: Identity existence of faith and beauty to the context of fashion Muslim

**ผู้วิจัยหลัก:** นางสาววราภรณ์ สำเภา **สังกัด:** คณะมัณฑนศิลป์

**เอกสารที่รับรอง:**

1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เวอร์ชั่น 01 ฉบับลงวันที่ 8 กรกฎาคม 2565
2. แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ฉบับภาษาไทย) เวอร์ชั่น 01 ฉบับลงวันที่ 8 กรกฎาคม 2565
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย เวอร์ชั่น 01 ฉบับลงวันที่ 8 กรกฎาคม 2565
4. หนังสือแสดงเจตนายินยอมการเข้าร่วมการวิจัย เวอร์ชั่น 01 ฉบับลงวันที่ 8 กรกฎาคม 2565

ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยยึดหลักเกณฑ์ตามคำประกาศ เฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) และมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมายข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ

(ศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์)
ประธานกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

หมายเลขใบรับรอง COE 65.0711-118
วันที่รับรอง: 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2565

สำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและการสร้างสรรค์
6 ถนนราชมรรคาใน ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000
โทร 0-3425-5808 โทรสาร (Fax) : 0-3425-5808
email : su.ethicshuman@gmail.com

# ภาคผนวก ข
# เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

**แบบสัมภาษณ์**

**เรื่อง อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม**

**<u>คำอธิบาย</u>**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในหัวข้อ “ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม” เพื่อสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมในด้านเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1.) ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในวัฒนธรรมเก่าผ่านกระบวนการสะท้อนปรับตัวเข้าสู่วัฒนธรรมใหม่ที่มีปัจจัยต่อการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทสังคมปัจจุบัน 2.) ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมที่สะท้อนการกำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นในแง่มุมมองความงามทางสุนทรียศาสตร์กับความงามในบริบทฮาลาล 3.) สร้างสรรค์อัตลักษณ์เสน่ห์ของการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น ผ่านมุมมองของความงามในการดำรงอยู่ของความศรัทธาที่สนองตอบปัจจัยวิถีการดำเนินชีวิตสตรีมุสลิมในสังคมเมือง

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยนี้ประสบผลสำเร็จ ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริงให้สมบูรณ์ โดยข้อมูลที่ท่านให้นี้จะนำมาใช้ในการวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะไม่มีผลกระทบต่อท่าน ทั้งนี้การให้ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ ผู้มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลท่านจะมีเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้

**แบบสัมภาษณ์**

ส่วนที่1.สำหรับผู้นำศาสนา/นักวิชาการมุสลิม และผู้นำสตรีมุสลิม

| รายการคำถามสำหรับสัมภาษณ์ | คำตอบที่สัมภาษณ์ |
|---|---|
| 1.ท่านคิดว่า อะไรคือ สิ่งที่สื่อถึง ความศรัทธา ที่สะท้อนผ่านการแต่งกายสตรีมุสลิม | |
| 2.ท่านคิดว่าเครื่องแต่งกายมุสลิมหรืออาภรณ์ของสตรีที่ปกปิดส่วนที่เรียกว่า “เอารัต” มีความหมายอย่างไร | |
| 3.ท่านมีความคิดเห็นว่าการแต่งกายสตรีมุสลิมในปัจจุบันอย่างไร และสอดคล้องต่อหลักคำสอนทางศาสนามากน้อยเพียงใด | |
| 4.ระดับความเหมาะสมของเครื่องแต่งกาย ประเภทเสื้อ กางเกง กระโปรง ที่สอดคล้องต่อหลักคำสอนทางศาสนา | |
| 5.ท่านคิดว่า มุมมองความงามทางบริบทมุสลิมควรเป็นอย่างไร | |
| 6. ท่านคิดว่า การแต่งกายสตรีมุสลิมในอดีตและในปัจจุบันมีความแตกต่าง หรือมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร | |
| 7. ท่านคิดว่า มุมมองความงามทางสุนทรียศาสตร์ (บริบทแฟชั่น) กับความงามฮาลาล (ความเชื่อ ความศรัทธาในหลักคำสอน) มีประเด็นใดที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร | |
| 8.ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆ ของสังคมสมัยใหม่ ทำให้เกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทสังคมไทยในปัจจุบันมากขึ้นหรือไม่อย่างไร | |
| 9.ท่านคิดว่า สื่อมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมหรือไม่อย่างไร | |
| 10. ท่านคิดว่า วัฒนธรรมการแต่งกายของมุสลิม มีอัตลักลักษณ์ หรือสัญญาลักษณ์ใดที่บ่งบอกหรือสื่อถึงแนวทางการปฏิบัติตนตามบทบัญญัติของศาสนาในมาตรฐานที่สังคมรับรู้ร่วมกัน อย่างไร | |

