

การสำรวจวัฒนธรรมนักษัตรสู่แนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบร่วมสมัยจิ่งเต๋อเจิ้น

An Investigation of Zodiac Culture towards Contemporary Design Approaches for Jingdezhen Ceramics

Zhuoxuan Wang¹

ภาษา เรืองชีวิน¹

ภรดี พันธุมกร¹

Received 28 March 2024
Revised 7 September 2024
Accepted 8 September 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบททางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ของนักษัตรในเครื่องเคลือบดินเผาจิ่งเต๋อเจิ้น 2) ศึกษาการจัดการและพัฒนาแบรนด์ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เครื่องเคลือบนักษัตร และ 3) นำเสนอแนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบนักษัตรจิ่งเต๋อเจิ้นร่วมสมัย การดำเนินการวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการศึกษาเอกสาร การสำรวจภาคสนาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมนักษัตรจีนในเมืองจิ่งเต๋อเจิ้นมีประวัติศาสตร์ยาวนานและเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ในด้านการจัดการแบรนด์ ผลการวิเคราะห์ SWOT และส่วนประสมการตลาด (7Ps) นำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ “ยี่เหนียน (Yi Nian)” ที่เน้นการผสมผสานศิลปะดั้งเดิมเข้ากับไลฟ์สไตล์สมัยใหม่ สำหรับแนวทางการออกแบบ พบว่าการใช้รูปทรงเรขาคณิตและการลดทอนรายละเอียด (Simplification) เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันมากที่สุด ผลการประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การอภิปรายผลชี้ให้เห็นว่าการสำรวจคุณค่าทางวัฒนธรรมสู่การออกแบบเชิงนวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมนักษัตร, เครื่องเคลือบนักษัตรจิ่งเต๋อเจิ้น, การออกแบบร่วมสมัย, การจัดการแบรนด์

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



Abstract

This research aims to: 1) study the cultural context and symbolism of the zodiac in Jingdezhen porcelain; 2) investigate the management and development of brands for creative zodiac porcelain products; and 3) propose contemporary design approaches for Jingdezhen zodiac porcelain. The study employs a mixed-methods research approach. The qualitative component involves documentary research, field investigations, and in-depth interviews with 5 experts. The quantitative component utilizes questionnaires collected from a sample of 400 consumers.

The findings reveal that Chinese zodiac culture in Jingdezhen has a long history and serves as a significant cultural capital. Regarding brand management, SWOT analysis and the 7Ps marketing mix led to the creation of the “Yi Nian” brand identity, which focuses on integrating traditional art with modern lifestyles. As for design approaches, the use of geometric shapes and simplification is the most preferred by contemporary consumers. The efficiency evaluation of the developed product designs shows a high level of appropriateness. The discussion highlights that transforming cultural values into innovative designs is a key mechanism for enhancing competitiveness and sustainably preserving cultural heritage.

Keywords: Zodiac Culture, Jingdezhen Zodiac Ceramics, Contemporary Design, Brand Management

บทนำ

วัฒนธรรมนักษัตร (Zodiac Culture) หรือที่รู้จักกันในนาม “ปีเกิด” เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ที่มีความสำคัญและหยั่งรากลึกในวิถีชีวิตของชาวจีนมาอย่างยาวนาน โดยมีต้นกำเนิดจากระบบการนับเวลาที่เรียกว่า “กิ่งก้านแห่งโลกทั้งสิบสอง” (Twelve Earthly Branches) ซึ่งเชื่อมโยงสัตว์สิบสองชนิดเข้ากับสัญลักษณ์ประจำปี วัฒนธรรมดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงเครื่องหมายบอกเวลา แต่ยังสะท้อนถึงปรัชญาความเชื่อเรื่องความเป็นสิริมงคล โชคลาภ และสัญลักษณ์ทางจิตวิญญาณที่อยู่คู่กับชาวจีนซึ่งถือเป็น “ลูกหลานของเยียนและหวง” มาโดยตลอด ดังที่ หวัง จุน (Wang Jun, 2017) ได้ระบุว่านักษัตรคือสัญลักษณ์แห่งชีวิตที่มอบความหมายอันเป็นมงคลและเป็นดังไข่มุกที่เปล่งประกายในคลังสมบัติวัฒนธรรมจีน



ภาพที่ 1 : สิบสองนักซัตร์
ที่มา: Han Meilin

ในบริบทของศิลปะจีน วัฒนธรรมนักซัตร์ได้กลายเป็นแรงบันดาลใจสำคัญในการสร้างสรรค์งานประณีตศิลป์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน “เมืองจิ้งเต๋อเจิ้น” (Jingdezhen) ซึ่งได้รับการขนานนามว่าเป็นเมืองหลวงแห่งเครื่องเคลือบดินเผาของโลก ด้วยประวัติศาสตร์การผลิตที่ยาวนานกว่าพันปีและความพร้อมของดินขาว (Kaolin) ทำให้เครื่องเคลือบนักซัตร์จากจิ้งเต๋อเจิ้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งในด้านเทคนิคการเขียนลายใต้เคลือบ (Underglaze) และการแกะสลักที่มีความประณีตสูง อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตสมัยใหม่ ผลิตรภัณฑ์เครื่องเคลือบนักซัตร์ดั้งเดิมกำลังเผชิญกับความท้าทายสำคัญ เนื่องจากรูปแบบศิลปะดั้งเดิมบางประการอาจไม่ตอบโจทย์รสนิยมและความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ ซึ่งหันมาให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเรียบง่าย ทันสมัย และมีฟังก์ชันการใช้งานที่สอดคล้องกับชีวิตประจำวันมากขึ้น

ปัญหาสำคัญที่พบคือ แม้วัฒนธรรมนักซัตร์จะมีความแข็งแกร่งในเชิงสัญลักษณ์ แต่การนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบร่วมสมัย (Contemporary Design) ยังคงมีจำกัด ผลิตรภัณฑ์ส่วนใหญ่มักเน้นการลอกเลียนแบบรูปแบบดั้งเดิม ทำให้ขาดความสดใหม่และการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ที่ชัดเจน ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันลดลง ดังนั้น การศึกษาเพื่อหาแนวทางการออกแบบใหม่ๆ ที่สามารถบูรณาการ “คุณค่าดั้งเดิม” เข้ากับ “รสนิยมสมัยใหม่” จึงเป็นเรื่องเร่งด่วน

งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การสำรวจบริบททางวัฒนธรรมนักซัตร์ในเมืองจิ้งเต๋อเจิ้น เพื่อนำข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามและการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคมาพัฒนาเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบร่วมสมัย โดยให้ความสำคัญกับการจัดการแบรนด์ภายใต้ชื่อ



“ยี่เหนียน (Yi Nian)” เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผลิตภัณฑ์ การวิจัยนี้ไม่เพียงแต่เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ยังเป็นแนวทางปฏิบัติในการสืบทอดและ ส่งเสริมแก่นแท้ของวัฒนธรรมและจิตวิญญาณของชาติให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในสังคมร่วมสมัยสืบไป

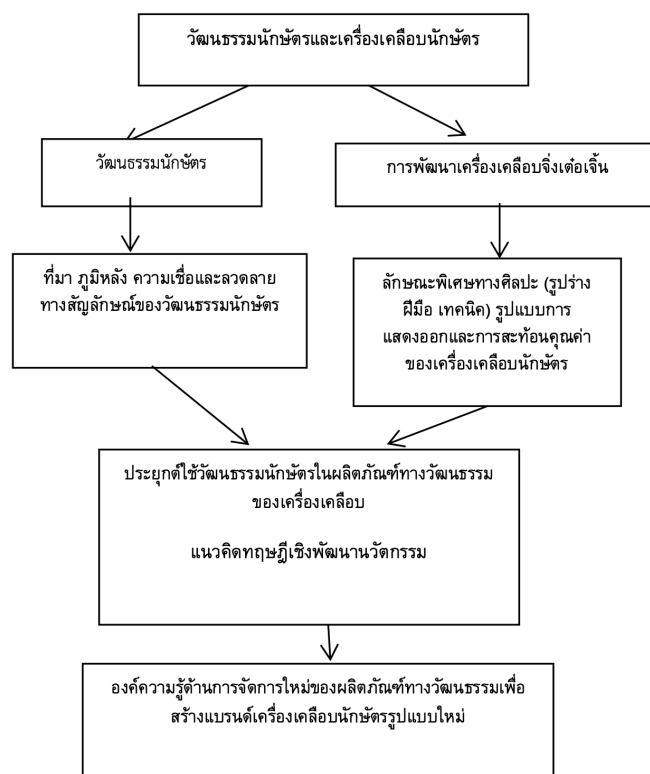
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาที่มา ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ นัยยะเชิงสัญลักษณ์ และคติความเชื่อของ วัฒนธรรมนักษัตรจีน
2. เพื่อสำรวจและวิเคราะห์รูปแบบสุนทรียศาสตร์ เทคนิคการผลิต และสถานการณ์ปัจจุบัน ของการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตรในเมืองจื๋อเต๋อเงิน
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบและการจัดการแบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตร ร่วมสมัยด้วยแนวคิดนวัตกรรมสร้างสรรค์

กรอบแนวคิด

ในการศึกษาเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้วางกรอบแนวคิดเพื่อเชื่อมโยงการสำรวจทุนทางวัฒนธรรมไป สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการแบรนด์อย่างเป็นระบบ โดยบูรณาการแนวคิดสำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

- 1) การสำรวจและวิเคราะห์ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital): ศึกษาที่มา นัยยะเชิงสัญลักษณ์ และมรดกภูมิปัญญาที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ของวัฒนธรรมนักษัตรจีนใน บริบทของเครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน เพื่อทำความเข้าใจ “คุณค่าดั้งเดิม” ที่เป็นรากฐานของงาน ศิลปกรรม
- 2) ลักษณะพิเศษทางศิลปะและรูปแบบการแสดงออกของวัฒนธรรมนักษัตรในศิลปะ เครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน
- 3) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Design Process): การประยุกต์ ใช้ทฤษฎีการออกแบบร่วมสมัย โดยเน้นการลดทอนรูปทรง (Simplification) และการสื่อสารความหมาย เชิงสัญลักษณ์ใหม่ เพื่อสร้างสรรค์แบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตรที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค



ภาพที่ 2 : กรอบแนวคิด

ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. **วิธีการวิจัยเอกสาร** ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมนักษัตรและประเภทของเครื่องเคลือบจากเอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ หนังสือ และฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อสร้างพื้นฐานทางแนวคิดและกรอบทฤษฎีสำหรับการประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

2. **วิธีการสำรวจภาคสนาม** ผู้วิจัยลงพื้นที่สำรวจ ณ พิพิธภัณฑ์ องค์กร และโรงงานที่เกี่ยวข้องในเมืองจันทบุรี เพื่อศึกษาศิลปะเครื่องเคลือบนักษัตรในสถานที่จริง วิเคราะห์สถานการณ์การตลาด และแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน โดยใช้การสังเกตและการรวบรวมกรณีศึกษาจริงเพื่อสรุปเส้นทางการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางศิลปะ

3. **วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก** แล้วสำรวจเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบ และผู้แทนจากองค์กรที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการใช้



แบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของเครื่องเคลือบ
นักร้อง ตลอดจนแนวโน้มตลาดของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ 3 ด้าน
ได้แก่ 1) ด้านวิชาการ: ศาสตราจารย์เฉา ชุนเซิง (Cao Chunsheng) อาจารย์ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน 2) ด้านการผลิต: จาง จิงฮุย (Zhang Jinghui) ประธานสมาคม
ประติมากรรมจื๋อเต๋อเงิน ผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์และผลิตผลิตภัณฑ์นักร้อง 3) ด้าน
การออกแบบและการจัดการ: อวี่ จื่อเซา (Yu Zhichao) ผู้ก่อตั้งและนักออกแบบแบรนด์ชือตูหลี่อู่
(Chidu Liwu) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ ณ สถานประกอบการจริงเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์
และแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักร้องในเมืองจื๋อเต๋อเงินให้ครอบคลุมทั้งมิติ
วิชาการ การผลิต และการออกแบบ

นอกจากนี้ ในด้านการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาด ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม
เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในย่านถนนวัฒนธรรมสร้างสรรค์เถาซีชว่น (Taoxi-
chuan) และมหาวิทยาลัยเครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน โดยดำเนินการผ่านการแจกแบบสอบถามใน
พื้นที่ร่วมกับการสำรวจทางออนไลน์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติเกี่ยวกับความต้องการของตลาด
และแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักร้องให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

