

ISLAMIC ART

กับโอกาสการเข้าสู่สายลونของธุรกิจภาคใต้





ประเด็นนำเสนอ

- สาระสำคัญและนิยามแห่ง Islamic Art
- ข้อมูลภูมิศาสตร์และประชารัฐมนุสติม
- ตลาดนุสติม ตลาดโลก
- โอกาสการเข้าสู่สากลของ Islamic Art
- Islamic Art กับธุรกิจที่มีโอกาสลงทุนได้

หาก “**นวัตกรรม**” หมายถึง
ความคิดสร้างสรรค์ + องค์ความรู้ + การใช้ประโยชน์และเพิ่มมูลค่า
“ศิลปะ” ก็ตับเป็น นวัตกรรม

หาก “**หัตถศิลป์ทางปัญญา**” หมายถึง หัตถศิลป์ที่คิดค้นโดยสมองมนุษย์
“ศิลปะ” ก็ตับเป็น หัตถศิลป์ทางปัญญา

หาก “**เศรษฐกิจสร้างสรรค์**” เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม “**ศิลปะ**” ก็ยังเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่สามารถเพิ่มมูลค่าสูงทางเศรษฐกิจ

หาก “**Soft Power**” มีอิทธิพลของความสร้างสรรค์ ที่ช่วยเพิ่มและสร้างเศรษฐกิจไทย “**ศิลปะและวัฒนธรรม**” ก็เป็น Soft Power ที่สำคัญไม่น้อยกว่าเช่นกัน

គោលការណ៍អនុវត្តន៍

ศิลปะอิสลาม เป็นศิลปะที่เกิดขึ้นภายใต้แนวคิดของศาสนาอิสลาม สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท

1. ศิลปกรรมอิสลามเพื่อศาสนา

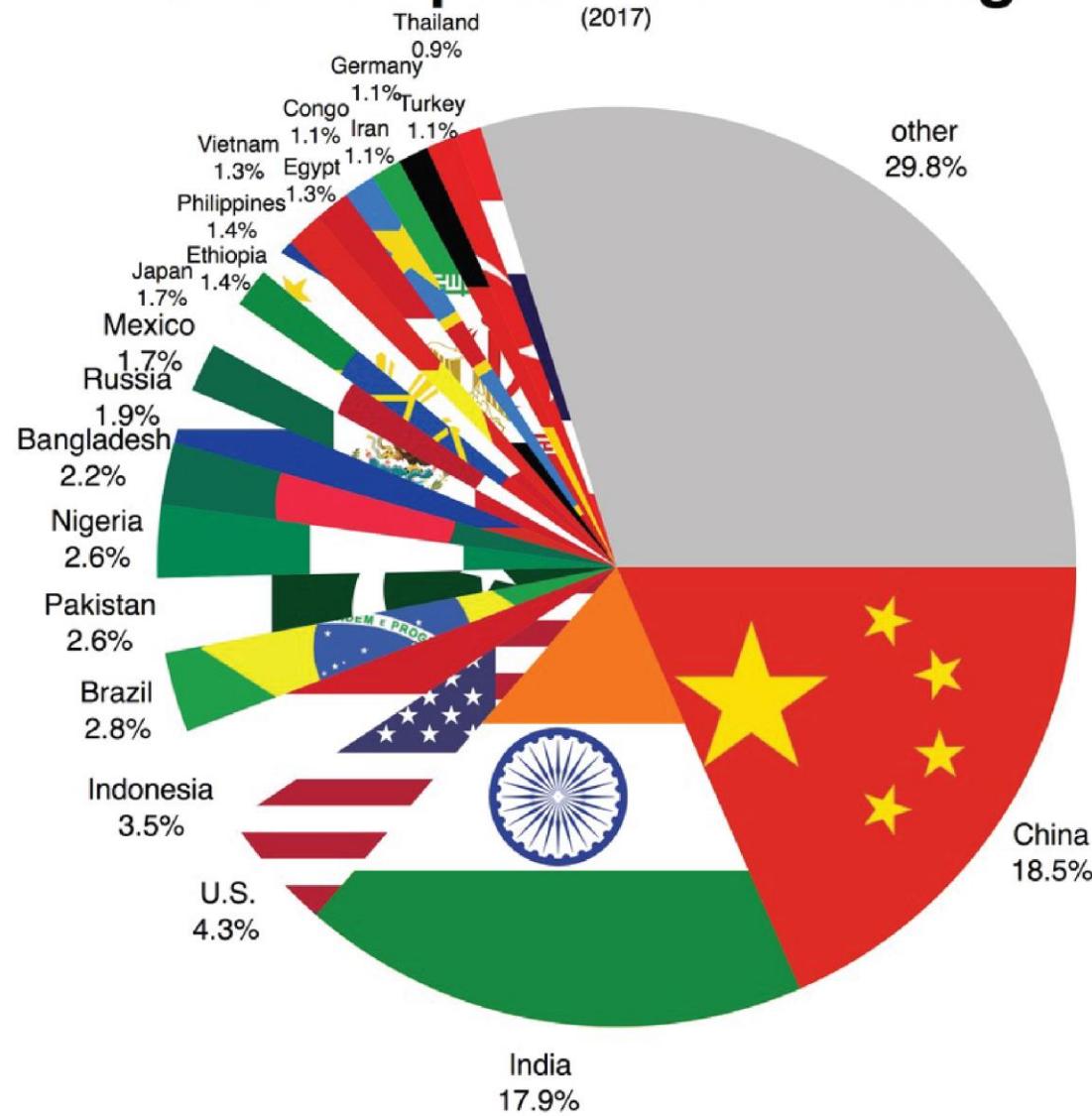
เป็นการสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อมุ่งสรรเสริญ
|| และลึกถึงคำสอนพระผู้เป็นเจ้า

2. ศิลปกรรมอิสลามเพื่อวัตถุเชิงทั่วไป

เป็นการสร้างสรรค์และประดับ แบบข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ

ศิลปะอิสลามนั้นสร้างสรรค์ขึ้นภายใต้แนวคิด ความเชื่อ และวัฒนธรรมของศาสนาอิสลาม ควบคู่ไปกับการหลีกเลี่ยง
ข้อห้ามตามเวื่องไว้ที่ศาสนากำหนด ได้แก่ การวดรุปคนและสัตว์ เพื่อป้องกันการสร้างรูปเครื่อง
สุ่มสร้างสรรค์แนวความคิดทางศิลปะอันเป็นเอกลักษณ์ และเนื่องจากศิลปะอิสลามแพร่หลายไปทั่วโลก ส่งผลให้
ศิลปะวัฒนธรรมของแหล่งภูมิภาคผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมอิสลามจนเกิดเป็นศิลปะอิสลามที่หลากหลาย
โดยที่ยังคงไว้ซึ่งจุดเด่นและดำเนินตามแนวคิดทางศาสนาอันเป็นแกนหลักสำคัญ

