

การออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรไทย
PACKAGING DESIGN FOR THAI HERB COSMECEUTICALS



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานานาชาติศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2558

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรไทย
PACKAGING DESIGN FOR THAI HERB COSMECEUTICALS



นางสาวพรสวรรค์ ฉันทวรลักษณ์

ร.พ.
พ 424 ก
2558

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 145750
รับเดือนปี 23 ส.ค. 2560

19836649
b.....
l.....

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิตศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรไทย
PACKAGING DESIGN FOR THAI HERB COSMECEUTICALS



นางสาวพรแสพร ฉันทวรลักษณ
Miss PROWPEAR CHANTAVORALUK

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิตศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....*เสาวภา พงษ์คุณากร* วันที่.....*29 มิถุนายน 2559*.....

(อาจารย์เสาวภา พงษ์คุณากร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรไทย
ชื่อ	นางสาวพราวแพร ฉันทวรลักษณ์
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2558
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์เสาวภา พงษ์คุณากร

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันโลกเปิดกว้างผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารมากขึ้นจึงรู้ทันพิษภัยของสารเคมีและหันมาให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางและเวชสำอาง เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว สบู่ สริมอบน้ำ ยาสระผม เป็นต้น ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและสมุนไพรอยู่บ้างแต่ส่วนใหญ่นิยมใช้ในกลุ่มวัยผู้ใหญ่ โครงการออกแบบกราฟฟิกผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรไทยนี้จึงต้องการขยายกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มที่มีอายุน้อยลงเป็นวัยรุ่นอายุระหว่าง 18-25 ปี และเป็นคนรุ่นใหม่จึงต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์ที่น่าสนใจและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายใหม่

โครงการออกแบบกราฟฟิกผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรไทย ซึ่งในภาคเหนือของไทยอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชสมุนไพรจึงเลือกใช้สมุนไพรทางภาคเหนือและในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงได้นำเอกลักษณ์ของผ้าไทยทางภาคเหนือมาใช้ในการออกแบบ เช่น ลายน้ำไหล นำมาตัดทอน ผสมผสานกับการตัดทอนของสมุนไพรชนิดต่างๆ เช่น พลูดาว ทับทิม ใบชาเขียว น้ำมันข้าว เป็นต้น ได้ออกแบบให้ทันสมัยมากขึ้น ขอบเขตของงานประกอบไปด้วย การออกแบบโลโก้ , การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ โทเนอร์ เซรั่ม ครีมบำรุงผิว ครีมบำรุงผิวหน้า สครับขัดผิว สบู่ก้อนล้างหน้า ครีมอาบน้ำ ลิปมัน , ผลิตภัณฑ์รวมชุด , ฤดูกระดาษ 2 ขนาด

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้คงไม่อาจประสบความสำเร็จได้ถ้าปราศจากความช่วยเหลือให้คำแนะนำ และความเอาใจใส่ห่วงใยและ ที่สำคัญกำลังใจจากบุคคลต่างๆเหล่านี้

ขอขอบพระคุณ

พ่อแม่ และครอบครัวที่คอยสนับสนุน คอยดูแลและให้กำลังใจเสมอมา

อาจารย์ที่ปรึกษา อ.เสาวภา พงษ์คุณากร (ครูนิค) ที่สั่งสอน แนะนำติชม คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือให้งานออกมาราบรื่น และสมบูรณ์

อ.พรพรรณศรี ชูอารยะประทีป(ครูแดง) , อ.วรพล ยวงเงิน(ครูอ้น) , อ.กรณิ ประดิษฐ์เขต และกรรมการท่านอื่นๆที่คอยแนะนำติชมงาน และให้กำลังใจจนผ่านไปได้ด้วยดี

พี่น้อง ศอ. ที่คอยช่วยให้คำปรึกษาเรื่องแพคเกจ ขวด และคอยให้กำลังใจตลอดการทำโครงการนี้จนสำเร็จ

สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่ช่วยเหลือและให้คำแนะนำเสมอมาตลอดจนช่วยเป็นกำลังใจให้กันมาโดยตลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	ง
บทที่	
1	บทนำ
1.1	ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ..... 1
1.2	วัตถุประสงค์ของโครงการ..... 2
1.3	ขอบเขตของโครงการ..... 2-3
1.4	แนวทางการบรรลุเป้าหมาย..... 3
2	ผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรไทย
2.1	ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง..... 4-5
2.2	เครื่องสำอาง..... 6-7
2.3	สมุนไพรไทย..... 8-10
2.4	มนุษย์กับความงาม..... 11
2.5	ประสิทธิภาพของเครื่องสำอางสมุนไพร..... 11-13
2.6	ข้อควรรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพร..... 13
2.7	แบรนด์ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง..... 14-15
3	วัฒนธรรมล้านนา
3.1	วัฒนธรรมล้านนา..... 16-19
3.2	ผ้าพื้นเมืองของภาคเหนือ 20-22
3.3	ประเพณีของภาคเหนือ..... 23-29

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่

4	การออกแบบบรรจุภัณฑ์	
4.1	การออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์.....	30
4.2	ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	31-32
4.3	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี.....	32-33
4.4	หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	33-37
5	การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น	
5.1	Concept ของแบรนด์.....	38
5.2	ภาพลักษณ์.....	38
5.3	Mood & Tone.....	38
5.4	กลุ่มเป้าหมาย.....	38
5.5	ชนิดของสมุนไพรมะเขือเทศ.....	39
5.6	3แนวทางพร้อมกราฟฟิคภาพประกอบละเอียด.....	40-51
6	การออกแบบ	
6.1	ที่มาของโลโก้.....	52
6.2	Concept การออกแบบ.....	53
6.3	กราฟฟิคที่เลือกใช้อย่างละเอียด.....	54-55
6.4	การเลือกรูปร่างของขวดกล่อง.....	56
7	ผลงานสำเร็จ	
7.1	ภาพกราฟฟิคสำเร็จทั้งหมด.....	57-63
7.2	ภาพคลังของกล่องสำเร็จ.....	64-83
7.3	ภาพถ่ายของจริง.....	84-87
8	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
8.1	ปัญหาในการทำงาน.....	88

บรรณานุกรม

ประวัติผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของโครงการ

ปัจจุบันวิวัฒนาการของเทคโนโลยีต่างๆ ประกอบกับการศึกษาวิจัยของมนุษย์ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้คนเพื่อความสวยงาม บุคลิกภาพและสุขภาพในนิยามของคำว่าเครื่องสำอาง โดยเครื่องสำอางมีหลายชนิดและสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ เวชสำอาง ได้แก่ เครื่องสำอางเพื่อการรักษาและบำรุง และเครื่องสำอางทั่วไปซึ่งใช้เป็นเครื่องสำอางเพื่อปรุงแต่งความงาม

แต่ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งที่สร้างปัญหาให้กับผู้บริโภคและการกำกับดูแลของภาครัฐมากพอ สมควรโดยอาศัยกลยุทธ์ของการเป็นเครื่องสำอาง หลีกเลี่ยงการเป็นยา ที่จะถูกควบคุมกำกับอย่างเข้มงวด มีการใช้ส่วนผสมใหม่ๆ อ้างสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ทั้งเรื่องของฉลากและโฆษณาก้าวล่วงไปในความเป็นยา ทำให้ผู้บริโภคคาดหวังในสรรพคุณที่เกินความเป็นจริง มองข้ามหลักความปลอดภัย ผลที่ได้รับคือผลกระทบจากผลิตภัณฑ์ที่มีสารที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ ปัญหาเหล่านี้ในวันยิ่งทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นดังนั้นก็จึงควรหันมาใส่ใจกับผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจาธรรมชาติมากขึ้น

ต่างชาติมีแบรนด์สินค้าเครื่องสำอางและเวชสำอางจากธรรมชาติมากมายและเป็นที่ยอมรับสำหรับคนไทย ในท้องถิ่นไทยเองนั้นก็ยังมีสมุนไพรไทยที่มีประโยชน์มากทั่วภูมิภาค โดยเฉพาะภาคเหนือของไทย เนื่องจากในภาคเหนือตอนบนของไทย เป็นแหล่งที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ Bio Diversify และอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชสมุนไพร นอกจากนี้ยังมีภูมิปัญญาล้านนาที่เล่าขานตำนานการแพทย์ที่สืบทอดหลายชั่วคน ทางด้านวิทยาการสมัยใหม่เรามีนักวิจัย และงานค้นคว้าเชิงวิชาการด้านสมุนไพรอย่างมากมายในมหาวิทยาลัยต่างๆไม่ว่า เชียงใหม่ นครศรีธรรมราช แม่โจ้ เป็นต้น ทั้งหลายทั้งปวงนี้ คือจุดแข็งของจังหวัดในกลุ่มล้านนาซึ่งประกอบด้วยจังหวัด เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และ แม่ฮ่องสอน เป็นแหล่งสมุนไพรไทยที่ขึ้นชื่อเรื่องสมุนไพรสำหรับบำรุงผิวพรรณโดยเฉพาะ หุบเขาล้านนาก็ขึ้นชื่อว่าเป็น “หุบเขาแห่งเครื่องสำอาง”

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 ศึกษาศิลปะวัฒนธรรมล้านนาและสมุนไพรไทยเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ
- 1.2.2 ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- 1.2.3 ออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ สำหรับเวชสำอางจากสมุนไพรไทยเพื่อให้สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ วัฒนธรรมของภาคเหนือ และความเป็นธรรมชาติ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์

1.3.2 บรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า

1. โทเนอร์ จากสมุนไพร3ชนิด มะหาด ชะเอมเทศ แดงกวา
2. เซรั่ม AHA mix Fruit เอเอชเอจากผลไม้ 3 ชนิด มะเขือเทศ มะเฟือง มะกรูด
3. ครีมบำรุงผิวหน้า 5 สูตร ชาออร์แกนิกและมะลิ , บุนนาคและน้ำมันข้าว , ทับทิม , พลูคา , เกสรบัวหลวง
4. สบู่ก้อนล้างหน้า 5 สูตร ชาออร์แกนิกและมะลิ , บุนนาคและน้ำมันข้าว , ทับทิม , พลูคา , เกสรบัวหลวง

ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวกาย

1. ครีมอาบน้ำ 5สูตร ชาออร์แกนิกและมะลิ , บุนนาคและน้ำมันข้าว , ทับทิม , พลูคา , เกสรบัวหลวง
2. สบู่ขัดผิว 5 สูตร ชาออร์แกนิกและมะลิ , บุนนาคและน้ำมันข้าว , ทับทิม , พลูคา , เกสรบัวหลวง

เครื่องสำอาง

- 1.ลิปบาร์ม 2 สูตร เปเปอร์มัน น้ำมันข้าว

ผลิตภัณฑ์รวมชุด

1. ชุดสบู่ล้างหน้า 5 สูตร
2. ชุดชาออร์แกนิกและมะลิ
3. ชุดบุนนาคและน้ำมันข้าว
4. ชุดทับทิม
5. ชุดพลูคา
6. ชุดเกสรบัวหลวง

1.3.3บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก

1. ถุงกระดาษ 2 ขนาด

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1.4.1 รวบรวมข้อมูล

1. สมุนไพรชนิดต่างๆ เช่น
2. ศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา
3. ข้อมูลแบรนด์वेशสำอางใกล้เคียง
4. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.4.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

สรุปข้อมูลและภาพลักษณ์ของร้าน

กลุ่มเป้าหมาย

วางแผนทางการออกแบบ

1.4.3 การออกแบบพัฒนาแบบร่าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรไทย

ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง

เวชสำอาง cosmeceuticals มาจากคำว่า เวชภัณฑ์ และ เครื่องสำอาง ซึ่งก็คือ ยาหรือ เวชภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเป็นเครื่องสำอางค์ โดยมากมักจะหมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้เสริมความงาม ชลอความเหี่ยวย่น หรือลบจุดต่างด่าง

เวชสำอาง ที่รู้จักกันในปัจจุบันมีมากมาย เช่น AHA, Vitamin E, Arbutin, Hyaluronic acid, Ceramide, Sun-screen substance, Oxylastil, Whitening agents และ Anti-cellulites ฯลฯ

คอสมเซอูติคอล (Cosmeceutical) หรือเวชสำอางค์ ได้กลายมาเป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักครีมบำรุงผิว เพราะเป็นครีมที่อยู่กึ่งกลางระหว่างยาและเครื่องสำอางค์ ซึ่งจะออกฤทธิ์ได้ผลดีกว่าเครื่องสำอางค์แต่ไม่เกิดอาการระคายเคือง คอสมเซอูติคอลหรือเวชสำอางค์ตอนนี้ ปัจจุบันผู้บริโภคหันมานิยมผลิตภัณฑ์เวชสำอางมากขึ้น ถือว่าเป็น Today Generation และกำลังจะเข้ามาเป็นมาตรฐานของเครื่องสำอาง เนื่องจากสมัยก่อนครีมบำรุงผิวทั่วไปมักจะทำมาจากส่วนผสมของน้ำและน้ำมัน แต่ต่อมาได้เพิ่มประสิทธิภาพการบำรุงผิวต่างๆเข้ามา

“เวชสำอางค์” ก็จะเพิ่มสารออกฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพสูงในปริมาณที่มากกว่าเครื่องสำอางค์ทั่วไป แต่ไม่ไช่ยาและไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคือง เช่นถ้าครีมบำรุงผิวทั่วไปมี AHA 0.1% ในเวชสำอางค์ก็จะมีเปอร์เซ็นต์ที่สูงกว่า ในต่างประเทศผลิตภัณฑ์เวชสำอางค์เป็นที่นิยมกันมาก เนื่องจากได้ผลดีมากกว่าเครื่องสำอางค์ทั่วไปแต่ไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคือง ทำให้ผลิตภัณฑ์เวชสำอางมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เวชสำอางธรรมชาติ (Natural Cosmeceuticals) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องไม่มีส่วนผสม (เช่น กลิ่น สี สารปรุงแต่ง สารที่ทำให้คงสภาพ ตัวทำลายลาย เป็นต้น) ที่เป็นสารสังเคราะห์ รวมทั้งยังต้องไม่มีการฉายรังสี ไม่มีการใช้วัตถุพิษที่ปนเปื้อนหรือตัดแต่งพันธุกรรม และไม่ใช้สัตว์ทดลอง (โดยการไม่ใช้สัตว์ทดลองมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบประสิทธิภาพและอาการแพ้ที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผลิตขึ้นมาใหม่) และผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติมีราคาที่ไม่สูงมาก

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทยนับว่ามีกลยุทธ์การปรับตัวที่น่าสนใจอย่างมาก ซึ่งนอกจากการปรับตัวเพื่อหาตลาดเฉพาะหรือ “นิชมาร์เก็ต” และการแสวงหาตลาดส่งออกแล้ว ตลาดที่น่าสนใจมากคือ ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง โดยเฉพาะเวชสำอางที่ใช้สมุนไพรหลากหลายชนิดเป็นวัตถุดิบ ซึ่งสินค้าในกลุ่มนี้ได้ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากตอบรับกับกระแสสังคมธรรมชาติ โดยที่ไทยมีความได้เปรียบในแง่ของความปลอดภัยและความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบประเภทสมุนไพรที่สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์

เวชสำอางนานาชาติ ซึ่งผู้ประกอบการของไทยต้องเร่งยกระดับมาตรฐานการผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์เวชสำอางในประเทศ โดยมีโอกาสที่จะขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างมาก

ปัจจุบันตลาดเวชสำอางในประเทศมีมูลค่าตลาดสูงถึง 2,000 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 30 ต่อปี โดยตลาดเครื่องสำอางจากสมุนไพรแบ่งออกเป็นกลุ่มยี่ห้อต่างประเทศ และกลุ่มที่ผลิตในประเทศ จุดขายสำคัญที่น่าจับตามองคือ การสร้างภาพลักษณ์สินค้าให้สอดคล้องกับกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เดิมนั้นราคาของเครื่องสำอางสมุนไพรที่วางจำหน่ายจะอยู่ในเกณฑ์สูง โดยเฉพาะเครื่องสำอางสมุนไพรนำเข้า ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจะเป็นผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไป และส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยทำงาน แต่ปัจจุบันผู้ประกอบการพยายามขยายฐานลูกค้าเพื่อจับตลาดกลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและต่อเนื่อง รวมทั้งมีการขยายตัวของการผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรในระดับชาวบ้านหรือกลุ่มแม่บ้านต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยสินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรกลุ่มนี้ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางสมุนไพรที่นำเข้า ทำให้ได้รับการตอบรับของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างมาก อีกทั้งความนิยมของสถานเสริมความงามด้วยสมุนไพรที่มีการเปิดตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ตลาดของเครื่องสำอางสมุนไพรขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบันธุรกิจเวชสำอางหันมาให้ความสนใจกับแหล่งสมุนไพรในประเทศเขตร้อน เนื่องจากในประเทศเหล่านี้ยังมีความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของสมุนไพรที่เหมาะสมจะใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตเวชสำอางประเภทต่างๆ ดังนั้นจึงนับว่าเป็นโอกาสอันดีสำหรับประเทศไทยในฐานะที่เป็นแหล่งสำคัญสำหรับวัตถุดิบของการผลิตเวชสำอาง ซึ่งการผลิตนี้ให้มีการค้นคว้าวิจัย และพัฒนาจนกระทั่งผลิตผลิตภัณฑ์เวชสำอางต่างๆ ออกมาได้ ผลิตภัณฑ์เวชสำอางของไทยก็จะได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและในตลาดโลก

อนาคตของตลาดเวชสำอางหรือเครื่องสำอางสมุนไพรของไทยมีแนวโน้มแจ่มใสทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ เนื่องจากได้ปัจจัยหนุนจากกระแสนิยมธรรมชาติ และการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรของไทยนั้นต้องอาศัยจุดแข็งในเรื่องความได้เปรียบในเรื่องความหลากหลายและความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบสมุนไพร รวมทั้งการผลิตให้สมุนไพรของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับของชาวต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งการรุกคืบไปเปิดตลาดเวชสำอางในต่างประเทศต้องอาศัยฐานการผลิตและการตลาดที่เข้มแข็งในประเทศก่อนเพื่อที่จะสามารถก้าวไปแข่งขันกับเครื่องสำอางของบริษัทยักษ์ใหญ่ทั้งหลายได้ โดยการเจาะตลาดแบบเฉพาะเจาะจงหรือ “นิชมาร์เก็ต” จึงจะประสบความสำเร็จ

เครื่องสำอาง

ในการผลิตเครื่องสำอาง มีลักษณะการเตรียมหรือการผลิตเหมือนกับการเตรียมหรือการผสมยา แต่ในกรณีของการเตรียมเครื่องสำอางจะมีลักษณะที่เฉพาะเด่นชัดที่แตกต่างจากการผลิตยาอยู่ 3 ประการ คือ

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมชวนดม
2. มีลักษณะสวยงาม ทั้งลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบรรจุหีบห่อ
3. ใช้งานได้ง่าย สะดวกต่อการพกพาเครื่องสำอางโดยทั่วไป จะต้องบอกคุณลักษณะ ของเครื่องสำอางนั้นๆ ไว้ ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เช่น ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ วิธีใช้ ข้อควรระวัง ภาชนะและการบรรจุ รวมถึงการทดสอบ การตรวจหาปริมาณ และการวิเคราะห์ต่างๆ

ประโยชน์ของเครื่องสำอาง

1. ช่วยตกแต่งให้ผิวดูเนียนและผุดผ่องขึ้น เช่น แป้งแต่งหน้า ดินสอเขียนคิ้ว ครีมต่างๆ
2. ช่วยทำความสะอาดรักษาอนามัยและสุขภาพผิวของปากและฟัน เช่น สบู่และยาสีฟัน
3. ช่วยกลบเกลื่อนให้แลดูเป็นธรรมชาติ เช่น กลบฝ้าและไฝต่างๆ
4. ช่วยตกแต่งทรงผมให้อยู่ทรง และสวยงามตามที่ต้องการ
5. ช่วยทำให้สบายผิว แก้ความอับชื้น เช่น แป้งฝุ่นโรยตัว
6. ทำให้จิตใจสดชื่น รู้สึกผ่อนคลาย เนื่องจากกลิ่นหอมของเครื่องสำอาง



ภาพที่ 2.1 ภาพตัวอย่างเครื่องสำอาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของเครื่องสำอางเครื่องสำอาง

สามารถ

แบ่งได้เป็นหลายประเภท แต่โดยทั่วไปมักจะแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1. เครื่องสำอางที่ไม่ได้ใช้แต่งสีของผิว เครื่องสำอางประเภทนี้ ใช้สำหรับการทำความสะอาดผิวหน้า หรือใช้เพื่อป้องกันผิวหน้าไม่ให้เกิดอันตรายจากสิ่งแวดล้อม เครื่องสำอางประเภทนี้ได้แก่ สบู่ แชมพู ครีบล้างหน้า ครีมกันแดด น้ำยาช่วยกระชับผิวให้ตึง เป็นต้น

2. เครื่องสำอางที่ใช้แต่งสีผิว เครื่องสำอางประเภทนี้ ใช้สำหรับการแต่งสีของผิวให้มีสีสวยขึ้น จากผิวธรรมชาติที่เป็นอยู่ เช่น แป้งแต่งผิวหน้า ลิปสติก رژูช เป็นต้น

เครื่องสำอางที่พบในท้องตลาดอาจจะแบ่งออกเป็น 10 ประเภท ดังนี้

1. เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า ได้แก่ a. ครีมทาผิว b. ผลิตภัณฑ์ขจัดสิว c. ผลิตภัณฑ์ขจัดสีผิว และขจัดฝ้า d. ผลิตภัณฑ์ระงับเหงื่อและขจัดกลิ่นตัว e. ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด f. ผลิตภัณฑ์ป้องกันแมลงกัดต่อย

2. เครื่องสำอางสำหรับผมและขน ได้แก่ a. แชมพูและครีมนวดผม b. ผลิตภัณฑ์ตกแต่งผม c. ผลิตภัณฑ์สำหรับโกนหนวดและกำจัดขน

3. เครื่องสำอางสำหรับแต่งตาและคิ้ว

4. เครื่องสำอางสำหรับแต่งใบหน้า a. ผลิตภัณฑ์พอกและลอกหน้า b. ผลิตภัณฑ์ทกลบเกลื่อน c. ผลิตภัณฑ์รองพื้นแต่งหน้า แป้งผัดหน้าและแป้งโรยตัว

5. เครื่องสำอางสำหรับแต่งแก้ม

6. เครื่องสำอางสำหรับแต่งปาก

7. เครื่องสำอางสำหรับทำความสะอาดผิวปาก และฟัน a. ครีบล้างหน้าและครีบล้างมือ b. ยาสีฟัน และน้ำยาบ้วนปาก

8. เครื่องสำอางสำหรับเล็บ

9. เครื่องสำอางสำหรับเด็ก

10. ผลิตภัณฑ์น้ำหอม

สมุนไพร

คำว่า สมุนไพร ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง ในทางพืชที่ใช้ทำเป็นเครื่องยา สมุนไพรกำเนิดมาจากธรรมชาติและมีความหมายต่อชีวิตมนุษย์โดยเฉพาะ สุขภาพ อันหมายถึงทั้งการส่งเสริมสุขภาพและการรักษาโรค ความหมายของยาสมุนไพรในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ได้ระบุว่า ยาสมุนไพร หมายความว่า ยาที่ได้จากพฤกษชาติสัตว์หรือแร่ธาตุ ซึ่งมีได้ผสมปรุงหรือแปรสภาพ เช่น พืชก็ยังคงเป็นส่วนของราก ลำต้น ใบ ดอก ผล ฯลฯ ซึ่งมีได้ผ่านขั้นตอนการแปรรูปใด ๆ แต่ในทางการค้า สมุนไพรมักจะถูกดัดแปลงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ถูกหั่นให้เป็นชิ้นเล็กลง บดเป็นผงละเอียด หรืออัดเป็นแท่งแต่ในความรู้สึกของคนทั่วไปเมื่อกล่าวถึงสมุนไพร มักนึกถึงเฉพาะต้นไม้ที่ทำมาใช้เป็นยาเท่านั้น

สมุนไพร หมายถึง พืชที่มีสรรพคุณในการรักษาโรค หรืออาการเจ็บป่วยต่าง ๆ การใช้สมุนไพรสำหรับรักษาโรค หรืออาการเจ็บป่วยต่างๆ นี้ จะต้องนำเอาสมุนไพรตั้งแต่สองชนิดขึ้นไปมาผสมรวมกันซึ่งจะเรียกว่า “ยา” ในตำรับยา นอกจากพืชสมุนไพรแล้วยังอาจประกอบด้วยสัตว์และแร่ธาตุอีกด้วย เราเรียกพืช สัตว์ หรือแร่ธาตุที่เป็นส่วนประกอบของยานี้ว่า “เภสัชวัตถุ” พืชสมุนไพรบางชนิด เช่น เร่ว กระวาน กานพลู และจันทน์เทศ เป็นต้น เป็นพืชที่มีกลิ่นหอมและมีรสเผ็ดร้อน ใช้เป็นยาสำหรับขับลม แก้ท้องอืดท้องเฟ้อ พืชเหล่านี้ถ้านำมาปรุงอาหารเราจะเรียกว่า “เครื่องเทศ” ในพระราชบัญญัติยาฉบับที่ 3 ปีพุทธศักราช 2522 ได้แบ่งยาที่ได้จากเภสัชวัตถุนี้ไว้เป็น 2 ประเภทคือ



ภาพที่ 2.2 ภาพสมุนไพรไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ยาแผนโบราณ หมายถึง ยาที่ใช้ในการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณหรือในการบำบัดโรคของสัตว์ ซึ่งมีปรากฏอยู่ในตำรายาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศ หรือยาที่รัฐมนตรีประกาศให้เป็นยาแผนโบราณ หรือได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับยาเป็นยาแผนโบราณ