ส่วนที่2. นักวิชาการออกแบบแฟชั่น

| รายการคำถามสำหรับสัมภาษณ์ | คำตอบที่สัมภาษณ์ |
|---|---|
| 1.ท่านคิดว่า อะไรคือ สิ่งที่สื่อถึงความศรัทธา ที่สะท้อนผ่านการแต่งกายสตรีมุสลิม | |
| 2.ท่านคิดว่า มุมมองความงามทางสุนทรียศาสตร์ (บริบทแฟชั่น) กับความงามฮาลาล(ความเชื่อ ความศรัทธาในหลักคำสอน) มีประเด็นใดที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร | |
| 3.ท่านคิดว่า เครื่องแต่งกายมุสลิมหรืออาภรณ์ของสตรีที่ปกปิดส่วนที่เรียกว่า เอารัต มีความหมายอย่างไร | |
| 4.ท่านคิดว่า แฟชั่นการแต่งกายสตรีมุสลิมในอดีตและในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร | |
| 5.ท่านคิดว่า วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่สะท้อนไปสู่แนวทางการการออกแบบแฟชั่นในมุมมองความงามทางสุนทรียศาสตร์ กับความงามในบริบทฮาลาล(หลักคำสอน) อย่างไร | |
| 6.ท่านคิดว่าสัญญาลักษณ์ใดที่สื่อถึงความศรัทธาในศาสนาอิสลาม และมีความสอดคล้องบริบทของสังคมไทยปัจจุบัน | |
| 7. ท่านคิดว่า มุมมองความงามทางสุนทรียศาสตร์ (บริบทแฟชั่น) กับความงามฮาลาล (ความเชื่อ ความศรัทธาในหลักคำสอน) มีประเด็นใดที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร | |
| 8.ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆ ของสังคมสมัยใหม่ ทำให้เกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทสังคมไทยในปัจจุบันมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร | |
| 9. ท่านคิดว่าสื่อมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมหรือไม่อย่างไร | |
| 10. ท่านคิดว่า วัฒนธรรมการแต่งกายของมุสลิม มีอัตลักลักษณ์หรือสัญญาลักษณ์ใดที่บ่งบอกหรือสื่อถึงแนวทางการปฏิบัติตนตามบทบัญญัติของศาสนาในมาตรฐานที่สังคมรับรู้ร่วมกันอย่างไร | |