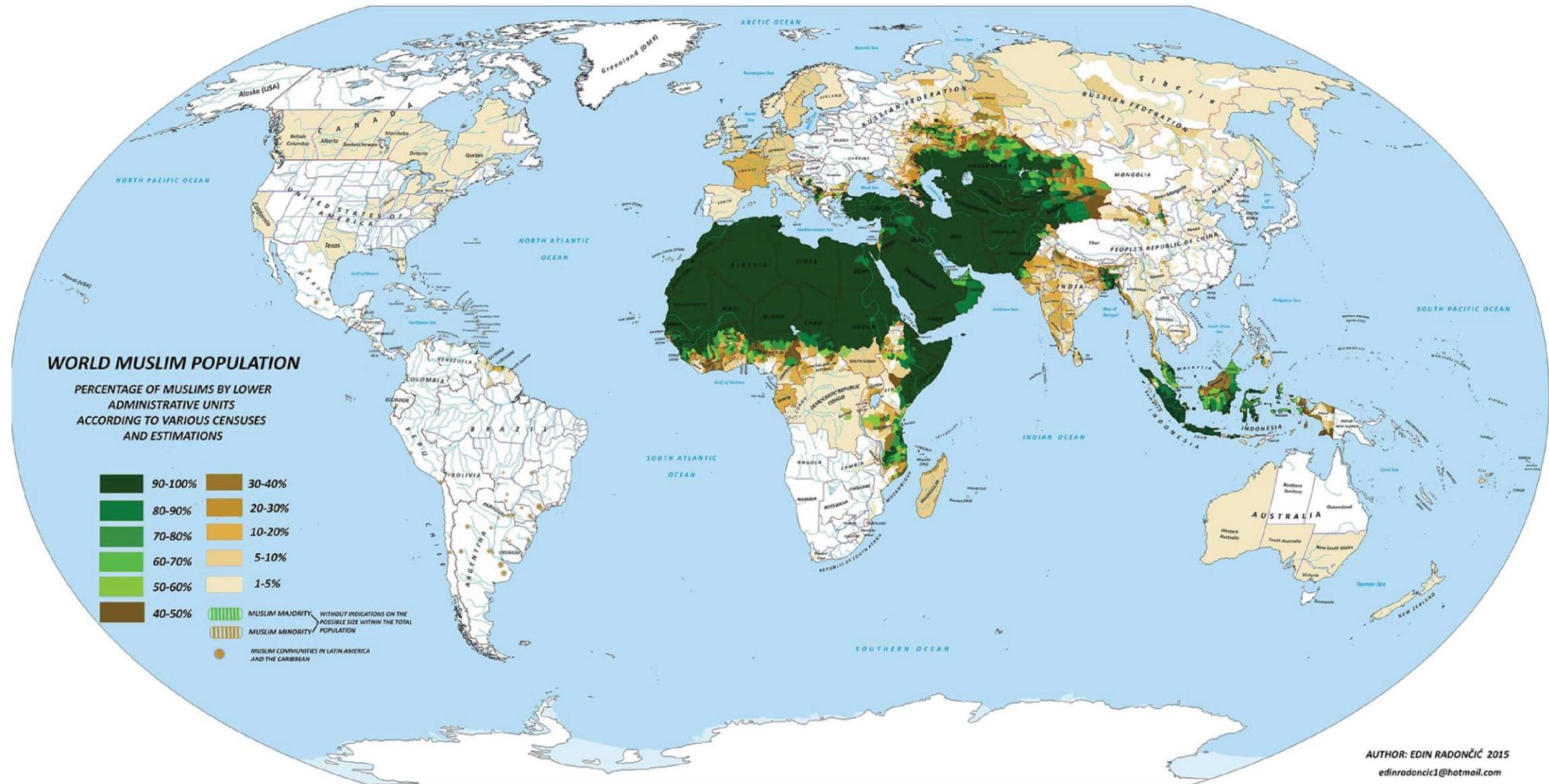
World Population Percentages



World Population

อันดับ	ประเทศ	ประชากร	ร้อยละ
1	จีน	1,416,900,000	18.25
2	อินเดีย	1,401,760,000	18.06
3	สหรัฐฯ	335,150,000	4.32
4	อินโดเนเซีย	278,562,901	3.59
5	ปากีสถาน	230,413,000	2.97
6	บราซิล	215,856,000	2.78
7	ไนจีเรีย	206,139,589	2.66
8	บังกลาเทศ	174,133,000	2.24
9	รัสเซีย	146,877,088	1.89
10	เม็กซิโก	126,577,691	1.63
11	ญี่ปุ่น	125,816,574	1.62
12	เอธิโอเปีย	119,812,480	1.54
13	ฟิลิปปินส์	112,917,000	1.45
14	อียิปต์	104,551,000	1.35
15	เวียดนาม	94,660,000	1.22
16	สาธารณรัฐปานาม	84,004,989	1.08
17	เยอรมนี	83,190,556	1.07
18	อิหร่าน	86,124,700	1.11
19	ตุรกี	84,339,067	1.09
20	ไทย	70,098,489	0.90
20 อันดับแรก		5,497,884,124.00	70.82
ประเทศไทย		2,265,299,960	29.18
รวมประชากรโลก		7,763,184,084	100.00

World Muslim Population Map



Muslim Population 2015				Muslim Population 2060					
	Country	Muslim Population	% of Country Population	% of World's Muslim Population		Country	Muslim Population	% of Country Population	% of World's Muslim Population
1	Indonesia	219,960,000	87.10	12.60	1	India	333,090,000	19.40	11.10
2	India	194,810,000	14.90	11.10	2	Pakistan	283,650,000	96.50	9.50
3	Pakistan	184,000,000	96.40	10.50	3	Nigeria	283,160,000	60.50	9.50
4	Bangladesh	144,020,000	90.60	8.20	4	Indonesia	253,450,000	86.10	8.50
5	Nigeria	90,020,000	50.00	5.10	5	Bangladesh	181,800,000	91.90	6.10
6	Egypt	83,870,000	95.10	4.80	6	Egypt	124,380,000	96.60	4.20
7	Iran	77,650,000	99.50	4.40	7	Iraq	94,000,000	99.30	3.10
8	Turkey	75,460,000	98.00	4.30	8	Turkey	88,410,000	97.90	3.00
9	Algeria	37,210,000	97.90	2.10	9	Iran	82,980,000	99.70	2.80
10	Iraq	36,220,000	99.00	2.10	10	Afghanistan	81,870,000	99.70	2.70
Sub Total		1,143,220,000		65.20	Sub Total		1,806,790,000		60.50
Subtotal for rest of world		609,420,000		34.80	Subtotal for rest of world		1,180,600,000		39.50
World Total		1,752,640,000		100	World Total		2,987,390,000		100