2. ยาสมุนไพร หมายถึง ยาที่ได้จากพืชสัตว์แร่ธาตุที่ยังมิได้ผสมปรุงหรือแปรสภาพสมุนไพรนอกจากจะใช้เป็นยาแล้ว ยังใช้ประโยชน์เป็นอาหาร ใช้เตรียมเป็นเครื่องดื่ม ใช้เป็นอาหารเสริม เป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอาง ใช้แต่งกลิ่น แต่งสีอาหารและยา ตลอดจนใช้เป็นยาฆ่าแมลงอีกด้วย ในทางตรงกันข้าม มีสมุนไพรจำนวนมากไม่น้อยที่มีพิษ ถ้าใช้ไม่ถูกวิธีหรือใช้เกินขนาดจะมีพิษถึงตายได้ ดังนั้นการใช้สมุนไพรจึงควรใช้ด้วยความระมัดระวังและใช้อย่างถูกต้อง ปัจจุบันมีการตื่นตัวในการนำสมุนไพรมาใช้พัฒนาประเทศมากขึ้น สมุนไพรเป็นส่วนหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินโครงการ สมุนไพรกับสาธารณสุขมูลฐาน โดยเน้นการนำสมุนไพรมาใช้บำบัดรักษาโรคใน สถานบริการสาธารณสุขของรัฐมากขึ้น และ ส่งเสริมให้ปลูกสมุนไพรเพื่อใช้ภายในหมู่บ้านเป็นการสนับสนุนให้มีการใช้สมุนไพรมากยิ่งขึ้น อันเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยประเทศชาติประหยัดเงินตราในการสั่งซื้อยาสำเร็จ รูปจากต่างประเทศได้ปีละเป็นจำนวนมาก

“พืชสมุนไพร” นั้นตั้งแต่โบราณก็ทราบกันดีว่ามีคุณค่าทางยามากมายซึ่ง เชื่อกันอีกด้วยว่า ต้นพืชต่างๆ ก็เป็นพืชที่มีสารที่เป็นตัวยาด้วยกันทั้งสิ้นเพียงแต่ว่าพืชชนิดไหนจะมีคุณ ค่าทางยามากน้อยกว่ากันเท่านั้น

“พืชสมุนไพร” หรือวัตถุดิบนี้ หรือตัวยาสสมุนไพรนี้ แบ่งออกเป็น 5 ประการ

1. รูป ได้แก่ ใบไม้ ดอกไม้ เปลือกไม้ แก่นไม้ กระจับปี่ รากไม้ เมล็ด
2. สี มองแล้วเห็นว่าเป็นสีเขียวใบไม้ สีเหลือง สีแดง สีส้ม สีม่วง สีน้ำตาล สีดำ
3. กลิ่น ให้รู้ว่ามีกลิ่น หอม เหม็น หรือกลิ่นอย่างไร
4. รส ให้รู้ว่ามีรสอย่างไร รสจืด รสฝาด รสขม รสเค็ม รสหวาน รสเปรี้ยว รสเย็น
5. ชื่อ ต้องรู้ว่าชื่ออะไรในพืชสมุนไพรนั้นๆ ให้รู้ว่าเป็นอย่างไร ช่า เป็นอย่างไร ใบชี้เหล็กเป็นอย่างไร

ปัจจุบัน มีผู้พยายามศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนายาสมุนไพรให้สามารถนำมาใช้ในรูปแบบที่ สะดวกยิ่งขึ้น เช่น นำมาบดเป็นผงบรรจุแคปซูล ดอกเป็นยาเม็ด เตรียมเป็นครีมหรือยาขี้ผึ้งเพื่อใช้ทาภายนอก เป็นต้น ในการศึกษาวิจัยเพื่อนำสมุนไพรมาใช้เป็นยาแผนปัจจุบันนั้น ได้มีการวิจัยอย่างกว้างขวาง โดยพยายามสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรเพื่อให้ได้สารที่บริสุทธิ์ ศึกษาคุณสมบัติทางด้านเคมี พิสิกส์ของสาร เพื่อให้ทราบว่าป็นสารชนิดใด ตรวจสอบฤทธิ์ด้านเภสัชวิทยาในสัตว์ทดลองเพื่อดูว่าได้ผลดีในการรักษาโรคหรือไม่เพียงใด ศึกษาความเป็นพิษและผลข้างเคียง เมื่อพบว่าสารชนิดใดให้ผลในการรักษาที่ดี โดยไม่มีพิษหรือมีพิษข้างเคียงน้อยจึงนำสารนั้นมาเตรียมเป็นยาในรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อทดลองใช้ต่อไป

ประวัติการใช้สมุนไพรไทยในประเทศไทย

ประเทศไทยมีภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการเจริญงอกงามของพืชนานาชนิด โดยเฉพาะพืชสมุนไพร มีอยู่มากมายเป็นแสนๆ ชนิด ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและจากการเพาะปลูก บางชนิดก็ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยาแผนปัจจุบันสมุนไพรหลายชนิดถูกนำมาใช้ในรูปของยากกลางบ้าน ยาแผนโบราณ รากฐานของวิชาสมุนไพรไทยได้รับอิทธิพลจากประเทศอินเดียเป็นส่วนใหญ่เพราะตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ชาติไทยได้อพยพถิ่นฐานมาจากบริเวณเทือกเขา อัลไตน์ประเทศจีน มาจนถึงประเทศไทยในปัจจุบัน จึงมีส่วนได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา ตลอดจนการบำบัดรักษาโรคจากประเทศอินเดียเป็นจำนวนมาก ซึ่งปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าได้อาศัยคัมภีร์อายุรเวทของอินเดียเป็นบรรทัดฐาน คือ การวินิจฉัยโรค ชื่อสมุนไพรที่ใช้รักษาโรคมียุคของภาษาบาลีสันสกฤตอยู่ไม่น้อย เช่น คำว่า มะลิ (ภาษาสันสกฤตว่า มัลลิกา) เป็นต้น

มีผู้ประมาณว่าในแต่ละปีมีผู้ใช้สมุนไพรในประเทศไทยเป็นมูลค่ากว่า 500 ล้านบาท (สมุนไพรเหล่านี้ได้มาจากทั้งในประเทศ และนำเข้าจากนอกประเทศโดยเฉพาะ จีน เกาหลี และอินเดีย) ทั้งนี้เนื่องจากป่าไม้ถูกทำลาย ทำให้ต้องมีกรรมกรค้ำให้มีการปลูกเป็นสวนสมุนไพรขึ้น ในปีพุทธศักราช 1800 ซึ่งตรงกับรัชสมัยของพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ซึ่งนับเป็นยุคทองของสมุนไพรไทย สวนป่าสมุนไพรของพระองค์ใหญ่โตมากอยู่บนยอดเขาศรีมาศ อ.ศรีมาศ จ.สุโขทัย มีเนื้อที่หลายร้อยไร่ ซึ่งปัจจุบันยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นป่าสงวนเพื่อเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าของผู้ที่สนใจต่อมาในรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ทรงเห็นว่าสมุนไพรเป็นทั้งยาและอาหารประจำ ครอบครัว ชาติจะเจริญมั่นคงได้ก็ด้วยครอบครัวเล็กๆ ที่มีความมั่นคงแข็งแรง มีสุขภาพพลานามัยสมบูรณ์ทั้งทางกายและจิตใจ จึงทรงมีพระกรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินโครงการตามพระราชดำริ สวนสมุนไพรขึ้นในประเทศในปีพุทธศักราช 2522 โดยทรงมีพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้มีการรวบรวมศึกษาค้นคว้า ในเรื่องเกี่ยวกับสมุนไพรทุกด้าน เช่น ด้านวิชาการทางชีววิทยา ทางการแพทย์ การบำบัด การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะพืชที่เป็นประโยชน์ก่อให้เกิดโครงการพระราชดำริ สวนป่าสมุนไพรขึ้นมากมายหลายแหล่ง อีกทั้งยังมีการศึกษาวิจัยอย่างกว้างขวางโดยสถาบัน

วิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อหาสาระสำคัญของสมุนไพรที่มีพิษ ทางเภสัชมาสกัดเป็นยาแทนยาสังเคราะห์ที่ใช้กันในปัจจุบันคนไทยไม่เพียงแต่ใช้พืชสมุนไพรเป็นยารักษาโรคเท่านั้น แต่ได้นำมาดัดแปลงเพื่อบริโภคในรูปของอาหาร และปัจจุบันยังนำมาใช้ในอุตสาหกรรมหลายๆอย่างเช่น เครื่องสำอางค์ เป็นต้น

มนุษย์กับความงาม

มนุษย์กับความงามนั้นเป็นของคู่กันและความงามนี้เองเป็นที่มาของสูตรเครื่องสำอางมากมาย ไม่ว่าจะเป็นครีมหน้าแดง ครีมหน้าใสอ่อนวัย หรือครีมลดริ้วรอย เซรั่มบำรุงผม และยังมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความสวยความงามอีกมากมาย แต่ถ้าถามว่าเครื่องสำอางที่มาจากสมุนไพรนั้น หลายคนคงนึกไม่ออก ดังนั้นบริษัทต่างๆจึงมีการผลิตเวชสำอาง หรือเครื่องสำอางออกมาเป็นจำนวนมาก เพื่อเอาใจสาวๆที่รักสวยรักงาม จึงทำให้สาวๆจำนวนไม่น้อยหมดเงินไปกับเรื่องความสวยความงาม แต่บางครั้งการสูญเสียเงินไปเป็นจำนวนมากกลับไม่ได้ผลตอบแทนเท่าที่ควร จึงเห็นได้ว่าความงามนั้นมีความสำคัญกับมนุษย์ทุกคน เป็นอย่างมาก

สมุนไพรเพื่อความงาม

สมุนไพรเพื่อความงามสำหรับผิวหน้า ใบหน้า คือ ด้านแรกที่เป็นเสน่ห์ดึงดูดใจของผู้พบเห็น แต่หลายคนกำลังประสบปัญหาผิวหน้าไม่เรียบสวย เพราะมีดสิ่วและรอยแหว่งกร้านด้วยจุดต่างดำของกระและฝ้า จนต้องเสียเงินทองมากมายเพื่อเข้าสถานเสริมความงาม หรือหาซื้อยามารักษา จึงอยากแนะนำให้ใช้สมุนไพรพืชผักและผลไม้ที่มีอยู่ทั่วไป แต่มีคุณประโยชน์มากมายทั้งวิตามิน แร่ธาตุ และสารบำรุงผิวธรรมชาติที่ช่วยดูแลผิวพรรณให้ชุ่มชื้นผ่องใสอ่อนวัยอยู่เสมอ

สมุนไพรเพื่อความงามสำหรับผิวหน้า

ใบหน้าเป็นอวัยวะสำคัญที่ทำให้คนจดจำ ผิวหน้า ที่ชุ่มชื้น เรียบเนียน มีความยืดหยุ่น (หรือที่เรียกกันว่าหน้าแดง) ไม่มีจุดต่างดำเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา แต่ด้วยสภาพของวัยที่สูงขึ้น และมีโรคประจำตัวบางอย่าง สภาพของวิถีชีวิต เช่น นอนดึก สูบบุหรี่ ดื่มสุรา เครียด เป็นต้น ทำให้คนเราไม่สามารถมีผิวเรียบเนียนเช่นนั้นได้ การใช้สมุนไพรร่วมกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพจะส่งผลทำให้มีผิวพรรณที่ดีได้ยาวนาน

ประสิทธิภาพของเครื่องสำอางสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผิวหนึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องสำอางมีการ เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทยเอง โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรจะเติบโตประมาณ 10% ต่อปีแต่สำหรับผลิตภัณฑ์ธรรมชาติอันหมายถึงการมีส่วนผสมของสมุนไพรสกัด จากการสำรวจตลาดโดยนักการตลาดพบว่าจะมีการเติบโตถึง 25% ต่อปี ในปัจจุบันและอย่างน้อยอีก 5 ปีต่อไปข้างหน้า ทั้งนี้เนื่องมาจากแรงบันดาลใจและแรงผลักดันของผู้บริโภคที่มีความต้องการ ใช้สินค้าที่มีส่วนผสมของสมุนไพรมากขึ้นนั่นเอง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความมั่นใจถึงความปลอดภัยและประโยชน์ที่จะได้รับจากพืช สมุนไพรมากกว่าที่จะใช้ส่วนผสมที่สกัดได้จากสัตว์ เนื่องจากในระยะประมาณ 10 ปีที่ผ่านมาพบโรคหลายชนิดที่ได้มาจากสัตว์ เช่น โรควัวบ้า

ดังนั้นสารสกัดที่ได้จากสัตว์จะมีการลดความนิยมใช้น้ำมันพืชหรือน้ำมันที่สกัดได้จากพืชสมุนไพรชนิดต่าง ๆ รวมทั้งสารสกัดจากส่วนต่าง ๆ ของพืชจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเป็นทางเลือกของการดูแลสุขภาพที่แลดูน่าจะได้ประโยชน์และปลอดภัย ทั้งนี้รวมถึงความพยายามที่จะนำพืชสมุนไพรไปใช้ในการรักษาโรคที่รุนแรงบาง ชนิดด้วย เช่น มะเร็ง เอ็ดส์

ในอดีตการใช้สมุนไพรเป็นการใช้แบบพื้นบ้านใช้ตามคำบอกเล่าโดยปราศจากการวิจัย วิธีการเตรียมก็ง่าย ๆ เป็นเช่นนี้ทั้งในต่างประเทศและในสังคมไทยเอง จวบจนปัจจุบันการทำวิจัยอย่างถ่วงถ่วงและครบวงจรก็ยังน้อยสำหรับเครื่องสำอาง สมุนไพรทั้งนี้เนื่องจากองค์ประกอบทางเคมีซึ่งเป็นสารสำคัญในสมุนไพรแต่ละ ชนิดมีมาก และบางชนิดก็ไม่สามารถวิเคราะห์ได้โดยวิธีทางเคมีพืชสมุนไพรหลายชนิดก็ยังไม่ทราบองค์ประกอบทางเคมีที่แน่ชัด

สิ่งที่ผู้บริโภคควรคำนึงถึงอย่างมากคือ สมุนไพรจากเครื่องสำอางมักจะมีปัญหาหลายหลากคือ ปัญหาความคงตัวของสารสกัด สมุนไพรและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต

สารสกัดสมุนไพรส่วนใหญ่มักจะมีปัญหาเรื่องความคงตัวในสภาวะแวดล้อมของความ เป็นกรด-ด่างและอุณหภูมิที่แตกต่างกันทำให้สารสกัดสมุนไพรเหล่านี้ไม่คงตัว ในผลิตภัณฑ์และมีอายุสั้น (Limited shelf life) สังเกตได้ เช่น สีของเนื้อครีมมักจะออกนวลหรือเหลืองน้ำตาลทำให้ประสิทธิภาพต่อผิวหนังลดลง ก่อนซื้อจึงควรสังเกตให้ดี

ในแง่ของประสิทธิภาพนั้นมักจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบในตำรับโดยทั่วไปผิวหนัง คนเราจะทำหน้าที่ยกป้องไม่ให้สารทุกชนิดแทรกซึมเข้าสู่ผิวหนังได้โดยง่าย ดังนั้นจะพบว่าสารสกัดสมุนไพรที่ถูกผสมผสมลงในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหากไม่ได้รับการพัฒนาตำรับให้ดีจะมีประโยชน์น้อยต่อผู้บริโภค เช่น สารสกัดสมุนไพรที่ละลายได้ดีในน้ำการผสมผสมในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางควรที่จะพัฒนาตำรับให้โมเลกุลของสารสกัดสามารถผ่านเซลล์ผิวเข้าสู่ผิวหนังที่ลึกลงไปได้ หากสารสำคัญไม่สามารถซึมเข้าไปที่เซลล์ผิวชั้นล่างได้ก็จะไม่เกิด ประสิทธิภาพตามที่ต้องการ

ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสารสกัดสมุนไพรอีกประการที่สำคัญ คือ ความเข้มข้นของสารสกัดหากความเข้มข้นต่ำเปอร์เซ็นต์ของสารสำคัญที่ออกฤทธิ์ มีน้อยไม่เพียงพอต่อการทำหน้าที่ประโยชน์ต่อผิวหนังจึงไม่เกิดหรือน้อยมาก

ดังนั้นเราจะพบว่า การเลือกซื้อสินค้ากลุ่มนี้จำเป็นต้องพิจารณาให้ถ่วงถ่วงไม่ใช้สินค้าสมุนไพรทุกชนิดจะดีไปหมด

ข้อควรรู้เกี่ยวกับผิวหนัง

ผิวหนังมีหน้าที่ห่อหุ้มอวัยวะภายใน มีกลไกในการป้องกันผิวหนังสูญเสียความชุ่มชื้น ป้องกันรังสีอัลตราไวโอเล็ต ป้องกันไม่ให้เชื้อโรคเข้าสู่ร่างกาย ควบคุมอุณหภูมิ ควบคุมการซึมผ่านของสารต่างๆ ผ่านโครงสร้างของผิวหนัง รูขุมขน ต่อมไขมัน ต่อมเหงื่อ

ผิวหนังที่ดีควรมีความชุ่มชื้น เต่งตึง ไม่แห้งผาก ผิวพรรณที่แห้งผากจะทำให้ผิวหนังเหี่ยวย่น แก่ก่อนวัย เป็นฝ้า เป็นโรคทางผิวหนังได้ง่าย ซึ่งผิวพรรณจะเต่งตึงได้จาก ๓ องค์ประกอบได้แก่ น้ำ ซึ่งเป็นองค์ประกอบของเซลล์ถึงร้อยละ ๘๕ สารชุ่มชื้นตามธรรมชาติ ซึ่งผิวหนังสร้างขึ้นและ น้ำมัน ซึ่งผิวหนังจะมีกลไกการสูญเสียน้ำโดยมีการสร้างไขมันธรรมชาติปกป้องไม่ให้น้ำระเหยไปจากผิวหนัง (ครีมหรือไขมันตามธรรมชาติไม่ได้ไปเพิ่ม)

การล้างหน้าด้วยน้ำร้อน การล้างหน้าบ่อย เกินความจำเป็นการล้างหน้าด้วยสบู่ที่มีความสามารถในการทำความสะอาดสูงๆ ล้วนทำให้ไขมันและสารที่ให้ความชุ่มชื้นตามธรรมชาติสูญเสียไป

ผิวพรรณสะท้อนสุขภาพภายใน ความแข็งแรงและกลไกของผิวหนังขึ้นกับเลือด น้ำเหลืองที่มาหล่อ-เลี้ยง ดังนั้น ความเครียด อาหาร การออกกำลังกาย พฤติกรรมสุขภาพ ล้วนแล้วแต่มีผลต่อความงามของผิวพรรณ รวมถึงกรรมพันธุ์ก็มีส่วนสำคัญต่อการเป็นคนผิวแห้ง ผิวมัน ได้เช่นกัน สมุนไพรที่ใช้เพื่อความงามของผิวหนัง

ข้อควรรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพร

สมุนไพรทุกอย่างอาจมีบางคนที่แพ้ได้ การทดสอบว่าแพ้หรือไม่ให้นำส่วนผสมที่จะใช้ทาที่ท้องแขนก่อน เพราะผิวหนังบริเวณนี้จะเป็นส่วนที่บางกว่าหน้า ทิ้งไว้สักพักหนึ่งถ้าไม่เกิดอาการแสบร้อน มีผื่น ถือว่าไม่แพ้ การใช้สมุนไพรเพื่อที่จะได้ผลต้องมีการใช้อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง จึงจะเห็นผล ตำรับต่างๆ ในการใช้สมุนไพรเพื่อความงามส่วนใหญ่เป็นผลไม้หรือผักที่ไม่ได้ตายตัว สามารถที่ปรับได้ ผสมสูตรขึ้นมาใหม่ได้ตามชนิดผลไม้หรือผักที่มีอยู่ ระยะเวลาในการทำหรือพอกก่อนล้างออกนั้นไม่ได้ตายตัว ขึ้นกับสภาพผิวของแต่ละคน คนที่ผิวแพ้ง่ายควรใช้เวลาน้อยกว่า และการใช้ในครั้งแรกไม่ควรพอกหรือทาทิ้งไว้นานๆ โดยเฉพาะตำรับที่มีกรดผลไม้ (ที่มีก็มีในมะขาม มะนาว สับปะรด) ซึ่งต้องมีการปรับตัวในการใช้ช่วงแรกๆ ต้องใช้ปริมาณน้อยๆ และในช่วงเวลาสั้นๆ ก่อนใช้ เช่น ถ้าใช้มะขามล้างหน้า ในช่วงแรกอาจจะต้องล้างออกทันทีประมาณ ๑ สัปดาห์ ก่อนทาหรือพอกทิ้งไว้ สามารถปรับตามสภาพของผิว เช่น ผิวแห้ง ควรใช้น้ำมันโยเกิร์ต ไข่แดง ผิวมัน ใช้น้ำมันมะนาวหรือน้ำส้ม ไข่ขาว ส่วนน้ำผึ้งสามารถเติมลงไปได้ทุกสภาพผิว

แบรนด์ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง

ตัวอย่างแบรนด์ผลิตภัณฑ์เวชสำอางในประเทศไทย



ภาพที่ 2.3 กรรมวิธีผลิตและผลิตภัณฑ์ของอ็อกซิเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างแบรนด์ผลิตภัณฑ์เวชสำอางต่างประเทศ



ภาพที่ 2.4 โลโก้แบรนด์วีชี

วีชีเป็นแบรนด์เวชสำอางประสิทธิภาพสูงอันเก่าแก่ของฝรั่งเศสซึ่งเริ่มต้นวางจำหน่ายจากในร้านขายยา จวบจนขยายสู่หลายสาขาเช่นปัจจุบัน สร้างสรรค์ขึ้นโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเมื่อปี ค.ศ. 1931 ผสานคุณค่าของน้ำแร่วีชีในทุกๆผลิตภัณฑ์ จากวันนั้นจนถึงวันนี้ วีชียังคงช่วยผู้หญิงทั่วโลกดูแลความงามไม่ว่าพวกเขาจะมีผิวประเภทไหนหรืออายุเท่าไรก็ตาม เพราะทุกคนสามารถมีผิวสวยที่คุณต้องการได้



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์วีชี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

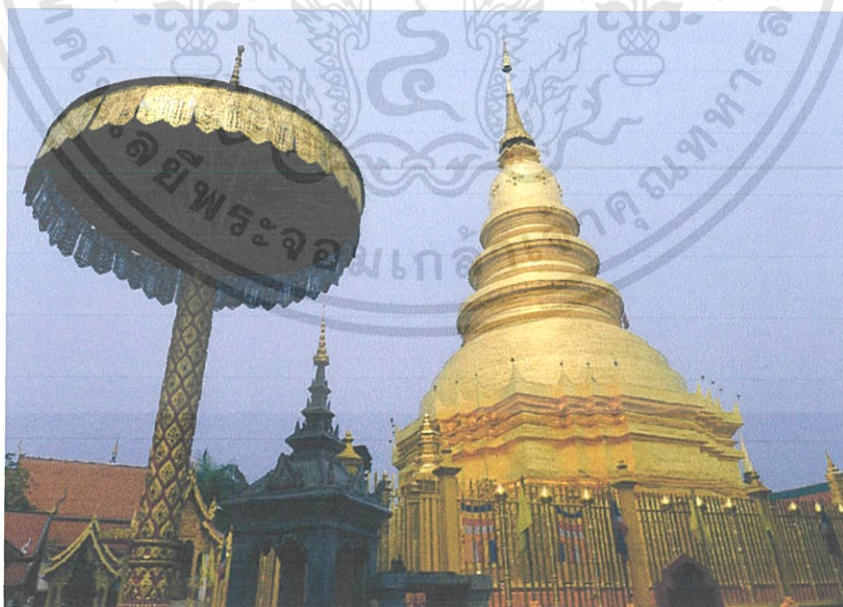
วัฒนธรรมล้านนา

วัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเจริญงอกงามแก่หมู่คณะ ประกอบไปด้วย ความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ประเพณี จารีต กฎหมาย เป็นเอกลักษณ์ร่วมที่เป็นแบบแผนในสังคม โดยสัมผัสได้จาก วิถีชีวิต พฤติกรรม บุคลิกภาพ และถูกเก็บสะสม พัฒนา และถ่ายทอดสู่ชนรุ่นหลัง ล้านนาเป็นขอบเขตทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย หมายรวมถึงจังหวัด เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน แม่ฮ่องสอน รวมถึง ตาก และ อุตรดิตถ์บางส่วน ล้านนาเป็นชื่อต้นของอาณาจักรที่สถาปนา โดย พญามังรายมหาราช ในปี พ.ศ. ๑๘๓๙ ที่จริงแล้วขอบเขตอาณาจักรล้านนา ไม่ได้อยู่แค่ในประเทศไทยในปัจจุบัน ในอดีตก่อนมีแผนที่ประเทศไทย ล้านนาเคยมีดินแดนกว้างขวางเข้าไปในส่วนของพื้นที่รัฐฉานที่อยู่ในประเทศพม่าปัจจุบัน ส่วนหนึ่งของยูนนานใต้ประเทศจีน แถบสิบสองปันนา และส่วนหนึ่งของประเทศลาวตอนเหนือในปัจจุบัน วัฒนธรรมล้านนา หมายถึง วัฒนธรรมที่มีแบบแผนที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ที่เคยเป็นดินแดน อาณาจักรล้านนาในอดีต ปรากฏให้เห็นใน วัฒนธรรมการดำรงชีวิต ภูมิปัญญาความรู้ด้านต่างๆ ทั้งความเชื่อ ศิลปะ ประเพณี และจารีต ซึ่งสามารถสังเกตและสัมผัสได้จากวิถีชีวิต พฤติกรรมหรือบุคลิกภาพ ของผู้คนที่ส่วนมากมีบรรพบุรุษสืบสายมาจากผู้ที่ตั้งถิ่นฐานในดินแดนอาณาจักรล้านนาในอดีต วัฒนธรรมล้านนา ไม่ได้มีลักษณะที่มีแบบอย่างลักษณะเดียว (Typical) เนื่องจากชาติพันธุ์ของผู้คนในล้านนามีลักษณะผสมผสาน โดยเริ่มแรกก่อนตั้งอาณาจักรได้มีชาวละว้า อพยพมาอาศัยอยู่ก่อนแล้ว จากนั้นมีชาวละว้า ลพบุรี อพยพขึ้นมาสมทบในยุคอาณาจักร หริภุญชัย และเมื่อ หริภุญชัยเสื่อมลง ชาวไตโยนจาก อาณาจักรโยนก ได้เคลื่อนย้ายลงมาตั้งถิ่นฐานเป็นจำนวนมาก และตั้งอาณาจักรล้านนาขึ้น หลังจากนั้น ด้วยการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง สังคม และเศรษฐกิจ ล้านนาได้เป็นที่รวมของชาติพันธุ์ใดหลายเผ่ามากขึ้น ได้แก่ ไตลื้อ ไตเงิน ไตยอง ไตใหญ่ รวมทั้ง ชาวละว้าเดิม และชาวกะเหรี่ยง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมล้านนาได้เกิดการผสมผสานจากสายวัฒนธรรมหลักของชาวไตโยน ที่มีต้นเหง้ามาจากไตลื้อโบราณ วัฒนธรรมชาวละว้าโบราณ บางส่วน วัฒนธรรมของชาวไตเงิน ไตยอง ที่มีต้นเหง้ามาจากไตลื้อ เหมือนเช่น ไตโยน และวัฒนธรรม ไตใหญ่ และพม่า ศิลปะและสถาปัตยกรรมของล้านนา ได้รับแรงบันดาลใจบางส่วนจาก พุกาม สุโขทัย และจีน แต่โดยรวมแล้วบรรพบุรุษล้านนาได้สะสมภูมิปัญญา ความรู้ในแขนงต่างๆ สร้างสรรค์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่งดงาม ไม่มีใครเหมือน มีความลงตัวและมีเอกลักษณ์ที่ล้ำค่า ภายหลังจากการเสื่อมลงของอาณาจักรล้านนา วัฒนธรรมล้านนาไม่ได้เสื่อมหายไปทั้งหมด ชาวล้านนาทั้งหลายได้สืบสานวัฒนธรรมต่างๆ เอาไว้ได้โดยส่วนมาก ในยุคที่เป็นเมืองขึ้นของพม่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาณาจักรสยาม วัฒนธรรมจากสยามได้ไหลบ่ามาสู่ดินแดนล้านนา ทำให้เกิดการผสมผสานและรับเอาวัฒนธรรมสยามเข้ามาจำนวนมากจนปัจจุบัน นอกจากนั้นวัฒนธรรมจากตะวันตกที่ผ่านมาจากสยามที่ภายหลังคือ กรุงเทพฯ ได้ส่งอิทธิพลมาสู่ล้านนาอย่างท่วมท้น เช่นกัน ธรรมชาติของวัฒนธรรมย่อมมีการปรับเปลี่ยน เพื่อความเหมาะสม สัดส่วนในการปรับเปลี่ยนมีนัยสำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ในวัฒนธรรม วัฒนธรรมล้านนาปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนไปมาก มีตัวแปรมากมายที่มีผลต่อการทำลายเอกลักษณ์วัฒนธรรมล้านนา ได้แก่ ประชากรส่วนใหญ่ของดินแดนวัฒนธรรมล้านนาที่ไม่ใช่ลูกหลานคนล้านนาและลูกหลานชาวล้านนาได้ปฏิเสธวัฒนธรรมล้านนา หรือคนต่างวัฒนธรรมผู้ที่มาอาศัยและมาเที่ยวชมในดินแดนล้านนาไม่เคารพและยอมรับอนุรักษ์วัฒนธรรมล้านนา และอีกประการหนึ่งคือการละทิ้งสิ่งดีในวัฒนธรรมล้านนาเดิม เปลี่ยนแปลงโดยรับวัฒนธรรมจากที่อื่นล้นๆ ไม่สร้างสรรค์ผสมผสานวัฒนธรรมเก่าและใหม่ให้สะดวกเหมาะสมและคงคุณค่าในอัตลักษณ์ล้านนา การนำเอาวัฒนธรรมล้านนามาใช้อย่างไม่ถูกต้องเหมาะสมก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่สำคัญ เช่น การนำเอาศิลปะและสัญลักษณ์ทางพระพุทธศาสนา ที่เป็นสิ่งเคารพที่เป็นของสูง ไปใช้ในเชิงลบหลู่ บิดเบือนความหมาย หรือใช้ในเชิงพานิช อันเป็นการลดคุณค่า ที่มีความหมายต่อจิตใจลง เป็นต้น