**ส่วนที่3. สตรีมุสลิมอายุระหว่าง 25-60 ปี**

| **รายการคำถามสำหรับสัมภาษณ์** | **คำตอบที่สัมภาษณ์** |
|---|---|
| 1.ท่านคิดว่าอะไรคือ สิ่งที่สื่อถึงความศรัทธา ที่สะท้อนผ่านการแต่งกายของสตรีมุสลิม | |
| 2.ท่านคิดว่าการแต่งกายของสตรีมุสลิมในอดีต มีการสะท้อนถึงการปรับตัวของการแต่งกายสตรีมุสลิมในปัจจุบันอย่างไร | |
| 3.ท่านคิดว่าเครื่องแต่งกายมุสลิมหรืออาภรณ์ของสตรีที่ปกปิดส่วนที่เรียกว่า **“เอารัต”** มีความหมายอย่างไร | |
| 4.ท่านทราบแนวทางการปฏิบัติตนที่เกี่ยวกับการแต่งกายที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาหรือไม่ อย่างไร | |
| 5.ท่านคิดว่า อะไรที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมที่ปฏิบัติตนถูกต้องตามหลักของศาสนา | |
| 6.ท่านคิดว่าการแต่งกายสตรีมุสลิมในปัจจุบันสามารถแบ่งลักษณะการแต่งกายได้กี่โอกาส | |
| 7.ท่านคิดว่าการแต่งกายสตรีมุสลิมมีข้อจำกัดใดบ้างในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น การออกกำลังกาย การทำงานลักษณะต่างๆ | |
| 8. ท่านคิดว่าสื่อมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายสตรีมุสลิมหรือไม่อย่างไร | |
| 9.ท่านคิดว่าสัญญาลักษณ์ใดที่สื่อถึงความศรัทธาในศาสนาอิสลาม และมีความสอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยปัจจุบัน | |
| 10. ท่านคิดว่า วัฒนธรรมการแต่งกายของมุสลิม มีอัตลักลักษณ์ หรือสัญญาลักษณ์ใดที่บ่งบอกหรือสื่อถึงแนวทางการปฏิบัติตนตามหลักคำสอนศาสนาระดับที่สังคมรับรู้ร่วมกัน อย่างไร | |

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

**แบบสอบถาม**

**<u>คำอธิบาย</u>**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในหัวข้อ “ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม” เพื่อหาแนวทางการแต่งกายสตรีมุสลิมที่สะท้อนการกำหนดแนวทางในการสร้างสรรค์อัตลักษณ์เสน่ห์การแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1.) ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมผ่านกระบวนการสะท้อนปรับตัวที่มีปัจจัยต่อการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทสังคมปัจจุบัน 2.) ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมที่สะท้อนการกำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นในมุมมองความงามทางสุนทรียศาสตร์กับความงามในบริบทฮาลาล 3.) สร้างสรรค์อัตลักษณ์เสน่ห์ของการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น ผ่านอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามที่สนองตอบปัจจัยวิถีการดำเนินชีวิตสตรีมุสลิมในสังคมเมือง แบบสอบถามนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างสำหรับนำมาเป็นแนวทางสร้างการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมที่มีอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยนี้ประสบผลสำเร็จ ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้สมบูรณ์ โดยข้อมูลที่ท่านให้นี้จะนำมาใช้ในการวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะไม่มีผลกระทบต่อท่าน ทั้งนี้การให้ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ ผู้มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลท่านจะมีเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ และผู้วิจัยต้องขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านไว้ ณ ที่นี้ด้วย ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้เป็นอย่างดี แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>ส่วนที่ 2</u> พฤติกรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในวิถีชีวิตสังคมเมือง

<u>ส่วนที่ 3</u> ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ “เครื่องแต่งกายมุสลิม”

**<u>ส่วนที่ 1</u>** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.ระดับอายุ

☐ 1.ระหว่าง 25-35 ปี ☐ 3.ระหว่าง 41-50 ปี

☐ 2.ระหว่าง 36-40 ปี ☐ 4.ระหว่าง 51-60 ปี

2.สถานภาพ

☐ 1.โสด ☐ 3.อย่าร้าง/แยกกันอยู่

☐ 2. สมรส ☐ 4.หม้าย

3.ระดับการศึกษา

☐ 1.ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ☐ 4.ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐ 2.มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า ☐ 5.ปริญญาโท

☐ 3.มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ☐ 6.ปริญญาเอก

☐ 7.อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. อาชีพ

☐ 1.พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 3.รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ 2.เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว ☐ 4.แม่บ้าน

☐ 5.อื่นๆ โปรดระบุ.....