ຕລາດນຸສລິມ - ຕລາດໂລກ

ພລິຕກ້ານກໍນຸສລິມ - ຕລາດນຸສລິມ

ພລິຕກ້ານກໍນຸສລິມ - ຕລາດໂລກ

ພລິຕກ້ານກໍທັວໄປ - ຕລາດນຸສລິມ

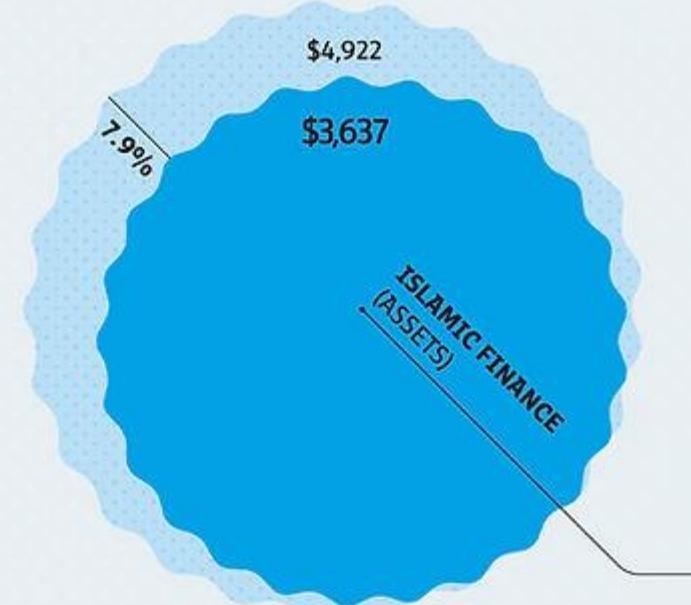
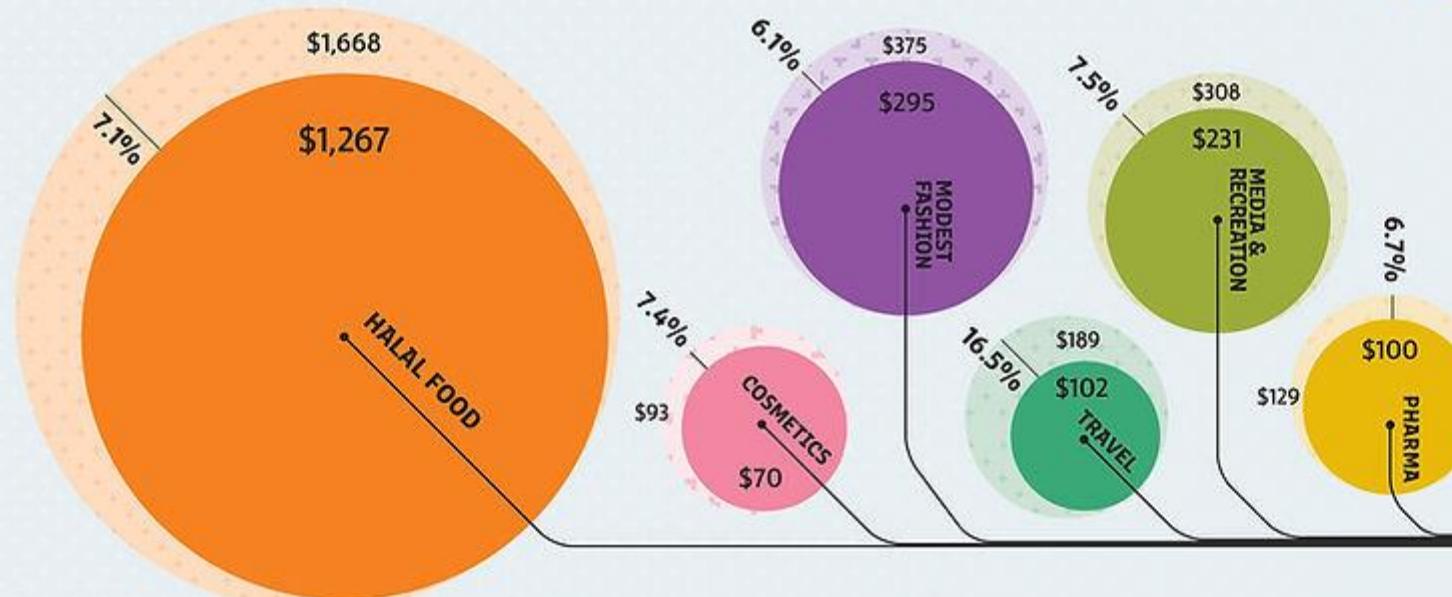
ພລິຕກ້ານກໍທັວໄປ - ຕລາດໂລກ



Represented by **\$2 trillion** of consumer spending by **1.9 billion Muslims** across six real-economy sectors (2021 est.)

\$3.6 trillion of Islamic Finance Assets (2021 est.)

7.8% year on year growth (21-2020)



Top 15 Global Islamic Economy Indicator Score



ISLAMIC FINANCE

1	Malaysia
2	Saudi Arabia
3	Bahrain
4	Kuwait
5	United Arab Emirates
6	Indonesia
7	Iran
8	Oman
9	Qatar
10	Jordan



HALAL FOOD

1	Malaysia
2	Indonesia
3	Turkey
4	Russia
5	United Arab Emirates
6	Kazakhstan
7	Singapore
8	Saudi Arabia
9	South Africa
10	Australia



MUSLIM-FRIENDLY TRAVEL

1	Malaysia
2	Singapore
3	Turkey
4	Bahrain
5	United Arab Emirates
6	Tunisia
7	Saudi Arabia
8	Kuwait
9	Kazakhstan
10	Morocco



MODEST FASHION

1	United Arab Emirates
2	Turkey
3	Indonesia
4	China
5	Spain
6	Italy
7	Singapore
8	France
9	Malaysia
10	Germany



PHARMA AND COSMETICS

1	Singapore
2	Malaysia
3	Netherlands
4	Belgium
5	France
6	Egypt
7	Turkey
8	United Arab Emirates
9	Indonesia
10	United Kingdom



MEDIA AND RECREATION

1	Malaysia
2	Singapore
3	United Arab Emirates
4	China
5	Turkey
6	United Kingdom
7	Netherlands
8	Belgium
9	Germany
10	United States



Represented by **\$1.27 trillion** of spending by 1.9 billion Muslims on food & beverage (2021 est.)