ภาคเหนือ หรือล้านนา ดินแดนแห่งความหลากหลายทางประเพณีและวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจไม่น้อยไปกว่าภาคอื่นของไทย เพราะเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยเสน่ห์ที่มนต์ขลัง ชวนให้น่าขึ้นไปสัมผัสความงดงามเหล่านี้ยิ่งนัก ส่วนบรรดานักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม ต่างก็ประทับใจกับสถานที่ท่องเที่ยวมากมายและน้ำใจอันล้นเหลือของชาวเหนือ

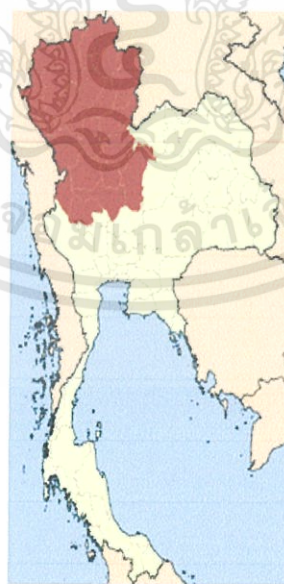


ภาพที่ 3.1 สถาปัตยกรรมล้านนา

สำหรับภาคเหนือของไทย มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเขตภูเขาสลับพื้นที่ราบระหว่างภูเขา ซึ่งผู้คนอาศัยอย่างกระจายตัวแบ่งกันเป็นกลุ่ม อาจเรียกว่า กลุ่มวัฒนธรรมล้านนา โดยจะมีวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมเก่าแก่เป็นของตนเองมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่องค์ประกอบที่สำคัญก็ยังมีความคล้ายคลึงกันอยู่มาก อาทิ สำเนียงการพูด การขับร้อง ฟ้อนรำ การดำรงชีวิตแบบเกษตรกร การนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์และวิญญานของบรรพบุรุษ ความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาแบบเถรวาท การแสดงออกของความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์โดยผ่านภาษา วรรณกรรม ดนตรี และงานฝีมือ แม้กระทั่งการจัดงานฉลองสถานที่สำคัญที่มีมาแต่โบราณ เดิมวัฒนธรรมคนเมืองหรือคนล้านนา มีศูนย์กลางอยู่ที่เมืองนพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่ ตามชื่อของอาณาจักรที่มีการปกครองแบบนครรัฐที่ตั้งขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 18 โดยพญาเม็งราย

เนื่องจากภูมิประเทศส่วนใหญ่ของภาคเหนือเป็นภูเขาสูงสลับกับแอ่งหุบเขา ทำให้ในฤดูหนาวมีอากาศหนาวจัด ในฤดูร้อนจะมีอุณหภูมิค่อนข้างสูง เพราะอยู่ห่างไกลจากทะเล มีป่าไม้มากจึงถือเป็นแหล่งกำเนิดของแม่น้ำที่สำคัญหลายสาย ได้แก่ แม่น้ำปิง แม่น้ำวัง แม่น้ำยม และแม่น้ำน่าน มีพื้นที่รวมทั้งหมด 93,690.85 ตารางกิโลเมตร

ทั้งนี้ ภาคเหนือมีทั้งสิ้น 17 จังหวัด แบ่งออกเป็น ภาคเหนือตอนบน และภาคเหนือตอนล่าง ดังนี้ ภาคเหนือตอนบนมีทั้งหมด 9 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน จังหวัดอุตรดิตถ์ ภาคเหนือ ตอนล่าง มีทั้งหมด 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดอุทัยธานี



ภาพที่ 3.2 แผนที่จังหวัดทางภาคเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัฒนธรรมในท้องถิ่นของภาคเหนือ แบ่งออกได้ดังนี้

วัฒนธรรมภาษาถิ่น

ชาวไทยทางภาคเหนือมีภาษาล้านนาที่นุ่มนวลไพเราะ ซึ่งมีภาษาพูดและภาษาเขียนที่เรียกว่า “คำเมือง” ของภาคเหนือเอง โดยการพูดจะมีสำเนียงที่แตกต่างกันไปตามพื้นที่ ปัจจุบันยังคงใช้พูดติดต่อสื่อสารกัน

วัฒนธรรมการแต่งกาย

การแต่งกายพื้นเมืองของภาคเหนือมีลักษณะแตกต่างกันไปตามเชื้อชาติของกลุ่มชนคนเมือง เนื่องจากผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งบ่งบอกเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่

สำหรับหญิงชาวเหนือจะนุ่งผ้าซิ่น หรือผ้าถุง มีความยาวเกือบถึงตาตุ่ม ซึ่งนิยมนุ่งทั้งสาวและคนแก่ ผ้าถุงจะมีความประณีตงดงาม ตีนซิ่นจะมีลวดลายงดงาม ส่วนเสื้อจะเป็นเสื้อคอกลม มีสีล้วน ลวดลายสวยงาม อาจหม่สไบทับ และเกล้าผม

สำหรับผู้ชายนิยมนุ่งกางเกงขายาวลักษณะแบบกางเกงขายาวแบบ 3 ส่วน เรียกติดปากว่า “เตี่ยว” “เตี่ยวสะตอ” หรือ “เตี่ยวกี” ทำจากผ้าฝ้าย ย้อมสีน้ำเงินหรือสีดำ และสวมเสื้อผ้าฝ้ายคอกลม แขนสั้น แบบผ่าอก กระดุม 5 เม็ด สีน้ำเงินหรือสีดำ ที่เรียกว่า เสื้อม่อฮ่อม ชุดนี้ใส่เวลาทำงาน หรือคอกัน แขนยาว อาจมีผ้าคาดเอว ผ้าพาดบ่า และมีผ้าโพกศีรษะ ชาวบ้านบางแห่งสวมเสื้อม่อฮ่อม นุ่งกางเกงสามส่วน และมีผ้าคาดเอว เครื่องประดับมักจะเป็นเครื่องเงินและเครื่องทอง



ภาพที่ 3.3 การแต่งกายล้านนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าพื้นเมืองของภาคเหนือ

ผ้าฝ้ายลายปลาเสือดอ จังหวัดนครสวรรค์

ผ้าไหมลายเพชร จังหวัดกำแพงเพชร

ผ้าพื้นเมืองเชียงแสน ลายดอกขอเครือ (เกี่ยวขอ) จังหวัดเชียงราย

ผ้าตีนจก ลายเชียงแสน หงส์บี้ จังหวัดเชียงใหม่

ผ้าฝ้ายลายดอกปิกค่างควว จังหวัดตาก

ผ้าไหมลายน้ำไหล จังหวัดน่าน

ผ้าฝ้ายลายนกกกระจิบ จังหวัดพิจิตร

ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายดอกบ๊ีบ จังหวัดพิษณุโลก

ผ้าหม้อห้อม จังหวัดแพร่



ภาพที่ 3.4 ผ้าซิ่นลายตีนจก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนประกอบของผ้า

ผ้าพื้นบ้านภาคเหนือที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นที่สุดคือ ผ้าไทยวน ผ้าไทลื้อ ผ้าของกลุ่มชนทั้งสอง ได้แก่ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องนอน และเครื่องบูชาตามความเชื่อ ที่ใช้ในพิธีกรรม ต่างๆ โดยเฉพาะผ้าซิ่น ผ้า นุ่งผู้หญิงของกลุ่มไทยวนและไทลื้อมีส่วนประกอบคล้ายคลึงกัน แบ่งเป็น ๓ ส่วน ได้แก่

- หัวซิ่น ส่วนที่อยู่ติดกับเอว มักใช้ผ้าพื้นสีขาว สีแดง หรือสีดำต่อกับตัวซิ่น เพื่อให้ ซิ่นยาวพอดี กับความสูงของผู้นุ่ง และช่วยให้ใช้ได้คงทนเพราะเป็นชายพกต้องขมวดเหน็บเอวบ่อยๆ
- ตัวซิ่น ส่วนกลางของซิ่น กว้างตามความกว้างของ พืม ทำให้ลายผ้าขวางลำตัว มักทอเป็นริ้วๆ มีสีต่างๆ กัน เช่น ริ้วเหลืองพื้นดำ หรือทอยกเป็นตาสี่เหลี่ยม หรือทอเป็นลายเล็กๆ
- ตีนซิ่น ส่วนล่างสุด อาจเป็นสีแดง สีดำ หรือทอลายจกเรียก ซิ่นตีนจก ชาวไทยวน นิยมทอ ตีนจกแคบ เช่น ซิ่นตีนจกแม่แจ่ม บริเวณอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ มักทอ ลาย สีเหลืองขาวทลาย ตัดอยู่ตรงกลาง เชิงล่างสุดเป็นสีแดง ซิ่นตีนจกของคหบดีหรือเจ้านาย มักสอด ดิ้นเงินหรือดิ้นทอง

แบบแผนการทอผ้าซิ่นและการสร้างลวดลาย

การนุ่งซิ่นและห่มสไบเป็นการแต่งกายที่แพร่หลายในกลุ่มผู้หญิงชาวเหนือ แทบทุกกลุ่ม แต่รูปแบบของ ซิ่นจะแตกต่างกันตามคตินิยมของแต่ละกลุ่ม เช่น ชาวไทลื้อใน บริเวณจังหวัดเชียงราย พะเยา และน่าน โดยเฉพาะกลุ่มไทลื้อจังหวัดน่าน มีแบบแผนการทอผ้า ซิ่นและการสร้างลวดลายที่สำคัญ ๓ ประเภท คือ



ภาพที่ 3.5 การทอผ้าซิ่นทางภาคเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลายล้วงหรือเกาะ คือการสร้างลายด้วยวิธีล้วงด้วยมือ คือใช้เส้นด้ายสีต่างๆสอดลงไปบนเส้นด้ายยืนตามจังหวะที่กำหนดให้เป็นลายคล้ายการสานขัดจากนั้นจะใช้พื้มกระแทกเส้นด้ายให้สนิท เป็น เนื้อเดียวกันผ้าลายล้วงที่มีชื่อเสียงคือ “ผ้าลายน้ำไหล” หรือ “ผ้าลายน้ำไหลเมืองน่าน” ซึ่งเกิดจากการล้วงให้ลายต่อกันเป็นทางยาว เว้นระยะเป็นช่วงๆ คล้ายคลื่น นอกจากนี้ผ้าลายล้วงยังมีลายอื่นๆ ที่เรียกชื่อตามลักษณะลายเช่น “ลายใบมีด” หรือ “ลายมีดโกน” เป็นลายที่เกิดจากการล้วงสอดสี ด้ายหลายๆ สีให้ห่างกันเป็นช่วงๆ เหมือนใบมีดบางๆ “ลายจรวด” มีลักษณะคล้ายจรวดกำลังพุ่ง “ลายน้ำไหลสายรุ้ง” เป็นลายที่พัฒนามาจากลายน้ำไหลโดยค้นด้วยการสอดสี “ลายใส่ปลา” เป็นลาย ที่มีหลายสีคล้ายสีรุ้งแล้วค้นด้วยการเก็บมุกชนิดต่างๆ เช่นมุกลายดอกหมาก มุกข้าวลิบ “ลายกำปุง” หรือลายแมงมุม พัฒนามาจากการนำลายน้ำไหลมาต่อกันตรงกลางเติมลายเล็กๆ โดยรอบเป็นขาคล้าย แมงมุม ต่อมาพัฒนาเป็นลายอื่นๆ ได้อีกมากเช่น ลายดอกไม้ ลายปู ลวดลายที่เกิดขึ้นนี้ล้วนมาจาก กรรมวิธีในการล้วงทั้งสิ้นหากแต่ละลายจะดัดแปลงผสมกับกรรมวิธีอื่นเพื่อให้ได้ลวดลายที่ต่างกันอย่างออกไป



ภาพที่ 3.6 ผ้าลายน้ำไหลเมืองน่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัฒนธรรมการกิน

ชาวเหนือมีวัฒนธรรมการกินคล้ายกับคนอีสาน คือ กินข้าวเหนียวและปลาร้า ซึ่งภาษาเหนือเรียกว่า ข้าวเหนียวและฮ้า ส่วนกรรมวิธีการปรุงอาหารของภาคเหนือจะนิยมการต้ม ปิ้ง แงง ทนง ไม่นิยมใช้น้ำมัน ส่วนอาหารขึ้นชื่อเรียกว่าถ้าได้ไปเที่ยวต้องไปลิ้มลอง ได้แก่ น้ำพริกหนุ่ม, น้ำพริกอ่อน, น้ำพริกน้ำปู, ใส่อั่ว, แงงโสะ, แงงฮังเล, แคบหมู, ผักกาดจอบ ลาบหมู, ลาบเนื้อ, จิ้นส้ม (แหนม), ข้าวซอย, ขนมหิ้น น้ำเงี้ยว เป็นต้น

นอกจากนี้ ชาวเหนือชอบกินหมากและอมเมี่ยง โดยนำใบเมี่ยงที่เป็นส่วนใบอ่อนมาหมักให้มีรสเปรี้ยวอมฝาด เมื่อหมักได้ระยะเวลาที่ต้องการ จะนำใบเมี่ยงมาผสมเกลือเม็ด หรือน้ำตาล แล้วแต่ความชอบ ซึ่งนอกจากการอมเมี่ยงแล้ว คนล้านนาโบราณมีความนิยมสูบบุหรี่ที่มวนด้วยใบตองกล้วยมวนหนึ่งขนาดเท่านิ้วมือ และยาวเกือบศืบ ชาวบ้านเรียกจะเรียกบุหรี่ชนิดนี้ว่า ชีโย หรือ บุหรี่ชีโย ที่นิยมสูบกันมากอาจเนื่องมาจากอากาศหนาวเย็น เพื่อทำให้ร่างกายอบอุ่นขึ้น



ภาพที่ 3.7 ขันโตกอาหารทางภาคเหนือ

วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับศาสนา-ความเชื่อ

ชาวล้านนามีความผูกพันอยู่กับการนับถือผีซึ่งเชื่อว่าผีสิ่งเร้าลับให้ความคุ้มครองรักษาอยู่ ซึ่งสามารถพบเห็นได้จากการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น เมื่อเวลาที่ต้องเข้าป่าหรือต้องค้างพักแรมอยู่ในป่าจะนิยมบอกกล่าวและขออนุญาตเจ้าที่-เจ้าทางอยู่เสมอ และเมื่อเวลาที่กินข้าวในป่าจะแบ่งอาหารบางส่วนให้เจ้าที่อีกด้วยเช่นกัน ซึ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าวิถีชีวิตที่ยังคงผูกพันอยู่กับการนับถือผีสางแบ่งประเภท ได้ดังนี้

ผีบรรพบุรุษ มีหน้าที่คุ้มครองเครือญาติและครอบครัว

ผีอารักษ์ หรือผีเจ้าที่เจ้าทาง มีหน้าที่คุ้มครองบ้านเมืองและชุมชน

ผีขุนน้ำ มีหน้าที่ให้น้ำแก่ไร่นา

ผีฝาย มีหน้าที่คุ้มครองเมืองฝาย

ผีสบน้ำ หรือผีปากน้ำ มีหน้าที่คุ้มครองบริเวณที่แม่น้ำสองสายมาบรรจบกัน

ผีวิญญาณประจำข้าว เรียกว่า เจ้าแม่โพสพ

ผีวิญญาณประจำแผ่นดิน เรียกว่า เจ้าแม่ธรณี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งนี้ ชาวล้านนาจะมีการเลี้ยงผีบรรพบุรุษ ในช่วงระหว่างเดือน 4 เหนือเบ็ง (มกราคม) จนถึง 8 เหนือ (พฤษภาคม) เช่น ที่อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา จะมีการเลี้ยงผีเสื้อบ้านเสื้อเมือง ซึ่งเป็นผีบรรพบุรุษของชาวไทลื้อ พอหลังจากนี้อีกไม่นานก็จะมีการเลี้ยงผีลัวะ หรือประเพณีบูชาเสาอินทขิล ซึ่งเป็นประเพณีเก่าแก่ของคนเมือง ไม่นับรวมถึงการ เลี้ยงผีมด ผีเม็ง และการเลี้ยงผีปู่และย่าแสะของ ชาวลัวะ ซึ่งจะทยอยทำกันต่อจากนี้

ส่วนช่วงกลางฤดูร้อนจะมีการลงเจ้าเข้าทรงตามหมู่บ้านต่าง ๆ อาจเป็นเพราะความเชื่อที่ว่า การลงเจ้าเป็นการพบปะพูดคุยกับผีบรรพบุรุษ ซึ่งในปีหนึ่งจะมีการลงเจ้าหนึ่งครั้ง และจะถือโอกาสทำพิธีรดน้ำดำหัวผีบรรพบุรุษไปด้วย ยังมีพิธีเลี้ยง “ผีมดผีเม็ง” ที่จัดขึ้นครั้งเดียวในหนึ่งปี โดยจะต้องหาฤกษ์ยามที่เหมาะสม ก่อนวันเข้าพรรษา จะทำพิธีอัญเชิญผีเม็งมาลง เพื่อขอใช้ช่วยปกป้องรักษา คุ้มครอง ชาวบ้านที่เจ็บป่วย และจัดหาดนตรีเพื่อเพิ่มความสุขสนาน

คนล้านนามีความเชื่อในการเลี้ยงผีเป็นพิธีกรรมที่สำคัญ แม้ว่าการดำเนินชีวิตของจะราบรื่นไม่ประสบปัญหาใด แต่ก็ยังไม่ลืมบรรพบุรุษที่เคยช่วยเหลือให้มีชีวิตที่ปกติสุขมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่า ยังคงพบเรือนเล็กๆ หลังเก่าตั้งอยู่กลางหมู่บ้านเสมอ หรือเรียกว่า “หอเจ้าที่ประจำหมู่บ้าน” เมื่อเวลาเดินทางไปยังหมู่บ้านต่าง ๆ ในชนบท ความเชื่อดังกล่าวจึงส่งผลให้ชนบธรรมเนียม ประเพณี และพิธีกรรมต่าง ๆ ของชาวเหนือ เช่น ผู้เฒ่าผู้แก่ชาวเหนือ (พ่ออ้าย-แม่อ้าย) เมื่อไปวัดฟัง ธรรมก็จะประกอบพิธีเลี้ยงผี คือ จัดหาอาหารคาว-หวานเช่น ส้มโวยี่ปู้ยี่ด้วย แม้ปัจจุบันในเขตตัวเมืองของภาคเหนือจะมีการนับถือผีที่อาจเปลี่ยนแปลงและเหลือน้อยลง แต่อย่างไรก็ตามชาวบ้านในชนบทยังคงมีการปฏิบัติกันอยู่

ประเพณีของภาคเหนือ

ประเพณีของภาคเหนือ เกิดจากการผสมผสานการดำเนินชีวิต และศาสนาพุทธความเชื่อเรื่องการนับถือผี ส่งผลทำให้มีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของประเพณีที่จะแตกต่างกันไปตามฤดูกาล ทั้งนี้ ภาคเหนือจะมีงานประเพณีในรอบปีแทบทุกเดือน จึงขอยกตัวอย่างประเพณีภาคเหนือบางส่วนมานำเสนอ ดังนี้

สงกรานต์งานประเพณี ถือเป็นช่วงแรกของการเริ่มต้นปีใหม่เมือง หรือสงกรานต์งานประเพณี โดยแบ่งออกเป็น

วันที่ 13 เมษายน หรือวันสังขารล่อง ถือเป็นวันสิ้นสุดของปี โดยจะมีการยิงปืน ยิงสโปก และจุดประทัดตั้งแต่ก่อนสว่างเพื่อขับไล่สิ่งไม่ดี วันนี้ต้องเก็บกวาดบ้านเรือน และ ทำความสะอาดวัด

วันที่ 14 เมษายน หรือวันเนา ตอนเช้าจะมีการจัดเตรียมอาหาร และเครื่องไทยทาน สำหรับงานบุญในวันรุ่งขึ้น ตอนบ่ายจะไปชนทรายจากแม่น้ำเพื่อนำไปก่อเจดีย์ทรายในวัด เป็นการทดแทนทรายที่เหยียบติดเท้าออกจากวัดตลอดทั้งปี

วันที่ 15 เมษายน หรือวันพญาวัน เป็นวันเริ่มศักราชใหม่ มีการทำบุญถวายขันข้าว ถวายตุ่ง ไม้ค้ำโพธิ์ที่วัดสงวน้ำพระพุทธรูป พระธาตุและรดน้ำคำหัวขอพรจากผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือ

วันที่ 16-17 เมษายน หรือวันปากปีและวันปากเดือน เป็นวันทำพิธีทางไสยศาสตร์ สะเดาะเคราะห์ และบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ทั้งนี้ ชาวล้านนามีความเชื่อว่า การทำพิธีสืบชะตาจะช่วยต่ออายุให้ตนเอง ญาติพี่น้อง และบ้านเมืองให้ยืนยาว ทำให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองและความเป็นสิริมงคล โดยแบ่งการสืบชะตาแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ การสืบชะตาคน, การสืบชะตาบ้าน และการสืบชะตาเมือง

แห่นางแมว ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม เป็นช่วงของการเพาะปลูก หากปีใดฝนแล้งไม่มีน้ำ จะทำให้น้ำข้าวเสียหาย ชาวบ้านจึงพึ่งพาสิ่งเหนือธรรมชาติ เช่น ทำพิธีขอฝนโดยการแห่นางแมว โดยมีความเชื่อกันว่าหากกระทำเช่นนั้นแล้วจะช่วยให้ฝนตก

ประเพณีปอยน้อย/บวชลูกแก้ว/แห่ส่งลงเป็นประเพณีบวช หรือการบรรพชาของชาวเหนือ นิยมจัดภายในเดือนกุมภาพันธ์ มีนาคม หรือเมษายน ตอนช่วงเช้า ซึ่งเก็บเกี่ยวพืชผลเสร็จแล้ว ในพิธีบวชจะมีการจัดงานเฉลิมฉลองอย่างยิ่งใหญ่ มีการแห่ลูกแก้วหรือผู้บวชที่จะแต่งตัวอย่างสวยงามเลียนแบบเจ้าชายสิทธัตถะ เพราะถือคตินิยมว่าเจ้าชายสิทธัตถะได้เสด็จออกบวชจนตรัสรู้ และนิยมให้ลูกแก้วขี้ม้า ขี้ช้าง หรือขี้ค้อนคน เปรียบเหมือนม้ากัณฐกะม้าทรงของเจ้าชายสิทธัตถะ ปัจจุบันประเพณีบวชลูกแก้วที่มีชื่อเสียง คือ ประเพณีบวชลูกแก้ว ที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ประเพณีปอยหลวง หรืองานบุญปอยหลวง เป็นเอกลักษณ์ของชาวล้านนาซึ่งเป็นผลดีต่อสภาพทางสังคม ถือว่าเป็นการให้ชาวบ้านได้มาทำบุญร่วมกัน ร่วมกันจัดงานทำให้เกิดความสามัคคีในการทำงาน งานทำบุญปอยหลวงยังเป็นการรวมญาติพี่น้องที่อยู่ต่างถิ่นได้มีโอกาสทำบุญร่วมกัน และมีการสืบทอดประเพณีที่เคยปฏิบัติกันมาตั้งแต่บรรพชนไม่ให้สูญหายไปจากสังคม