5.ระดับรายได้หรือรายรับต่อเดือน

☐ 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน ☐ 4. 30,001-40,000 บาทต่อเดือน

☐ 2. 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ☐ 5. 40,001-50,000 บาทต่อเดือน

☐ 3. 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ☐ 6. มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน

<u>ส่วนที่ 2</u> พฤติกรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในวิถีชีวิตสังคมเมือง

6.ส่วนใหญ่ท่านเลือกซื้อ**<u>เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม</u>** โดย**<u>พิจารณาจากสื่อโฆษณา</u>**ใด ***(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)***

☐ 1. โฆษณาหรือรายการในโทรทัศน์

☐ 2. นิตยสารหรือหนังสือแฟชั่น

☐ 3. โซเชียลมีเดีย (Facebook, Shopee, Lazada,IG,TikTok,LineOfficial)

☐ 4. แอพพลิเคชั่นของร้านค้า

☐ 5. อื่นๆ (ระบุ).....

7.ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อเสื้อผ้าในแต่ละเดือน

☐ 1.น้อยกว่า 3,000 บาท/เดือน ☐ 3. ราคา 6,001-9,000 บาท/ต่อเดือน

☐ 2.ราคา3,001-6,000 บาท/ต่อเดือน ☐ 4. ราคา 9,001 บาทขึ้นไป/ต่อเดือน

8.ความถี่ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า

☐ 1.ทุกๆสัปดาห์ ☐ 3. จำนวน 4-5 ครั้งต่อเดือน

☐ 2. จำนวน 2-3 ครั้งต่อเดือน ☐ 4. จำนวน 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน

9.ส่วนใหญ่ท่านเลือกซื้อ**<u>เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย</u>** จากที่ใดเป็นประจำ ***(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)***

☐1. ห้างสรรพสินค้า (Department store) ☐4.ร้านขายสินค้าจากโรงงานโดยตรง (Factory Outlet)

☐2. ห้าง/ร้านขายผ้าโดยเฉพาะ (Specialty store) ☐5 ร้านขายปลีก (Street vendor)

☐3. ร้านตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Chain store) ☐6. อื่นๆ (ระบุ) .....

10. ประเภทของ**<u>เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย</u>** และราคาที่ท่านสนใจซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| สินค้า | ราคาต่อชิ้น (บาท) | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ต่ำกว่า 200 | 200-500 | 501-1,000 | 1,001-1,500 | 1,501-2,000 | 2,501-3,000 | 3,001-3,500 | สูงกว่า 3,500 |
| ☐ 1.ผ้าผืน | | | | | | | | |
| ☐ 2.เสื้อเชิ้ต/เสื้อคอโปโล/เสื้อคอกลม | | | | | | | | |
| ☐ 3.กระโปรง/กางเกง | | | | | | | | |
| ☐ 4.แจ็กเก็ต/เสื้อคลุม | | | | | | | | |
| ☐ 5.ชุดติดกัน (Dress) | | | | | | | | |
| ☐ 7.ผ้าโสร่ง/ผ้าถุง | | | | | | | | |
| ☐ 8.หมวก | | | | | | | | |
| ☐ 9.ผ้าคลุมไหล่/ผ้าพันคอ/เนคไท | | | | | | | | |
| ☐ 10.ผ้าเช็ดตัว/ผ้าเช็ดหน้า | | | | | | | | |
| ☐ 11.อื่น ๆ ระบุ | | | | | | | | |

11.เนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม

☐ 1.ผ้าฝ้าย ☐ 4.ผ้าไหม

☐ 2.ผ้าลินิน ☐ 5.ผ้าขนสัตว์

☐ 3.ผ้าโพลีเอสเตอร์ ☐ 6.อื่นๆ โปรดระบุ.....