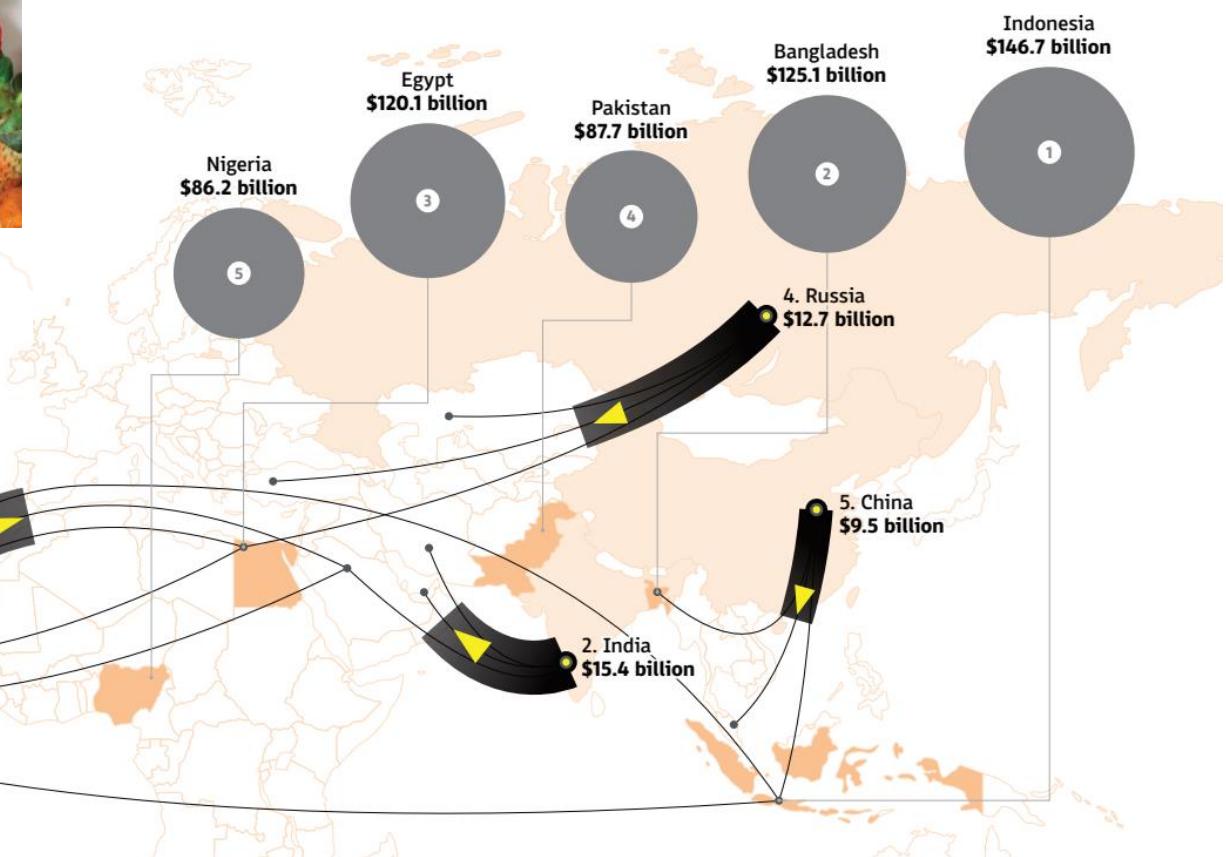
\$200 billion

of food and beverage imports
by OIC* countries
(2020)

- Top 5 halal food consumer markets (2021)
- ▶ Top 5 countries exporting to OIC (2020)
The thickness of the lines is proportional to the value of the country's exports

*All estimates by DinarStandard Research & Advisory. Muslim consumer spend estimates & analysis by DinarStandard leveraging World Bank's ICP 2017 consumer data as baseline reference. Halal food imports by OIC are based on ITC Trademap 2020 data. Projections are based on data from IMF Outlook from April 2021. Investments (figures and individual deals) are based on a detailed scan of databases from Zephyr, CapitalIQ, Crunchbase and DinarStandard analysis from 1st August 2020 to 31st July 2021. See appendix for detailed methodology.

OIC: Organization of Islamic Cooperation, 57 mostly Muslim-majority member countries.