ช่วงเวลาจัดงานเริ่มจากเดือน 5 จนถึงเดือน 7 เหนือ (ตรงกับเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน หรือเดือนพฤษภาคมของทุกปี) ระยะเวลา 3-7 วัน

ประเพณีเป็ง (วันเพ็ญเดือนยี่) หรืองานลอยกระทง โดยจะมีงาน “ตามผางผะตັบ” (จุดประทีป) ซึ่งชาวภาคเหนือตอนล่างจะเรียกประเพณีนี้ว่า “พิธีจองเปรียง” หรือ “ลอยโคม” เป็นงานที่ขึ้นชื่อที่จังหวัดสุโขทัย

ประเพณีลอยกระทงสายหรือประทีปพันดวง ที่จังหวัดตาก ในเทศกาลเดียวกันด้วยในเดือน 3 หรือประมาณเดือนธันวาคม มีประเพณีตั้งธรรมหลวง (เทศน์มหาชาติ) และทอดผ้าป่า ในธันวาคมจะมีการเกี่ยว “ข้าวตอก” (คือข้าวสุกก่อนข้าวปี) พอถึงข้างแรมจึงจะมีการเกี่ยว “ข้าวปี”

ประเพณีลอยโคม ชาวล้านนาจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความเชื่อในการปล่อย โคมลอยซึ่งทำด้วยกระดาษสาติดบนโครงไม้ไผ่แล้วจุดตะเกียงไฟตรงกลางเพื่อให้ไอความร้อนพาโคมลอยขึ้นไปในอากาศ เป็นการปล่อยเคราะห์ปล่อยโศกและเรื่องร้าย ๆ ต่าง ๆ ให้ไปพ้นจากตัว

ประเพณีตุงตุง ในภาษาถิ่นล้านนา ตุง หมายถึง “ธง” จุดประสงค์ของการทำตุงในล้านนาก็คือ การทำถวายเป็นพุทธบูชา ชาวล้านนาถือว่าเป็นการทำบุญอุทิศให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว หรือถวายเพื่อเป็นปัจจัยส่งกุศลให้แก่ตนไปในชาติหน้า ด้วยความเชื่อที่ว่า เมื่อตายไปแล้วก็จะได้เกาะยึดชายตุงขึ้นสวรรค์พ้นจากขุมมรณ วันที่ถวายตุงนั้นนิยมกระทำในวันพญาวันซึ่งเป็นวันสุดท้ายของเทศกาลสงกรานต์



ภาพที่ 3.8 ประเพณีตุงในภาคเหนือ

ตุงมีหลายชนิด หลายแบบ หลายลักษณะ หลากรูปทรง ต่างสวดหลาย และมากชนิดของวัสดุในการทำ รวมทั้งโอกาสต่าง ๆ ในการใช้ตุง จึงพอที่จะจำแนกออกเป็นประเภทได้ดังนี้

1. แบ่งตามวัสดุในการทำ

ตุงที่ทำจากกระดาษ ได้แก่ ตุงช้าง ตุงไส้หมู

ตุงที่ทำจากผืนผ้า ได้แก่ ตุงตะขาบ ตุงจระเข้ ตุงแดง ตุงขาวาวา ตุงพระบุญ

ตุงที่ทำด้วยกระดาษหรือผ้า ได้แก่ ตุงสามหาง ตุงที่ทำจากเส้นด้ายหรือเส้นไหม ได้แก่ ตุงไชย

ตุงที่ทำจากไม้หรือสังกะสี ได้แก่ ตุงกระด้าง

2. ตุงที่ใช้ในงานประดับประดาหรือร่วมขบวน

ตุงขาวาวา มีความหมายมงคลใช้งานเหมือนตุงไชยแต่มีลักษณะยาวกว่า ไม่มีเสาที่ปัก ต้องใช้คนถือหลายคนนิยมให้ผู้ร่วม

ขบวนเดินถือชายตุงต่อ ๆ กัน

ตุงกระด้าง มักนิยมทำด้วยไม้แกะสลักและประดับกระจก ลงรักปิดทองด้วยลวดลายดอกไม้ต่าง ๆ ลายสัตว์ต่าง ๆ แบบถาวรและมักจะทำไว้ในที่ที่มีความสำคัญในพื้นที่ต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ตุงที่ใช้ในงานพิธีมงคล

ตุงไชย เป็นเครื่องหมายบอกถึงความเป็นสิริมงคล ทำได้โดยการทอจากด้ายหรือสลัปสีเป็นรูปเรือรูปปราสาทหรือลวดลาย

มงคล ใช้เพื่อถวายเป็นพุทธบูชาและเป็นเครื่องหมายบอกให้รู้ว่า ในบริเวณนั้นจะมีงานฉลองสมโภชโดยจะปักตุงไว้ห่างกัน

ประมาณ 8-10 เมตร เป็นแนวสองข้างถนนสู่บริเวณงาน และยังมีนิยมใช้ในการเดินขบวนเมื่อมีงานเฉลิมฉลองต่าง ๆ

ตุงซ่าง ส่วนใหญ่ทำด้วยกระดาษมีลักษณะการนำไปใช้งานเช่นเดียวกับตุงไชย

ตุงพระบฏ จะเขียนภาพเกี่ยวกับพุทธประวัติ จะประดับตุงไว้ด้านหลังของพระประธานในโบสถ์ โดยการแขวนไว้กับผนังด้าน

หลังพระประธานทั้งสองข้าง

ตุงตะขาบ ตุงจระเข้ จะมีรูปตะขาบและจระเข้อยู่ตรงกลาง ปักไว้เป็นการแสดงว่าวันนี้จะมีการทอดกฐินหรือแห่ผ้าขบวนไป

ยังวัดที่จอกฐินไว้

ตุงไส้หมู เป็นพวงประติษฐ์รูปร่างคล้ายจอมแหหรือปรางค์ ใช้ประดับตกแต่งงานพิธีบุญต่าง ๆ เพื่อความสวยงาม



ภาพที่ 3.9 ตุงที่ใช้ในพิธีมงคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ตุ๊กที่ใช้ในงานพิธีอวมงคล

ตุ๊กแดง หรือเรียกว่า ตุ๊กค้ำแดง ตุ๊กผีตายโหง จะปักตุ๊กแดงไว้ตรงบริเวณที่ผู้ตายโหงแล้วก่อเจดีย์ทรายกองเล็ก ๆ เท่ากับ

อายุของผู้ตายไว้ในกรอบสายสิญจน์โดยเชื่อว่าผู้ตายจะได้หมดทุกข์และเป็นการปักษีสัญลักษณ์เตือนว่าจุดนี้เกิดอุบัติเหตุ

ประเพณีกรวยสลาก หรือตานก้วยสลาก เป็นประเพณีของชาวพุทธที่มีการทำบุญให้ทานรับพรจากพระ จะทำให้เกิดสิริมงคลแก่ตนและอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับไปแล้ว เป็นการระลึกถึงบุญคุณของผู้มีพระคุณ และเป็นการแสดงออกถึงความสามัคคีของคนในชุมชน

ประเพณีขึ้นขันดอกอินทิล บูชาเสาหลักเมืองเชียงใหม่

ประเพณีงานประเพณีนบพระเล่นเพลง ในแผ่นดินพระเจ้าลิไท วัดพระแก้ว อุทยาน

ประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

ประเพณีงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เพื่อเป็นการเคารพสักการะเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ



ภาพที่ 3.10 ตุ๊กที่ใช้ในพิธีอวมงคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเพณีลอยกระทงสาย เพื่อบูชาแม่คงคา ขอขมาที่ได้ทิ้งสิ่งปฏิกูลลงในน้ำและอธิษฐานบูชา รอยพระพุทธบาท

ประเพณีแล้ฮื้อปะตะก่า เป็นการเตรียมอาหารเพื่อนำไปถวาย (ทำบุญ) ข้าวพระพุทธในวันพระ ของชาวไทยใหญ่

ประเพณีทอดผ้าป่าแถว เป็นวันที่พุทธศาสนิกชนจะได้ถวายเครื่องนุ่งห่มและไทยธรรม เป็น เครื่องบูชาแต่พระสงฆ์ก่อนจะทำพิธีลอยกระทงบูชาพระพุทธบาทตามคติความเชื่อแต่โบราณ กระทำใน วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 (วันลอยกระทง)

ประเพณีขึ้นธาตุเดือนเก้า ประมาณเดือนมิถุนายน (หรือปลายเดือนพฤษภาคม) เพื่อบูชา พระบรมสารีริกธาตุแห่งองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า

ประเพณีแข่งเรือยาว จังหวัดน่าน

ประเพณีเวียนเทียนกลางน้ำ วัดติโลกอาราม จังหวัดพะเยา

ประเพณีลอยกระทงสาย ไหลประทีปพันดวง จังหวัดตาก

ประเพณีทานหัวฝิงไฟ คือ ประเพณีการถวายฟืนแก่พระสงฆ์เพื่อใช้จุดไฟในช่วงฤดูหนาว จะ กระทำในเดือน 4 เหนือหรือตรงกับเดือนมกราคม

ประเพณีฮื้อสาว คำว่า “ฮื้อ” เป็นภาษาไทยภาคเหนือแปลว่า “พูดกัน คุยกัน สนทนากัน สนทนา กัน” ดังนั้น “ฮื้อสาว” ก็คือ พูดกับสาว คุยกับสาว หรือแ้วสาวการฮื้อสาวเป็นการพูดคุยกันเป็นทำนองหรือ เป็นกวีโวหาร

นอกจากงานเทศกาลประจำท้องถิ่นแล้ว ยังมีประเพณีความเชื่อดั้งเดิมของชนชาติไทยเผ่าต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น ไทยยวน ไทยลื้อ ไทยใหญ่ ไทยพวน ลัวะ และพวกแมง ได้แก่ ประเพณีกินวอของชาวไทย ภูเขาเผ่าลื้อขอ ประเพณีบุญกำฟ้าของชาวไทยพวนหรือไทยโข่ง

ภาคเหนือของประเทศไทยนั้นประกอบด้วยผู้ที่คนหลากหลายชาติพันธุ์ จึงทำให้มีภาษาถิ่นที่แตกต่าง กัน แต่มีสิ่งที่คล้ายคลึงกัน คือ ความเคารพบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว ก่อให้เกิดรากเหง้า ขนบธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม มาถึงปัจจุบันซึ่งชาวเหนือจะมีประเพณีที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบ่ง สรรตามฤดูกาล แม้แตกต่างกันกลับมีสายใยแห่งชุมชนร้อยรัดผู้คนให้แน่นแฟ้นถือเป็นเสน่ห์ชวนให้ผู้คน หลงรัก “ดินแดนล้านนา”

บทที่ 4

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

4.1 การออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ในการบรรจุวัตถุดิบหลักของบรรจุภัณฑ์สองข้อคือ การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟฟิคบรรจุภัณฑ์ ที่ล้วนมีรายละเอียดที่ต้องคำนึงทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้อง

ข้อกำหนดในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

- ชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม ป้องกันสินค้าได้ตลอดอายุการวางขาย
- รูปแบบกลมกลืนสอดคล้องกับสินค้า
- ขนาดพอดีและสามารถรับน้ำหนักสินค้าได้
- การขึ้นรูป การบรรจุ เปิด-ปิดสะดวก ไม่ยุ่งยาก

การออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบและการจัดวางรูปประกอบตัวอักษร ลวดลาย ถ้อยคำ เครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์ทางการค้า โดยใช้หลักวิชาการทางศิลปะ การจัดภาพองค์ประกอบศิลป์เพื่อให้ผลงานมีความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามและสามารถบรรจุวัตถุดิบที่วางไว้

ข้อมูลประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- ข้อมูลด้านการตลาด ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่าย ฤดูกาล
- รูปแบบการกระจายสินค้า (ปลีก/ส่ง) พฤติกรรมผู้บริโภค
- ปริมาณและมูลค่าของสินค้าในตลาด (ส่วนแบ่งทางการตลาด)
- ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประวัติความเป็นมา
- คำอธิบาย จุดเด่น ประโยชน์ ขนาดปริมาณบรรจุ ความถี่/ปริมาณการใช้ที่ใช้อยู่ครั้ง ราคาและต้นทุน

4.2 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นเรื่องสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพราะกลุ่มเป้าหมายสามารถส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาและเรียนรู้ความต้องการของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน แม่บ้าน เด็ก ฯลฯ เป็นต้น

กลุ่มเป้าหมายที่ได้อย่างนี้ นอกจากจะมีความสนใจและความต้องการที่แตกต่างกันแล้ว กลุ่มเป้าหมายเดียวกันแต่ช่วงอายุต่างกันและมีสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน ก็ย่อมมีความต้องการแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ซึ่งทำให้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ก็ต้องมีความแตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ หรือบางครั้งผลิตภัณฑ์บางอย่างผลิตขึ้นมาเพื่อผู้บริโภคกลุ่มหนึ่ง แต่ผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งกลับเป็นผู้เลือกและตัดสินใจซื้อ เช่น อาหารเสริมสำหรับเด็กหรือ นมผงสำหรับทารก จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ทารกและเด็กมิได้เป็นผู้เลือกซื้อ แต่ผู้เลือกและตัดสินใจซื้อกลับเป็นผู้ปกครอง

ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผู้ประกอบการจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดรอบครอบ และค้นหาวิธีว่าจะออกแบบอย่างไรให้บรรจุภัณฑ์ของท่านสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคตามกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน

2. กำหนดชื่อตราสินค้า (Brand) ตราสินค้าใช้เป็นชื่อหรือเครื่องหมายสำหรับการเรียกขานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะต้องทำการกำหนดชื่อตราสินค้าให้เรียบร้อยก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดให้ชื่อตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ ชัดเจน น่าสนใจ ที่สำคัญจะต้องเป็นที่จดจำได้ง่ายแก่ผู้บริโภคตราสินค้าที่ตีนั้นสามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้ คือตั้งตามชื่อเจ้าของกิจการ ตั้งตามความเชื่ออันเป็นมงคล ตั้งตามแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ หรือตั้งโดยการผสมคำที่มีความหมายให้เกิดเป็นคำใหม่ที่มีเอกลักษณ์ ฯลฯ เป็นต้น

ลักษณะที่ดีของตราสินค้าที่ดี

- สั้น กะทัดรัด จดจำได้ง่าย ออกเสียงได้ง่ายมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- แปลเป็นภาษาต่างประเทศได้ง่ายมีความหมายที่เหมาะสม
- สามารถบอกถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์
- สอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ต้องไม่ซ้ำกับของเดิมที่มีอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. **วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์** วัสดุที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การที่ผู้ประกอบการตัดสินใจว่าจะใช้วัสดุอะไรมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์นั้น ท่านควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละประเภท ที่จะนำมาผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ เนื่องวัสดุแต่ละชนิดแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติที่เป็นข้อดีและข้อเสีย ในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพ การยืดอายุผลิตภัณฑ์ และการนำกลับมาใช้ใหม่(Recycle) ที่แตกต่างกันไป หากท่านเลือกใช้วัสดุไม่ถูกต้องนอกจากจะทำให้เกิดผลกระทบต่อตัวผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมแล้วยังเป็นสาเหตุให้เกิดต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

4. **รูปร่างบรรจุภัณฑ์** ที่มีรูปร่างสวยงาม สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค ถึงแม้ผู้บริโภคจะยังมีได้สัมผัสกับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน รูปร่างของบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์ได้ กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคเห็นรูปร่างสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไรและมีชื่อตราสินค้าอะไร หรือจะเป็นผลิตภัณฑ์เดี่ยวแตกต่างกันที่ชื่อตราสินค้า

5. **สีสັນและกราฟฟิค** สีสັນและกราฟฟิคนี้คือการรวมของการใช้สัญลักษณ์ ตัวอักษร ภาพประกอบ ลวดลายและพื้นผิว ซึ่งส่วนประกอบทั้งหมดสามารถบ่งบอกถึงชื่อตราสินค้า ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้และสามารถแสดงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย

4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีความสวยงามและความแปลกตา เท่านั้นคงไม่เพียงพอสำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารเพราะหัวใจของบรรจุภัณฑ์ คือ การเก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่ยืนยาว ดังนั้น การออกแบบที่ดีผู้ประกอบการควรคำนึงถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ ดังนี้

1. ป้องกันผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมในการบรรจุอาหารจะต้องสามารถป้องกันไม่ให้อาหารสัมผัสกับบรรยากาศภายนอก ซึ่งอาจเกิดการรั่ว การซึม แสง ความร้อนเย็น
2. เก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ต้องสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์มิให้เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นกลิ่นหรือรสชาติ
3. ยืดอายุผลิตภัณฑ์ จะต้องสามารถนำเทคโนโลยีที่สลับซับซ้อนมาช่วยในการออกแบบ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ สามารถยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุยืนยาว
4. ความสะดวกในการใช้งาน
5. ความประหยัดในการขนส่ง

4.4 งานพิมพ์บรรจุภัณฑ์

ในการพิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทบรรจุภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญในการเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่ปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหาร ควรเลือกสีชนิด Food grade และควรเป็นสีที่คงทนต่อการใช้งานที่ต้องการพิมพ์บนวัสดุพิมพ์ที่ต้องการได้ เช่น กระดาษแข็ง แผ่นกระดาษลูกฟูก โดยไม่ทำให้วัสดุพิมพ์เสียหาย

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้ขนาดของชิ้นงานกับขนาดกระดาษมาตรฐานที่ขึ้นชั้นแท่นพิมพ์พอดี ไม่เหลือเศษขอบกระดาษมาก เพื่อความประหยัดต้นทุน

4.5 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ด้านการตลาด (Marketing Functions)

1. หน้าที่ส่งเสริมการขาย
2. หน้าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม
3. หน้าที่ให้ความถูกต้อง รวดเร็วในการขาย
4. หน้าที่รักษาสีแวตล้อม
5. หน้าที่ในการรณรงค์เรื่องต่างๆ เช่น กินของไทยใช้ของไทย ส่งเสริมการท่องเที่ยว

4.6 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย การออกแบบที่สำคัญ 2 ส่วนคือ

1. การออกแบบโครงสร้าง – เน้นคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์
2. การออกแบบกราฟิก – เน้นการสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย

เนื้อหาการนำเสนอกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

Product & product in use แสดงผลิตภัณฑ์และการใช้

Ingredient แสดงเครื่องปรุงและส่วนผสม

Dramatize the benefit เน้นประโยชน์อย่างน่าสนใจ

Heritage/ origin แสดงวัฒนธรรมและแหล่งกำเนิด

Mood/ characteristic แสดงอารมณ์และบุคลิกของสินค้า/ผู้ใช้

Type classification/family range แสดงชนิด/กลุ่มสินค้า

Cumulative effect แสดงผลของการรวมหมู่

Season & occasion แสดงความเป็นเทศกาล โอกาสพิเศษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีนบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สีนั้นว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง เพราะสีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อประสาทสัมผัส เป็นเครื่องดึงดูดความสนใจทำให้เกิดความรู้สึกอยากจับต้องอยากสัมผัสโดดเด่น

ความหมายของสี

- เมื่อต้องการความสงบและการพักผ่อนจะใช้สีฟ้าและสีขาว
- เมื่อต้องการความสำคัญจะได้แก่ สีม่วง แดงอ่อน และขาว เหลืองทองคำ และดำ
- เมื่อต้องการความงาม ใช้สีซึ่งเข้ากันอย่างกลมกลืน และสมดุลย์
- เมื่อต้องการความรื่นรมย์ให้ใช้สีฟ้าอ่อน ฟ้ากับขาว หรือขาวกับแดง
- เมื่อแต่ละตลาดมีลักษณะพิเศษของตนขึ้นอยู่กับรสนิยม คนผิวสีไม่นิยมสีน้ำตาลไหม้ แต่จะชอบสีเหลือง ขาว ตะวันออกชอบสีสดใสสว่าง

สีที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารจะเป็นสีส้ม เหลืองอ่อน แดงสด เขียวอ่อน น้ำตาลอ่อน และสีน้ำตาล สำหรับเครื่องดื่มจะใช้เหลืองปนน้ำตาล เหลืองแดง หรือเขียวปนฟ้า หรือฟ้า

สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกขึงขังและมีประโยชน์ ใส่ความรู้สึกของความสมบูรณ์ของชีวิต และงานประจำ

สีส้ม ให้ความรู้สึกถึงรัศมี และแสดงออกยิ่งกว่าสีแดง เป็นสีเคลื่อนไหว ให้ความรู้สึกอบอุ่นปลอดภัย เช่น ไฟที่กำลังไหม้อยู่ในเตาผิง

สีฟ้าหรือสีน้ำเงิน เป็นสีสรรที่ลึกซึ้งและเป็นผู้หญิง ให้ความรู้สึกพักผ่อน รู้สึกเป็นผู้ใหญ่ แต่ก็ยังให้ความทรงจำวัยเด็ก เป็นสีที่ให้ชีวิตแต่ไม่เท่าสีแดง ขณะที่สีที่เจือแต่ไม่เท่าสีเขียวอ่อนจะดึงดูดน้อยกว่าสีเข้ม การมองให้ความรู้สึกสดชื่นสะอาด โดยเฉพาะเมื่อรวมกับ สีขาว

สีน้ำทะเล ให้พลังงานดังเช่นไฟ แต่เป็นไฟเย็นที่มีความสดชื่นดั่งน้ำทะเลในทะเลสาป

สีเหลือง เป็นสีที่มีรัศมีที่สุด เป็นสีสว่าง และมีเสียงดัง เป็นความอ่อนวัยในทางตรงข้ามกับสีฟ้า สีเหลืองทองให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา ขณะที่สีเหลืองแกมเขียวให้ความรู้สึกของความไม่สบาย เมื่อผสมกับสีแดงจะทำให้สบายตา ให้ความอบอุ่น ความพอใจ ดั่งเช่นสีทองของทุ่งนา

สีม่วง ให้ความมืดและอึดอัด มักจะเป็นสัญลักษณ์ของความหมดหวังและความตาย มีคุณลักษณะของความสิ้นหวังหมดโอกาส ความเจ็บที่ไม่มีอนาคต ให้มีความรู้สึกเป็นกลุ่มก้อนที่แข็งแกร่ง ให้ความรู้สึกของความสง่างามโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีผิวมัน

สีขาว เป็นการแสดงออกถึงความบริสุทธิ์ โดยลักษณะสีสรรของสีขาวก่อให้เกิดความรู้สึกของ

สีเทา ไม่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวเหมือนสีขาว หรือให้ความรู้สึกในทางเข้มแข็งเหมือนสีดำ แต่แสดงออกซึ่งความเป็นกลาง เป็นลักษณะของการไม่ตัดสินใจ ไม่มีพลังงาน สีเทาอ่อนให้ความรู้สึกกลัว

สีเขียว แสดงถึงควมมีชีวิตชีวา มีลักษณะเข้มแข็ง และปราดเปรียว ให้ความรู้สึกสง่างาม และมีเสน่ห์

สีแดง เป็นสีร้อน สีแดงจะสะดุดตาเมื่อแรกเห็น เราจะต้องมองไม่ว่าเราจะต้องการมองหรือไม่ แต่ละโทนของสีแดงยังมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น แดง ให้ความรู้สึกมีพลัง มีอำนาจ และสง่างาม สีแดงปานกลางให้ความรู้สึกถึงพลังงาน การเคลื่อนไหว และความต้องการ เราสามารถเลือกโทนของสีแดงมาใช้ โดยที่ให้ความรู้สึกเบิกบานมีชีวิตชีวา

สีชมพู ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน เอียงอาย โรแมนติก แต่ขาดควมมีชีวิตชีวา เป็นลักษณะของผู้หญิงและความรัก ให้ความรู้สึกของความอ่อนโยนและมีเสน่ห์

ข้อควรคำนึงในการเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

- สีบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้ควรกระตุ้นประสาททั้ง 5 เพื่อทำให้เกิดความอยากซื้อ
- สีที่ใช้ควรเป็นสีที่จำง่าย สามารถทำให้นึกถึงยี่ห้อหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ทันที ใช้สีจดจำได้ง่ายดีกว่าใช้สีแปลกๆ ไม่คุ้นตา
- ถ้าการขายเป็นลักษณะแบบช่วยตนเอง สีแท้เป็นสีที่ควรเลือกใช้ สำหรับการขายแบบตัวต่อตัว ก็ควรเลือกสีที่แตกต่างกันไป สีสว่างหรือสีที่คล้ายๆ กันมักให้ความรู้สึกที่ดี สีส้มๆ เหมาะกับสินค้าราคาค่อนข้างสูง
- สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรเป็นสีที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในทุกๆ สถานการณ์ที่ผู้บริโภคนำมาใช้งาน
- การเลือกใช้สีควรเลือกตามลักษณะของลูกค้า เพศ สังคม เศรษฐกิจ สภาพภูมิประเทศ ที่ตั้งลักษณะตลาด
- แสงที่ใช้ในร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ก็ต้องนำมาพิจารณาด้วย เพราะแสงไฟที่แตกต่างกันก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกต่อสีได้
- การเลือกใช้สีประกอบบนบรรจุภัณฑ์ 2 – 3 สีที่เราคุ้นเคย ได้ผลดีกว่าใช้สีแปลก
- สีที่เลือกใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรใช้สีเพื่อทำการเน้นส่วนที่ต้องการจะเน้นให้เด่นชัด นอกจากนั้นใช้สีที่สามารถดึงดูดได้จริงๆ ลงมาตามลำดับความสำคัญ
- สีที่เลือกควรเข้ากันได้กับวัสดุที่เลือกใช้ด้วย
- สีของผลิตภัณฑ์และสีของบรรจุภัณฑ์ควรเข้ากันได้ดี มิฉะนั้นจะเกิดความขัดแย้งเกิดขึ้น เมื่อเปิดสินค้าออกจากบรรจุภัณฑ์
- สีที่เลือกใช้จะต้องดูดีเมื่อพิมพ์ขาว – ดำ หรือออกทีวีขาว- ดำ หรือลงนิตยสารอื่นๆ ด้วย
- ข้อจำกัดด้านราคามีผลในการกำหนดขอบเขตของสีด้วย
- การใช้สีที่ไม่ถูกต้องทำให้ดูน่าเบื่อและกลายเป็นสิ่งส่งเสริมคู่แข่งได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ของสีบรรจุกัญช์