12.ท่านนิยมสวมใส่เสื้อผ้าประเภทใด

☐ 1.เสื้อ/กางเกง ☐ 3.เสื้อแจ๊กเก็ต

☐ 2.เสื้อ/กระโปรง ☐ 4.ชุดเดรส/ชุดติดกัน

13.ท่านเลือกซื้อเสื้อผ้าวัดตัวตัด และออกแบบด้วยตนเองหรือไม่

☐1. ใช่ ☐ 2.ไม่ใช่

14.ท่านให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมมุสลิมผ่านเครื่องแต่งกายหรือไม่

☐1. ใช่ ☐ 2.ไม่ใช่

15.ท่านมีความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่สามารถปรับได้สำหรับหรับการสวมใส่ในโอกาสต่างๆ หรือไม่

☐1. ใช่ ☐ 2.ไม่ใช่

16.ท่านมีความสนใจในการเลือกเสื้อผ้าที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมหรือไม่

☐1. ใช่ ☐ 2.ไม่ใช่

17.รูปแบบการแต่งกายที่ท่านสวมใส่ในชีวิตประจำวัน

☐ 1.เรียบง่าย (simplicity) ☐ 3.สง่างาม

☐ 2.มินิมอล (minimal) ☐ 4.วินเทจ (Vintage)

18.ความเห็นท่านในรูปทรงของเสื้อผ้าที่สตรีมุสลิมจะเลือกซื้อและสวมใส่ ควรมีลักษณะใด

☐ 1.รัดรูป ☐ 3.หลวม (loose)

☐ 2.พอดีตัว (Fit) ☐ 4.อื่นๆ โปรดระบุ.....

19.การเลือกสีเสื้อผ้าของท่าน

☐ 1.โทนสีคล้ายกันทั้งชุด ☐ 2.สีสันตัดกัน ☐ 3.สีเดียวทั้งชุด

20.ท่านคิดว่าการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีมุสลิมในปัจจุบันเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1.แบบเคร่งครัดทางตามหลักศาสนา ☐ 3.แต่งตามกระแสแฟชั่นร่วมสมัย

☐ 2.ตามหลักศาสนาบ้างเป็นบางครั้ง ☐ 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

21.ท่านคิดว่าการสวมอิญาบถือเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิมใช่หรือไม่

☐1. ใช่ ☐ 2.ไม่ใช่

22. ท่านมีความสนใจในการปรับเปลี่ยนการใส่เสื้อผ้าในโอกาสต่างๆ หรือไม่

☐ 1.สนใจ ☐ 2.ไม่สนใจ

23. การแต่งกายตามแนวทางบทบัญญัติศาสนามีรูปแบบอย่างไร ที่สวมใส่ได้และถูกต้อง

☐ 1.รัดรูปเน้นสัดส่วน ☐ 2.พอดีตัว ☐ 3.หลวมไม่เน้นสัดส่วน

24.ข้อความใดที่แสดงถึงบุคลิกภาพของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1.เป็นคนมีวินัย และมีการวางแผนเพื่อมุ่งหวังผลสำเร็จ

☐ 2.เป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ เปิดใจยอมรับในสิ่งใหม่ๆ เข้ากับผู้อื่นได้ดี

☐ 3.ต้องการเป็นที่ยอมรับจากผู้อื่น เป็นผู้มีรสนิยมสูง ใช้ของแบรนด์เนม

☐ 4.เป็นคนที่ชอบความท้าทาย ตัดสินใจรวดเร็ว กระฉับกระเฉง/คล่องแคล่ว/ว่องไว

☐ 5.เป็นคนง่ายๆ รักสงบ/ ไม่ชอบความขัดแย้ง/ ไม่มีความทะเยอทะยาน

☐ 6.เป็นคนที่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง/ มีความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น

☐ 7.ชอบความเปลี่ยนแปลง ไม่ยึดติดกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

☐ 8.สนใจในศิลปวัฒนธรรม และให้ความสำคัญกับของที่มีเอกลักษณ์

☐ 9.สนใจในเทคโนโลยีต่างๆ และสิ่งที่มีความทันสมัย

25.หากท่านต้องการออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยตนเอง ท่านอยากตัดชุดสำหรับไปในโอกาสใด โปรดระบุ.....

.....

.....

26.งานในพิธีหรือโอกาสสำคัญของสตรีมุสลิม คืองานใดบ้างโปรดระบุ.....