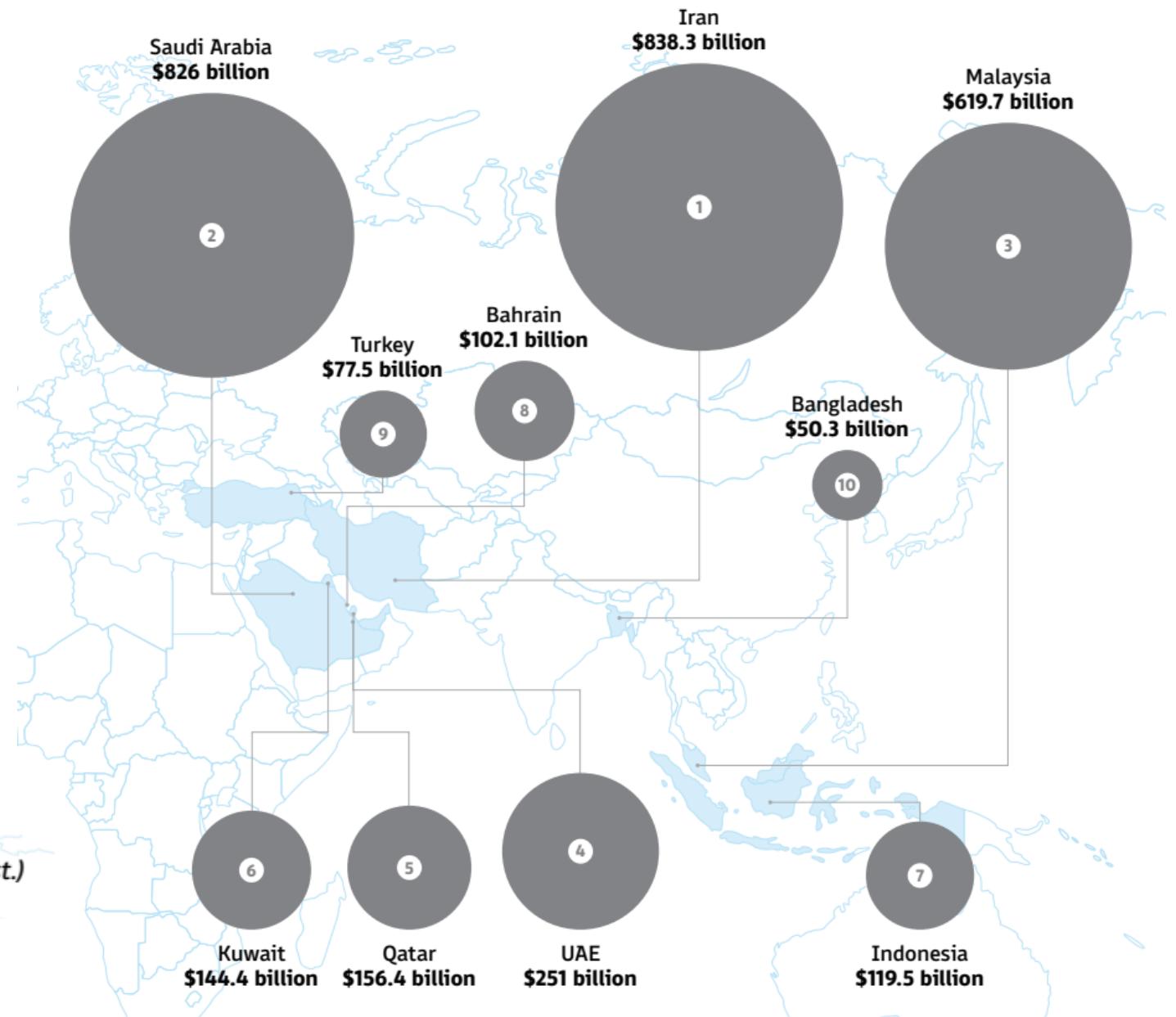


state-of-the-global-islamic-economy-report-2022

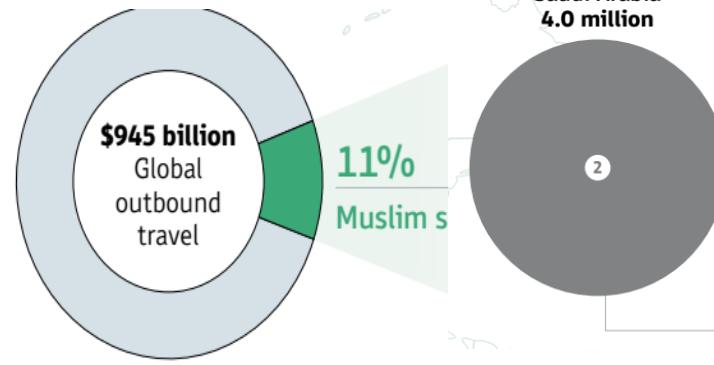
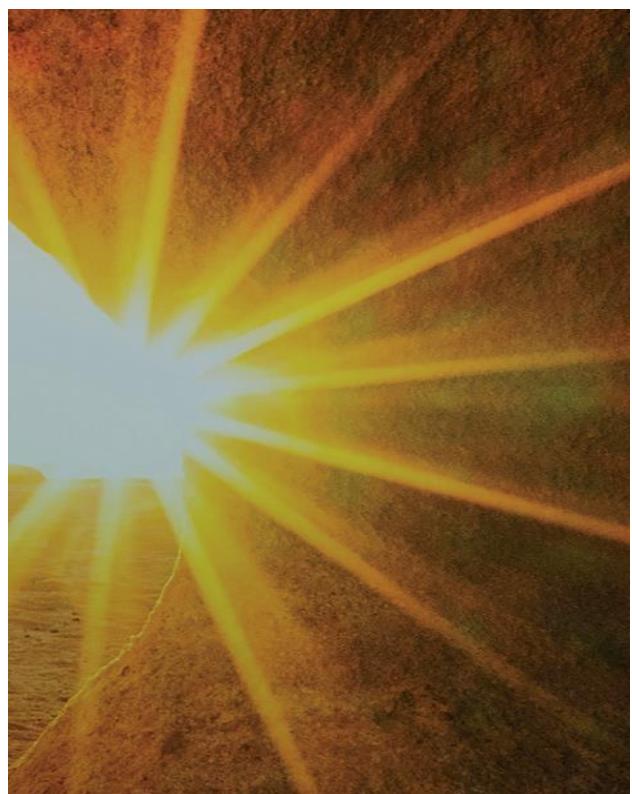


ISLAMIC FINANCE

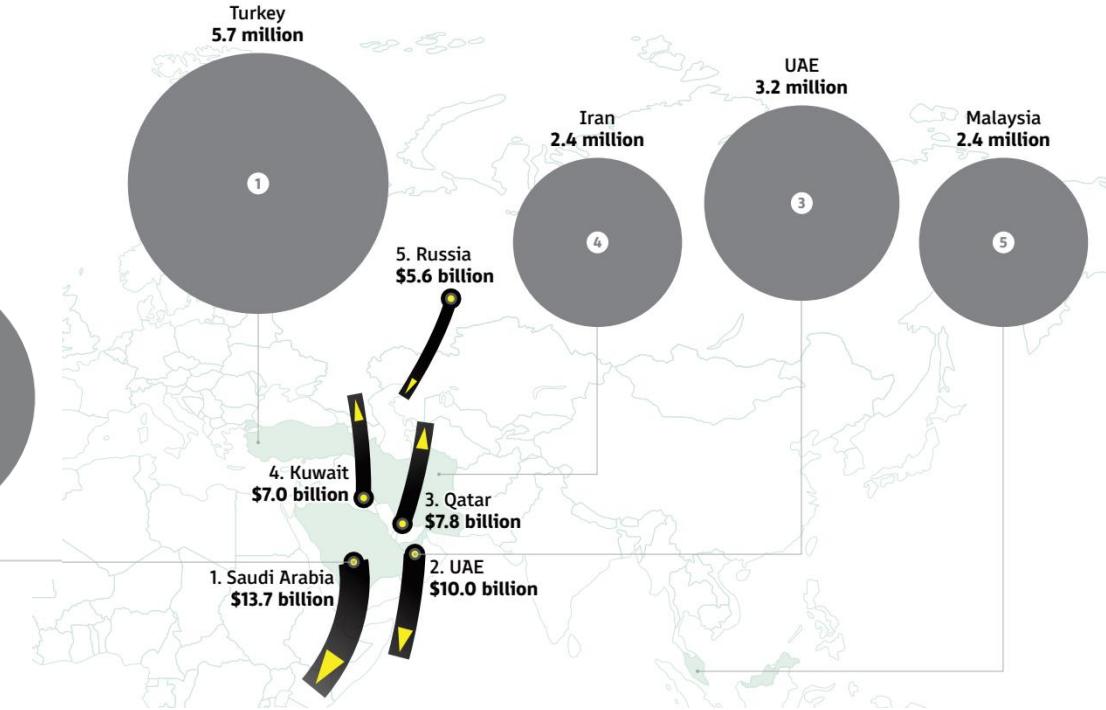
Represented by **\$3.6 trillion** in Islamic finance assets globally (2021 est.)



MUSLIM-FRIENDLY TRAVEL



● Top 5 Muslim travel destination countries
(Muslim travelers, 2020 Inbound est.)
► Top 5 outbound Muslim travel countries
(2021, est. outbound spending)
The thickness of the lines is proportional to the value of the country's exports

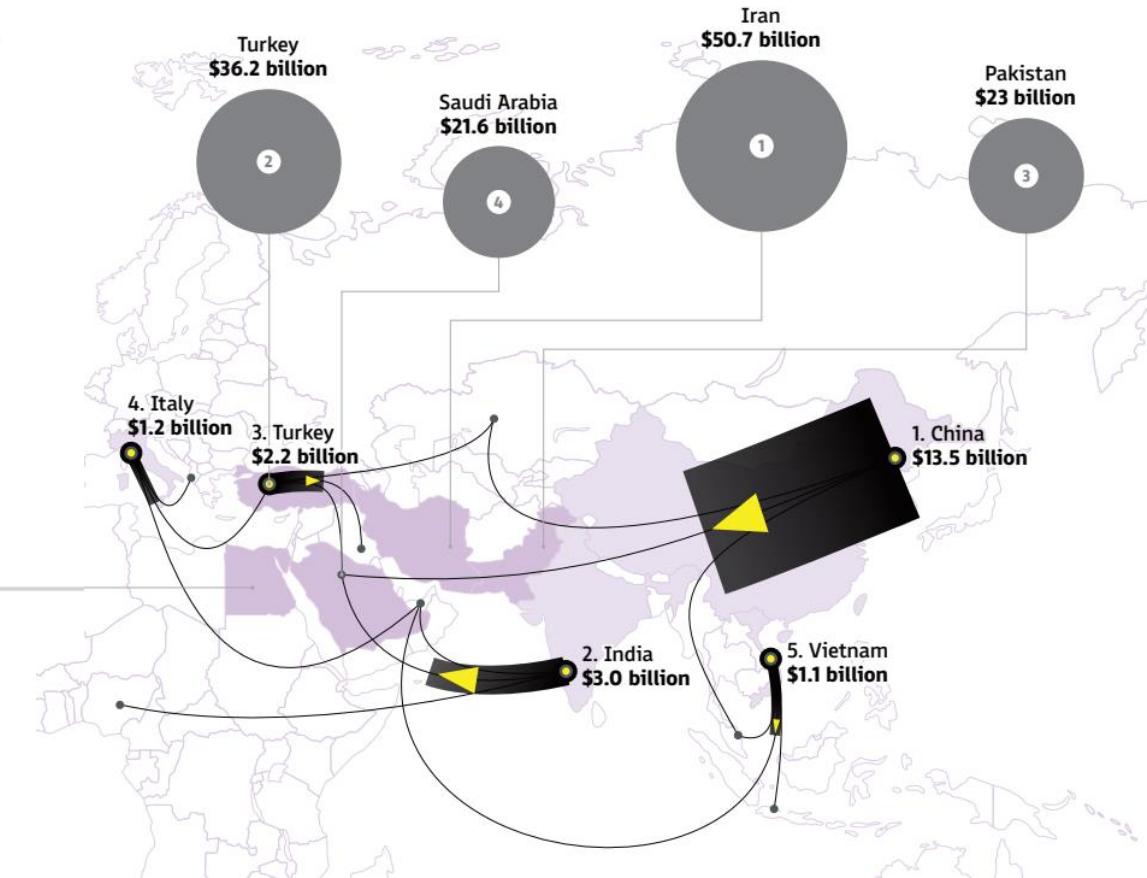


Represented by **\$102 billion** of spending by 1.9 billion Muslims in outbound travel (2021 est.)

MODEST FASHION



Represented by **\$295 billion** of spending by 1.9 billion
Muslims on clothing (2021 est.)



ALL FIGURES
IN US DOLLARS

\$39 billion

of pharmaceuticals imports
by OIC* countries
(2020)

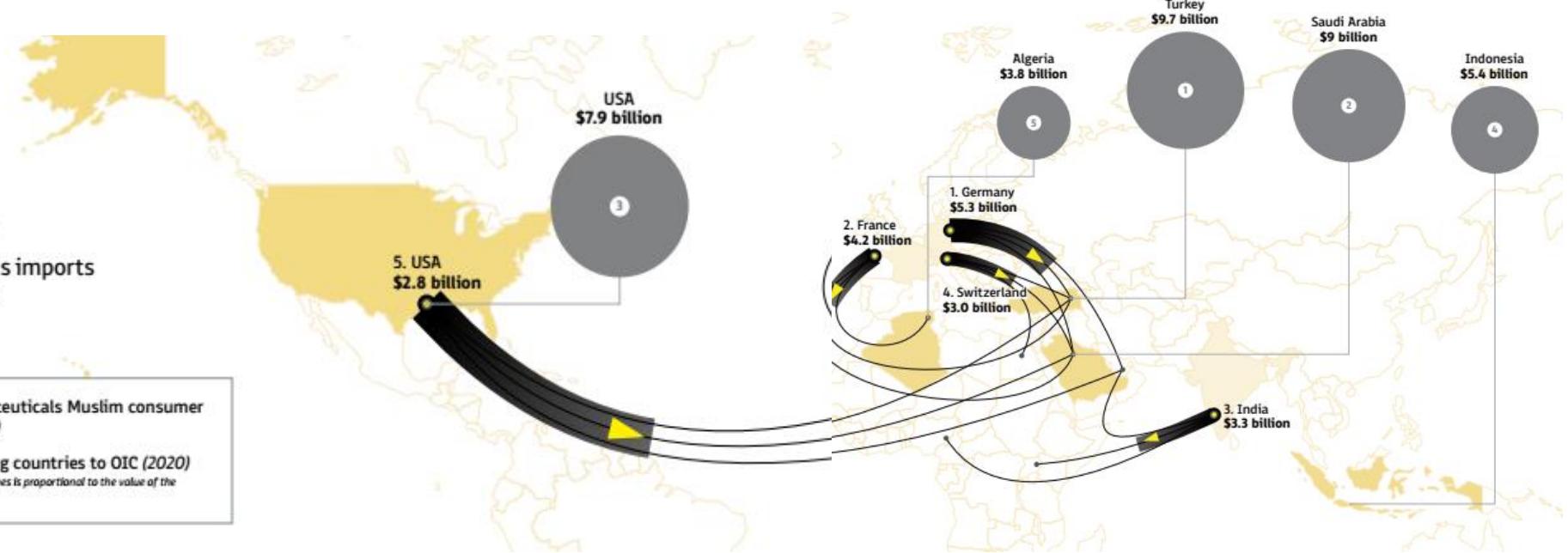


Top 5 pharmaceuticals Muslim consumer
markets (2021)



Top 5 exporting countries to OIC (2020)

The thickness of the lines is proportional to the value of the
country's exports



HALAL PHARMA- CEUTI- CALS

Represented by **\$100 billion** of spending by 1.9 billion Muslims
on pharmaceuticals (2021 est.)



