

## บทคัดย่อ

ชื่องานวิจัย : การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ชื่อผู้ศึกษา : นางสาวพิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สุทธิ และคณะ

สาขาวิชา คณะ : สาขาวิชาสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์

ปีการศึกษา : 2567

การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงรายและเพื่อการส่งเสริมทักษะด้านการจัดทำสื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วม โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 20 คน โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย คือ การสนทนากลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ การสังเกตและการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกกและกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา มีจุดเด่นในเรื่องผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีความสวยงามและหน่วยงานการศึกษาอย่างต่อเนื่องแต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องคุณภาพและการผลิตสินค้าเนื่องจากเป็นงานฝีมือและมีผู้ผลิตขึ้นงานหลายคน และ สินค้ามีความคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่นในพื้นที่อื่น ๆ รวมทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ทั่วถึง แต่ยังคงได้รับโอกาสจากการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและเอกชน ทั้งด้านงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการพัฒนาทักษะความรู้เพื่อต่อยอดงานของกลุ่มฯ

ด้านการส่งเสริมทักษะด้านการจัดทำสื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมได้ดำเนินการในลักษณะฝึกปฏิบัติการโดยทำแบบประเมินก่อนและหลังการฝึกปฏิบัติ พบว่าการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยก่อนเรียน 11.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.92 ค่าเฉลี่ยหลังเรียน 19.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.12 พบว่า คะแนนทดสอบหลังเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มสูงขึ้นจากคะแนนทดสอบก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีคะแนนเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 42

การวิจัยครั้งนี้เห็นว่า การใช้กระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อการดำเนินงานมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และในการส่งเสริมทักษะควรเรียนรู้ด้านทฤษฎีไปพร้อมกับการปฏิบัติ เนื่องจากเป็น การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับตนเองได้ และควรสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่มีศักยภาพ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการตลาดและแหล่งผลิตสินค้า และสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน

**คำสำคัญ :** สินค้าทางวัฒนธรรม, การมีส่วนร่วม, ประชาสัมพันธ์

## Abstract

Research Title : Creative Media Development Skill Supporting for Participative  
Cultural Products Promotion in Basketry, Nong Pakor Subdistrict, Doi  
Luang District, Chiang Rai Province  
Author : Pimsub Pimpisut et al.  
Faculty : Major in Social Sciences, Faculty of Social Sciences  
Fiscal Year : 2024

---

The study of supporting creative media development skill for participative cultural products promotion in basketry, Nong Pakor subdistrict, Doi Luang district, Chiang Rai has following objectives: to develop the potential of weaving and reed mat entrepreneur groups, Moo 9, and water hyacinth weaved bags entrepreneur groups, Moo 9, Nong Pakor subdistrict, Doi Luang district, Chiang Rai; and to support participative advertising media for public relations production skills. The target group are 20 entrepreneurs in this field. The research method are group conversations, interviews, observations, and participations in group's potential analysis. The findings is that the entrepreneurs of weaving, reed mat, and water hyacinth weaved bags have a dominant point in beautiful community products and continuous learning organization. However, there are limits in quality and production because they are handicraft, there are many people producing the products, the products are still similar to other areas local products, and there are not enough thorough public relations, but they still have opportunities from government and private organizations in budget, equipments, knowledge and skills to continue the group's work.

In participative supporting skills in advertising media production for public relations, the researchers had proceeded in practice by making evaluation form both before and after the practices. The results of comparative analysis are that before study is 11.25 points, standard deviation 1.92 points, after study is 19.65 points, standard deviation 1.12 points. It was found that the test scores after the participation are higher than the test scores before participation in statistically significant at the 0.05 level, as the scores increased in 42 percent.

This study found that using participative process in the procedure is very important, and in skill supporting, they should learn the theory alongside with practices because it is a learning through experiences for the targets to apply with themselves appropriately. In addition, there should be some potential business networks to

connect the marketing networks and producing sites, and build collaborating in community economy.

**Keywords :** Cultural Products, Participation, Public Relations