.....

.....

**<u>ส่วนที่ 3</u> ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ “เครื่องแต่งกายมุสลิม”**

27. ท่านให้ความสำคัญกับ**<u>เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย</u>**แต่ละด้านในระดับใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

| รายละเอียดความสำคัญ | ระดับ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด 5 | มาก 4 | ปานกลาง 3 | น้อย 2 | น้อยที่สุด 1 |
| **<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>** | | | | | |
| 1. ตราสินค้า/ยี่ห้อ (brand) | | | | | |
| 2. ความประณีตในการถักทอและตัดเย็บ | | | | | |
| 3. วัตถุดิบคุณภาพดี เช่น เนื้อผ้า วัสดุประกอบที่เลือกใช้ | | | | | |
| 4. สินค้าได้รับการันตีมาตรฐานคุณภาพ เช่น สีไม่ตก สีไม่เปลี่ยน | | | | | |
| 5. รูปแบบ/การออกแบบ(Design)/ความร่วมสมัยของสินค้า | | | | | |
| 6. ลวดลาย/สีสัน | | | | | |
| 7. การดูแลรักษาง่าย | | | | | |
| 8. ผ้ามีคุณสมบัติพิเศษ (function Textile) เช่น การป้องกันไรฝุ่น การมีกลิ่นหอม การมีผิวสัมผัสที่นุ่ม | | | | | |
| 9. ผ้าที่คุณสมบัติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Textile) เช่น ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ ย้อมสีธรรมชาติ | | | | | |
| **<u>ด้านราคา</u>** | | | | | |
| 1. ความเหมาะสมของราคา | | | | | |
| **<u>ด้านรูปแบบเสื้อผ้า</u>** | | | | | |
| 1. รูปแบบชุดมีอัตลักษณ์ของมุสลิม | | | | | |
| 2.รูปแบบชุดตรงกับข้อกำหนดทางศาสนา | | | | | |
| 3.. ประโยชน์และโอกาสการสวมใส่ | | | | | |
| 4. อื่นๆ (ระบุ)..... | | | | | |

28.กรุณา **<u>เรียงลำดับ</u>** สิ่งที่ท่านพิจารณาในการเลือกซื้อ**"<u>เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย</u>"** ***<u>อันดับที่ 1 – 10</u>*** โดยเรียงลำดับจากสิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อ**<u>มากที่สุด</u>** ***(อันดับที่ 1)*** ไปจนถึงสิ่งที่ท่านพิจารณาในการเลือกซื้อ**<u>น้อยสุด</u>** ***(อันดับที่ 10)*** ลงหน้าข้อตามที่ท่านเห็นสมควร

..... 1. คุณภาพของสินค้า เช่นการตัดเย็บ ความคงทน สีไม่ตก

..... 2. ความสวยงาม/ รูปแบบ/ ความร่วมสมัยของสินค้า

..... 3. ตราสินค้า/ยี่ห้อ (brand)

..... 4. ประโยชน์และโอกาสการสวมใส่

..... 5. สวมใส่สบาย

..... 6. คุณสมบัติพิเศษ(function) เช่น ยับยั้งแบททีเรีย, การระบายเหงื่อ, การกันน้ำ

..... 7. ความเป็นธรรมชาติ หรือการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น เสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ

..... 8. ความเหมาะสมของราคา

..... 9. ความสะดวกในการหาซื้อ

..... 10. ความเหมาะสมตามหลักคำสอนทางศาสนา

..... 11. ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ

..... 12. มีความเป็นอัตลักษณ์ของมุสลิม

..... 13. อื่นๆ (ระบุ) .....

++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++

ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

# ประวัติผู้เขียน

**ชื่อ-สกุล** วราภรณ์ สำเภา

**วุฒิการศึกษา** พ.ศ. 2546 ปริญญาตรี คหกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาผ้าและเครื่องแต่งกายออกแบบแฟชั่น
คณะคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พ.ศ. 2549 ปริญญาโท คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2566 ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร