

ปีที่ 30 ฉบับ 10315 วันจันทร์ที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2559 หน้า 27

Biz@Design
 สุวิทย์ วงศ์จิวราวาณิช
 facebook.com/SuwitBrand

หยิบดินปั้นแบรนด์



นอกจากรูปทรง การเพ้นท์ลวดลาย การเคลือบ อุดหนุนมิ
 ในการเผา แล้ว วัตถุดิบ “ดิน” ถือว่าเป็นจุดตั้งต้นการสร้าง
 เอกลักษณ์ที่แตกต่างบนเครื่องปั้นดินเผา อาจกล่าวได้ว่า “ดิน”
 เป็นหัวใจหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเลยก็ว่าได้
 “ดิน” แต่ละท้องที่ แต่ละภูมิภาคต่างมีคุณลักษณะและคุณสมบัติที่แตกต่าง ส่งผล
 ให้เนื้อดินหลังจากการเผา มี “สี” และ “คุณลักษณะ” ที่ต่างกัน

เช่น ดินขาวจากลำปาง เมื่อเผาแล้วจะได้ชิ้นงานเป็นสีขาว นิยมนำมาทำผลิต
 ภัณฑ์พอร์ซเลน ดินด่านเกวียนเป็นดินเหนียวเนื้อละเอียด ง่ายต่อการขึ้นรูป
 ทนทานต่อการเผา เมื่อถูกเผาจะให้สีธรรมชาติเป็นสีแดง เกิดจากธาตุเหล็กที่พบ
 อยู่ในเนื้อดิน เป็นต้น

ด้วยคุณสมบัติและสีที่แตกต่างของเนื้อดินนี้เอง ทำให้ “จิรวรงค์ วงษ์ตระหง่าน”
 ตัดสินใจนำความพิเศษเฉพาะของเนื้อดินแต่ละท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นชิ้นงาน



เครื่องปั้นดินเผา นอกจากรูปทรง
 ที่มีเอกลักษณ์แล้ว เขายังนำสีที่
 ต่างของเนื้อดินจากเชียงใหม่
 และจังหวัดอื่นๆ ทางภาคเหนือมา
 สร้างลวดลายบนชิ้นงาน พร้อม
 ตกย้อมถึงถิ่นกำเนิดผ่านเนื้อดิน
 ที่เลือกใช้

เขายังให้ความสำคัญกับการ
 เคลือบผิวเนื้อดินโดยใช้เทคนิค
 การเคลือบผิวด้วยวิธีธรรมชาติ
 สร้างเสน่ห์บนชิ้นงานได้อย่าง
 ลงตัว (www.facebook.com/
 jirawonglanshi)

นอกจากจิรวรงค์จะสร้างสรรค์
 ผลิตภัณฑ์ให้กับ Inclay Studio
 Pottery สตูดิโอของเขาเอง ก็ยัง

เปิดสอนให้กับผู้ที่อยากลองทำชิ้นงานเครื่องปั้นดินเผา เรียกได้ว่า เปิดพื้นที่เรียนรู้
 และแบ่งปันประสบการณ์การทำงานร่วมกัน ผลิตภัณฑ์ของ Inclay Studio
 Pottery มีตั้งแต่ของตกแต่งบ้านไปถึงของใช้ในชีวิตประจำวัน

อีกหนึ่งผลงานสร้างสรรค์ของนักออกแบบ ที่ตั้งเอกลักษณ์ท้องถิ่นมาสร้างสรรค์
 เป็นชิ้นงานที่มีความร่วมสมัย การสร้างแบรนด์บนผลิตภัณฑ์จึงไม่ใช่การเดินทาง
 ตามเทรนด์อิงกระแสโลกเพียงอย่างเดียว แต่การศึกษาถึงรากเหง้าของท้องถิ่น
 แล้วนำมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมก็สามารถสร้างจุดขายมัดใจผู้บริโภคได้เช่น
 เดียวกัน