- เรียกร้องความสนใจเมื่อพบเห็น
- จำได้เมื่อเห็นอีกครั้ง (มองหาได้ง่าย)
- จัดจำได้ง่าย
- ข้อความชัดเจนอย่างง่าย
- ให้ผลทางด้านอารมณ์
- บ่งบอกถึงสิ่งที่บรรจุ
- กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกทางบวกต่อสินค้า
- สนองความรู้สึกในการบริโภคสินค้า
- ช่วยให้เกิดการยอมรับและความพอใจ
- ช่วยแยกความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด
- โน้มน้าวและให้ความมั่นใจแก่ผู้ซื้อ

บทบาทของสีบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการขาย

สีของบรรจุภัณฑ์จะมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจซื้อ ในกรณีที่

- ความภักดีของลูกค้าต่อสินค้าเสื่อมลง
- ราคาและคุณภาพของสินค้าไม่ต่างกันมาก
- ยอดการจำหน่ายไม่แน่นอน เนื่องจากเหตุผลทั้งสองข้อแรก ทำให้ลูกค้าอาจซื้อสินค้าทดแทนกันได้ ยอดจำหน่ายจึงไม่แน่นอน

การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก มักเป็นสีที่แสดงความรู้สึกอ่อนโยน ไม่แข็งมาก เช่น สีขาว ชมพู ฟ้ำ เขียวอ่อน เหลืองอ่อน ฯลฯ เป็นส่วนที่พื้นที่ใหญ่ๆ และอาจมีสีสดใสบางจุดบนบรรจุภัณฑ์ เช่น ตัวหนังสือกราฟิกต่างๆ ให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

สีที่สามารถบ่งบอกถึงสถานะผู้บริโภคให้เป็นกลุ่มตามความเข้าใจทั่วไปแบ่งได้ดังนี้

- สีฟ้า หรือ สีน้ำเงิน แสดงถึง ผลิตภัณฑ์ของเด็กผู้ชาย
- สีชมพูหรือแดง แสดงถึง ผลิตภัณฑ์ของเด็กผู้หญิง

แต่บางกรณีการใช้สีก็อาจจะไม่เป็นไปตามนี้ก็ได ในกรณีที่เป็สินค้าที่ไม่มีการแบ่งเพศเช่น บรรจุภัณฑ์สีชมพู หมายถึง ผลิตภัณฑ์ธรรมดา แต่บรรจุภัณฑ์สีขาว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ชนิดพิเศษ สำหรับสีที่เป็นที่นิยมในการใช้เป็นสีบนบรรจุภัณฑ์มากที่สุดคือ สีขาว เนื่องจากให้ความรู้สึกสะอาด ปลอดภัย บริสุทธิ์ เหมาะสมสำหรับเด็ก การเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ จึงมีความสำคัญต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคไม่น้อยไปกว่าองค์ประกอบอื่นๆ ดังที่กล่าวมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7 การพัฒนา ที่ส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

วิถีการดำเนินชีวิตผู้บริโภคสมัยใหม่ ที่ส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- ประชากรผู้บริโภคมที่มีอายุสูงเพิ่มขึ้น
- การแต่งงานช้าลง ขนาดของครอบครัวเล็กลง
- การอพยพเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานในเขตเมืองมากขึ้น
- เวลาในการปรุงอาหารเองจำกัด
- คำนึงถึงเรื่องสุขภาพมากขึ้น

อุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ

- ผลของความตกลงพหุภาคีขององค์การการค้าโลก ทำให้เกิดมาตรการบังคับใช้ที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดกฎระเบียบ ในการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหาร
 - EU framework Directive 89/109/EEC Article 2 วัสดุที่ใช้สัมผัสอาหารโดยตรง ต้องผลิตจากหลักเกณฑ์การผลิตที่ดี (GMF)
 - วัสดุดังกล่าวต้องไม่แพร่องค์ประกอบในตัววัตถุไปยังอาหารในปริมาณที่อาจเกิดอันตรายต่อสุขภาพ
 - EU Framework Directive 89/109/EEC Article 3 รายชื่อของวัสดุที่ยอมให้ใช้สัมผัสกับอาหาร (positive list)
- กฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดอื่น ๆ
- การปิดฉลากและข้อความที่ต้องแสดงบนฉลาก
 - การให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร และสิทธิต่าง ๆ ของผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - การจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ชยะชุมชน
 - ข้อกำหนดวัสดุบรรจุภัณฑ์ เช่น Monomer Directive 89/109/EEC รายชื่อโมโนเมอร์ที่ยอมให้ใช้ผลิตเป็นพลาสติกที่ใช้สัมผัสกับอาหารได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

5.1 Concept ของแบรนด์

ตำนานสู่สากล

เป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรไทย มีที่มาจากสมุนไพรทางภาคเหนือ และผลิตจากภูมิปัญญาของชาวล้านนา โดยปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้ทันสมัยเหมาะกับ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นอายุระหว่าง 18 - 25 ปี และ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากสมุนไพรไทย

5.2 ภาพลักษณ์

Natural - Northern Thailand - trendy women

5.3 Mood & Tone

Clean cheerfully

5.4 กลุ่มเป้าหมาย

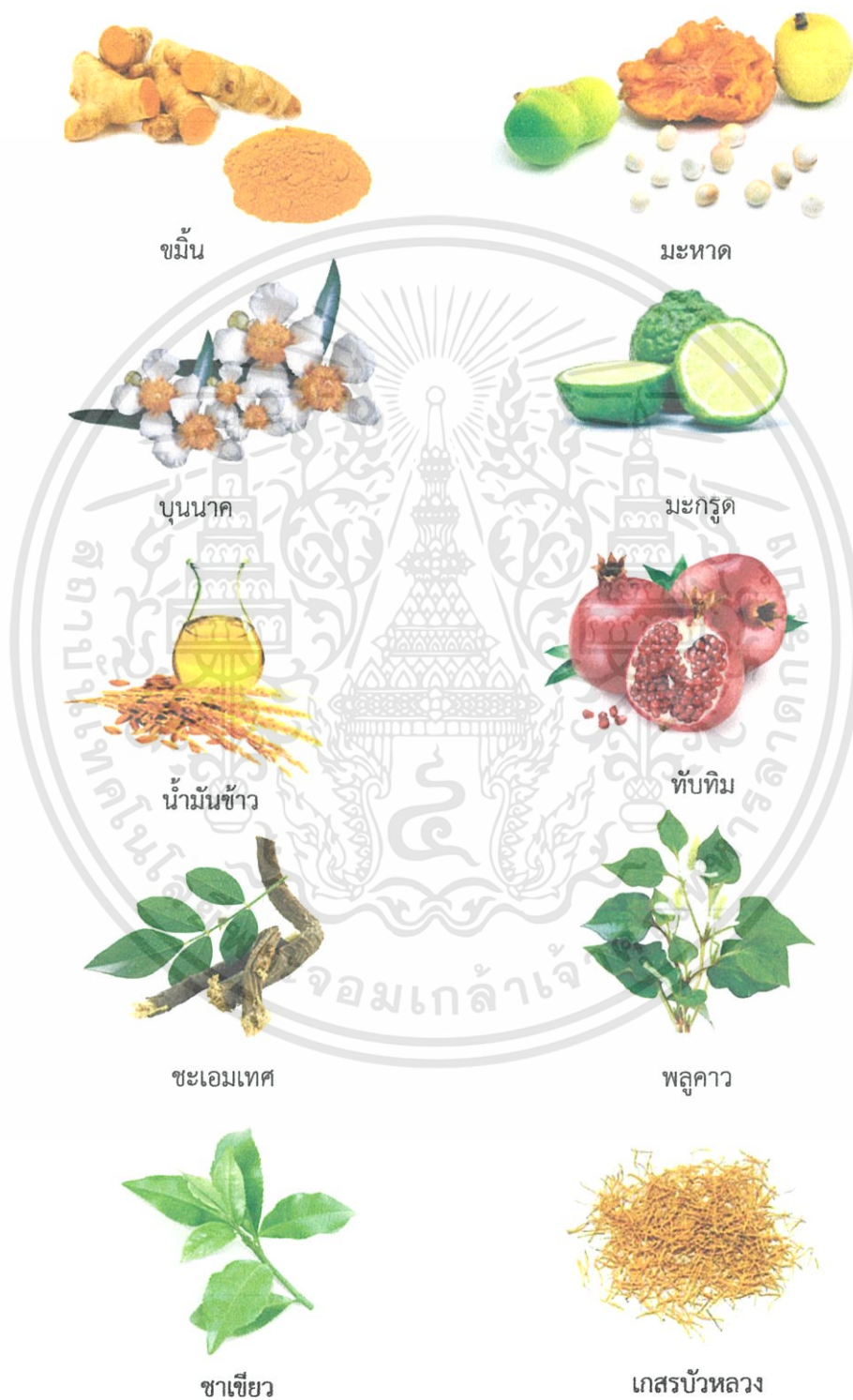
หญิงสาวรุ่นใหม่มีความทันสมัยสนุกสนานมั่นใจ และใส่ใจในสุขภาพ อายุ 18-25 ปี
ชนชั้นทางสังคม Upper - middle Class



ภาพที่ 5.1 ภาพวัยรุ่นไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างสมุนไพรไทย



ภาพที่ 5.2 ภาพสมุนไพรไทยที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 แนวทางการออกแบบ 3 แนวทาง

เสกิตที่ 1

Concept ที่ 1 รักษาความงามด้วยธรรมชาติ



แนวทางการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

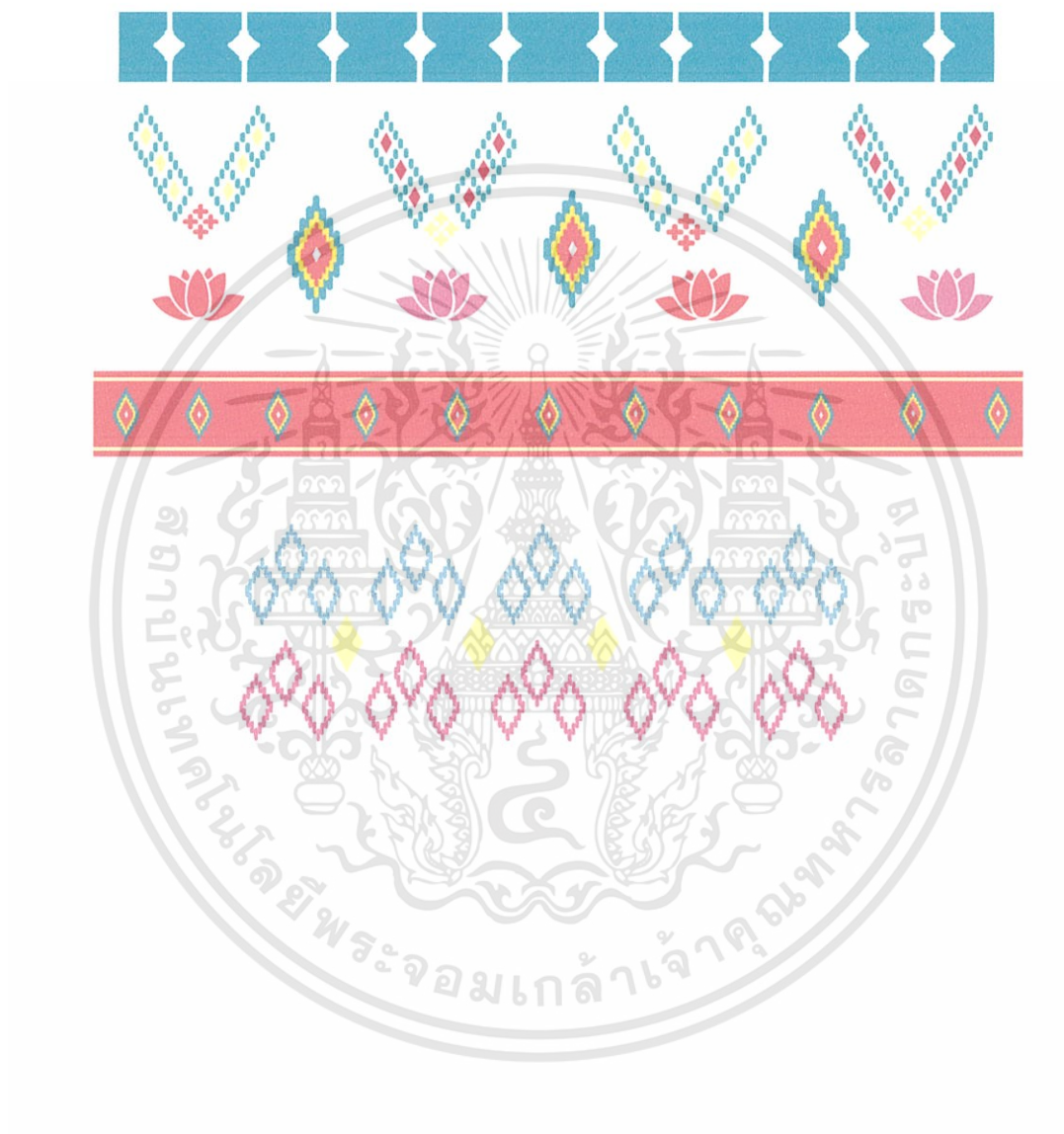
Logo

Concept ที่ 1 รักษาความงามด้วยธรรมชาติ



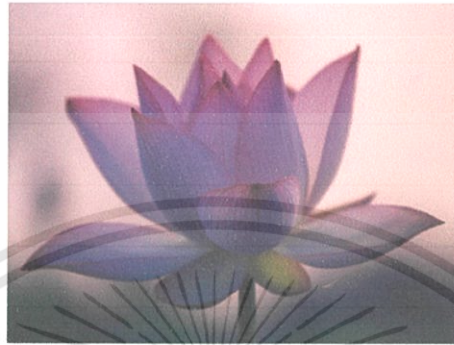
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Concept ที่ 2 ล้านนาสู่สากล
แนวทางกราฟฟิก



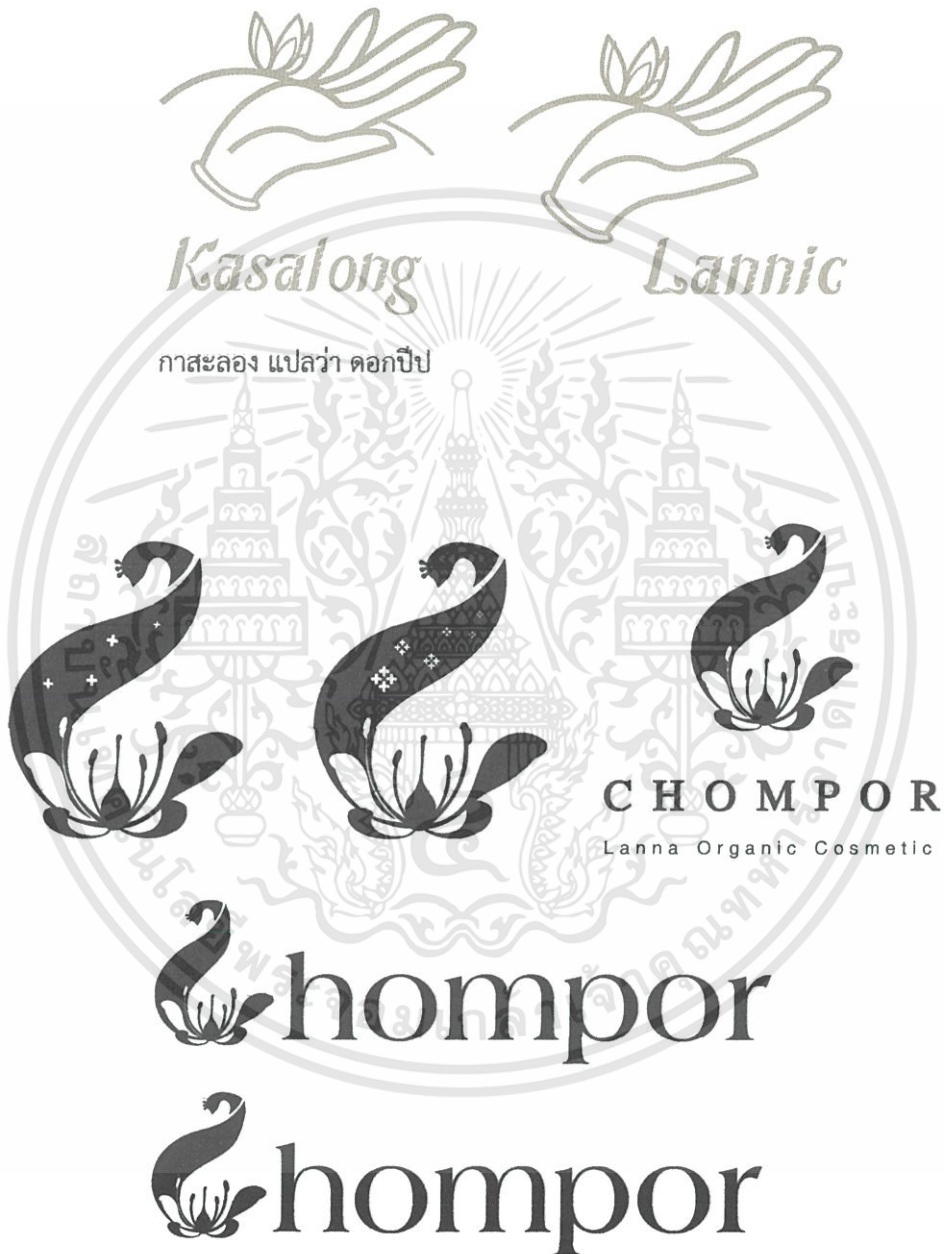
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Concept ที่ 3 งามอย่างมีคุณค่า
เลือกใช้ภาพจริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Logo



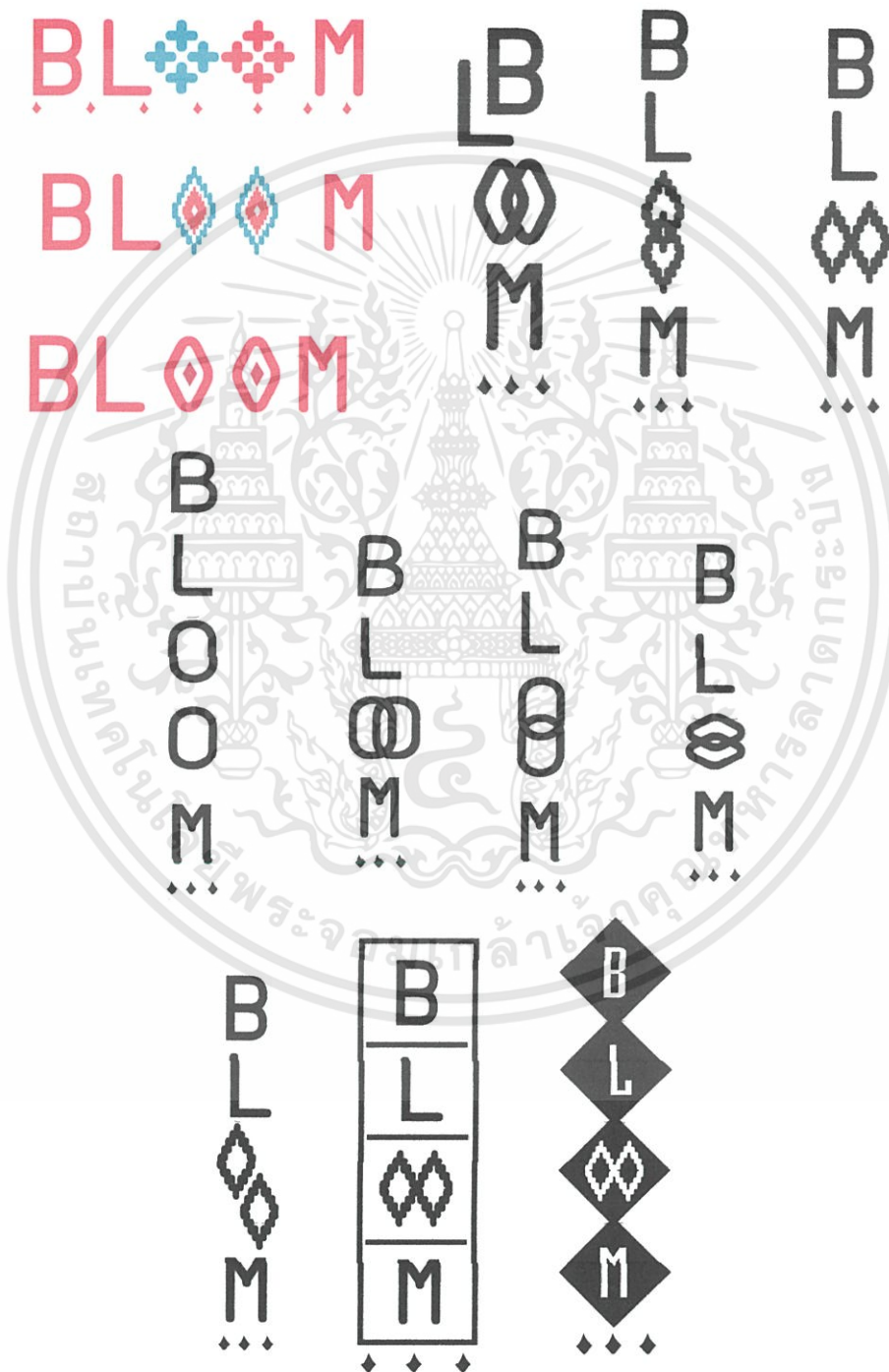
ชอมภอ ภาษาเหนือแปลว่าดอกหางนกยูงจึงเลือกใช้ตัวนกยูงที่มีความหมายในตัวถึงความงามมาใช้ในโลกนี้และผสมกับหางที่เป็นดอกไม้คือดอกหางนกยูงที่ตัดทอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือก Concept ที่ 2 ด้านนาสู่สากล เพราะ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นที่สุด
เสกที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



CHOMPOR
Lanna Organic Cosmetic



CHOMPOR
Lanna Organic Cosmetic



CHOMPOR
Lanna Organic Cosmetic



hompopor



CHOMPOR
Lanna Organic Cosmetic



hompopor



CHOMPOR
Lanna Organic Cosmetic



asalon



Lannic



Kasalong



Kasalong



Kasalong



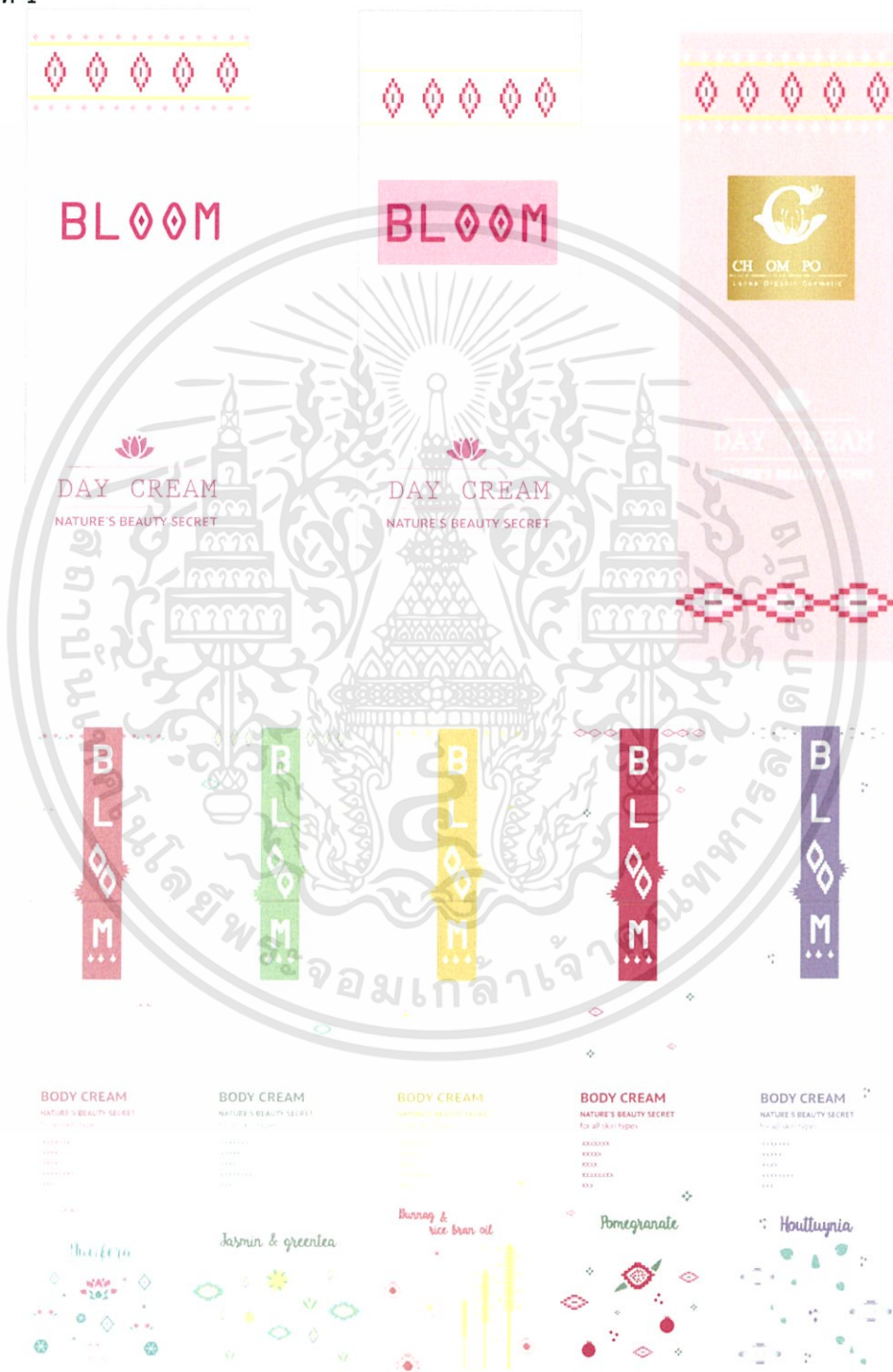
Kasalong



Kasalong

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กราฟฟิกที่เลือกใช้
เสกิตที่ 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำลายสถาปัตยกรรมล้านนาและลายไทย เช่น ตัวheng นำมาตัดทอนเป็นลายกราฟฟิกผสม ผสานกับลายตัดทอนของสมุนไพรไทย