4. วิธีการวิจัยแบบสหวิทยาการ เป็นการบูรณาการองค์ความรู้และทฤษฎีจากหลากหลาย
สาขาวิชา ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ศิลปะ สังคมศาสตร์ การบริหารจัดการ และการตลาด มาผสม
ผสานในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการแบรนด์และนวัตกรรมการออกแบบเครื่อง
เคลือบนักร้องร่วมสมัยที่เหมาะสมที่สุด

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็น
กรอบแนวคิดและบรรทัดฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นประเด็นหลัก ดังนี้:

1. วัฒนธรรมนักร้องในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ผู้วิจัย
ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าและนัยยะทางสัญลักษณ์ของนักร้องจีน ซึ่งถือเป็นมรดก
ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ที่ฝังรากลึกในสังคมฮวาเซี่ย
โดยการศึกษาวรรณกรรมของ หวัง จุน (Wang Jun, 2017) พบว่าวัฒนธรรมนักร้องเป็นสัญลักษณ์
แห่งชีวิตที่สะท้อนผ่านศิลปะหลายแขนง โดยเฉพาะในเครื่องเคลือบจื๋อเต๋อเงิน ซึ่งการทบทวนส่วนนี้
ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึง “แก่นแท้” ของลวดลายที่จะนำมาใช้ในการออกแบบร่วมสมัยโดยไม่สูญเสีย
คุณค่าดั้งเดิม

2. แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและการจัดการแบรนด์ จากการศึกษา
แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พบว่าเป็นการบูรณาการระหว่างทุนทางวัฒนธรรมและ

นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในมิติของการสร้างแบรนด์ เฉียว ชุนหยาง (Qiao Chun Yang, 2005) ระบุว่าแบรนด์ไม่ใช่เพียงเครื่องหมายการค้าแต่เป็นการผสมผสานระหว่างสัญลักษณ์ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เพื่อสร้างความประทับใจในใจผู้บริโภค การทบทวนวรรณกรรมส่วนนี้ชี้ให้เห็นว่าการ พัฒนาแบรนด์ “ยี่เหนียน” (Yi Nian) จำเป็นต้องใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมนักซ์ตรมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ ที่แตกต่าง

3. ทฤษฎีการจัดการผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและกลยุทธ์การตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปเนื่องจากต้องตอบสนองความต้องการทางจิตวิญญาณ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) เพื่อเป็นเครื่องมือในการระบุความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในย่านวัฒนธรรมเถาซีชวน โดยมุ่งเน้นที่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์และผู้บริโภคผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่และช่องทางออนไลน์

4. แนวคิดด้านสุนทรียศาสตร์และนวัตกรรมการออกแบบร่วมสมัย ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักสุนทรียศาสตร์และการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาต้นแบบเครื่องเคลือบนักซ์ตร โดยมุ่งเน้นการใช้องค์ประกอบศิลปะร่วมสมัยและการลดทอนรูปทรง (Simplification) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดระดับสากล และทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมสามารถดำรงอยู่ได้ในวิถีชีวิตปัจจุบัน

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง การสำรวจวัฒนธรรมนักซ์ตรสู่แนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบร่วมสมัยจึงต่อเจ็น ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ภูมิหลังทางวัฒนธรรมและนัยยะเชิงสัญลักษณ์ของนักซ์ตรจีน

เดิมนักซ์ตรจีนเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเวลาซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการนับปี เดือน และวัน ตามจารีตประเพณีโบราณของจีน โดยมีการจัดแบ่งระบบการนับออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) กิ่งก้านสวรรค์ทั้งสิบ (Ten Heavenly Stems) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่บรรพบุรุษชาวจีนใช้บันทึกการเปลี่ยนแปลงรอบปี 2) กิ่งก้านโลกทั้งสิบสอง (Twelve Earthly Branches) หรือระบบที่ใช้เรียกแทน 12 ชั่วโมงในหนึ่งวัน โดย 1 ชั่วโมงเทียบเท่ากับ 2 ชั่วโมงในปัจจุบัน ซึ่งในแต่ละชั่วโมงจะมีการกำหนดสัตว์ที่เป็นตัวแทนในการเคลื่อนไหวแตกต่างกันไป นำไปสู่การรวมตัวกันระหว่างนักซ์ตรและกิ่งก้านโลกทั้งสิบสองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และ 3) กิ่งก้านเจี่ยจือทั้งหกสิบ (Sixty Jiazi) อันเป็นวิธีการนับปีแบบโบราณที่เกิดจากการจับคู่ระหว่างกิ่งก้านสวรรค์และกิ่งก้านโลกจนเกิดเป็นวัฏจักรที่ครบรอบในทุก 60 ปี ระบบการนับเวลาเหล่านี้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการบันทึกเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์และปรากฏเป็นหลักฐานในบันทึกลายลักษณ์อักษรของมนุษยชาติมาอย่างยาวนาน โดยสัญลักษณ์รูปสัตว์ทั้ง 12 ชนิด ได้แก่ หนู วัว เสือ กระต่าย มังกร งู



ม้า แพะ ลิง ไก่ สุนัข และหมู ถูกเรียกรวมว่า “นักขัตตรจีน” ซึ่งจะสลับหมุนเวียนคู่ไปกับระบบกึ่งก้านเจี๋ยจื๋อต่อเนื่องกันไปในทุกปี

วัฒนธรรมนักขัตตรจีนยังรากลึกและเติบโตจากวิถีชีวิตพื้นบ้านจนกลายเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมที่ไร้พรมแดนด้านชนชั้นและอาชีพ โดยชาวจีนทุกคนต่างมีนักขัตตรประจำตัวที่เป็นสัญลักษณ์เฉพาะบุคคลไปตลอดชีวิต สัญลักษณ์เหล่านี้ถูกสร้างสรรค์ขึ้นจากสัตว์ในสภาพแวดล้อมที่คุ้นเคยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบันทึกปีเกิดและคำนวณอายุ ขณะเดียวกันยังปรากฏอย่างแพร่หลายในปฏิทินจันทรคติเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในวิถีเกษตรกรรม ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดระหว่างความเชื่อและการนำไปใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรมนักขัตตรยังคงความแข็งแกร่งและขยายขอบเขตเจียหยะอย่างต่อเนื่อง ในฐานะที่เป็นทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพบูชาและสื่อกลางในการสะท้อนชะตากรรมของมนุษย์ นำไปสู่การเป็นหัวข้อหลักในการตกแต่งและการแสดงออกทางอารมณ์ที่ได้รับความนิยมอย่างไม่เสื่อมคลาย นอกจากนี้ วัฒนธรรมนักขัตตรยังเปรียบเสมือนภาพสะท้อนทางจิตวิญญาณที่แฝงด้วยความหมายอันเป็นมงคลตามลักษณะของสัตว์ทั้ง 12 ชนิด ซึ่งบูรณาการเข้ากับมิติด้านวัตถุและจิตใจอย่างเข้มข้น มรดกทางวัฒนธรรมนี้ไม่เพียงแต่ฉายภาพวัฒนธรรมพื้นบ้านของจีนผ่านประวัติศาสตร์นับพันปี แต่ยังแผ่ขยายอิทธิพลไปทั่วโลกในฐานะเอกสารเชิงประวัติศาสตร์อันล้ำค่า จิตวิญญาณของนักขัตตรจีนจึงเป็นแรงบันดาลใจสำคัญที่ช่วยให้ผู้คนเผชิญกับชีวิตด้วยทัศนคติเชิงบวก ความพากเพียร และความกล้าหาญสืบไป

2. เทคนิคและลักษณะพิเศษทางศิลปะของเครื่องเคลือบนักขัตตรจื๋อเต๋อเงิน

การสร้างสรรค์เครื่องเคลือบนักขัตตรต้องอาศัยความเข้าใจเชิงลึกและความเชี่ยวชาญในด้านวัสดุศาสตร์ โดยเฉพาะ “ดินเหนียว” ซึ่งเป็นวัสดุหลักในการขึ้นรูปประติมากรรม ผู้วิจัยพบว่าคุณสมบัติและเนื้อสัมผัสของดินแต่ละประเภทส่งผลต่อสุนทรียภาพของผลงานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ กระบวนการให้ความร้อนในเตาเผายังเป็นปัจจัยวิกฤตที่ต้องควบคุมอย่างแม่นยำ เนื่องจากการเผาด้วยอุณหภูมิสูงอาจส่งผลให้รูปทรงสัตว์เกิดการบิดเบี้ยวหรือเสียรูปได้ ดังนั้นในการผลิตเครื่องเคลือบนักขัตตรจึงต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบหลัก 2 ประการ ดังนี้

1) ดินขาว (Kaolin) ซึ่งแบ่งออกเป็นดินขาวคุณภาพสูงและคุณภาพปานกลาง มีคุณสมบัติเด่นคือมีความแข็งแกร่งกว่าดินเหนียวทั่วไปแต่มีเนื้อสัมผัสที่ละเอียดและนุ่มนวลกว่า ช่วยให้ศิลปินสามารถเก็บรายละเอียดของรูปทรงสัตว์ได้อย่างประณีต ผลงานที่สร้างสรรค์จากดินขาวจะมีลักษณะขาวบริสุทธิ์ สว่างาม และสดใสดังที่ จู กุ้ยหง (Zhu Guihong, 2004) ระบุว่าในงานประติมากรรมนักขัตตรบางประเภทจะทำการเคลือบใสหรือเคลือบกึ่งโปร่งใสลงบนพื้นผิวสีขาวเพื่อเพิ่มความแวววาวและขับเน้นความสวยงามของวัสดุให้โดดเด่นยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3: ตัวอย่างผลงานชุด “สายฟ้า” จากการใช้วัสดุดินขาว
ที่มา: Chen Linsen

2) ดินโคลน ส่วนมากประกอบขึ้นจากดินเหนียว ทราย ปูนขาวและวัสดุอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมักต้องเผาผลิตภายใต้อุณหภูมิสูง หลังจากการเผาผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมีพื้นผิวหยาบกร้าน และพื้นผิวมีความขรุขระเล็กน้อย สีของผลิตภัณฑ์ดินขาวค่อนข้างเป็นธรรมชาติ มีความใกล้เคียงกับสีของดินเหนียวมากขึ้น ระดับความแข็งของดินขาวไม่สูงเท่าดินพอร์ซเลน อุณหภูมิในการเผาต่ำกว่าเครื่องเคลือบ โดยทั่วไปแล้วประมาณ 1,000 องศา ขณะที่ดินพอร์ซเลน โดยทั่วไปจะเผาในอุณหภูมิที่สูงกว่า 1,200 องศา ทำให้มีพื้นผิวที่หยาบกร้าน มีความเรียบง่าย มีท่วงท่าของความโบราณ และแข็งแรง



ภาพที่ 4: ตัวอย่างผลงานชุด “กระต่าย” จากการใช้วัสดุดินโคลน
ที่มา: Gao Jiandong

3) ดินเหนียวทนไฟ (Sagger) เป็นวัสดุที่ทนต่ออุณหภูมิสูงและมีความหนา โดยทั่วไปแล้วจะใช้ดินเหนียวทนไฟเพื่อปกป้องเครื่องเคลือบที่ถูกเผา หรือเป็นอิฐทนไฟและแผ่นทนไฟ



ภาพที่ 5: ตัวอย่างผลงานชุด “จ้องมอง” จากการใช้วัสดุดินเหนียวทนไฟ
ที่มา: Zhou Guazhen

สำหรับรูปแบบการตกแต่งของเครื่องเคลือบนักขัตฤกษ์ เครื่องเคลือบนักขัตฤกษ์มักสร้างขึ้นจากดินเหนียว ดินพอร์ซเลน และวัสดุอื่น ๆ โดยมีนักขัตฤกษ์ทั้งสิบสองเป็นหัวข้อ การแกะสลักภาพสัตว์ที่แตกต่างกันแสดงให้เห็นถึงลักษณะเด่นและรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมของประเทศจีน ที่มีการตกแต่งที่แตกต่างดังนี้

1) การตกแต่งด้วยการเคลือบสีเดียว การตกแต่งประเภทนี้เป็นรูปแบบที่พบเห็นได้ทั่วไป ยกตัวอย่าง เช่น การเคลือบสีแดงแสดงถึงบรรยากาศที่เป็นมงคล งานรื่นเริงและความดีความชอบ การเคลือบสีน้ำเงินแสดงถึงความเยียบสงบ นุ่มนวลและสง่างาม สีเคลือบเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมรูปทรงของประติมากรรมเท่านั้น แต่ยังทำให้ผลงานมีเสน่ห์และการแสดงออกทางอารมณ์ที่พิเศษอีกด้วย (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 6: ตัวอย่างผลงานการเคลือบสีเขียวสีเดียว

2) การตกแต่งด้วยการเคลือบแบบผสม นอกจากนี้ยังมีการเคลือบดอกไม้หลากสี ซึ่งเป็นพื้นผิวเคลือบดอกไม้ที่มีการตกแต่งลวดลายสีต่าง ๆ นั่นคือการแทรกซึมและหลอมรวมของการเคลือบพื้นและการเคลือบพื้นผิว เพื่อผสมผสานให้เข้ากับคริสตัลสีต่าง ๆ ลายดอกไม้ การตกแต่งลวดลายบนพื้นผิว (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 7: ตัวอย่างผลงานชุด “เสียงคำรามของเสือและเสียงร้องของมังกร”

ตกแต่งด้วยการเคลือบแบบผสม

ที่มา: Rao Xiaoqing

3) การวาดภาพสีบนเคลือบ (Overglaze) สีเคลือบแบบบนเคลือบ เกิดจากการเผาตัวแบบ ที่อุณหภูมิ 1,300 องศาเซลเซียส เพื่อวาดภาพสีลงบนเครื่องเคลือบสีขาว เครื่องเคลือบเคลือบสีเดียว หรือเครื่องเคลือบสี จากนั้นนำไปเผาในเตาเผาที่อุณหภูมิ 700 ถึง 900 องศา ซึ่งมักจะรวมถึงการวาดภาพสีบนเครื่องเคลือบ เครื่องเคลือบสำหรับการตกแต่ง เครื่องเคลือบลายครามเพิ่มสี เครื่องเคลือบเฟินฉ่าย เครื่องเคลือบฟาหลางฉ่าย และอื่น ๆ ผลลัพธ์การตกแต่งของเครื่องเคลือบเฟินฉ่าย ดังที่แสดงในผลงานภาพที่ 7 ประติมากรรมเครื่องเคลือบนักซ์ตรของการวาดภาพสีแบบบนเคลือบในประเทศจีน ผสมผสานอย่างลงตัวกับการตกแต่งและรูปทรง ซึ่งแสดงออกถึงลักษณะพิเศษของนักซ์ตรต่าง ๆ ของประเทศจีน การเพิ่มสีสันด้วยมือเช่นนี้ยังเป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้เครื่องเคลือบจิ่งเต๋อเจิ้นแตกต่างจากเครื่องเคลือบที่ผลิตจากสถานที่อื่น (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 8: ตัวอย่างผลงานชุด “หนิวซีซ่งเทียน” ตกแต่งด้วยการวาดภาพสีบนเคลือบ

ที่มา: Guo Chao

4) การวาดภาพสีใต้เคลือบ (Underglaze) การวาดภาพสีแบบใต้เคลือบเป็นวิธีการตกแต่งเครื่องเคลือบอีกวิธีหนึ่ง เป็นการวาดลวดลายต่าง ๆ บนตัวแบบดิบ (ตัวแบบที่ยังไม่ได้เผาเป็นเครื่องเคลือบ) ด้วยเม็ดสี รูปแบบหลักของการวาดภาพสีแบบใต้เคลือบของจิ่งเต๋อเจิ้นมีลายครามเป็นหลัก จากนั้น

เคลือบด้วยสีขาวใส และนำเข้าเตาเผาครั้งที่หนึ่งที่อุณหภูมิ 1,300 องศา ทำให้พื้นผิวของเครื่องเคลือบมีความสดใส นุ่มนวลและเรียบเนียน โดยรวมมีความสดใสและง่ายต่อการเก็บรักษา และสีจะคงอยู่อย่างยาวนาน (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 9: ตัวอย่างผลงานชุด “หมูลายคราม” ตกแต่งด้วยการวาดภาพสีใต้เคลือบ
ที่มา: Guo Chao

5) การติดรูปลอก (Decal) งานหัตถกรรมการติดรูปลอกเป็นงานหัตถกรรมการตกแต่งเครื่องเคลือบแบบดั้งเดิม และยังเป็นหนึ่งในงานหัตถกรรมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในเครื่องเคลือบจื๋งเต๋อเจิ้น ซึ่งสามารถทำได้ทั้งแบบบนเคลือบและแบบใต้เคลือบ ผ่านการติดรูปลอกบนพื้นผิวของเครื่องเคลือบ จากนั้นนำไปเผาที่อุณหภูมิประมาณ 800 องศา ทำให้ลวดลายและเครื่องเคลือบผสานเป็นหนึ่งเดียว (Zhang Yalin, 2016)



ภาพที่ 10: ตัวอย่างการติดรูปลอกบนงานกระเบื้องเคลือบปี้ลิ่ง

6) การแกะสลัก การตกแต่งด้วยการแกะสลักจื๋งเต๋อเจิ้นเป็นหนึ่งในเทคนิคเครื่องเคลือบแบบดั้งเดิม เป็นกระบวนการผสมผสานระหว่างโคลนกับเครื่องเคลือบ โดยการใช้มีดแกะสลักเพื่อแกะสลักลวดลายต่าง ๆ ลงบนพื้นผิวโคลนที่แห้ง จากนั้นปกคลุมด้วยโคลนบนพื้นผิวของเครื่องเคลือบ จากนั้นดำเนินการเคลือบและเผาผลิต งานหัตถกรรมประเภทนี้ต้องใช้ช่างฝีมือและเทคนิคที่ชำนาญ จึงแกะสลักลวดลายได้อย่างถูกต้องและประณีต เทคนิคการแกะสลักลวดลายต่าง ๆ บนเครื่องเคลือบผ่านการเคลือบหลายชั้น การเผาผลิต และกระบวนการที่ซับซ้อนอื่น ๆ ทำให้ลวดลายบนพื้นผิวของเครื่องเคลือบมีความชัดเจน มีมิติ และละเอียด ซึ่งมีคุณค่าทางศิลปะสูง (Zhu Guihong, 2004)



ภาพที่ 11: ตัวอย่างการแกะสลักแก้วน้ำชากระต่ายหยก
ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย

3. การกำหนดตำแหน่งแบรนด์และขอบเขตในการออกแบบ

การกำหนดตำแหน่งแบรนด์เป็นกระบวนการกำหนดตำแหน่งของแบรนด์ในตลาดและกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น จุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ของแบรนด์ ตลาดเป้าหมายของแบรนด์ และคู่แข่ง การวางตำแหน่งแบรนด์ต้องชี้แจงข้อความที่แบรนด์ต้องการสื่อและสโลแกนวางตำแหน่งของแบรนด์เพื่อให้แน่ใจว่าแบรนด์มีเอกลักษณ์และมีตัวตนในตลาด (Qiao Chunyang, 2005) การวางแผนแบรนด์จำเป็นต้องชี้แจงเป้าหมายทั้งในระยะยาวและระยะสั้นของแบรนด์และต้องผ่านกระบวนการต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) การสำรวจตลาด ประกอบด้วยการวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์โอกาสในตลาด พบว่าในปัจจุบันยังไม่มีบริษัทหรือแบรนด์ที่ใช้วัฒนธรรมนักชัตรีเป็นที่มาการออกแบบหลักอย่างสมบูรณ์ แม้จะมีผู้ผลิตเครื่องเคลือบหลายแห่งในจังหวัดฉะเชิงเทราจำนวนมากก็ตาม ขณะที่ผู้คนมากขึ้นเริ่มให้ความสนใจกับมรดกทางวัฒนธรรมของผู้บริโภค

2) การสำรวจความต้องการของผู้บริโภคและเลือกตลาดเป้าหมาย พบว่ากลุ่มเป้าหมายมากกว่า 70% อยู่ในช่วงอายุ 30-50 ปี มีความสนใจและชื่นชอบวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยเฉพาะวัฒนธรรมนักชัตรีที่กำลังขึ้น และแสวงหาคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งยังมีความรู้ด้านวัฒนธรรมมีรสนิยมที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และความคิดสร้างสรรค์ โดยจะซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักชัตรีที่มีคุณภาพสูง กลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มาจากเมืองระดับ 1 ของจีน หรือพื้นที่ที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ มีระดับรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 หยวนต่อเดือน

3) การกำหนดตำแหน่งของแบรนด์ โดยใช้ชื่อแบรนด์ว่า “亦年” (ยี่เหนียน) ซึ่งคำว่า“亦” (ยี่) และ “—” (อี่) ออกเสียงคล้ายคลึงกัน และยังสามารถแปลว่า “反复” (ฟานฟู - ซ้ำ) ซึ่งหมายถึง “ปีแล้วปีเล่า” ให้ความหมายของวงจรที่หมุนกลับมาใหม่ มีความหมายใกล้เคียงกับวัฒนธรรมนักชัตรีวางตำแหน่งแบรนด์ให้ผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมและความทันสมัย เพิ่มองค์ประกอบสมัยใหม่ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น เส้นที่เรียบง่าย รูปทรงที่ลื่นไหล กำหนดให้เป็นทั้งงานศิลปะและผลิตภัณฑ์ที่ใช้จริง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ โดยอาจซื้อเป็นของขวัญและของสะสมได้



4) การกำหนดตลาดเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง เป้าหมายหลักคือผู้มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูงในประเทศจีน ซึ่งมีอำนาจในการบริโภคสูง มีการรับรู้และสนใจวัฒนธรรมดั้งเดิมของจีน ส่วนกลุ่มเป้าหมายรองของแบรนด์นี้คือตลาดมวลชนภายในประเทศของจีน ไปจนถึงตลาดของชาวจีนโพ้นทะเล ซึ่งอาจไม่ได้ตระหนักและสนใจวัฒนธรรมดั้งเดิมมากเท่ากลุ่มเป้าหมายหลัก

4. การกำหนดประเภทผลิตภัณฑ์ของเครื่องเคลือบนักซ์ตร

1) งานศิลปะเพื่อการสะสม: เน้นถึงคุณค่าดั้งเดิมและประวัติศาสตร์ของวัฒนธรรมนักซ์ตร เนื่องจากการสืบทอดและการส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิมเป็นพันธกิจของแบรนด์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักซ์ตรให้เป็นงานศิลปะหรือของสะสม และใช้การออกแบบของศิลปินและช่างฝีมือที่มีชื่อเสียงเพื่อสร้างผลงานที่มีลักษณะสร้างสรรค์ส่วนบุคคลและการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ จึงจะสามารถดึงดูดผู้บริโภคที่ชื่นชอบสะสมผลงานศิลปะทางวัฒนธรรม



ภาพที่ 12: ลักษณะของศิลปะเพื่อการสะสม ในรูปแบบงานกระเบื้องลายกระต่าย
ที่มา: Han Meilin

2) ผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและมินิวัตกรรม: เน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์และเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีความทันสมัยและมีความเป็นส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมักมีรูปร่าง สีและวัสดุที่หลากหลาย รวมถึงรูปลักษณะทางศิลปะและการออกแบบ ใช้เทคนิคการผลิตสมัยใหม่เช่น การออกแบบดิจิทัล การพิมพ์ 3 มิติ และเทคโนโลยีอื่นๆ เพื่อรับประกันคุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 13: ลักษณะและรูปแบบการใช้เทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมการผลิตชุดกระต่ายปีศาจ

3) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเรือนและสินค้าไลฟ์สไตล์: ผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตรดังกล่าวใช้เพื่อเป็นของตกแต่งบ้านหรือของใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีเป้าหมายเพื่อผสมผสานวัฒนธรรมนักษัตรเข้ากับชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ประเภtnั้นเน้นไปที่การใช้งานจริง ความสวยงาม และการจับคู่ผลิตภัณฑ์ มุ่งมั่นที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบนักษัตรที่เข้ากับวิถีชีวิตสมัยใหม่ และความต้องการในชีวิต



ภาพที่ 14: ตัวอย่างโคมไฟเครื่องเคลือบราศีเสือ

4) ตุ๊กตานักษัตร: เน้นความน่ารัก เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้เป็นของเล่น ของขวัญ เก็บสะสม



ภาพที่ 15: สุนัขเซน

5) ของใช้บนโต๊ะอาหารแบบนักษัตร: ผสมผสานรูปนักษัตรไว้ในเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เป็นงานหัตถกรรมอันประณีตที่ใช้งานได้จริง และสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมพร้อมกับให้สุนทรีภาพ



ภาพที่ 16: ตัวอย่างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารนักษัตรวัว



5. การกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด

ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการสื่อสารและการตลาดเชิงรุกผ่านช่องทางที่หลากหลาย ได้แก่ 1) กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นการดึงดูดความสนใจผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การจัดนิทรรศการวัฒนธรรมนักชื้อร การประมูลงานศิลปะ และกิจกรรมสร้างประสบการณ์ร่วมเชิงโต้ตอบ โดยบูรณาการความร่วมมือกับหอศิลป์ พิพิธภัณฑ์ และสมาคมอุตสาหกรรมเพื่อรวบรวมผลงานสร้างสรรค์ที่โดดเด่น ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยสร้างการรับรู้ในตัวแบรนด์ แต่ยังเป็นการสร้างเชื่อมโยงที่ลึกซึ้งระหว่างผู้บริโภคกับวัฒนธรรมนักชื้อร 2) การสื่อสารข้อมูลการตลาดเชิงคุณค่า (Content Marketing) โดยนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคตินิยมเรื่องการรักษาธรรมชาติและโซคลาภ เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้คนและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่อง 3) การแสดงผลในพื้นที่ออฟไลน์ ผ่านการจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้าและนิทรรศการศิลปะ เพื่อให้ผู้บริโภคได้สัมผัสกับคุณภาพของงานเครื่องเคลือบจริง 4) การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการสร้างร้านค้าบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซควบคู่ไปกับการสื่อสารผ่านการถ่ายทอดสด (Live Streaming) โดยเชิญนักวิชาการและนักออกแบบมาร่วมถ่ายทอดเรื่องราวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และ 5) การบริหารจัดการความสัมพันธ์และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงการบริการและสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ซึ่งการบอกต่อในเชิงบวกจากกลุ่มผู้บริโภคถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืนของแบรนด์ในระยะยาว

6. การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา

ด้านกลยุทธ์การกำหนดราคาของเครื่องเคลือบนักชื้อร แบรนด์จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น ต้นทุนการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ และความต้องการของตลาดอย่างครอบคลุม เพื่อตอบสนองความต้องการและงบประมาณของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันผ่านกลยุทธ์ที่หลากหลาย ได้แก่ 1) กลยุทธ์ราคาสูง (Premium Pricing) ที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคระดับไฮเอนด์ (High-end) โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมูลค่าสูงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความหรูหราและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ 2) กลยุทธ์การกำหนดราคาระดับกลาง ซึ่งมุ่งเน้นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ในตลาดทั่วไปที่ต้องการผลิตภัณฑ์คุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม 3) กลยุทธ์การกำหนดราคาระดับต่ำ เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับด้านราคา ช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์และขยายส่วนแบ่งทางการตลาด 4) กลยุทธ์การขายแบบผสมผสาน (Bundling Strategy) เพื่อเพิ่มยอดขายและผลกำไรด้วยการรวมผลิตภัณฑ์หลายชนิดเข้าด้วยกัน 5) กลยุทธ์การกำหนดราคาที่แตกต่างกันตามภูมิภาค โดยปรับเปลี่ยนตามระดับการบริโภคและการแข่งขันในแต่ละพื้นที่ และ 6) กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนราคาตามตำแหน่งผลิตภัณฑ์และสถานการณ์ตลาด ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

7. การออกแบบตราสินค้า และผลิตภัณฑ์

จากการรวบรวมข้อมูลและวางแผนแนวทางการพัฒนาแบรนด์ ผู้วิจัยได้ถ่ายทอดผลการศึกษา

ออกมาเป็นการออกแบบตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ต้นแบบภายใต้ชื่อแบรนด์ “亦年” (อีเหนียน/Yi Nian) โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.1 การออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ผู้วิจัยได้กำหนดภาพลักษณ์ของแบรนด์ผ่านชื่อ “亦年” (ZODIAC) เพื่อสื่อถึงการหมุนเวียนเปลี่ยนผ่านของปีนักษัตรที่ไม่รู้จบ ตราสัญลักษณ์ได้รับการออกแบบโดยใช้ “สีแดง” เป็นสีหลักเพื่อสะท้อนความสิริมงคลตามคติความเชื่อจีน องค์ประกอบภายในวงกลมใช้ลวดลาย “กิ้งก้านดอกบัวพันกัน” ซึ่งเป็นลายดั้งเดิมที่ทรงคุณค่าในงานเครื่องเคลือบ โดยผู้วิจัยได้แทรกรูปทรงของนักษัตรทั้ง 12 ชนิดลงไปในลวดลายกิ้งไม้และใบไม้อย่างกลมกลืน เพื่อส่งต่อความหมายเรื่องความสุขและความเจริญรุ่งเรืองของวงศ์ตระกูล ดังภาพที่ 17



ภาพที่ 17: ตราสินค้า (Logo) ของแบรนด์ “อีเหนียน” (亦年, Yi Nian)
ที่มา: ผู้วิจัย (2023)

7.2 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ในการเปลี่ยนแนวคิดสู่รูปธรรม ผู้วิจัยได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 ชุด ที่แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ศิลปะดั้งเดิมเข้ากับฟังก์ชันสมัยใหม่ ดังนี้:

1) ชุดเครื่องชาปีม้งกร (Dragon Zodiac Tea Set): ออกแบบมาเพื่ออับวาระปีม้งกร ค.ศ. 2024 โดยนำชุดชาทั้งแบบจีนมาตีความใหม่ ตัวภาชนะตกแต่งด้วย “ลวดลายมังกรน้ำทะเล” (Sea Dragon Pattern) ที่มีลายเส้นพลิ้วไหวมีชีวิตชีวา เพื่อสื่อถึงอำนาจบารมีและความร่มเย็นเป็นสุขของประชาชน พร้อมทั้งจัดวางตราสัญลักษณ์แบรนด์ไว้ที่ก้นภาชนะเพื่อป้องกันความเสียหายและมูลค่าของงานศิลปะ ดังภาพที่ 18



ภาพที่ 18: ชุดเครื่องชาปีม้งกร มีโลโก้แบรนด์ที่ก้นภาชนะ
ที่มา: ผู้วิจัย (2023)



2) ชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารนักษัตร (Zodiac Tableware Set): งานชุดนี้เป็นนวัตกรรม การออกแบบที่ใช้วิธี “บูรณาการวัสดุข้ามพรมแดน” เพื่อลดข้อจำกัดของงานเครื่องเคลือบแบบเดิม โดยผู้วิจัยได้นำเครื่องเคลือบมาใช้งานร่วมกับ “ไม้วอลนัท” และ “ทองเหลือง” เช่น การใช้ไม้เป็นวัสดุ หลักของฐานรองภาชนะ และใช้เทคนิคการฝังทองเหลืองเพื่อแสดงโลโก้แบรนด์ รวมถึงการออกแบบ ตะเกียบที่ผสมผสานวัสดุทั้งสามชนิดเข้าด้วยกัน ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง ทนทาน และมีรูปลักษณะ ที่ร่วมสมัย ตอบโจทย์รสนิยมและการใช้งานในชีวิตประจำวันได้จริง ดังภาพที่ 19



ภาพที่ 19: ชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารนักษัตร และฐานไม้ฝังทองเหลือง
ที่มา: ผู้วิจัย (2023)

การออกแบบทั้งหมดนี้ไม่เพียงแต่เป็นการสืบสานงานช่างฝีมือดั้งเดิม แต่ยังเป็นการยกระดับ เครื่องเคลือบนักษัตรให้มีภาพลักษณ์ที่เป็นสากล สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่ ให้ความสำคัญกับทั้งเรื่องราวทางวัฒนธรรมและความงามในเชิงสร้างสรรค์

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องการสำรวจวัฒนธรรมนักษัตรสู่แนวทางการออกแบบเครื่องเคลือบร่วมสมัย จื๋อเต๋อจีน สามารถสรุปผลได้ว่า วัฒนธรรมนักษัตรจีนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้อง ไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อการสร้างสรรค์ศิลปกรรมในเมืองจื๋อเต๋อจีน โดยไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่สัญลักษณ์แทนปีเกิด แต่ยังเป็นเครื่องมือในการสื่อสารความหมายอัน เป็นมงคลและสะท้อนจิตวิญญาณของชาติ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเทคนิคการผลิตเครื่องเคลือบ นักษัตรมีความหลากหลาย ตั้งแต่การใช้ดินขาวคุณภาพสูงไปจนถึงเทคนิคการตกแต่งที่ซับซ้อน เช่น การวาดสีบนเคลือบ (Overglaze) และการวาดสีใต้เคลือบ (Underglaze) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ของช่างฝีมือจื๋อเต๋อจีนที่สืบทอดกันมานับพันปี

ในส่วนของการอภิปรายผล ประเด็นสำคัญที่พบคือการจัดการแบรนด์ “ยี่เหนียน (Yi Nian)” สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์จากงานหัตถกรรมดั้งเดิมสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ร่วมสมัยได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่เน้นการนำทุนทางวัฒนธรรมมา

สร้างมูลค่าเพิ่ม ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน พบว่าผู้บริโภคยุคใหม่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานระหว่าง “สุนทรียภาพดั้งเดิม” และ “ฟังก์ชันการใช้งานสมัยใหม่” การทำงานวิจัยนำเสนอแนวทางการออกแบบที่ใช้การลดทอนรูปทรง (Simplification) และการใช้เส้นสายเรขาคณิตมาประยุกต์ใช้นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ หวัง จุน (Wang Jun, 2017) ที่ระบุว่าการทำงานให้วัฒนธรรมดั้งเดิมมีความทันสมัยเป็นกุญแจสำคัญในการสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืน

นอกจากนี้ การใช้กลยุทธ์การตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ร่วมกับการสื่อสารเรื่องราวของแบรนด์ (Storytelling) เกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคลาภของนักษัตร ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการแบรนด์ของ เฉียว ชุนหยาง (Qiao Chunyang, 2005) ที่เน้นว่าแบรนด์ต้องสร้างความประทับใจและทิ้งร่องรอยไว้ในใจผู้บริโภคผ่านสัญลักษณ์และวัฒนธรรม การวิจัยนี้จึงพิสูจน์ให้เห็นว่าความสำเร็จของการออกแบบเครื่องเคลือบนักษัตรในปัจจุบัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทักษะเชิงช่างเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการจัดการแบรนด์เชิงกลยุทธ์และการออกแบบที่เข้าใจบริบทของสังคมร่วมสมัย เพื่อให้งานศิลปกรรมดั้งเดิมของจีนต่อเจินสามารถดำรงอยู่และแข่งขันได้ในระดับสากล

คำประกาศการใช้ปัญญาประดิษฐ์

ระหว่างการจัดทำผลงานนี้ ผู้เขียนได้ใช้ Gemini 3 โดย Google เพื่อช่วยเรียบเรียงและปรับภาษาวิชาการให้ชัดเจนและเหมาะสม โดยไม่ได้ใช้เครื่องมือดังกล่าวในการสร้างเนื้อหาใหม่แทนผู้เขียน หลังการใช้ผู้เขียนได้ตรวจสอบ แก้ไข และรับผิดชอบเนื้อหาทั้งหมดด้วยตนเอง

Declaration of AI Usage

During the preparation of this work, the author utilized Google's Gemini 3 to assist in organizing and refining academic language for clarity and appropriateness. The tool was not used to generate new content on behalf of the author. Following its use, the author reviewed, edited, and assumes full responsibility for all content.

บรรณานุกรม

- เฉียว ชุนหยาง (Qiao, C.). (2005). วัฒนธรรมแบรนด์ [Brand culture]. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยจงซาน.
- จู กุ้ยหิง (Zhu, G.). (2004). งานหัตถกรรมดั้งเดิมของเครื่องเคลือบจิ่งเต๋อเจิน [Traditional handicrafts of Jingdezhen porcelain]. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเจียงซี.
- จาง ย่าหลิน (Zhang, Y.). (2016). ประวัติศาสตร์การออกแบบเครื่องเคลือบจีน [History of Chinese porcelain design]. สำนักพิมพ์วิจิตรศิลป์เจียงซี.
- หวัง จุน (Wang, J.). (2017). วัฒนธรรมนักษัตรโบราณประเทศจีน [Ancient Chinese zodiac culture]. สำนักพิมพ์การพาณิชย์ประเทศจีน.