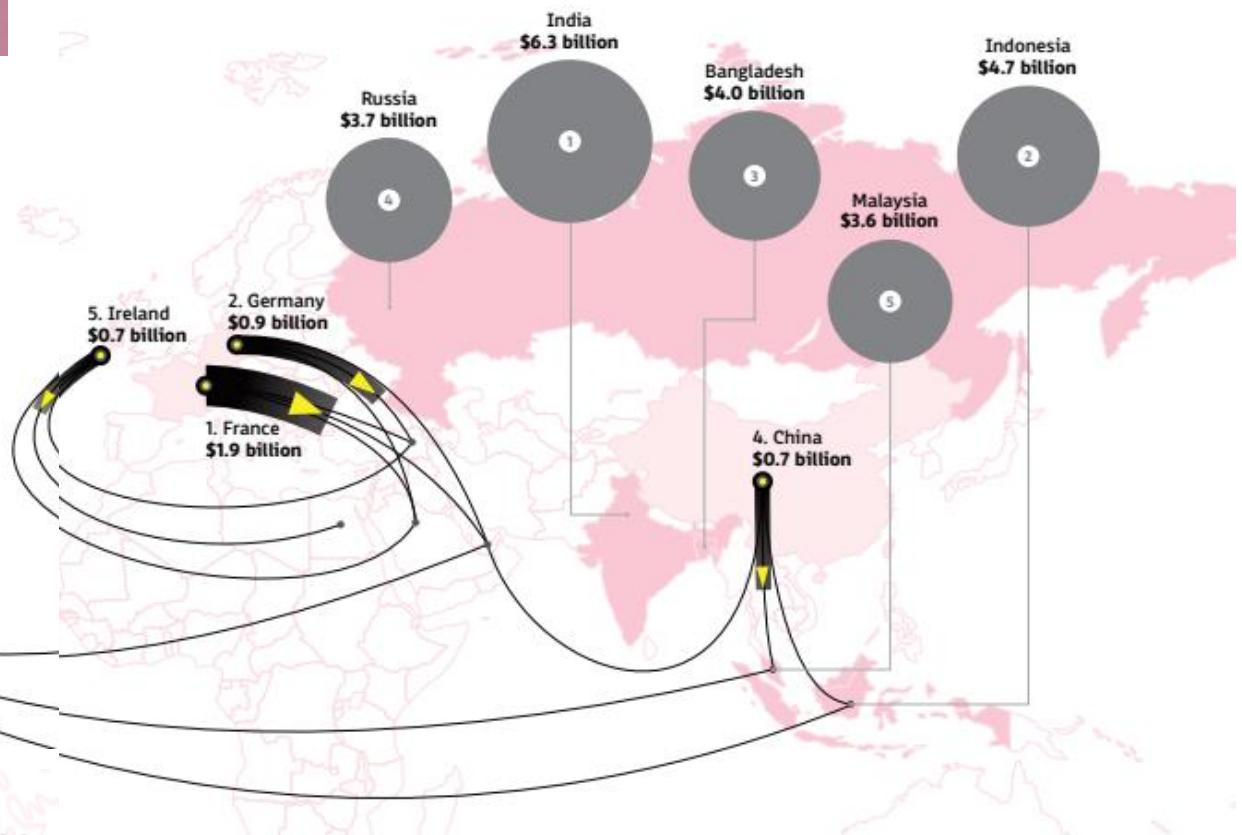
HALAL COSMETICS

ALL FIGURES
IN US DOLLARS

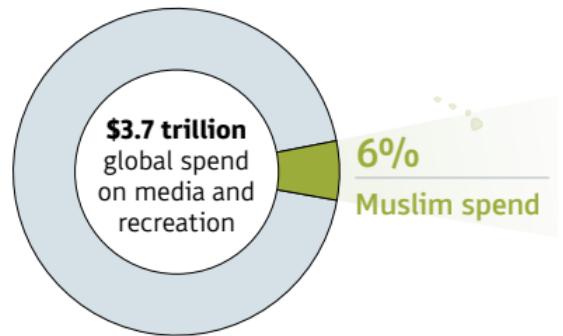
\$13 billion
of cosmetics imports by
OIC* countries
(2020)

- Top 5 cosmetics Muslim consumer markets (2021)
- ▶ Top 5 exporting countries to OIC (2020)
The thickness of the lines is proportional to the value of the country's exports

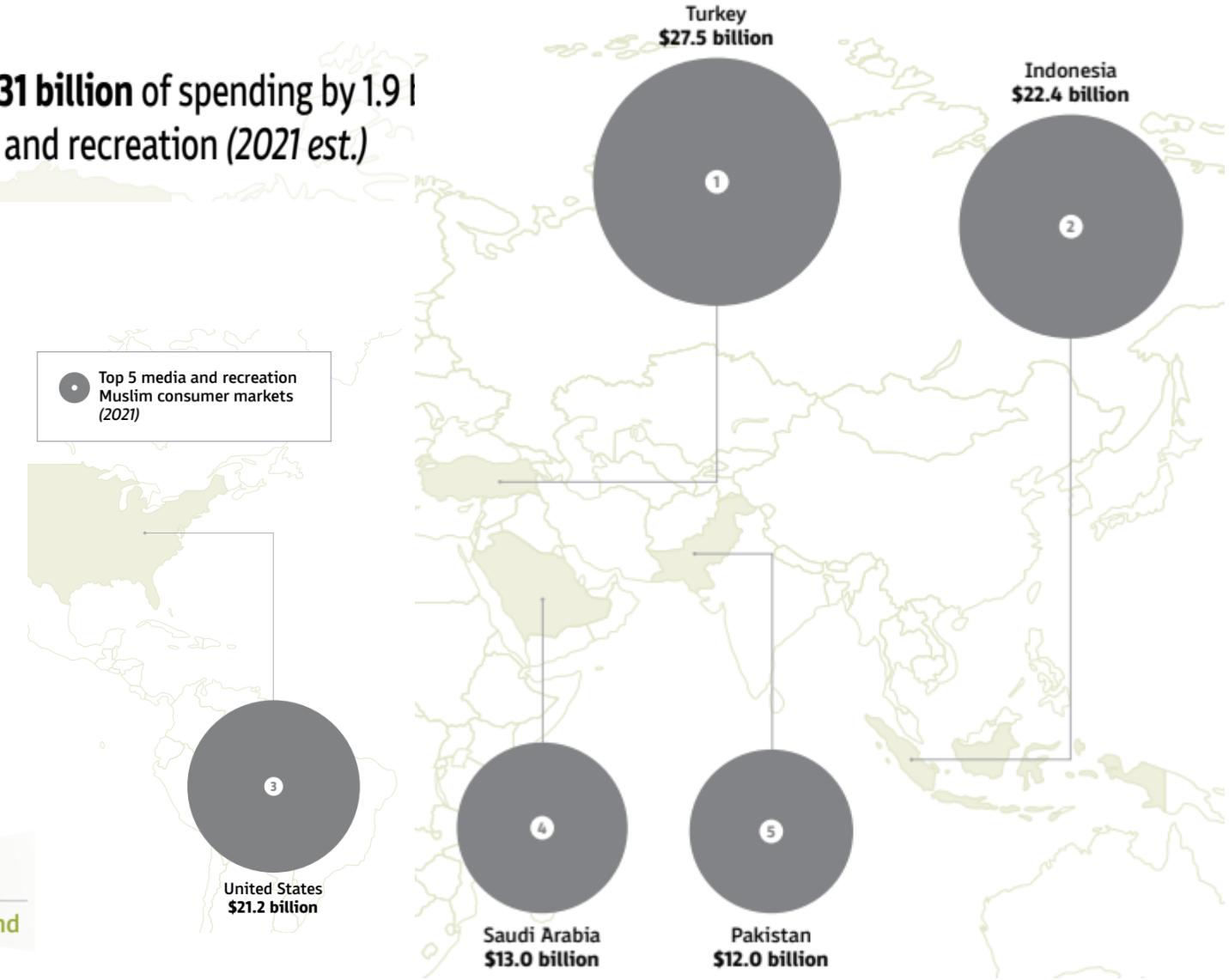
Represented by **\$70 billion** of spending by 1.9 billion
Muslims on cosmetics (2021 est.)



ISLAMIC-THEMED MEDIA AND RECREATION



Represented by **\$231 billion** of spending by 1.9 billion Muslims on media and recreation (2021 est.)





<https://www.salika.co/2021/04/12/5-halal-products-thailand-go-world-muslim-market/>

สินค้าดาวรุ่งมุสลิมไทย



เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์
ดูแลส่วนบุคคลยานาล



การท่องเที่ยวฮาลาล



อาหารฮาลาล



แฟชั่นสำหรับชาวมุสลิม



เวชภัณฑ์ฮาลาล

<https://www.salika.co/2021/04/12/5-halal-products-thailand-go-world-muslim-market/>

ໂວກາສກາຣເຫົ້າສູ່ສາການອອງ Islamic Art

- ກາຮ່ອງເທິຍວ່າງຄົລປະ ແລະ ວັນນະຣຽມມຸສລິມ

ໂບຮານສານ

ປະວັດຕີຄາສຕ່າງ

ໂບຮານວັດຖຸ

ວິຖີ່ຈົວຕະແລະ ອິນຫຼຸງ

- ພັດທະນາຄົລປະກໍຣຽມມຸສລິມ

ກາພວາດ

ສິ່ງຂອງເຄື່ອງໃຊ້

ເຄື່ອງແຕ່ງກາຍ

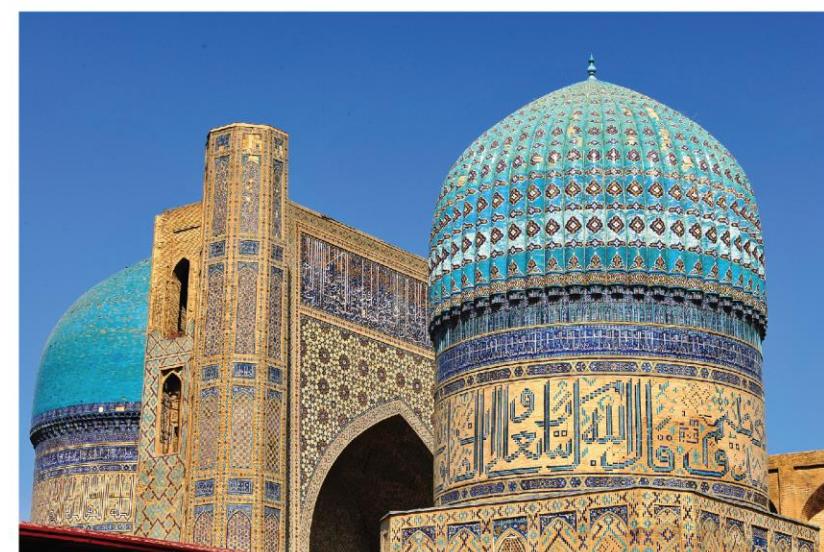
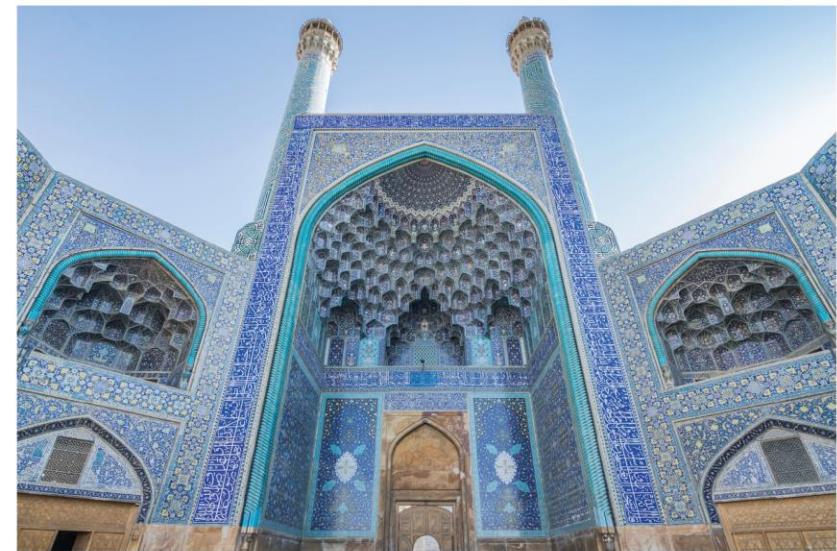
- ພັດທະນາຄົລປະອີສລາມສູ່ຫລາດສາກາລ

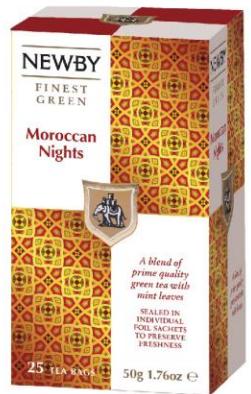
ແບບວາຄາ ສິ່ງປຸລູກສ້າງ

ສິ່ງຂອງເຄື່ອງໃຊ້ທົ່ວໄປ

ເຄື່ອງແຕ່ງກາຍ

ອິນຫຼຸງ







ISLAMIC ART

กับโอกาสการเข้าสู่สายลونของธุรกิจภาคใต้



References

- <https://www.d8aspring.com/eye-on-asia/infographic-5-reasons-the-halal-market-is-the-next-big-thing>
- <https://www.pewresearch.org/religion/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/>
- <http://www.sweetzone.co.uk/muslim-populations/>