ภาพที่ 5.1 ภาพตัวheng

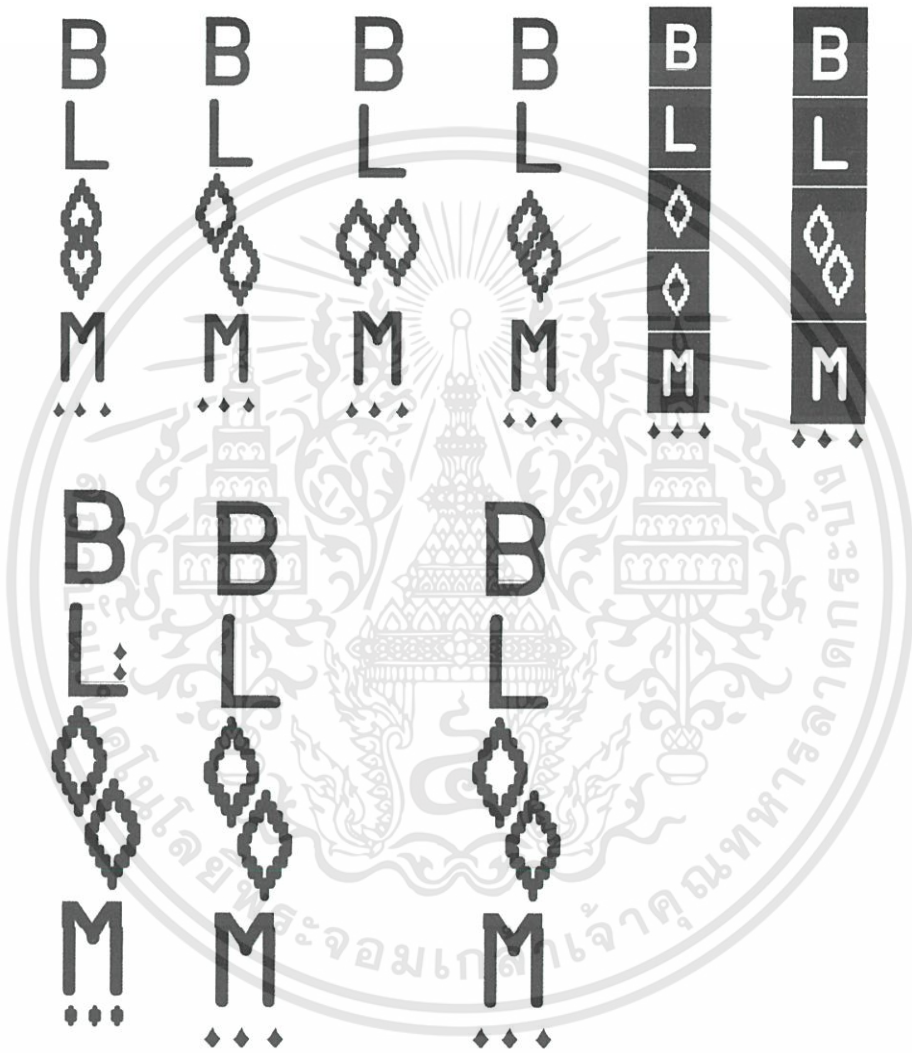
ลายตัดทอนตัวhengและดอกบัวหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสกต์ครั้งที่ 3

Logo



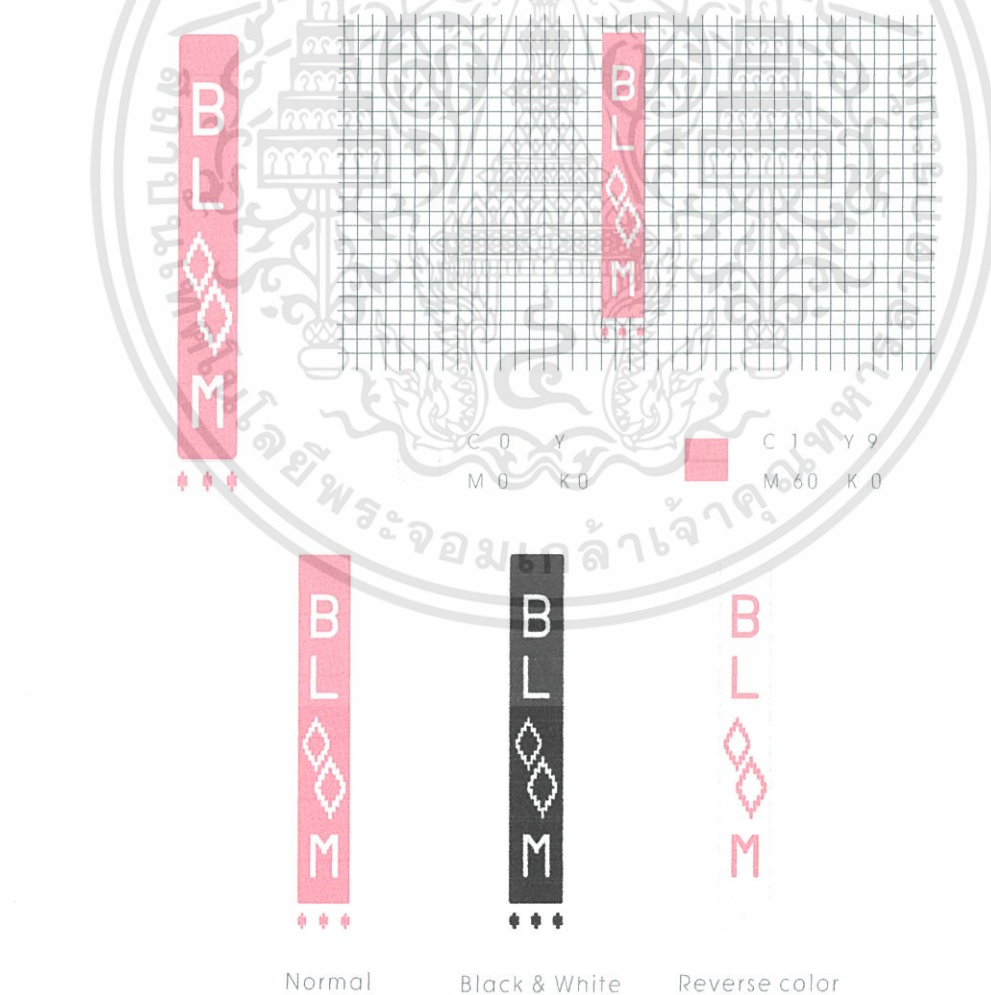
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

การออกแบบ

ที่มาของโลโก้

- โลโก้ได้แรงบันดาลใจมาจากตุ๊กของล้านนาที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคเหนือ
- คำว่า BLOOM หมายถึง การออกดอก ความเบ่งบานของวัยเยาว์ หรือผิวพรรณที่มีสุขภาพดี
- ตรงตัว “OO” นำเอาลายผ้ามาตัดทอนแทนตัวอักษร โอ ในภาษาอังกฤษ
- สีของโลโก้เปลี่ยนไปตามชนิดของสมุนไพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Concept การออกแบบ

นำเอกลักษณ์ของภาคเหนือมาใช้ คือ ตุง และ ลายผ้า ลายน้ำไหล นำมาตัดทอนให้เข้ากับ สมนไพรไทย และใช้สีโทนอ่อนให้ดูสะอาด บริสุทธิ์ เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์เวชสำอาง

ตัวอย่างลายผ้า

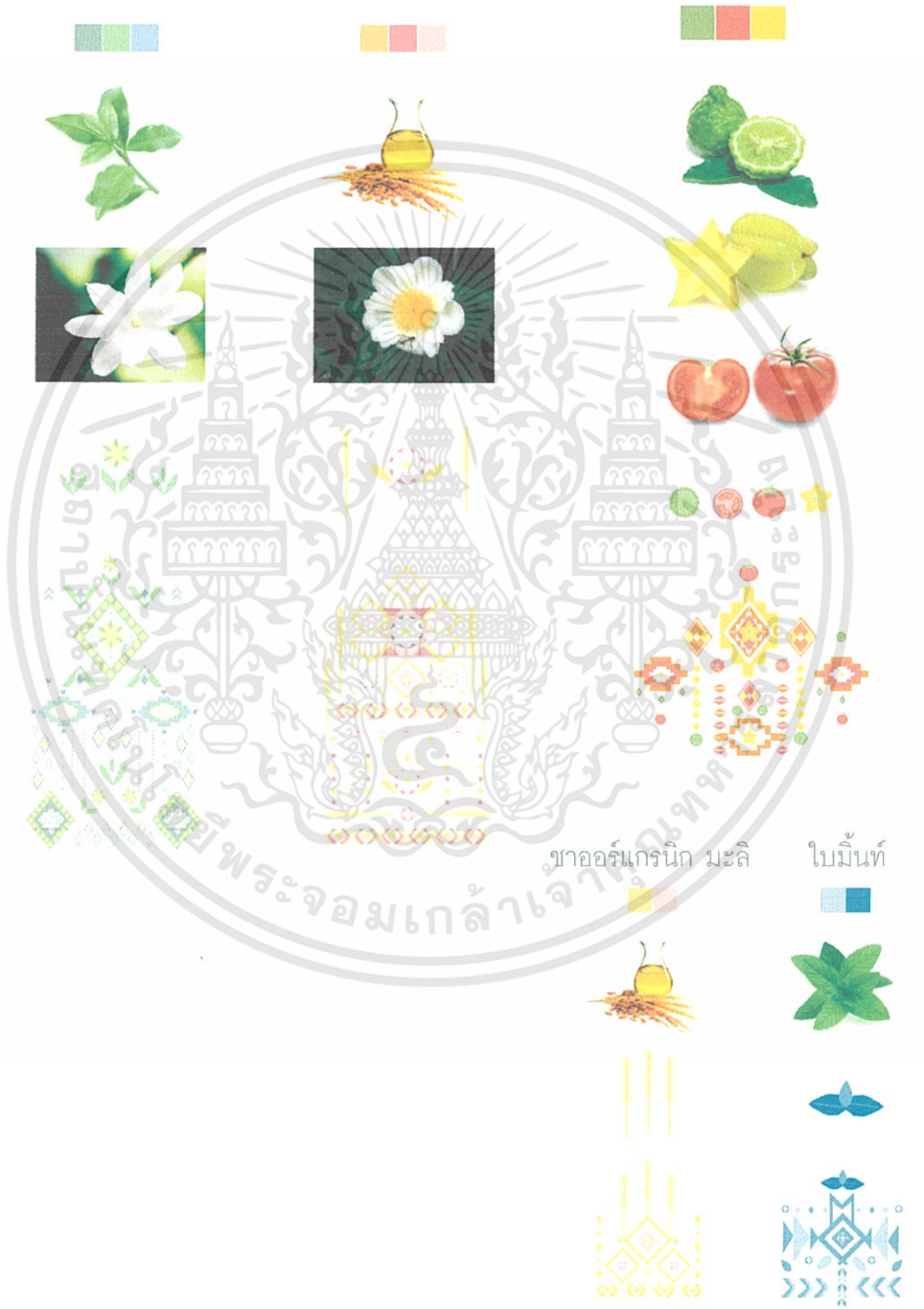


ตัดทอนกราฟฟิกจากลายผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบกราฟฟิก

ชาออร์แกนิก , มะลิ บุนนาค , น้ำมันข้าว มะกรูด,มะเฟือง,มะเขือเทศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

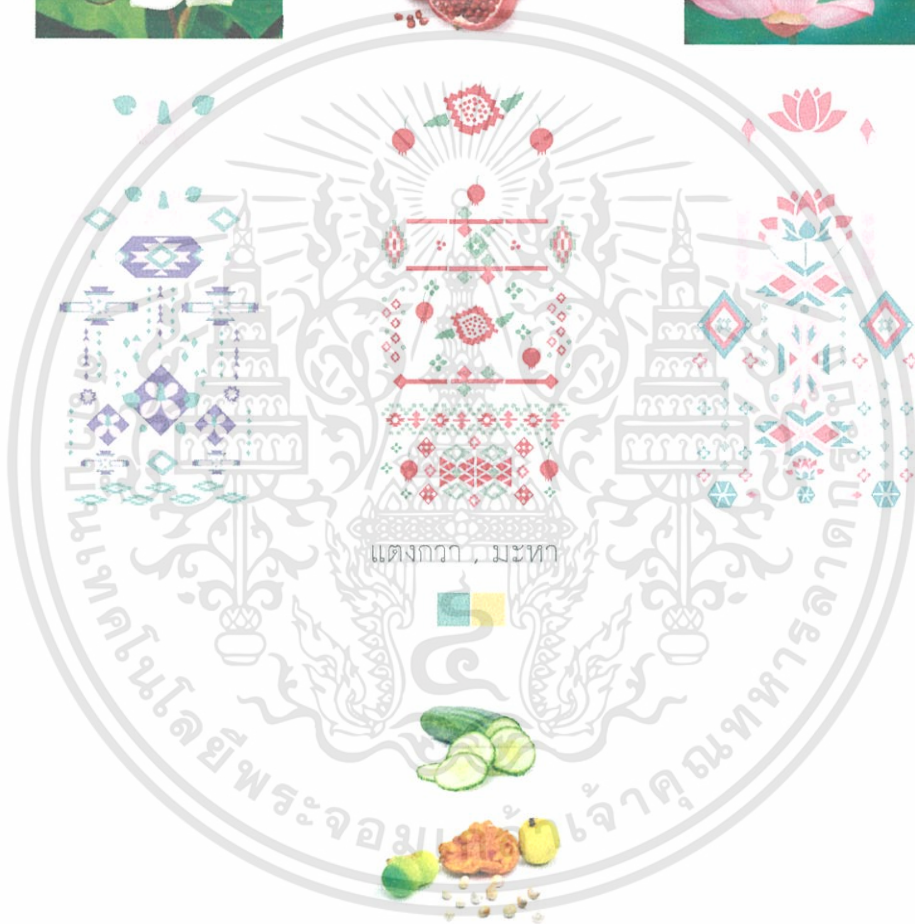
สีลลิตสีวา



ดื่บสีลลิต



บัวหลว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทรงขวดที่เลือกใช้

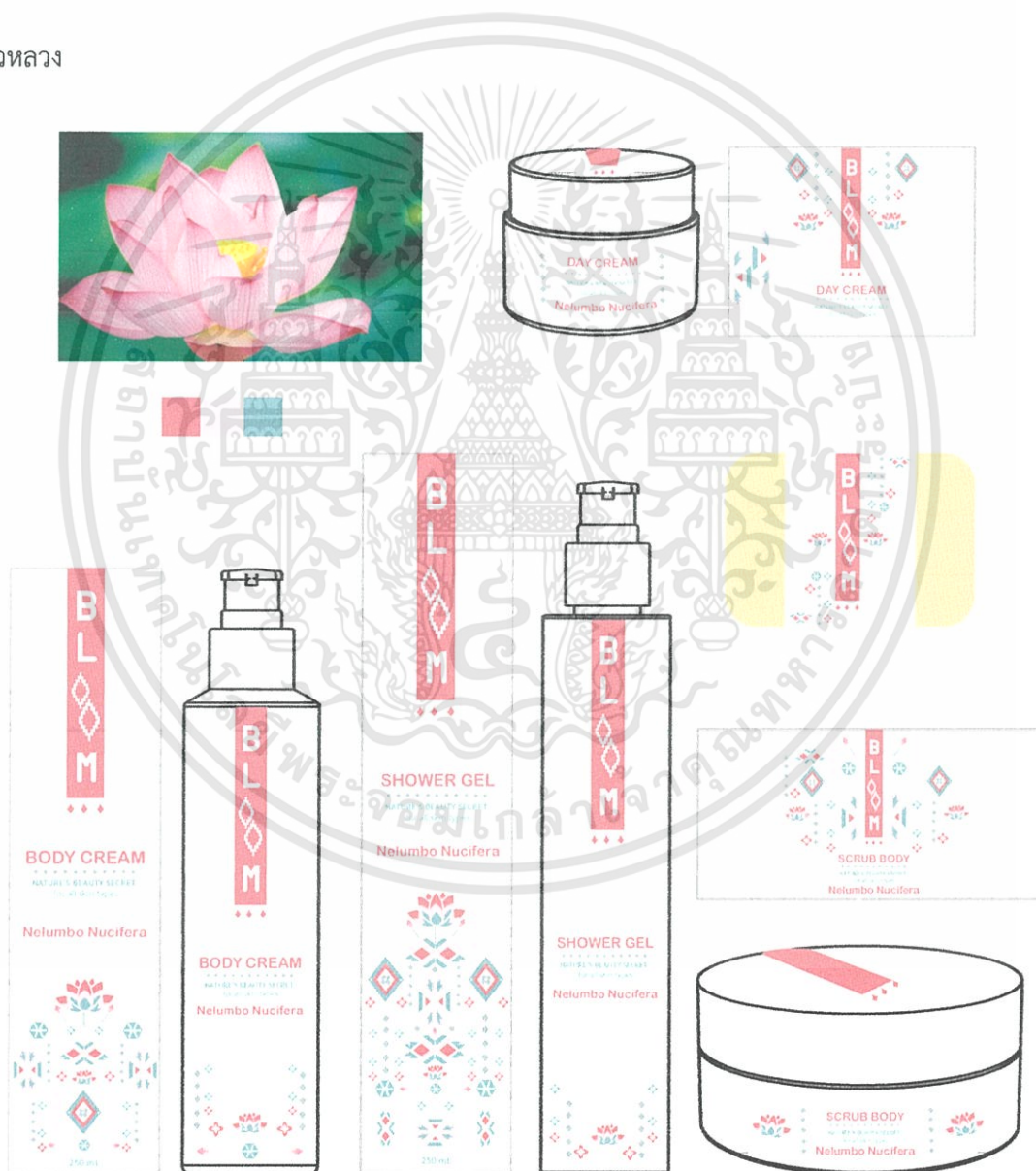


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

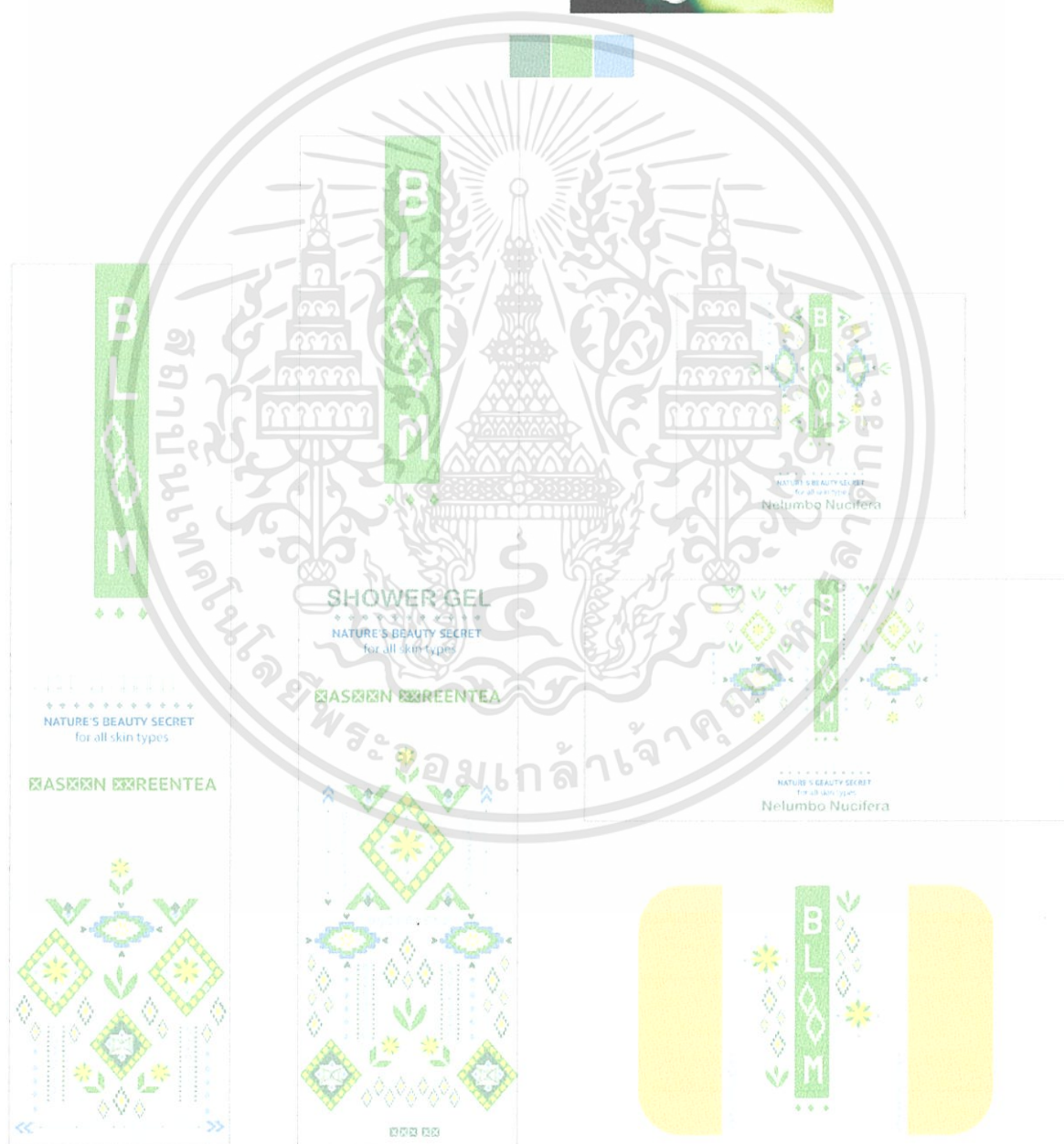
ผลงานสำเร็จ

บัวหลวง



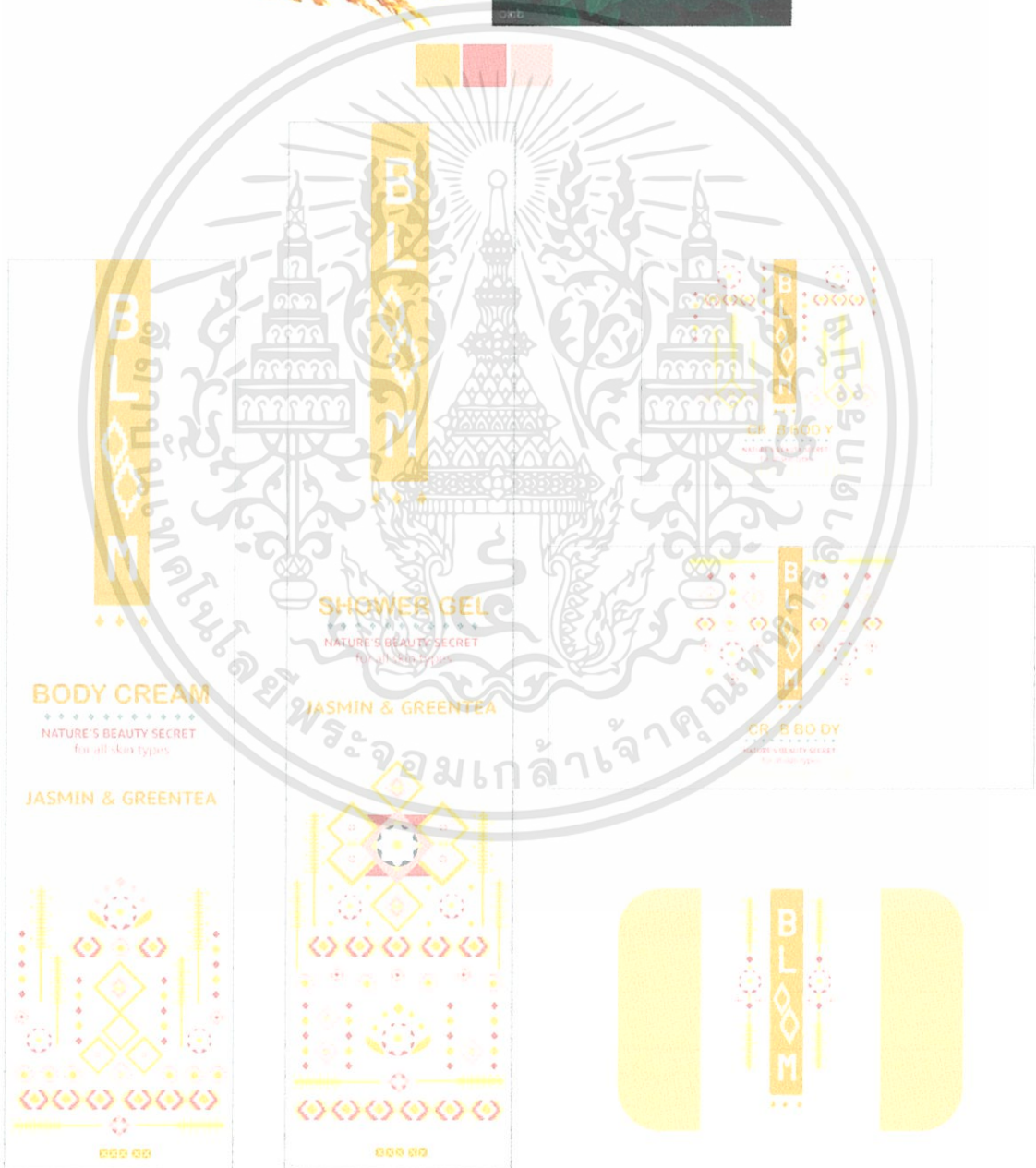
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาออร์แกนิกและมะลิ



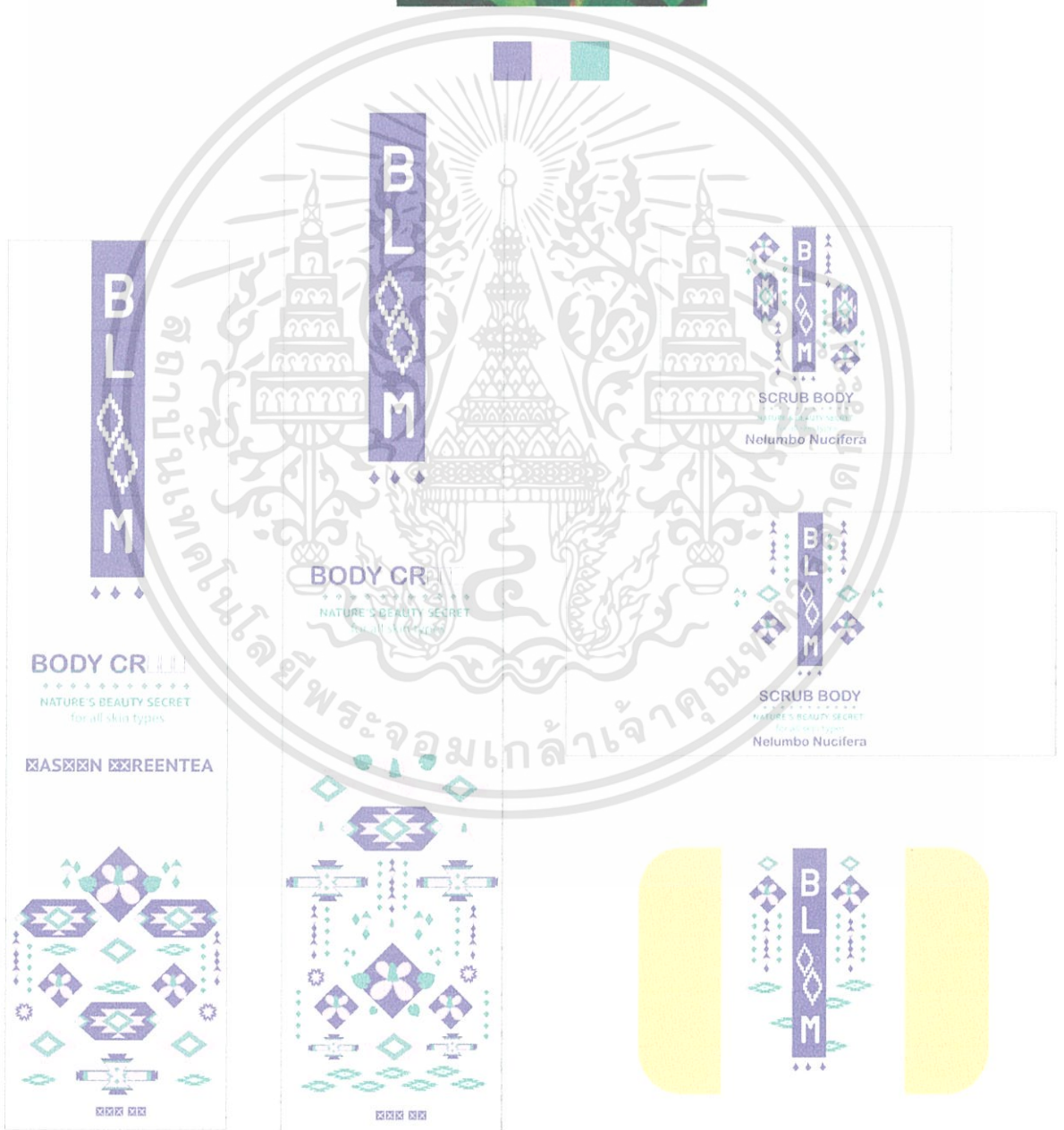
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุณฑาค และ น้ำมันข้าว



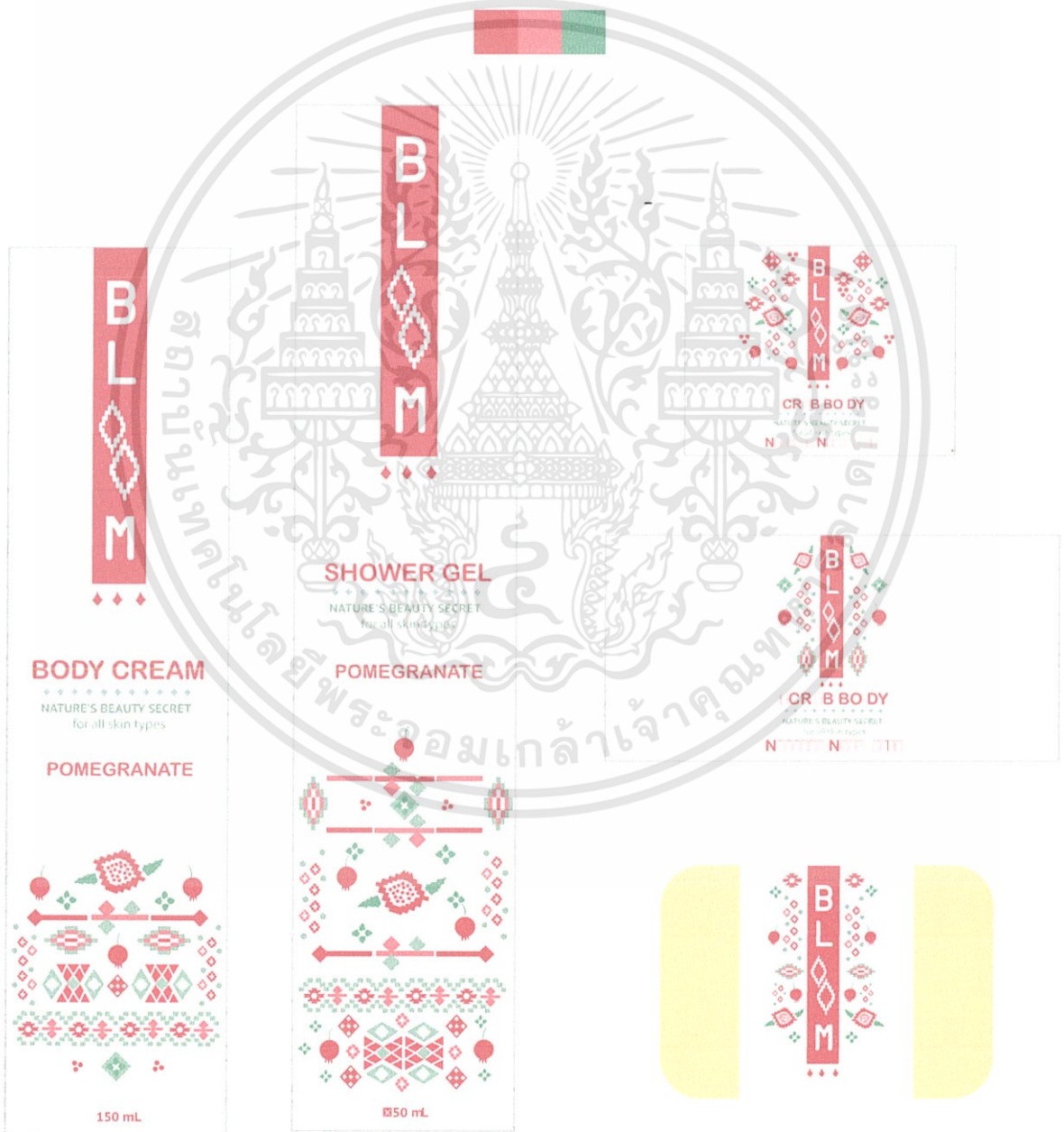
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พลูควาว



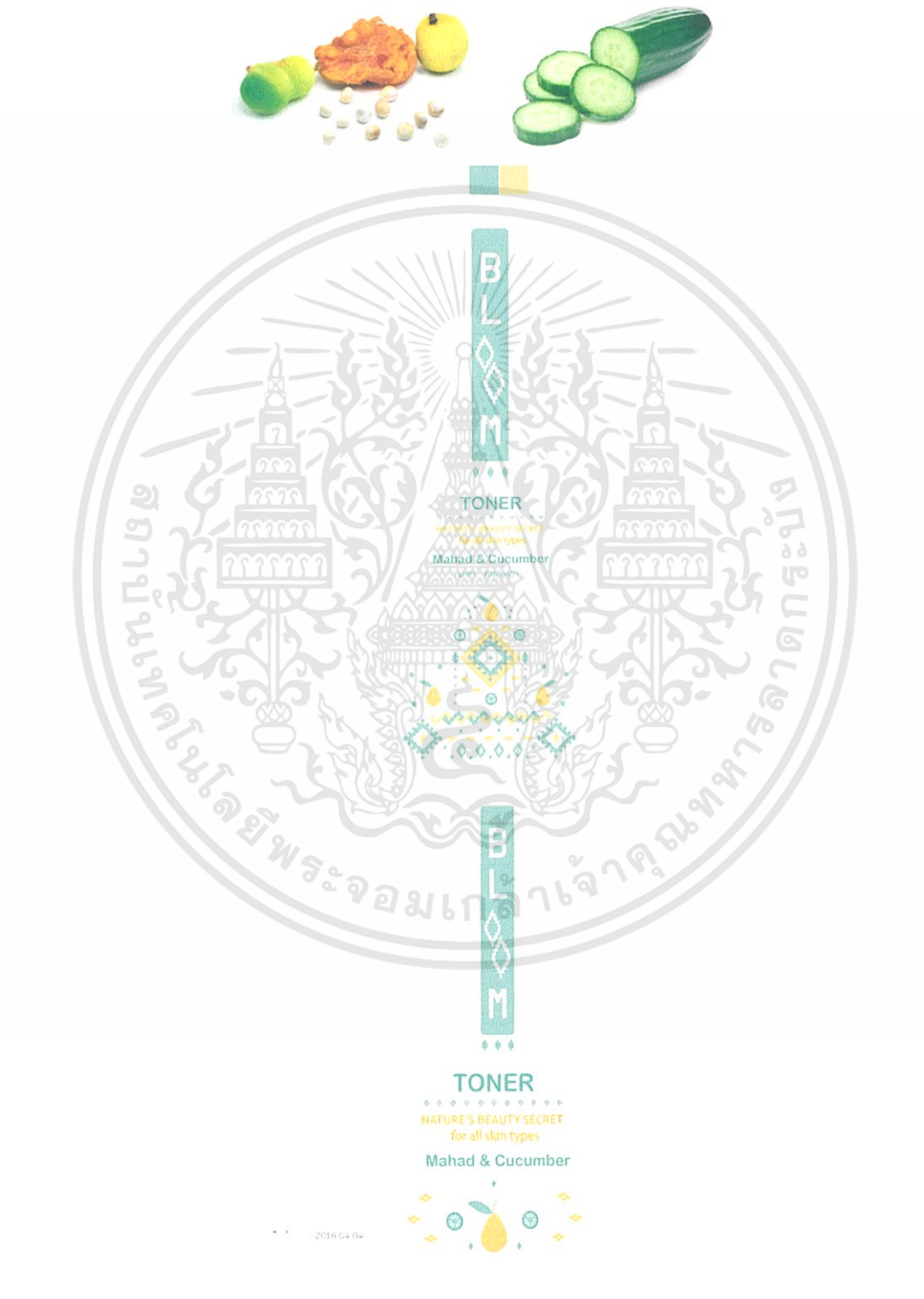
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทับทิม



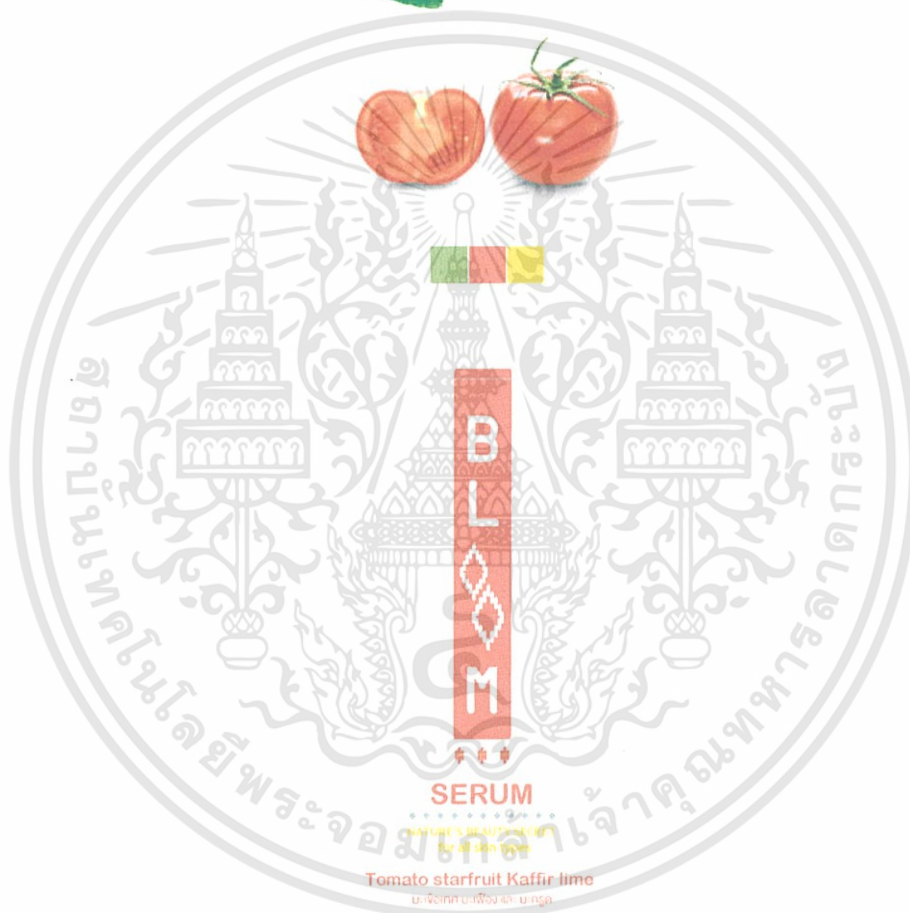
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มะหาดและแตงกวา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มะกรูด มะเฟือง และ มะเขือเทศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพรวมการออกแบบกราฟฟิกลงบนกล่องทุกด้าน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SHOWER GEL

NATURE'S BEAUTY SECRET
for all skin types

Green tea, Green tea and Lemongrass delicately nourishes the skin. This body wash contains a foaming and moisturizing ingredients that are soft and deep. When the skin is replaced with a soft and supple skin after you use this body wash.

How to use: - Pour the product's amount of body wash gently all over the body before rinsing.

SHOWER GEL

NATURE'S BEAUTY SECRET
for all skin types

Jasmin & Green tea

BIL

SHOWER GEL

NATURE'S BEAUTY SECRET
for all skin types

สำหรับผิว
สภาพผิว และสภาพธรรมชาติ
จาก แอสิดอะมิโน

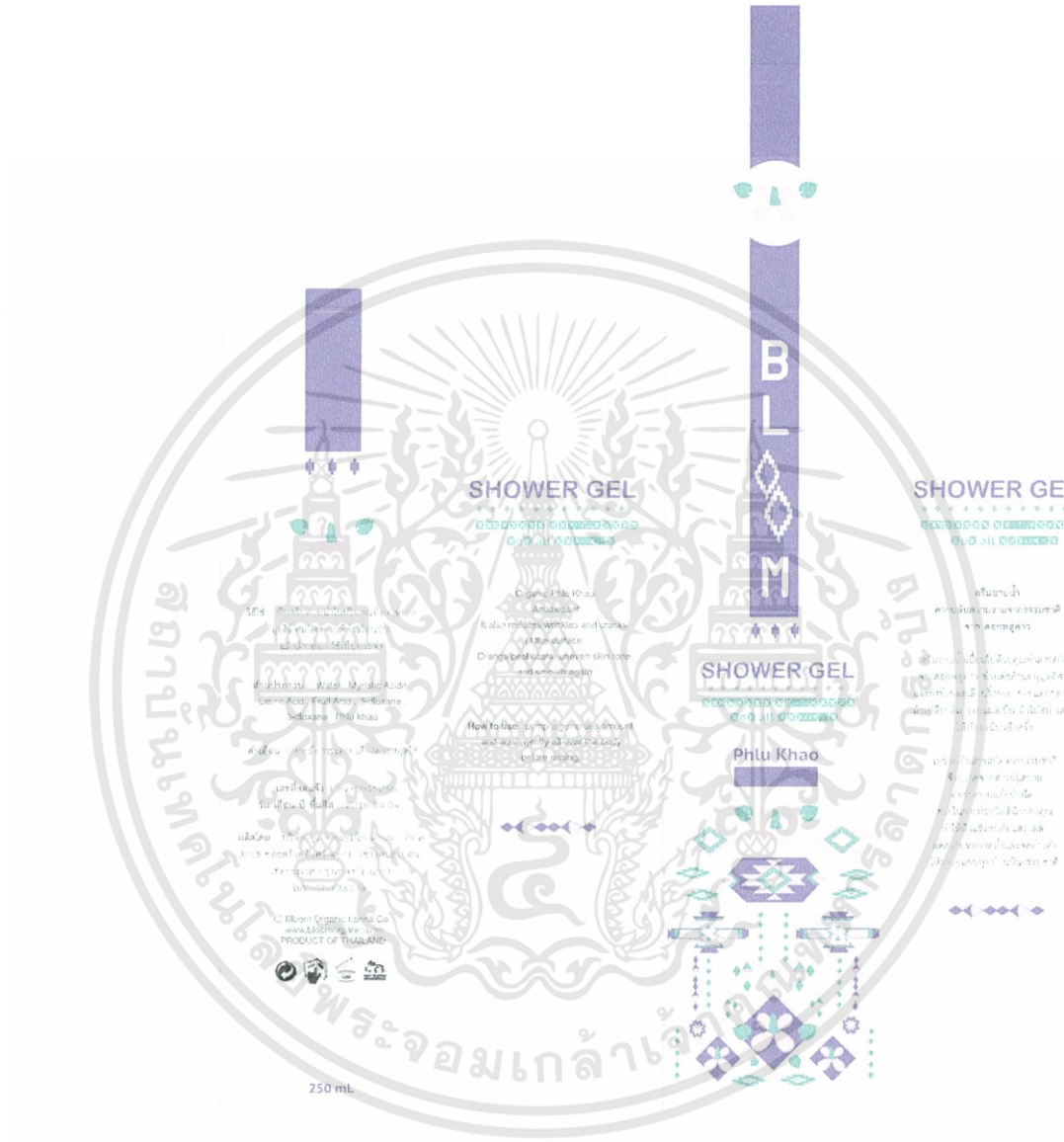
ผลิตภัณฑ์นี้เป็นโฟมที่อ่อนนุ่มและดี
จากธรรมชาติที่อ่อนนุ่มและชุ่มชื้น
และสามารถช่วยผิวให้เนียน นุ่มใส
และชุ่มชื้นได้เป็นอย่างดี ผลิตภัณฑ์นี้
เหมาะสำหรับ

เหมาะเป็นสกรับล้างก่อนอาบน้ำ
ใช้ระงับกลิ่นกายได้ยาวนาน
ช่วยรักษาผิวให้ชุ่มชื้น
ช่วยในการปรับ PH ให้คงที่
ทำให้ผิวอ่อนนุ่มและเคลือบ
ลดการระคายเคืองและช่วยทำให้
ผิวเรียบและชุ่มชื้นได้เป็นอย่างดี

www.Biocomp.com
โทร 02-010-1111

428004208

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SHOWER GEL
NATURE'S BEAUTY SECRET
ธรรมชาติคือความงาม

Original Pomegranate
Pomegranate helps reduce the appearance of stretch marks, pores, fine lines, and wrinkles on the skin.
How to use: apply generous amount and wash gently all over the body before bed.

SHOWER GEL
NATURE'S BEAUTY SECRET
ธรรมชาติคือความงาม

Pomegranate

ส่วนผสม
กลูโคซิล สบู่เหลวธรรมชาติ
จากพืชมะพร้าว

ส่วนผสมที่เป็นเนื้อเจลสามารถ
ช่วยชำระล้างสิ่งสกปรกและ
แบคทีเรียออกจากผิวหนัง
ได้อย่างอ่อนโยน ใช้งานง่าย

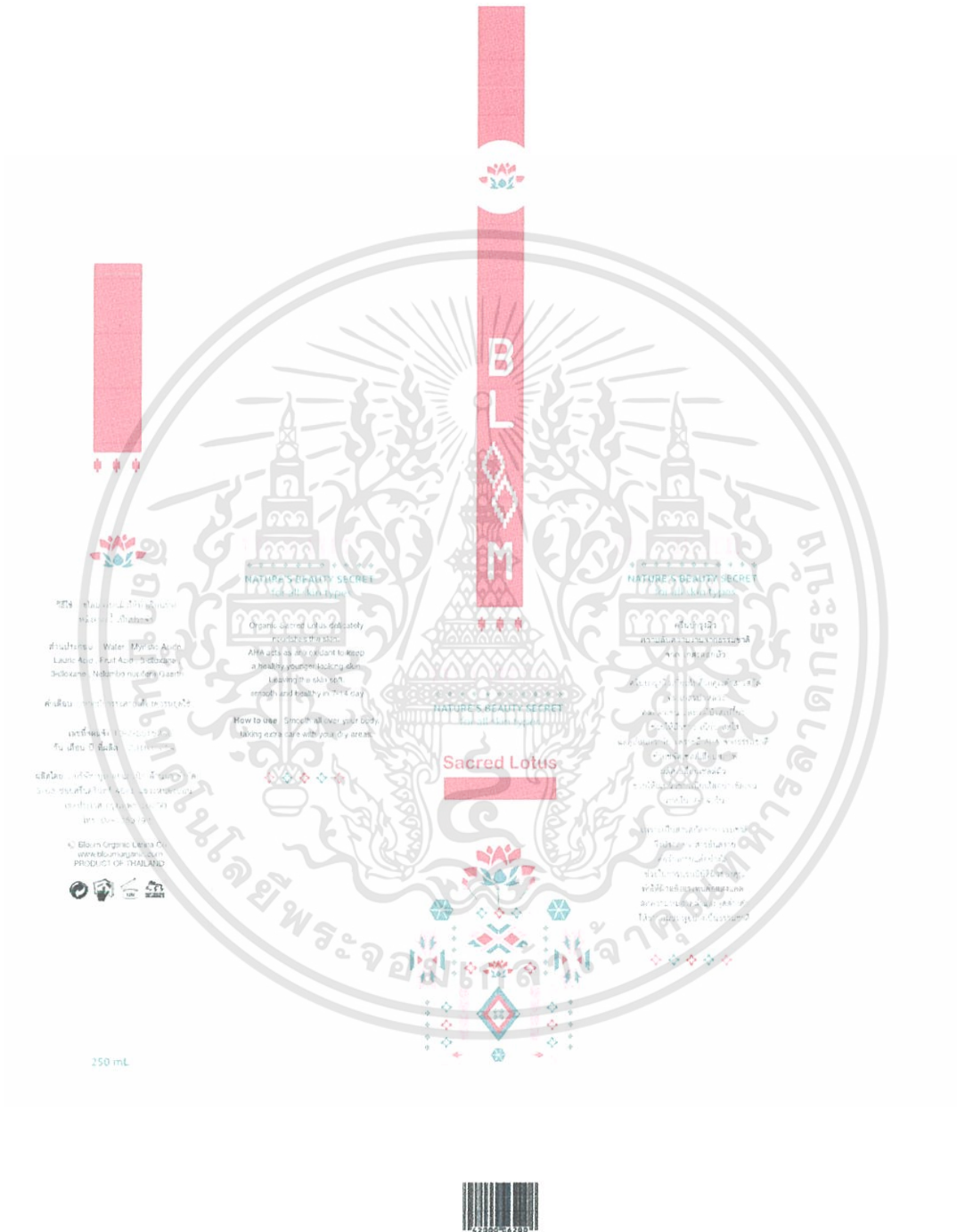
เหมาะสำหรับใช้ในกรณีที่
มีผดผื่นคันหรือคัน
หลังจากอาบน้ำเย็น
หรืออาบน้ำร้อนเกินไป

