

ยุทธศาสตร์ดีไซเนอร์ไทยรุก "Modest Fashion"

พลิกอุตสาหกรรมสิ่งทอสู่ศูนย์กลางแฟชั่นมุสลิมระดับโลก



อุตสาหกรรมแฟชั่นมุสลิมในประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ โดยเปลี่ยนผ่านจากสินค้าเฉพาะกลุ่มสู่การเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์และการออกแบบที่ทันสมัย นักออกแบบไทยไม่ได้มองว่านี่เป็นเพียงกระแสชั่วคราว แต่เป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของประชากรโลกและกำลังซื้อมหาศาลของผู้บริโภคที่ต้องการความลงตัวระหว่างศรัทธาและสไตล์ร่วมสมัย

การเติบโตของตลาด Modest Fashion ระดับโลก แฟชั่นมุสลิม หรือ "Modest Fashion" ได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าหลายพันล้านดอลลาร์ ซึ่งขยายอิทธิพลไปไกลกว่ากลุ่มประเทศมุสลิมด้วยรูปแบบเสื้อผ้าที่เน้นความหลวม ยาว และการเลเยอร์ ซึ่งได้รับความนิยมจากทั้งชาวมุสลิมและกลุ่มคนทั่วไป ปัจจุบันผลักดันหลักมาจากกลุ่มประชากรมุสลิมรุ่นใหม่ที่เชื่อมต่อผ่านโซเชียลมีเดีย และมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นทั้งในเอเชียและตะวันออกกลาง

รากฐานความเข้าใจจากภายในประเทศ ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบจากการมีประชากรมุสลิมจำนวนมาก โดยเฉพาะในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เช่น ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล สิ่งนี้ทำให้ดีไซเนอร์ไทยมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องความต้องการที่แท้จริง ทั้งในแง่ของความสะดวกสบาย ความเป็นไปได้ในการใช้ชีวิตประจำวัน ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเหล่านี้ทำให้ผลงานของไทยมีความเป็น "ต้นตำรับ" (Authenticity) ที่โดดเด่นในตลาดสากล

จุดแข็งด้านการออกแบบและนวัตกรรมผ้า ดีไซเนอร์ไทยสร้างความแตกต่างด้วย "Climate-smart design" หรือการออกแบบที่ตอบโจทย์สภาพภูมิอากาศเขตร้อน โดยใช้เนื้อผ้าที่ระบายอากาศได้ดีแต่ยังคงโครงสร้างที่สวยงาม, นอกจากนี้ยังมีการสร้าง "อัตลักษณ์แบบไฮบริด" ที่ผสมผสานกับงานฝีมือไทย เช่น ผ้าบาติก หรืองานปักทองถิ่น เข้ากับรูปทรงอาบายนหรือฮิญาบที่ทันสมัย ทำให้แบรนด์ไทยไม่ต้องเลียนแบบสไตล์จากตะวันออกกลางหรืออินเดียเพียงอย่างเดียว แต่มีตัวตนที่ชัดเจนของตนเอง

แรงหนุนจากภาครัฐและการท่องเที่ยว สถาบันด้านสิ่งทอและสถาบันการศึกษาได้ยกระดับแฟชั่นมุสลิมให้กลายเป็น "โอกาสทางเศรษฐกิจ" โดยมุ่งเน้นการส่งออกไปยังมาเลเซีย อินโดนีเซีย และตะวันออกกลาง, ขณะเดียวกันการที่ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลกทำให้นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางที่มาเยือนกลายเป็น "กลุ่มทดสอบตลาด" ที่สำคัญ ช่วยให้ นักออกแบบไทยได้เรียนรู้สเนียมระดับสากลและปรับปรุงงานตัดเย็บให้เป็นระดับพรีเมียมก่อนการส่งออกจริง

ความท้าทายที่ต้องเผชิญ แม้จะมีศักยภาพสูง แต่ผู้ประกอบการไทยยังต้องเผชิญกับความท้าทายในเรื่องความสม่ำเสมอของมาตรฐานวัตถุดิบ ความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทานที่สอดคล้องกับหลักฮาลาล และความหลากหลายของบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค ซึ่งต้องการการปรับเปลี่ยนการตัดเย็บและสไตล์ให้เหมาะสมกับแต่ละประเทศเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการ:

1. ชุมวัฒนธรรมเนื้อผ้าเป็นจุดขาย: ควรเน้นการใช้ผ้าที่เบาสบายแต่ไม่โปร่งบาง (Fabric opacity) ซึ่งเป็นปัญหาหลักของผู้บริโภคในเขตร้อน เพื่อสร้างความแตกต่างแบรนด์ในตะวันออกกลาง,
2. สร้างความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน: ผู้ซื้อระดับโลกให้ความสำคัญกับมาตรฐานการผลิตที่จริยธรรมและถูกต้องตามหลักการ (Halal-conscious supply chains) การทำเอกสารรับรองที่ชัดเจนจะช่วยเพิ่มโอกาสในการส่งออก
3. ปรับเปลี่ยนดีไซน์ตามภูมิภาคเป้าหมาย: ควรศึกษาความต้องการเฉพาะ เช่น ความยาวของชุดหรือโทนสีที่นิยมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เทียบกับกลุ่มประเทศอ่าวอาหรับ เพื่อการเข้าถึงตลาดที่แม่นยำขึ้น



4. เล่าเรื่องราวแบรนด์ (Storytelling): ความสำเร็จในตลาดนี้ไม่ได้อยู่ที่เสื้อผ้าอย่างเดียว แต่อยู่ที่การขายความมั่นใจและความเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตมุสลิมสมัยใหม่ ผ่านงานฝีมือที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย



ที่มา : <https://www.halaltimes.com>