© Bloom Organic Center
www.bloomorganic.com
PRODUCT OF THAILAND

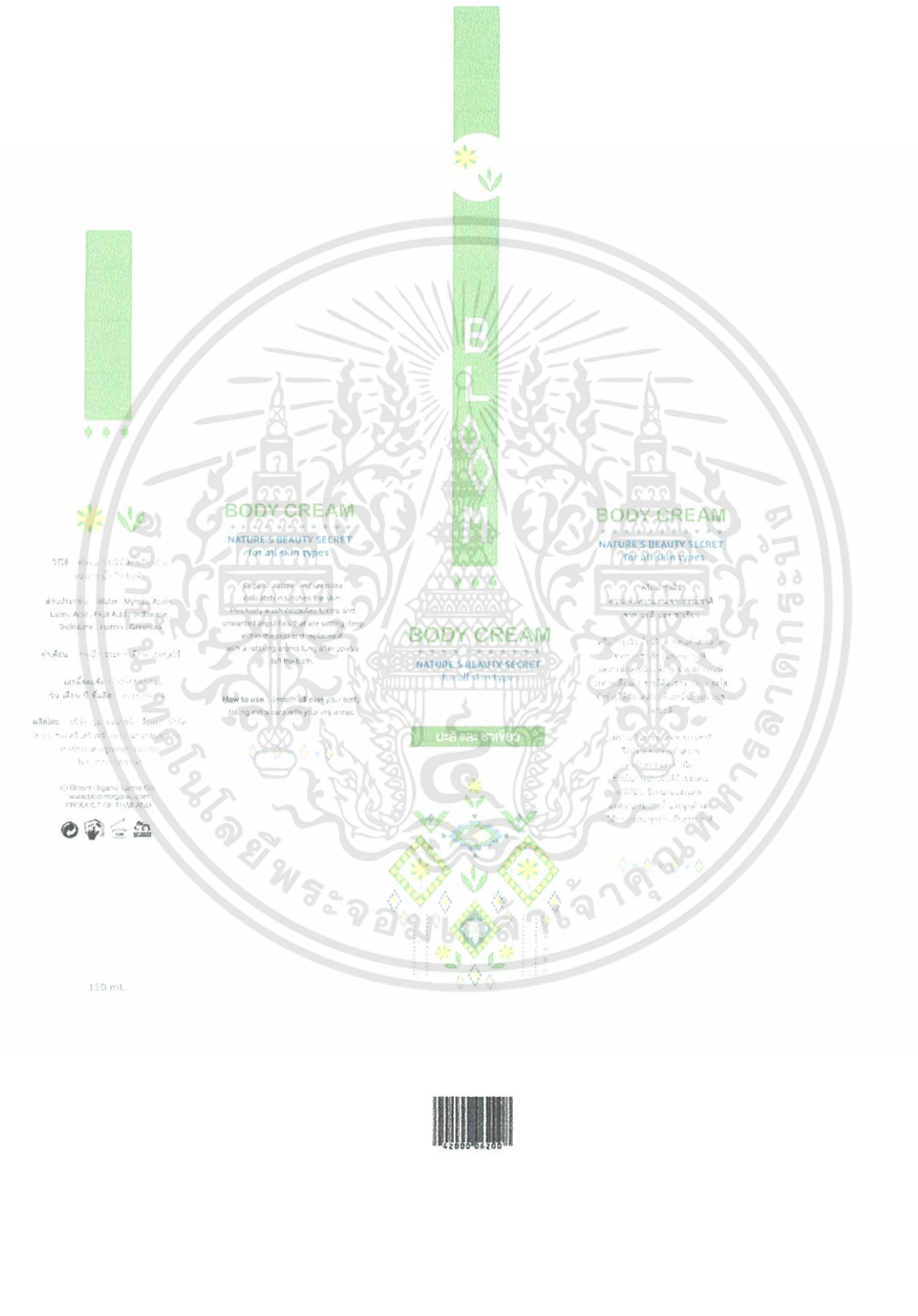
100% 100%



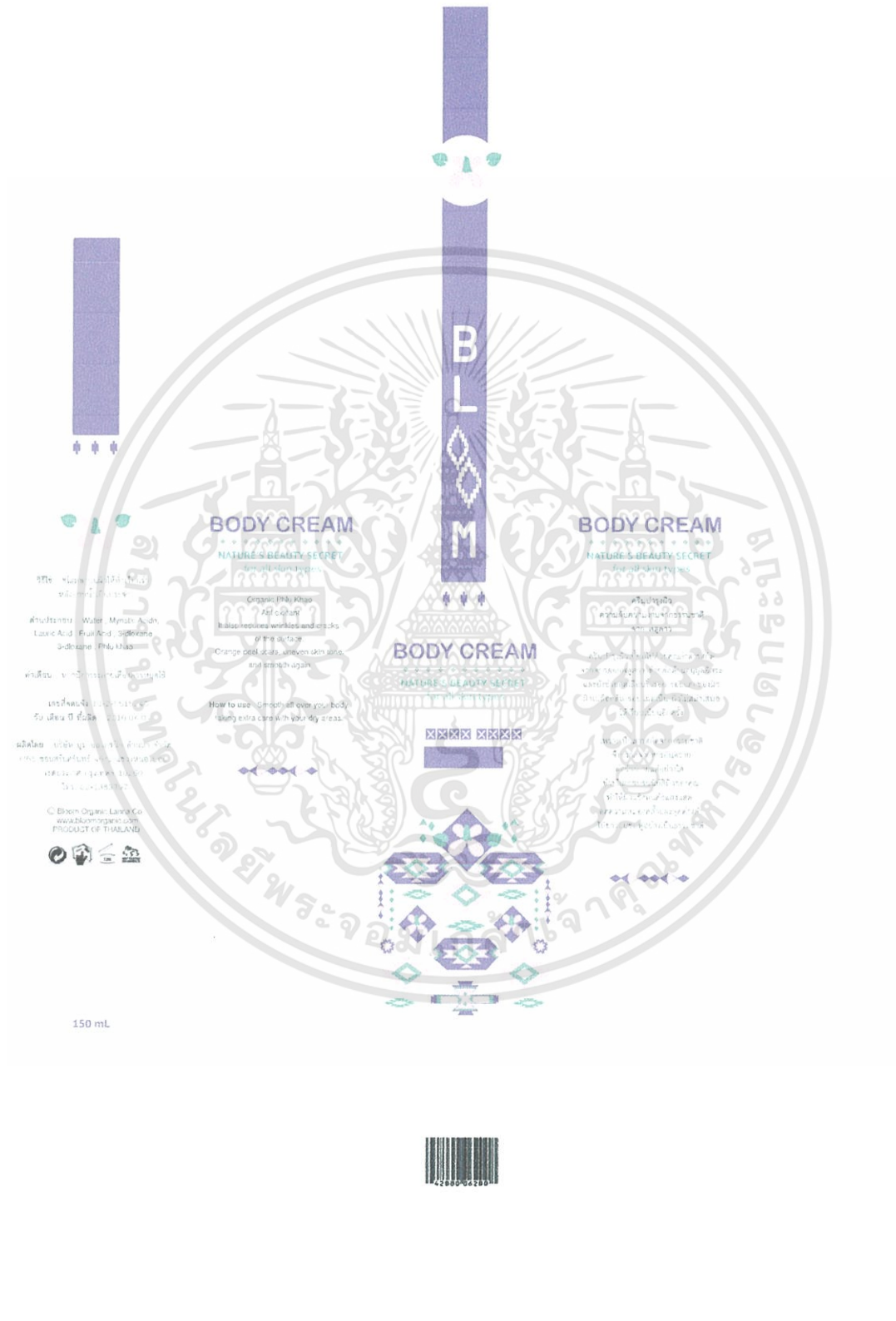
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

B L M

BODY CREAM
NATURE'S BEAUTY SECRET
for all skin types

BODY CREAM
NATURE'S BEAUTY SECRET
for all skin types

BODY CREAM
NATURE'S BEAUTY SECRET
for all skin types

ส่วนผสม Water, Myristic Acid, Lauric Acid, Fatty Acid, Glycerate, Juliphenol, Pomogranate

สรรพคุณ ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว และช่วยขจัดสิ่งสกปรกบนผิว

วิธีใช้ ใช้ทาบริเวณที่ต้องการ

ปริมาณ 150 ml

© Blinn Organic Linn Co
www.blinnorganic.com
PRODUCT OF THAILAND

How to use Smooth all over your body taking extra care with your dry areas

สรรพคุณ ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว และช่วยขจัดสิ่งสกปรกบนผิว

วิธีใช้ ใช้ทาบริเวณที่ต้องการ

ปริมาณ 150 ml

150 mL



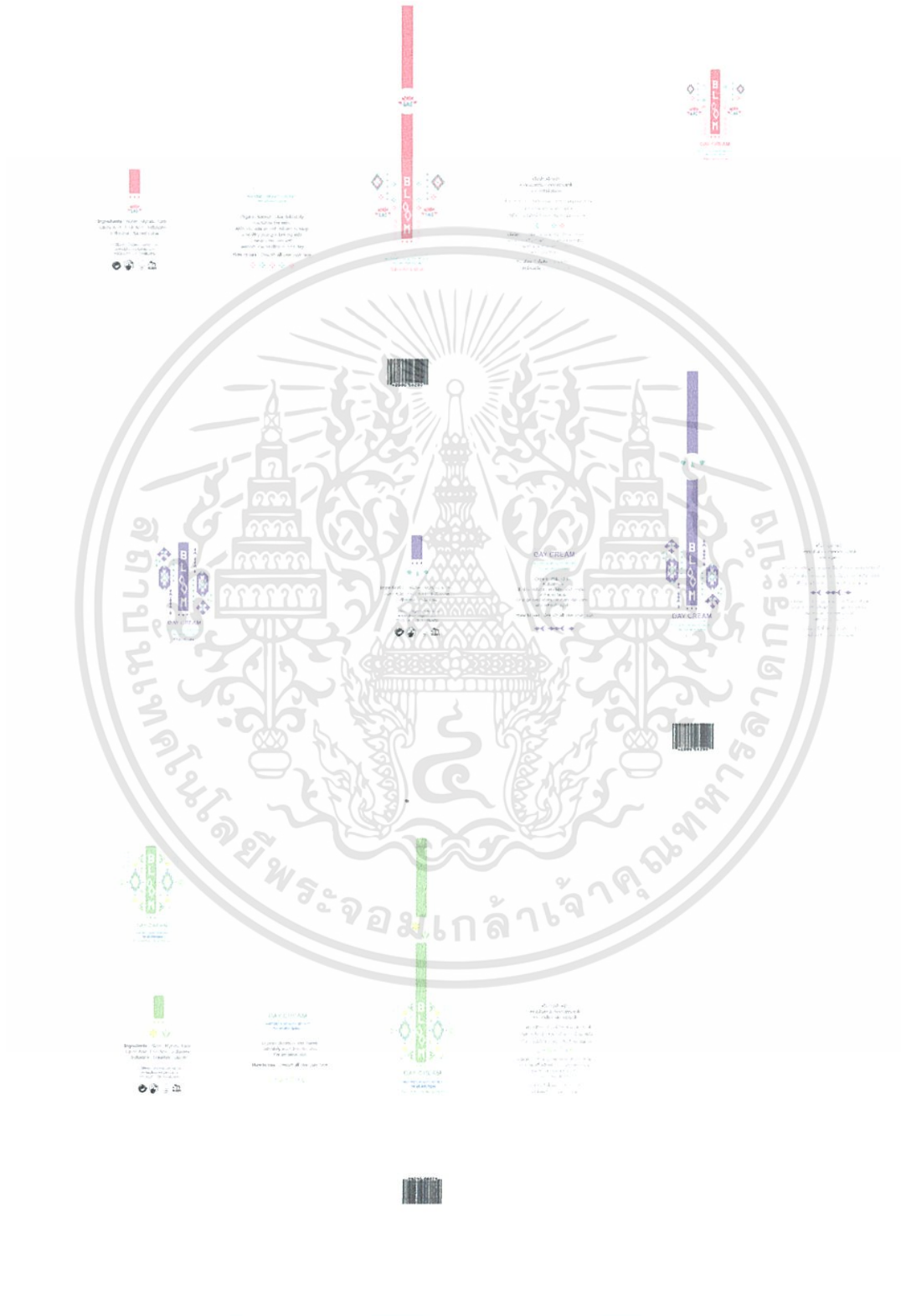
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



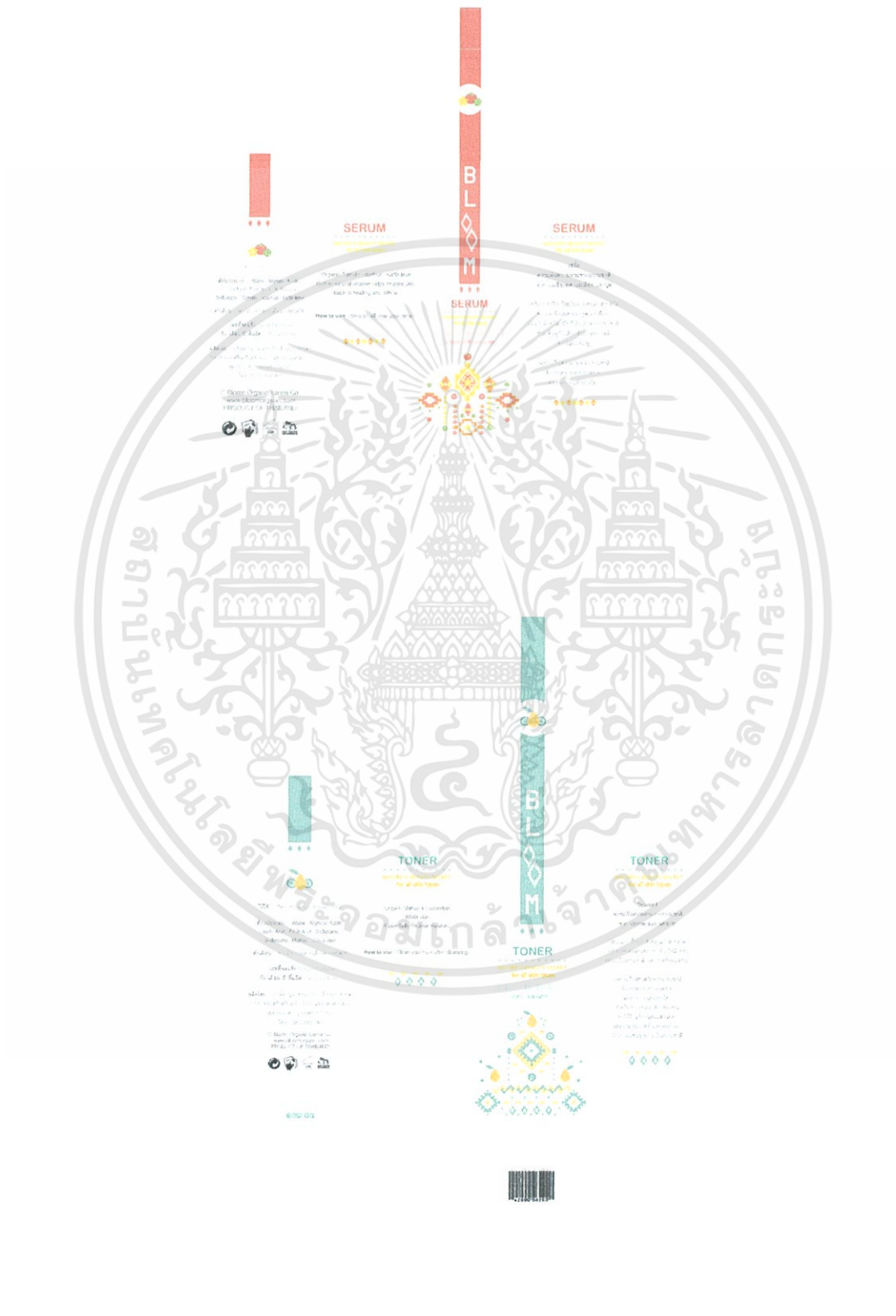
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



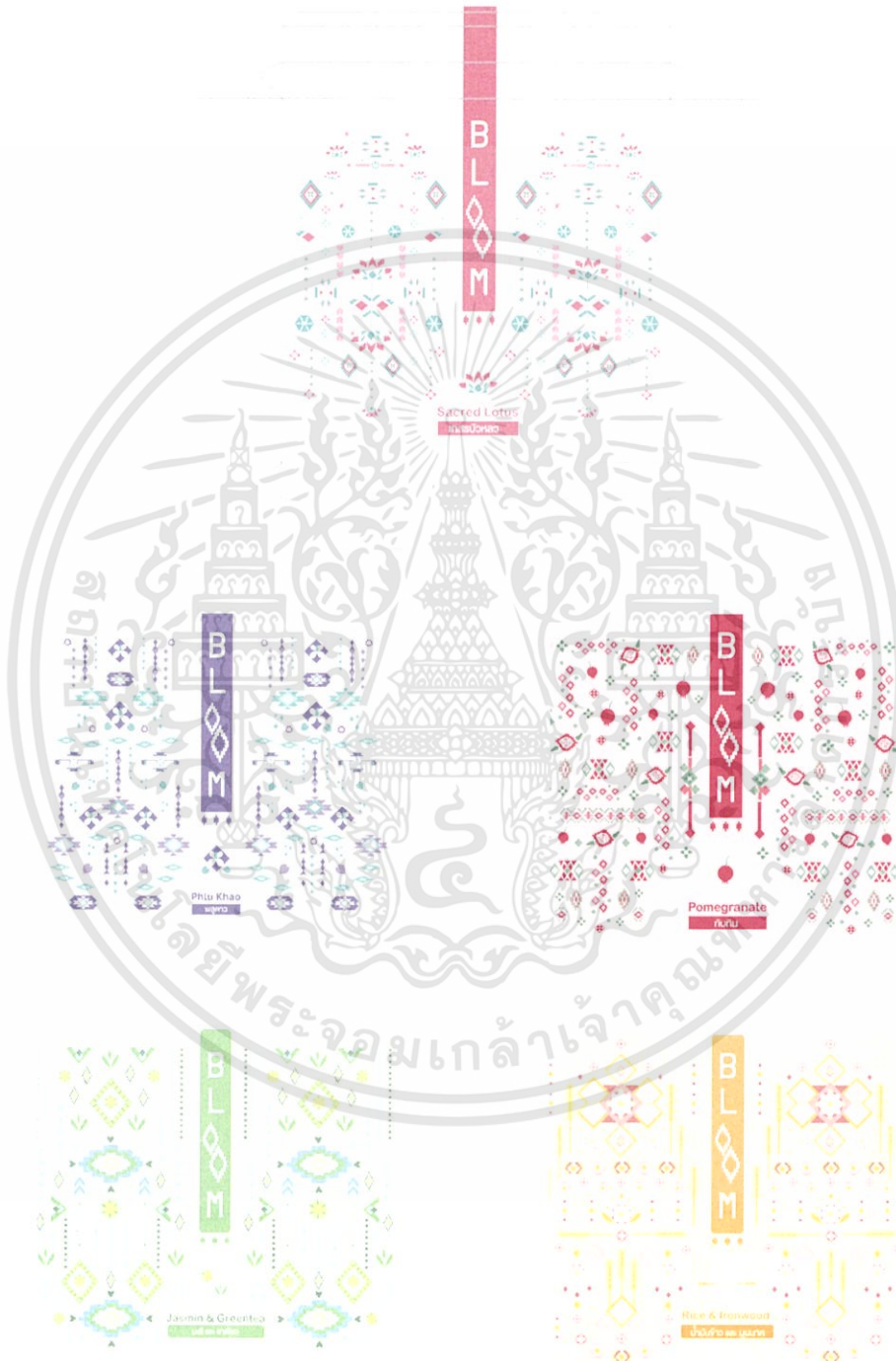
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



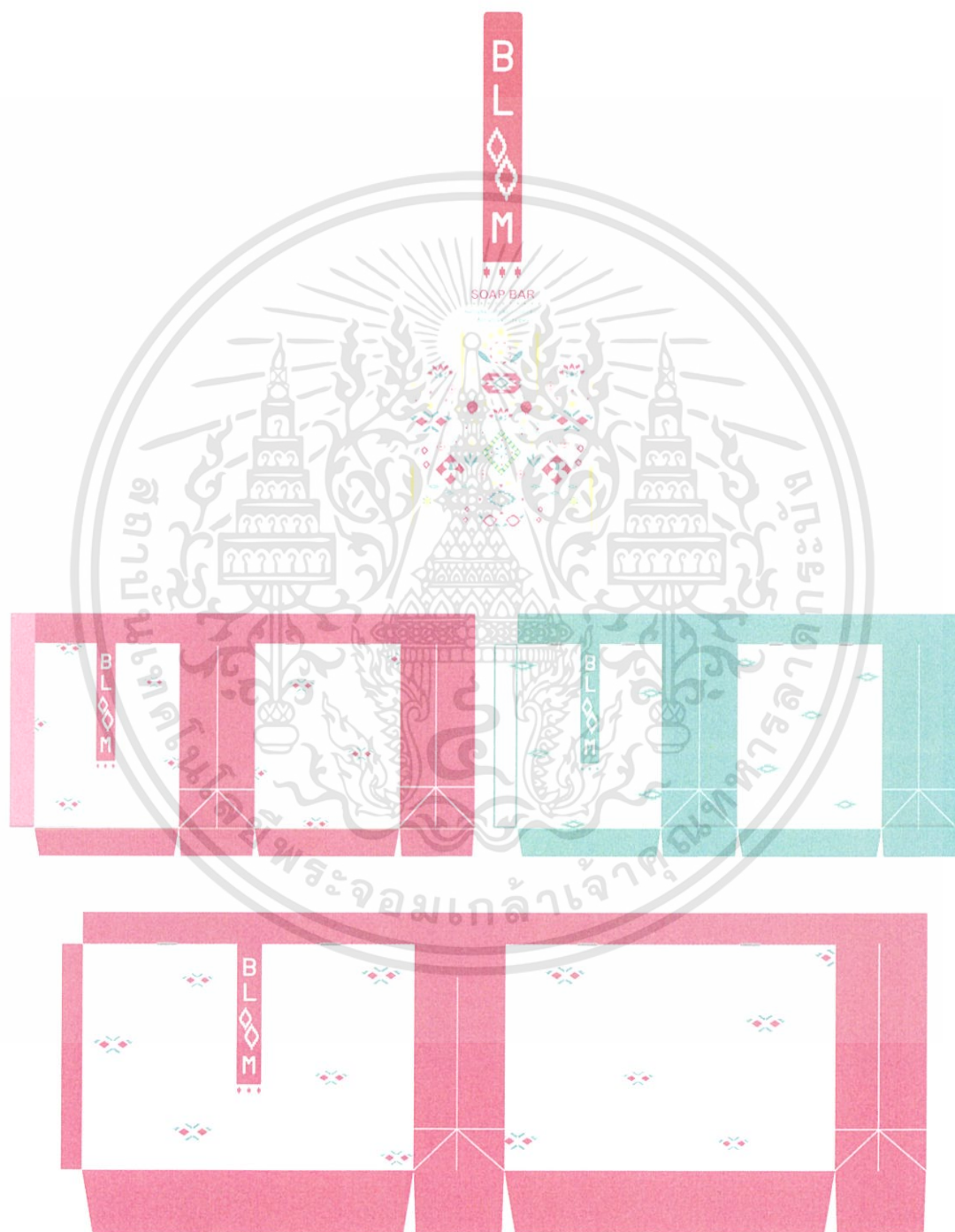
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปถ่ายจริง



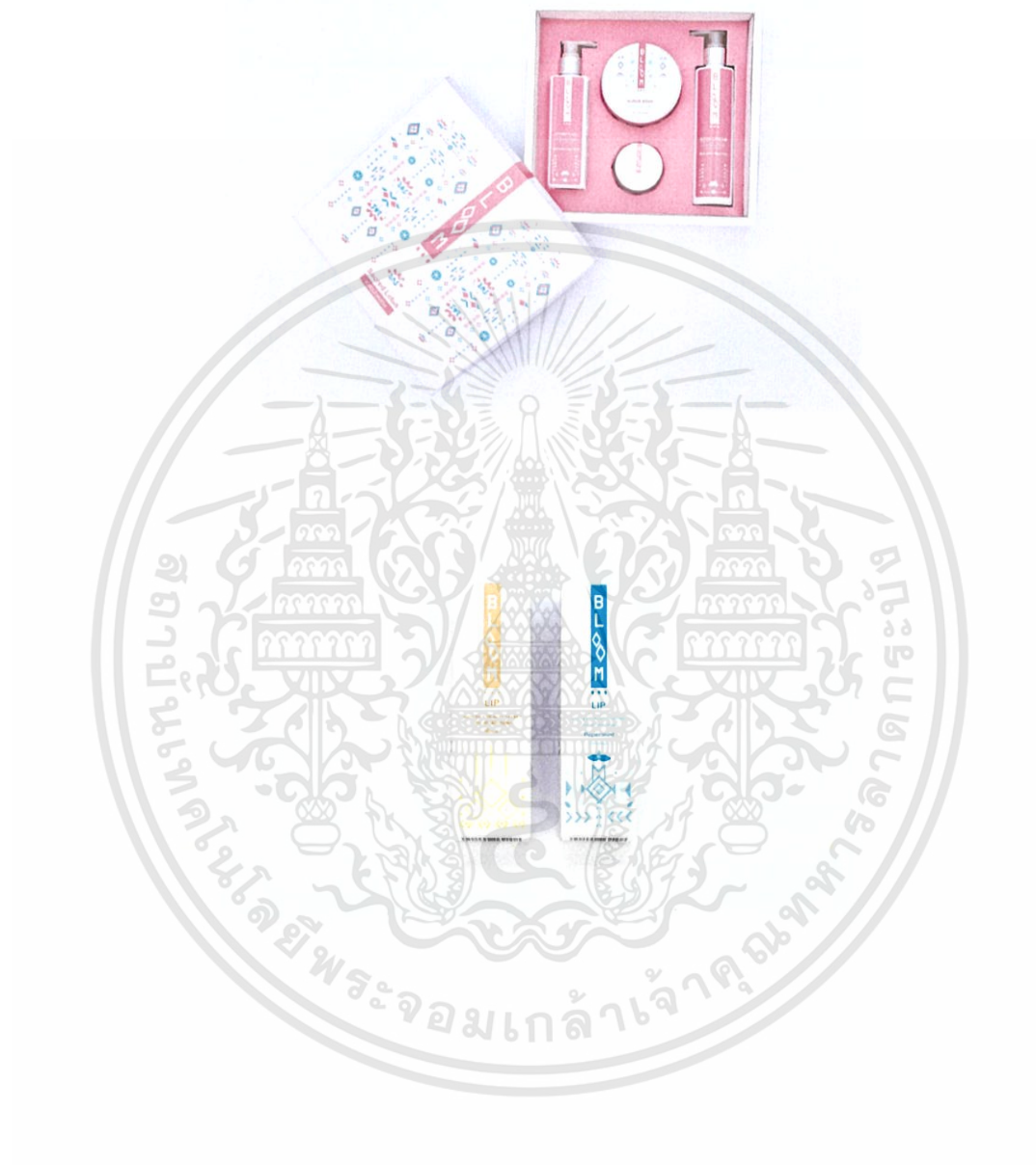
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 8

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ปัญหาในการทำโครงการนี้คือต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมล้านนาและทำความเข้าใจเยอะมากเพราะไม่ใช่คนในท้องถิ่นและวัฒนธรรมล้านนามีความเป็นเอกลักษณ์ซับซ้อนมาก จึงต้องหาข้อมูลเยอะและทำความเข้าใจนานพอสมควร ปัญหาในการเลือกแนวทางที่ใช้ทำกราฟิกมีปัญหาในการออกแบบให้ลายผ้าไทยทำให้ดูวัยรุ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกันพอสมควร และอีกปัญหาคือ มีความผิดพลาดมากตอนปริ้น เพราะมีลายละเอียดเยอะและผิดพลาดง่ายตอนพับกล่องให้เนียบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- “ความแตกต่างระหว่างเวชสำอางกับเครื่องสำอาง”. 2557. [ออนไลน์]. เข้าได้ถึงจาก <http://www.greenshopcafe.com/mobi/greennewss.php?id=1224>
- “ความหมายของสมุนไพร”. 2555. [ออนไลน์]. เข้าได้ถึงจาก <https://www.facebook.com/SmunphirThiyKabKhvamNgam/posts/172368706243288>
- “สมุนไพรที่ใช่ดูแลร่างกายและบำรุงผิวพรรณ”. 2552. [ออนไลน์]. เข้าได้ถึงจาก <https://sites.google.com/site/jane5557051138/smunphir-thi-chi-dulae-laea-barung-phiw-phrrn>
- “สปา ทางเลือกของคนรักสุขภาพและความงาม”. 2547. [ออนไลน์]. เข้าได้ถึงจาก <https://www.doctor.or.th/article/detail/3056>
- “ประเพณีภาคเหนือ และวัฒนธรรมประเพณีภาคเหนือ”. 2556. [ออนไลน์]. เข้าได้ถึงจาก <http://travel.kapook.com/view68566.html>
- “ผู้สืบทอดลายน้ำไหล”. 2556. [ออนไลน์]. เข้าได้ถึงจาก <https://nanwoven1661.wordpress.com/>
- “เครื่องสำอางสมุนไพร”. 2558. [ออนไลน์]. เข้าได้ถึงจาก

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาว พราวแพร ฉันทวรลักษณ์

ที่อยู่

2014/3-4 ถ.พหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร
กรุงเทพมหานคร 10900

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา จากโรงเรียนเซนต์ฟรังซิสเซเวียร์
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย จากโรงเรียนสาธิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้